

La “Efímera Competencia” en la TV abierta

Alma Rosa Alva de la Selva

De frente al desenlace del proceso de licitación de las dos nuevas cadenas de televisión abierta, el balance final no cumplió las expectativas que generó en algunos ámbitos, cuando en el 2013 salía a la luz la llamada Reforma de Telecomunicaciones.

Como se sabe, uno de los más caros objetivos de ésta, sobre todo de la reforma constitucional, fue el de lograr, tanto para el campo de radiodifusión como para el de telecomunicaciones (equidad planteada solo a nivel teórico), un esquema de competencia para los dos campos. Objetivo por demás trascendente en el marco de la definición de la radiodifusión y telecomunicaciones como *servicio público*.

Esa meta había sido marcada enfáticamente tiempo antes como fundamental por la Organización para el Desarrollo Económico (OCDE), cuyo diagnóstico (mismo que, significativamente, representaría una base relevante para el proyecto seguido para la Reforma) resaltaba la falta de competencia, al lado de las insuficientes inversiones y la ineficacia de la regulación como importantes frenos para potenciar al ya llamado *hipersector* en “piedra angular para el futuro desarrollo de la economía mexicana”.

Como se sabe, las disposiciones del nuevo marco legal estuvieron lejos de propiciar lo que la OCDE recomendaba en el diagnóstico citado, de lograr “una estructura del sector más competitiva y equilibrada”, pues favorecieron de forma notable a las empresas de televisión y particularmente a aquella que con velocidad se transforma en un consorcio convergente: Televisa.

Justo en el aparente interés de desvanecer el evidente desequilibrio en la otrora llamada “pantalla chica”, donde desde hace dé-

cadass existe un alto nivel de concentración, en la Reforma se ofreció el surgimiento de dos cadenas de TV abierta, en lo que vino a ser una decisión considerada por muchas voces como “histórica”. Sin embargo, el saldo del proceso de licitación de esos dos nuevos sistemas televisivos no correspondió con lo esperado.

Y con ello, la competencia en la TV abierta (en una etapa en la que ésta se encamina a la finalización de su primacía tecnológica, pero aún con vastas audiencias) habrá quedado, una vez más, como asignatura pendiente. Cabe la pregunta: ¿fue ésta la mayor oportunidad que hubo a lo largo del desarrollo de la televisión mexicana para la existencia de otras opciones distintas a las de las empresas de conocidas siglas?

La revisión histórica (siempre pertinente por revelar las pautas que explican la secuencia y resultado final de los hechos) puede ayudar a responder lo anterior, al remitir a ciertos episodios en los cuales se registró lo que quizá pueda denominarse como “efímera competencia” en la televisión mexicana. Recuperar y analizar esos momentos es útil no solo para comprender las razones de fondo que han influido en la configuración de la actual estructura televisiva, sino también por ofrecer elementos de análisis sobre el rumbo hacia el cual apunta la misma en la etapa de transformación por la cual atraviesa.

EL PROYECTO DE GONZALEZ CAMARENA

Un primer momento se registró en los orígenes de la televisión en el país. Esos fueron los tiempos en los cuales el ingeniero Guillermo González Camarena llevaba a cabo experimentos múltiples auspiciado por el gobierno cardenista. En efecto, por disposición de Lázaro Cárdenas, fue en los estudios de las estaciones radiofónicas del Partido Nacional Revolucionario (PNR), la XEFO y la XEUZ, donde el notable inventor realizó pruebas sobre transmisión televisiva. La etapa en la cual González Camarena trabajó con el apoyo de recursos gubernamentales abarcó, aproximadamente, de 1935 a 1946.

Más adelante, el creador del primer sistema de TV a color y de una de las primeras cámaras de televisión del mundo, continuó sus pruebas en su propio laboratorio, y luego en un canal experimental. Su proyecto era ambicioso, pues planeaba, además de operar una estación transmisora en el Distrito Federal “con fines de explotación comercial y cultural”, que constituiría “una de las primeras que se establezcan en América Latina”, instalar “una planta para fabricar equipos transmisores y receptores de señales de TV”, los cuales estarían “al alcance de todos los mexicanos”. Tal fue la propuesta que hizo a la presidencia de la República, misma a la que solicitó ayuda financiera para impulsar ese proyecto y poder así competir con “compañías extranjeras”. Esa posibilidad, sin embargo, no encontró el respaldo gubernamental.

Hacia 1948, González Camarena refirió que sus trabajos, realizados en el Laboratorio GON-CAM, eran posibles por el apoyo financiero de Emilio Azcárraga Vidaurreta.

