

Ante el reto que significan para la televisión en nuestro país los cambios en el panorama de la comunicación —el surgimiento de canales locales y regionales, la creación del canal 22 y la venta de las emisoras estatales—, Raúl Trejo Delarbre nos habla sobre las posibilidades y desafíos de este medio en México, que en pocas ocasiones ha sabido armonizar eficiencia y calidad.

NUESTRA TELEVISIÓN: CANTIDAD NO ES CALIDAD

RAÚL TREJO DELARBRE
INVESTIGADOR DEL INSTITUTO DE INVESTIGACIONES SOCIALES DE LA UNAM. ES AUTOR DE *VER, PERO TAMBIÉN LEER* (GERNIKA-INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR) Y DE *LA SOCIEDAD AUSENTE. COMUNICACIÓN, DEMOCRACIA, MODERNIDAD* (CAL Y ARENA).



Ilustraciones de Roberto de la Torre

La televisión mexicana se ha desarrollado, durante cuatro largas pero monótonas décadas, a partir de un solo modelo, fincado en el interés mercantil antes que en cualquier consideración social. Televisa, la enorme empresa de la televisión privada mexicana, ha ejercido un virtual monopolio en este medio. Por un lado, el Estado, durante mucho tiempo, se abstuvo de intervenir con televisoras propias. Por otro, el surgimiento de nuevas opciones desde el campo privado habitualmente era desplazado por la propia Televisa. La historia de la televisión mexicana, hasta ahora, ha sido la historia de un solo punto de vista, de una sola perspectiva, de una sola opción —así fuera difundida a través de varios canales— ante los espectadores que, de esa manera, no tenían más remedio que acostumbrarse, e incluso identificarse, con el esquema impuesto por esa empresa privada.

Televisa, la empresa hegemónica de la televisión mexicana (y, en alguna medida, la más importante de la televisión en español en el mundo) pudo crecer gracias a la perspicacia empresarial de sus fundadores pero, también, en virtud de la complacencia que para desarrollarse encontró por parte del Estado mexicano. En nuestro país, como es bien sabido, el derecho a transmitir por radio o televisión es concesionado por el gobierno. Sin embargo, durante mucho tiempo las autoridades se negaron a otorgar concesiones a empresarios que no fueran los de Televisa, consorcio que en varias ocasiones ha obtenido un trato fiscal preferente, y que mantiene una relación política de conveniencias mutuas con el poder.

LARGA HEGEMONÍA DE UN SOLO MODELO

Televisa, inicialmente denominada Tele-sistema Mexicano, nació en julio de 1950, y pronto pudo tener a su cargo tres canales en la ciudad de México, que luego se extenderían a todo el país. Desde entonces, ese consorcio pudo desplegar un crecimiento a la vez financiero, técnico y, sobre todo, político. Televisa tuvo el privilegio de desarrollarse y consolidarse a partir de las reglas que esta misma empresa establecía, pues conformaba un monopolio en el que prácticamente no tenía competencia. En su fase de conso-

lidación, de los años setenta a los ochenta, Televisa ha tenido en la ciudad de México las concesiones para operar las frecuencias de los canales 2, 4, 5 y 9.

No fue sino hasta 1972 cuando el gobierno federal se animó a tener un canal de televisión propio, el 13, al que en 1985 añadió una frecuencia más, la del canal 7, ambos con redes nacionales, que así constituyeron el consorcio estatal Imevisión. Sin embargo, los canales de televisión en manos del gobierno federal nunca llegaron a constituir una opción peculiar, específica, de televisión. En lugar de ello —salvo excepciones que fueron precisamente eso— se dedicaron a copiar las pautas, los estilos y hasta los programas creados por Televisa pero con la desventaja de que sus productores contaban con menos experiencia y menos recursos. El resultado fue que, independientemente de que estaban patrocinados con fondos públicos, los canales del Estado no llegaron a ser, en términos generales, más que malas copias de lo que ya difundía Televisa.

