

plaza pública para la edición del 23 de abril de 1992
% Vuelve Azcárraga
% La carta de Univisión
miguel ángel granados chapa

La desincorporación de los canales 13 y 7 ha suscitado el reingreso de Televisa al mercado de la televisión norteamericana (donde a través del sistema de cable Galavisión no ha dejado de estar, en realidad). ¿Qué tiene que ver una cosa con la otra?, se preguntarán nuestros lectores, y aquí procuraremos contestar.

Téngase presente, primero, que Televisa, y más directamente su presidente, Emilio Azcárraga, fueron ya dueños de Univisión. A partir de una estación en San Antonio, Texas, Univisión llegó a convertirse en la principal cadena de transmisiones televisivas para el público norteamericano de habla española. Pero como en los Estados Unidos, a diferencia de México, existe y se aplica una legislación contraria a los monopolios, la Comisión Federal de Comunicaciones forzó a Azcárraga a vender Univisión en 1987. La adquirió Hallmark, la empresa famosa por sus tarjetas de felicitación, en 630 millones de dólares, que algo habrán resarcido a Televisa de la ofensa de ser expulsada de ese mercado. A partir de entonces, Univisión buscó una presencia en México, y la consiguió a través del canal 6 de Guadalajara (que en diciembre de 1990 rompió su vinculación con Televisa) de Radio Red, y el canal 4 de Jalapa, así como del servicio de televisión pagada Multivisión. A través de noticieros y programas de espectáculos, como el ya muy conocido de *Don Francisco*, un especie de Raúl Velasco, pero chileno y sin pujos de meditación trascendental, Univisión iba a convertirse en carta que esgrimieran, en su momento, los interesados en adquirir los canales estatales puestos a la venta.

Mas no contaban con la astucia de Azcárraga. En una operación muy llamativa, Hallmark se deshizo de Univisión por un precio (550 millones de dólares) menor que el pagado hace cinco años. Las razones de esta operación estriban, por una parte, en complicaciones financieras de ese consorcio, con sede en Kansas. Por otro lado, el mercado publicitario para el público de habla española no ha crecido conforme a las expectativas, que llevaron a Hallmark a hacer inversiones que se agregan a la pérdida con que vendió Univisión. En efecto, las cadenas que transmiten en español esperaban participar hasta con el tres por ciento del gasto publicitario en los Estados Unidos, pero no han podido sumar más que el uno por ciento.

Si bien Televisa es dueña ^{de sólo} del 25 por ciento de las acciones (de la cadena, y del 12.5 por ciento del grupo de 14 estaciones que entran también en la operación), y las transacciones están aún sujetas a aprobación del mismo órgano que puso a Azcárraga fuera de la televisión norteamericana abierta, es creíble que Univisión no sea puesta al servicio de un interés que en México sea contrario al del monopolio de la avenida Chapultepec. •



Para reingresar a Univisión, Televisa se asoció con Venevisión y con el empresario californiano A. Jerrold Perenchio, dueño del canal 52 de Los Angeles y del Uno, de Nueva York. Asimismo, Perenchio controla el 50 por ciento de la cadena Embassy Communications y de la cadena de exhibición cinematográfica Loews. Como resultado de esta mezcla de intereses, se fusionarán Galavisión y Univisión.

No en balde la revista semana *Epoca*, cuyo presidente es Abraham Zabludovsky, calificó esa operación de "revés mayúsculo" para los eventuales compradores de los canales 7 y 13. Pero no lo es, como apunta la revista, por que eso imposibilite la entrada de esos adquirientes al mercado norteamericano, sino porque los desposee de un factor de competencia interna en México.

Que la compra de Univisión no afecta aquella posibilidad de participar en el mercado norteamericano lo muestra el reciente acuerdo del canal 6 de Guadalajara con 80 sistemas de televisión por cable, que le permitirá ampliar su cobertura en México, y penetrar al sur de los Estados Unidos y al norte de Centroamérica.

En los Estados Unidos, tanto como debiera ocurrir aquí, el regreso de Azcárraga ha provocado inquietud. "Si sólo se permite la entrada de gente con mucho dinero, el medio estará bajo el control de cinco personas y no habrá ninguna diversidad de opinión", dijo Ester Rentería, presidenta de la Coalición Nacional Hispana de Medios de Comunicación.