Eran los tiempos en los cuales el grupo empresarial que ya dominaba la industria radiofónica había puesto la mira en protagonizar el desarrollo de la televisión en México, meta para la cual era indispensable que el gobierno en turno le otorgase concesiones para operar el nuevo medio.

Como se sabe, en 1949 el gobierno de Miguel Alemán Valdés otorgó las primeras autorizaciones para transmitir. En el marco de la política de abierto apoyo a la industria radiofónica comercial, seleccionó a los empresarios Rómulo O’Farrill (XHGTV, Canal 4) y Emilio Azcárraga Vidaurreta (XEWTV, Canal 2), para introducir la televisión en el país, con el esquema consolidado en aquel medio hertziano.

Sería tres años después, en una etapa en donde ambos canales televisivos habían avanzado en pos de los incipientes públicos de la TV, cuando Guillermo González Camarena recibió la concesión para operar XHGC, Canal 5 (las dos últimas siglas corresponden a sus apellidos).

En 1955, sin objeción estatal ninguna ante el temprano esquema de concentración que se instauraría en la naciente TV del país, se registraba la fusión de los tres canales, con lo que arranca lo que

bien puede llamarse *la era de Telesistema Mexicano (TSM)*. No pasaría mucho tiempo para que el proyecto de González Camarena fuese absorbido por el planteado por Emilio Azcárraga Vidaurreta.

Y si bien en ese momento el Estado mexicano se encontraba técnicamente limitado para asumir la dirección del nuevo medio, al tiempo que su política favorecía ampliamente al esquema comercial instaurado en la radio y se entendía como “natural” que éste se extendiese a la televisión, y además sin que existieran exigencias sociales que pugnarán para que se recurriese a otro modelo, la posibilidad de que la televisión contase con otras opciones u operadores fue desestimulada.

CANAL 8 Y CANAL 13

Otro episodio donde la competencia en TV abierta parecía haber arrancado tuvo lugar en 1968, cuando, en medio del completo dominio de Telesistema Mexicano aparecieron dos nuevos canales en el dial: Canal 8 y Canal 13. Con ello se abría la posibilidad de diversificar la televisión mexicana.

Manuel Barbachano Ponce, empresario cinematográfico y Francisco Aguirre (fundador del Grupo Radio Centro, justo uno de los consorcios participantes en el proceso de licitación de las dos nuevas cadenas de TV, el cual culminó en abril de 2015) fueron los beneficiarios, el primero para operar el Canal 8 y el segundo para Canal 13.

Ambos recibieron la concesión respectiva del gobierno de Gustavo Díaz Ordaz. Resulta interesante conocer que si el proyecto de Aguirre, que comandaba la empresa Corporación Mexicana de Radio y TV, concesionaria de Canal 13, no se desapegaba del esquema instaurado por TSM para hacer televisión y pretendía generar una televisora rentable, al parecer en sus inicios el de Barbachano Ponce tenía otras pretensiones, que no se concretarían. Como parte de su empresa “Telecadena Mexicana”, dicho cineasta y productor logró instaurar catorce estaciones de televisión asociadas a la misma.

Sin embargo, el avance de ambos proyectos, que comenzaba a reflejarse en la pantalla (donde aparecían al menos algunos contenidos y rostros nuevos) duraría poco, ante los problemas financieros que empezaron a afectarlos, obligándolos a vender parte de las acciones de tales empresas televisivas.

Fue así como en 1971, Francisco Aguirre conseguía financiamiento del conocido empresario Alejo Peralta, quien poco tiempo después llegaría a ostentar el 49% del capital social de Corporación Mexicana de Radio y TV.

En el caso de “Telecadena Mexicana”, ocurrió que en 1970, para enfrentar la presencia dominante de TSM, y ante una posible quiebra, Barbachano Ponce se vio en la urgencia de conseguir con urgencia una inyección financiera. Esta provino del “Grupo Alfa” de Monterrey, así como del grupo radiofónico “Radio Mil” (que tiempo atrás había manifestado asimismo su interés en participar en el naciente medio televisivo). Fue con esa participación conjunta como surgió Televisión Independiente de México (TIM).