Recientemente, primero a fines de 1990 y luego en abril de 1992, el gobierno federal (como parte de la política de "adelgazamiento" del Estado que ha sostenido el gobierno del presidente Carlos Salinas de Gortari) anunció que pondría a la venta los canales 7 y 13, con sus respectivas repetidoras nacionales. Es decir, el gobierno mexicano renunció a tener canales de televisión propios. Este enorme cambio podrá significar que, por primera vez en varias décadas, Televisa enfrente una verdadera competencia, sustentada por la cadena o las cadenas nacionales que establezcan los nuevos propietarios de los canales 7 y 13.

En México, la televisión se desarrolló con un esquema completamente distinto al que imperó, por ejemplo, en Europa Occidental. En las principales naciones europeas, durante mucho tiempo, la única televisión que existía era la que sostenía directamente el Estado, con distintos modelos (la BBC británica, la RAI italiana, la TVE de España, la ORTF francesa, etc.). En algunas de esas naciones no fue sino hasta hace pocos años cuando se establecieron redes de televisión privadas. Independientemente de la calidad de su programación, dichos canales o cadenas han significado una presencia y, sobre todo, el establecimiento de una *com-*

petencia en el panorama de la televisión en tales países.

Entre nosotros sucedió precisamente lo contrario: la única presencia importante en el panorama nacional —fuera de pequeños canales locales— fue la de los canales de Televisa. Este consorcio, por su capacidad, no sólo ha podido establecer criterios para producir programas, sino que también ha moldeado el gusto y las preferencias de los televidentes en México y en otros países de América Latina. Además, Televisa ha adquirido una creciente influencia en otras áreas de las industrias culturales: la radio, el cine, la producción y distribución de videos, los fonogramas y las publicaciones impresas. Además, entre otros negocios, Televisa es propietaria de dos equipos profesionales de fútbol soccer. Dicho consorcio, así, ha establecido las reglas para un mercado controlado por él mismo. En un país claramente determinado por la economía de mercado, en la enorme industria que es la televisión prácticamente no ha existido competencia.

El resultado de esa preponderancia en el campo de la televisión, reforzada con ligas corporativas en todas las áreas del mundo del espectáculo, ha sido impresionante, patente y patético. Las tarifas publicitarias de Televisa han sido notablemente superiores a las de las televisoras del gobierno federal. A fines de 1991, el canal 2 cobraba aproximadamente 130 mil dólares por minuto de publicidad en el programa de mayor audiencia —el noticiero 24 horas. En contraste, la tarifa más alta de Imevisión era de 4 800 dólares por minuto. Esa diferencia también se aprecia en los datos, no del todo confiables pero indicativos, que proporcionan los *ratings* —datos que, sin embargo, deben tomarse con precaución, ya que en nuestro país no hay una institución pública que recabe índices de audiencias de los medios de comunicación y los únicos datos disponibles al respecto son los de empresas privadas que suelen estar influenciadas por el interés mercantil de sus principales clientes, que son las empresas de comunicación privadas.

Televisa ha contado con tres redes nacionales y todo indica que, pese a esta enorme presencia, quiere más. El 2, "El Canal de las Estrellas", tiene a su cargo la difusión, fundamentalmente, de pro-

ducción propia, realizada casi siempre en estudios en la ciudad de México. Sus principales programas son telenovelas (entre otras, *El maleficio*, *Yesenia* y *Rosa Salvaje*, algunas de las cuales han sido traducidas para ser transmitidas en otros países. Por ejemplo, la telenovela *Los ricos también lloran* ha sido retransmitida en China, Italia, Canadá, Estados Unidos, Turquía, Israel, Venezuela, Brasil e Inglaterra). En segundo lugar, el canal 2 produce y transmite programas de variedades musicales, el principal de los cuales es *Siempre en domingo*, que conducido por Raúl Velasco, llega a casi todos los países de América Latina. En tercer término están los espacios informativos. Jacobo Zabłudovsky, director de noticias de Televisa, es desde hace más de veinte años el periodista más influyente de México (e incluso tiene una presencia importante en otros países del continente). En 1988 inició el sistema de noticias *Eco*, que transmite durante todo el día, al estilo de la CNN estadounidense. El canal 2, a fines de 1991, contaba con 147 repetidoras en todo el país.

