

Tres décadas televisivas

(III)

Guillermo TENORIO

Más tardó en fundarse TELEVISA (1973) que iniciar una agresiva expansión horizontal y vertical que llevó a convertirse en el monopolio empresarial más grande de América Latina.

Ahora, el poder de la TV comercial de México, representado por TELEVISA, entremezcla lo político y económico, junto a lo cultural y académico. Por ello, gozar de las simpatías de los empresarios televisivos es vital para quienes desempeñan actividades públicas—incluso artísticas o deportivas—y, obviamente, se inclinan porque el estado de cosas imperante se mantenga de modo indefinido.

De esta manera, no es sorprendente que la televisión comercial reclute a los principales intelectuales, algunos de los que en la década anterior tuvieron, de una u otra forma, actitudes despectivas y apocalípticas hacia el uso mercantil de la TV; ello refleja la fuerza que la televisión tiene ya y la capacidad para incorporar y mediatizar a las capas más ilustradas de la sociedad y reorientarlas hacia los peculiares objetivos perseguidos por quienes monopolizan el acceso al medio electrónico de comunicación masiva más completo; este poder de incorporación y mediatización, hasta hace poco, sólo lo había tenido el Estado.

Al respecto, es conveniente destacar la transformación ocurrida entre la empresa que en 1974 soportó —en Acapulco— un regaño presidencial durante el banquete de clausura del Primer Encuentro Mundial de la Comunicación, y la corporación que este año participó en las discusiones públicas sobre el derecho a la información y su eventual reglamento.

En efecto, poco antes de que llegara a la tercera década de su existencia, la televisión comercial (10 de abril de 1980) intervino en las audiencias públicas sobre el derecho a la información, esta vez convocadas por la Cámara de Diputados.

Peró de ninguna manera la presencia de la TV comercial en los recintos parlamentarios se redujo a la de un expositor más; todo lo contrario, dio la impresión de que se trataba de un interlocutor que veía al Estado de México igual a un estado extranjero.

las exigencias en torno a que el derecho a la información debiera enderezarse contra la TV empresarial a fin de pluralizar el acceso a la misma para así cumplir con la reforma política, darle una auténtica función social y, simultáneamente, que dicha televisión dejara de servir como medio para enriquecer a una minoría en perjuicio del resto de la sociedad.

Sabedor de todo el poder y respaldo que tras de sí, llevaba, el abogado Humberto Barbosa, personero de TELEVISA, se presentó ante la comisión legislativa para poner, desde su peculiar gama de intereses, los puntos sobre las íes.

En su ponencia, el abogado de TELEVISA, un tanto belicioso, indicó que en las audiencias convocadas por los diputados se habían presentado dos tendencias, una a favor de que el derecho a la información se reglamentara; la otra en el sentido de que el reglamento era innecesario.

“Sin embargo —añadió—, también han venido algunos a usar esta tribuna con intenciones diversas, ya de lucimiento personal, ya de lanzar ataques y diatribas de la más diversas índoles”.

“Tal es el caso de algunas personas que en sus respectivas comparecencias dedicaron el tiempo que se les otorgó a dar una serie de datos, la mayoría de ellos incompletos o equivocados, respecto de la empresa que presentó (TELEVISA)”.

Luego de zarandear a quienes habían cuestionado a la TV comercial, y para que nadie manejara datos falsos y apreciaciones erróneas sobre el monopolio televisivo, el abogado en cuestión dio “una panorámica breve y general de lo que es el grupo TELEVISA, cómo está integrado y en qué áreas se desarrolla”.

CARAS DEL MONSTRUO

De tan autorizada fuente se supo que la base de la TV comercial son los cuatro canales capitalinos 2, 4, y 8, concesionarios respectivamente a Televimex; Televisión de México; Televisión González Camarena y Fomento de Televisión Nacional, todas sociedades anónimas.

Canal 2, por su parte, tiene en todo el país 14 repetidoras y 53 trasmisoras de baja potencia; el 4, dos repetidoras y dos trasmisoras; el 5, 15 repetidoras y 12 trasmisoras; el 8, tres repetidoras y carece de trasmisoras.

Según la respetable fuente aquí aludida, en 1979 la señal TELEVISA llegó a siete millones de telehogares; es decir, 41 millones de televidentes, a quienes se envió una programación considerada en un 60 por ciento de entretenimiento y un 40 por ciento de contenido (?).

Al fundarse TELEVISA dependían de la misma 5,700 familias; ahora, en 1980, incluidas las empresas filiales, trabajan para el grupo 12 mil jefes de familia, entre personal de planta, confianza, eventuales, actores y músicos.

Actualmente, el grupo TELEVISA comprende 47 empresas, “generadoras de empleos y en su caso divisas para el país.”

Directamente ligadas con la TV se encuentran las firmas TELEVISA; Televisora de la Laguna; Televisa Europa; Televisora Potosina; Televisa International; Marketing Group; International Satélite; Network; Univisión y Promociones y Filmaciones para Televisión.

Por lo que toca a la radio, el grupo controla las firmas: sistema Radiópolis; Producciones Artísticas Latinoamericanas y las emisoras XEW amplitud modulada y frecuencia modulada XEX amplitud modulada y frecuencia modulada; XEQ y XEW honda corta todas estas instaladas en la capital de la República, y XEWK, en Guadalajara, Jalisco.

Como empresas vinculadas a la exportación, TELEVISA maneja: Productora de Teleprogramas; Galavisión y Unitan. Y relacionadas con las publicaciones están Editorial Televisión.

Provenemex; Edivisión Compañía Editorial; Editorial PALSA e International Graphics.

En cuanto a los espectáculos, TELEVISA tiene filiales como Promotora Nacional de Espectáculos; Promovisión Mexicana; Imagen y Talento; Móvil Espectáculos; Magnaverde Productions; Club de Fútbol América; Escuela de Fútbol del Club América y Multiteatros.

Dentro de la modalidad televisión por cable, el grupo tiene las empresas Cablevisión; Tecnicable y Cablepelículas. En el renglón cinematográfico están las firmas Telecine; Dibujos Animados Mexicanos y Telecine Distribution Incorporation.

Para explotar la música grabada, el grupo controla a Producciones de Discos América; América Musical; Originales de Música Grabada y Discos América Incorporation.

Otra área en donde TELEVISA tiene intereses es la cultural, y opera los organismos: Fundación Cultural Televisa; Museo Rufino Tamayo y el Instituto de Estudios y Documentos Históricos.

Respecto a los servicios, el grupo tiene dos negociaciones: Jets Ejecutivos y Aseo y Mantenimiento Técnico. En las actividades turísticas el grupo majena la razón social denominada Mesoneros de México.

ACTIVIDADES DIVERSAS

Respecto a las actividades desempeñadas por las 47 empresas que forman el grupo TELEVISA, resaltan las televisivas, sus cinco canales transmiten más de 21 mil horas anuales.

Por su parte, Televisa Europa (1979) produce en el viejo continente