Mas si Telecadena suscribió esa fusión como dueño del 60% de las acciones, con una participación de 20% de Grupo Alfa y Radio Mil con el mismo porcentaje restante, las altas exigencias de inversión de la producción televisiva, a las cuales solo el consorcio regiomontano podía responder, motivaron que éste fuese acumulando una mayor porción accionaria de TIM. Esa mayor presencia del consorcio norteno tuvo impacto en los contenidos de Canal 8, que acrecentó los programas de entretenimiento y concursos, llamativos para los públicos de la TV y asumió una creciente presencia en la pantalla que inquietó a TSM. Tuvo lugar entonces una intensa competencia entre ambas televisoras que incluso en algunos momentos (por ejemplo, en su cotidiana disputa por anunciantes) llegó a ser encarnizada.

No obstante, esa confrontación no se prolongaría por mucho tiempo. En 1972, Telesistema tenía lista la estrategia que le permitiría conservar el dominio de la televisión del país.

Con pericia y sin obstáculo alguno u objeción de las autoridades correspondientes, el consorcio de Azcárraga Vidaurreta

convenció a los dueños de TIM de que, en lugar de enfrentarse y pelear por la exclusividad de elementos artísticos e inversión publicitaria, podrían “unir fuerzas” y fundar un nuevo y poderoso consorcio.

Así fue. En noviembre de 1972 se fusionaron ambas compañías, para dar paso a la empresa *Televisión Vía Satélite, S. A.* (TELEVISIA). Esa concentración de gran magnitud se realizó con la complacencia del gobierno en turno, el cual, en lugar de alentar la permanencia de un incipiente competidor, no tomó cartas en el problema. Y es que su atención estaba en el Canal 13.

Este tomó una trayectoria distinta a la de sus competidores, pero que redundó también en su fortalecimiento. Como se sabe, ante la insostenible situación financiera del Canal, en 1972 Peralta decidió vender sus acciones del mismo al Gobierno Federal.

Como se sabe, la “estatización” del 13 tampoco se tradujo en el surgimiento de una verdadera opción para los televidentes, entre otras razones debido a que el gobierno echeverrista y los siguientes no fueron capaces de generar un modelo para hacer televisión que pudiese representar una alternativa.

Y es que, puesta en marcha en 1983, la televisión del Estado -integrada por los canales 13 y 7, las redes de Televisión de la República Mexicana (TRM), aglutinados en el sistema IMEVISION-, carente de un proyecto propio, pronto se vio aquejada por problemas de corrupción y otros acarreados por erróneas administraciones. A los números rojos se agregaron problemas laborales, factores todos que en su conjunto dieron pie a la insistencia, en los ámbitos del capital privado, de la “ineficacia” y “alto costo” que representaba la TV estatal.

Años después, el régimen de Carlos Salinas de Gortari daría fuerte impulso a las políticas del esquema neoliberal, instaurado tiempo atrás y que pronto impactaría de lleno al sector de los medios de comunicación. En septiembre de 1990 se anunció la “desincorporación” de IMEVISION. Aun cuando el gobierno en turno había asegurado que mantendría las acciones de Corporación Mexicana de Radio-Televisión, S. A., concesionaria de Canal 13, “para fortalecer la estructura de la televisión pública en

México”, en marzo de 1992 se anunció que en ese mismo año se concertaría la desintegración de ese canal, el espacio de comunicación del Estado de mayor relevancia hasta el momento. Se informó que su “venta” se realizaría sumada a la de Canal 7, con el fin de hacer atractiva la operación.

Finalmente, en julio de 1993, luego de meses de especulaciones sobre cuál de los grupos de radiodifusión con peso y experiencia en el sector se llevaría el llamado “paquete de los medios estatales” se dio a conocer el nombre del ganador. En lo que vino a ser una decisión sorpresiva se eligió a un consorcio de nula experiencia en los medios electrónicos: Radio Televisora del Centro, de Ricardo Salinas Pliego, cuyo único mérito parece haber sido el de ofrecer la mayor cantidad en la subasta del paquete: 645 millones de dólares. Poco tuvo que ver el proyecto presentado por dicho empresario para quedarse con las redes nacionales de los canales 7 y 13, las 121 salas cinematográficas y los Estudios América que integraban el citado paquete de medios.

La secuencia histórica antes reseñada presenta significativas correspondencias con el proceso de la licitación de las cadenas de TV abierta promovida por la “Reforma de Telecomunicaciones”, entre las cuales destaca el hecho de que en dichos episodios el Estado mexicano apoyó el proyecto de los concesionarios que ya dominaban la televisión abierta.