El canal 4, dedicado durante largo tiempo a la difusión de películas mexicanas, fue elegido para ser el transmisor, en México, de la señal del sistema de noticias *Eco*, que llega a sistemas de cable en algunos sitios de Europa y especialmente en el sur de Estados Unidos y que, además, puede ser sintonizado con antena parabólica. Aparentemente esta fórmula no fue redituable dentro de nuestro país, y la señal de *Eco* fue desplazada a uno de los canales de la red de Cablevisión, también propiedad del consorcio, para que el 4 volviera a transmitir su programación de variedades y series foráneas. Este canal cuenta con una red de 40 repetidoras.

El canal 5 integra su programación casi exclusivamente con series estadounidenses. *Kojak*, *Las calles de San Francisco*, *Shannon*, *Cagney* y *Lacey*, entre otras, han sido algunos de sus principales éxitos. Además, en horarios vespertinos, el 5 transmite programas infantiles, sobre todo de dibujos animados, producidos también en Estados Unidos, aunque en los últimos tiempos ha aumentado su tendencia a difundir series hechas en Japón. *Las tortugas Ninja* es uno de sus éxitos más recientes. El 5 tiene 31 repetidoras en las ciudades más importantes de México.

El canal 9 ha sido impulsado recientemente como una frecuencia destinada en principio a la ciudad de México (y con programas de producción local, relacionados con asuntos domésticos de esta urbe), pero existen proyectos para expandirlo al resto de la República.

De esta manera, si se consolida tal iniciativa, Televisa aumentaría su presencia con cuatro redes nacionales. Su señal, originada como la de los otros canales en la ciudad de México, ocasionalmente da paso a la transmisión de programas locales —sobre todo de noticias— en varias ciudades del país. El canal 9, así, parece ser la nueva punta de lanza que Televisa empleará para su nueva expansión dentro del país, aparte de su crecimiento más allá de nuestras fronteras.

Televisa produjo en 1990 casi 22 mil horas de programación original, parte de la cual ha tratado de exportar a otras naciones. Por otro lado, ha declarado que en los primeros ocho meses de 1991 tuvo ingresos por venta de publicidad cercanos a los 357 millones de dólares, aunque la cifra real podría ser algo superior. Ésa fue la cantidad de ingresos únicamente por venta de espacios publicitarios en

sus canales. Incluyendo el conjunto de sus ganancias, Televisa informó que en 1991 tuvo un monto total de ventas por casi 944 millones de dólares. A fines de ese año, se estimaba que los activos del Grupo Televisa tenían un valor aproximado de 1 100 millones de dólares. Televisa es, sin lugar a dudas, la empresa privada mexicana más importante, y sus activos y ganancias sólo están por debajo de la empresa estatal Petróleos Mexicanos, que es una de las industrias de hidrocarburos más grandes en el mundo.

ESCASOS Y DÉBILES CONTRAPESOS

Al lado de la enorme influencia que ha tenido Televisa, durante algún tiempo el consorcio gubernamental de la televisión buscó ser un contrapeso pero, como ya señalamos, con tan poca fortuna que apenas si llegó a ser una mala calca de la televisión privada. En 1990 desapareció la señal del canal 7, el cual fue puesto a la venta con varias docenas de repetidoras, y se mantenía la del canal 13, con una programación heterogénea: musicales y



series de humor de producción propia (entre las que destacó, recientemente, un programa de entretenimiento que pretendía conseguir clientes en el extranjero, a cargo de la hermosa artista venezolana María Conchita Alonso); series estadounidenses imaginativas, más allá de la comedia tradicional (como, a últimas fechas, *The wonderful years* o *Thirty something*) o, en menor medida, programas informativos y de debate político (el programa *Nexos*, a cargo de la revista del mismo nombre, ha sido el único espacio de discusión a la vez plural y rigurosa en la televisión mexicana, sobre asuntos de política local e internacional). El canal 13, cuya privatización ha sido anunciada para ponerlo en venta en un solo paquete junto con el canal 7 (de tal manera que quienes los compran cuenten con dos frecuencias para hacer frente a Televisa, que tiene cuatro frecuencias abiertas en la ciudad de México) cuenta con 55 repetidoras en la mayoría de los estados del país.

NOVEDADES: TELEVISORAS REGIONALES Y DE PAGA

Por muchos años estático, sin competencia significativa delante de Televisa, el panorama de la televisión mexicana ha venido experimentando cambios en las épocas más recientes. Las principales novedades, que pueden significar una auténtica revolución en la hasta ahora esclerotizada y sobre todo unilateral televisión mexicana, son el surgimiento de canales locales y regionales, la diversificación de sistemas de televisión de paga, la creación del canal 22 de tipo cultural y la venta de las dos estaciones del gobierno federal, que ya hemos comentado.

LAS TELEVISORAS REGIONALES

Desde comienzos de la década de los años setenta, pero especialmente en los ochenta, aparecieron en casi todo el país más de quince sistemas de televisión locales, casi siempre financiados por gobiernos estatales en entidades del país como el Estado de México, Guerrero, Nuevo León, Oaxaca, Quintana Roo, Tlaxcala, para mencionar sólo a los más importantes. Estos sistemas han llegado a tener proporciones importan-

tes de producción propia, ligada a intereses locales o regionales.

Noticieros que, en contraste con los que se originan en la ciudad de México, rescatan intereses peculiares de la comunidad específica a la que se dirigen; series sobre costumbres, tradiciones, folclore o problemas de cada comunidad, han conformado la programación fundamental de estas televisoras que son invariablemente modestas y tienen pocos recursos, pues no cuentan con presupuesto federal y dependen sólo de los exiguos recursos locales. Además, tienen problemas derivados de su situación jurídica, que no les da la oportunidad de tener espacios publicitarios. Además, varias de esas televisoras han dependido excesivamente de las decisiones de cada gobierno estatal y a veces han llegado a desaparecer (por ejemplo, cuando en 1986 cambió el gobierno local en Michoacán, la televisora local de esa entidad desapareció porque al nuevo gobierno no le interesaba financiarla).

LA TELEVISIÓN DE PAGA

Para sortear las dificultades orográficas (ya que la geografía mexicana en algunas regiones es especialmente abrupta, con pequeñas regiones cercadas de extensas cordilleras que dificultan la transmisión directa de señales radiofónicas) en distintas zonas del país han proliferado sistemas de televisión por cable, que dan servicio mediante una cuota. Estos sistemas retransmiten las señales de varios de los canales de la ciudad de México, y además ofrecen un menú con la programación de las principales cadenas de Estados Unidos.

Aunque hay pequeñas empresas independientes que tienen servicios de cable, la mayoría de ellas son propiedad del consorcio Televisa que, también en esta área, ha tenido una presencia hegemónica. Cablevisión, la red de cable de Televisa, tiene 108 canales en todo el país. En la ciudad de México, el menú que vende Cablevisión a sus suscriptores incluye 18 canales, entre ellos VH1 (con "videoclips"), Fun TV (infantil), Horizons (cultural), Chicago, New York y USA (con cines y series estadounidenses), las cadenas ABC, NBC y CBS, un canal de deportes, dos de películas internacionales y otro

de cine mexicano, además del canal HBO con películas subtituladas en español y varias frecuencias para la transmisión de películas con el sistema "pago por evento".