Hoy se cumple de nuevo esa pauta histórica, pues con el aval gubernamental, la televisora que se está trasladando a los espacios de la convergencia no solo logró preservar sus intereses en el nuevo marco legal surgido de la Reforma de Telecomunicaciones, sino que en su traslado hacia los nuevos escenarios digitales, incluso salió fortalecida: mientras sus “nuevos” competidores se alistaban para participar en un segmento mediático en retirada (la TV abierta), Televisa avanzaba con celeridad en su transformación como consorcio convergente, donde ha puesto ya las bases para pretender ejercer su dominio, esta vez también con el apoyo estatal.

En el recorrido de la televisión mexicana –que hoy, en la ruta convergente se ha internado en un profundo proceso de transfor-

mación–, la competencia ha sido una experiencia tan frágil como efímera.

Así lo comprueba otro de los escasos episodios de la trayectoria televisiva, a lo largo de la cual, de forma sistemática, se ha desalentado o hasta obstaculizado el surgimiento y desarrollo de otras opciones y visiones del quehacer televisivo.

Ese pasaje a recuperar es el de CNI, Canal 40. Como se recuerda, ese canal surgido a fines de los noventa fue identificado muy pronto en el dial por televidentes que comenzaron a encontrar en su programación contenidos diferentes. Particularmente en sus emisiones noticiosas, el 40 ofrecía información sobre temas y acontecimientos poco tocados por Televisa y TV Azteca, ya en ese entonces plenamente mimetizadas en la pantalla.

Sin embargo, el creciente interés de sectores de la audiencia por sintonizar dicho canal no fue factor suficiente para impedir que la empresa tuviese problemas financieros. Los altos costos de la producción televisiva, los insuficientes ingresos de la empresa CNI por la vía publicitaria (acaparada la inversión respectiva por las empresas dueñas además del mercado) y otros varios problemas se convirtieron en razón de desequilibrio para el consorcio, cuyas finanzas entraron en crisis.

Fue así como CNI hubo de buscar con urgencia una inyección financiera. La venta de acciones de la empresa a TV Azteca, con el otorgamiento de “tiempo aire” de Canal 40 para esta última televisora como parte del acuerdo, fue en un primer momento la solución para continuar transmitiendo. Se firmó entonces –diciembre de 1998– una alianza que representaba recursos financieros para CNI y tiempo de pantalla para TV Azteca.

Mas ese apoyo inicial, que permitiera a la empresa sortear temporalmente un serio escollo, al verse seguida por sucesivas ventas de ese capital accionario a la televisora de Ricardo Salinas Pliego, se convertiría en uno de los factores que acabaría guillotinando a Canal 40.

En el 2000, lo que era ya una difícil relación tomó visos de conflicto. En julio de ese año, CNI dejó fuera del aire la señal de la televisora del Ajusco, aparentemente en contra de ese acuerdo.

Aunque eventualmente el problema fue salvado, la situación de Canal 40 era por demás vulnerable ante la creciente participación accionaria de Salinas Pliego.

Mas, sin que pasara mucho tiempo después de las elecciones del 2000, los temores que habían experimentado los poderosos industriales de la radio y la TV ante la posible llegada del primer gobierno emanado de la oposición, por los posibles cambios que ello suponía, pudiese implicar en su conveniente relación con la burocracia política, se desvanecieron: pronto el gobierno de Vicente Fox les dejó ver que las posibilidades de mantener el pacto entre la burocracia gobernante y los radiodifusores no solo existían, sino que incluso había condiciones para que éstos tomaran una posición de fuerza.

Luego de haber echado por tierra los esfuerzos para generar un nuevo marco legal, facilitar a los industriales refrendos de concesiones sin exigencia alguna y obsequiarles, vía el llamado *Decreto* de octubre del 2002, la reducción en nada menos que el 90 por ciento del “tiempo fiscal”, que liberó mayores espacios para la comercialización para radio y TV, el gobierno de Fox quedó doblegado ante el poder de las televisoras.

Mas los trances en los cuales éste apostó a las alianzas oscuras o al favorecimiento de los intereses de los industriales no habían terminado con lo anterior: agravado su conflicto con CNI, el 27 de diciembre del 2002 un comando enviado por TV Azteca se adueñó del transmisor de Canal 40 en el Cerro del Chiquihuite. Con omisiones y acciones que favorecían a la televisora del Ajusco, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) avaló el cierre de micrófonos para CNI, aunque ésta era la empresa titular de la concesión y sujeto del agravio.