Hace apenas tres años surgió una opción distinta de la de Televisa en el panorama de la televisión de paga. La empresa Multivisión, que es parte de un consorcio que entre otras actividades produce programas de televisión propios y tiene una cadena nacional de estaciones de radio, estableció un servicio de transmisión por microondas, que puede ser recibido con una antena y un decodificador que vende la misma compañía. En la zona de la ciudad de México, Multivisión, hacia 1992, había alcanzado más de 130 mil suscriptores, cantidad importante si se le compara con los 90 mil que en ese año y en la misma área tenía su rival, Cablevisión, fundada veinte años antes. Además, proporciona servicios a varias docenas de sistemas de cable independientes en todo el país. La señal de Multivisión difunde diez canales, entre ellos el de noticias CNN, el de películas en español HBO, el de deportes ESPN, el de música VH1, programas de las tres principales cadenas comerciales estadounidenses, algunas emisiones de la PBS y, además, espacios de la televisión en español en Estados Unidos (sobre todo de la cadena Telemundo), así como algunos programas de América del Sur. Hasta fines de 1992 Multivisión reproducía algunas series de Univisión, hasta que esa cadena estadounidense fue adquirida, en parte, por Televisa. Este sistema de televisión de cuota también tiene varias frecuencias de "pagos por evento" para que los suscriptores pidan el envío de películas o de espectáculos mediante una erogación adicional.

EL CANAL 22

En enero de 1991, aproximadamente quinientos escritores, artistas, periodistas y productores solicitaron al gobierno que estableciera un canal de televisión con propósitos culturales. Para ello, se sugirió que se empleara la frecuencia del canal 22 —en Ultra Alta Frecuencia— que, en la ciudad de México, había sido empleada por el Estado durante poco tiempo como repetidora de las señales de

otras televisoras del mismo gobierno. El presidente Carlos Salinas respondió afirmativamente y, medio año después, un grupo de escritores y productores, designado por él mismo, presentó una propuesta para poner en marcha dicho canal. Se sugirió que el canal 22 se alimentara fundamentalmente de series mexicanas y extranjeras de carácter cultural, con un pequeño porcentaje de producción propia que trataría de reproducir estilos y formatos como los de la PBS estadounidense y la BBC británica.

El canal 22 será sostenido, al menos en sus primeros años, por el Estado, y se pretende que paulatinamente alcance presencia en otras ciudades del país, ya sea a través de repetidoras propias o enlazado con televisoras locales que ya existan. En abril de 1992 el gobierno designó a los primeros directivos del canal 22 que, según se dijo, comenzaría sus transmisiones ese mismo año. Sus perspectivas son promisorias, sobre todo porque es evidente que surge como contraste al tipo de televisión que ha impuesto Televisa. Su principal restricción, además de la financiera —pues no tendrá recursos ilimitados— residirá en el hecho de que transmitirá en la Ultra Alta Frecuencia. En México, la mayor parte de los televisores no tienen todavía capacidad para recibir señales de UHF. Entre otras medidas, será necesario que la señal del canal 22 se transmita a través de los sistemas de televisión por cable o de transmisión codificada (tipo Cablevisión y Multivisión).

TELEVISIÓN DE CALIDAD

¿Existe en México una *televisión de calidad*? No y sí. No, si tomamos en cuenta que una gran parte de la programación al alcance de los televidentes mexicanos han sido transmitida por una empresa cuyo interés se encuentra habitualmente lejos de la calidad. Sí, en caso de que consideremos algunos pequeños esfuerzos, más bien aislados pero por eso mismo significativos.

No queremos decir que Televisa no tenga capacidad, e incluso, ocasionalmente, intenciones de hacer una televisión que además de *rating* tenga calidad. Sin embargo, el hecho de que busque la ganancia fácil antes que la educación de

La historia de la televisión

mexicana ha sido

la historia de un

solo punto de

vista, de una sola

opción

los espectadores ha propiciado, entre otras cosas, que la empresa hegemónica en la televisión mexicana despliegue fórmulas de producción simples, baratas y, sobre todo, monótonas. Bastaría con ver, por ejemplo, *Siempre en domingo*, el programa de más audiencia entre los que difunde Televisa dentro y fuera de México. Se trata de un desfile constante de artistas —cantantes, cómicos, magos, bailarines— que a través de ese foro alcanzan popularidad para, después, vender discos o aparecer en revistas que son propiedad de compañías del mismo consorcio. Ese programa es difundido en casi toda América Latina y en su éxito se comprueba que calidad y *rating* suelen ser parámetros equidistantes.