Un mes después de lo que ya se conoce como *la toma del Chiquihuite*, a partir de la presión ejercida por los televidentes e importantes actores políticos, con grandes pérdidas para CNI, aunque sin acción penal alguna para el agresor por el despojo cometido, el uso de la señal fue restituido a Canal 40. Sin embargo el daño ya estaba hecho: entre la parcialidad gubernamental, el atropello del estado de derecho y los crecientes problemas financieros,

la crítica situación del canal, extendida a problemas laborales, se convirtió en insalvable. Con la anuencia de la SCT de forma expedita, la explotación de esa frecuencia fue transferida a TV Azteca.

El caso de CNI Canal 40 resulta relevante no solo en razón del condenable uso de la fuerza y el autoritarismo para “resolver” el caso (los cuales, por cierto, parecen estar en pleno retorno, sin que ello quiera decir que hayan estado del todo ausentes en la escena mediática), sino también por el hecho, no menor, del interés existente en aquel canal televisivo por ir construyendo otra forma de hacer televisión. Esa posibilidad, en ese caso, fue truncada abruptamente.

Y justo es ese tema, el de generar y ofrecer otros contenidos, uno de los rasgos definitorios de una auténtica competencia en los medios que hoy, en el surgimiento de las dos nuevas cadenas, se presenta como uno de los puntos de mayor incertidumbre. Ello, por lo mínimo de la exigencia en este tema del proceso de licitación respectivo para los aspirantes, a los cuales no se les requirió como uno de los requisitos centrales la presentación de un proyecto de contenidos.

Y es que, como se sabe, el criterio fundamental del proceso de licitación para otorgar las frecuencias para las dos nuevas empresas televisivas fue el económico: Grupo Radio Centro (consorcio que se retiró del proceso) fue triunfador al ofrecer mil 58 mdp, mientras que Cadena Tres pagaría mil 808 mdp por un conjunto de frecuencias similar. Como ha sido posible apreciar, tal disparidad entre las propuestas de uno y otro grupo fue el asunto que acaparó la atención en el resultado del proceso.

Cabe considerar que en las bases de licitación expedidas por el IFETEL tampoco se establecieron lineamientos específicos en materia de contenidos que aseguraran la indispensable diversidad, pluralidad e innovación en esa materia que constituyen ingredientes *sine qua non* de una competencia verdadera, y por demás necesarios ante un esquema televisivo evidentemente agotado. De forma similar a la política sobre el tema existente en la hoy abrogada Ley Federal de Radio y Televisión de 1960, el rubro de la innovación, diversidad y pluralidad de contenidos, a ser propi-

ciado y promovido, no figuró como uno de los criterios centrales para otorgar la explotación de frecuencias bienes de la nación.

Lo anterior es inquietante además ante los espacios adicionales para las transmisiones televisivas que surgirán de la multiprogramación, y en los cuales es previsible que los consorcios de siglas conocidas repliquen sus también conocidas fórmulas programáticas.

Esos y otros muchos episodios de la trayectoria de la radiodifusión y las telecomunicaciones en México dejan claro, por un lado, que la concentración es un rasgo estructural del sector y por otro que, con la política del Estado, la cual a lo largo de décadas ha favorecido al proyecto privado, lograr un escenario de competencia en la televisión permanecerá una vez más como un ideal por alcanzar.

"El *ethos* del presentador del noticiario televisivo: razones éticas como argumentación. Una aproximación retórica y metafórica"

Carlos González Domínguez

Resumen: El análisis de la construcción del *ethos* del presentador del noticiario televisivo ha permitido observar los componentes retóricos con los cuales trabaja la persuasión de esta figura mediática. Desde Aristóteles, sabemos con certeza que el hombre utiliza el lenguaje bajo la directiva de una trilogía: el *ethos*, el *pathos* y el *logos*, sin los cuales es imposible persuadir y en consecuencia construir el propio discurso. Se trata de argumentos que trabajan en solidaridad en todo momento. Pero ¿cómo se da esta solidaridad argumentativa en esta trilogía? Aquí interesa conocer la manera y el cómo funcionan estos argumentos. Para esto, proponemos la hipótesis según la cual los argumentos comportan *valores retóricos*, en función de la disposición de las proposiciones que constituyen el discurso. En este sentido, los argumentos retóricos son polivalentes, por el hecho de cumplir funciones de orden lógico, patémico y/o ethotico, según el lugar que ocupen en la trama textual del discurso. Por esto, consideramos que cada proposición del orador, en este caso del presentador del noticiario televisivo, tiene una relación de dependencia lógica, patémica y ethotica entre el conjunto de todas las proposiciones de su discurso.

Palabras-clave: Argumentación. Noticiario televisivo. *Ethos-pathos-logos*.