Es difícil hacer un recuento de la televisión "de calidad" en México, entre otras cosas por el carácter subjetivo de ese concepto. ¿Qué es la "televisión de calidad"? ¿La que difunde la llamada "alta" cultura? ¿La que transmite conciertos de música clásica, películas de Bergman, Fellini, Godard y Kurosawa, la que difunde la obra de Picasso, Seurat y Motherwell, la que pone a discusión a Adorno, Cioran o Isaiah Berlin? ¿La televisión de

calidad es necesariamente para minorías? O, en otra vertiente, ¿esa televisión es la que en su producción implica innovaciones, imaginación, búsqueda? Si esos fueran los parámetros para definirla, podríamos decir que en México hay pequeños grupos de productores —casi siempre en universidades, o con apoyo de alguna institución cultural del gobierno— que al hacer televisión cultural hacen televisión de calidad.

BREVE ENUMERACIÓN

No existe un inventario completo sobre la televisión que pudiera considerarse *de calidad* o, desde otro criterio, *alternativa*, o al menos *distinta* de la televisión de propósitos fundamentalmente mercantiles. Entre las instituciones y programas que encajarían en esa flexible clasificación, tenemos los siguientes.

El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, que depende de la Secretaría de Educación Pública, administra y distribuye series producidas en distintas épocas por la misma SEP o alguna de sus dependencias, fundamentalmente en los años setenta y ochenta. Por ejemplo, están los programas y series *Los barrios*, que rescatan experiencias comunitarias y tradiciones locales en zonas de la ciudad de México; *Diego Rivera, vida y obra*; *Los que hicieron nuestro cine*, con semblanzas de cineastas como Emilio Fernández; *Monumentos y museos* y *Templo Mayor*, este último sobre la zona prehispánica en el centro de la capital del país. La mayor parte de esas series fueron hechas por la Unidad de Televisión Educativa y Cultural de la SEP, que desapareció en 1986 después de haber producido aproximadamente mil programas sobre una extensa gama de temas mexicanos y de otras naciones.

El Festival Internacional Cervantino, que se realiza cada año en Guanajuato, cuenta con una veintena de series que reproducen conciertos, teatro y otros eventos con participación de artistas de presencia mundial. La televisión estatal, Imevisión, llegó a producir series como *Éste es México*, *Artisanos y orfebres*, *Netzahualcōyotl*, *México desconocido*, *Historia del cine mexicano*, *Trova latinoamericana* y *Música de México*, así como numerosos programas para niños.



El Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología tiene algunas series de divulgación, sobre todo para adolescentes, como *Años Luz* y *La pandilla científica*. En universidades como la Nacional Autónoma de México, la Autónoma Metropolitana y la de Guadalajara, entre otras, se producen videos tanto por parte de equipos profesionales como a cargo de estudiantes de comunicación o de cine, que ocasionalmente han sido difundidos en la televisión del Estado o por televisoras regionales. Al mismo tiempo, la UNAM tiene docenas de series didácticas, que en esa y otras universidades son empleadas como apoyo a la docencia escolarizada en áreas como contaduría, medicina, odontología e ingeniería.

La mayor parte de las series que hemos mencionado casi siempre han sido un componente mínimo de los proyectos culturales del gobierno federal o de las principales universidades del país. En ningún caso la televisión se encuentra entre las prioridades de dichas instituciones. Por otro lado, prácticamente no ha existido patrocinio para ese tipo de televisión de parte de gobiernos locales y, mucho menos, de parte de instituciones

privadas. Tales series y programas, habitualmente, han sido difundidos en horarios no preferentes (por las mañanas y por las tardes, o a medianoche, es decir, en los horarios de menor audiencia), y ha sido frecuente que sean anunciados y luego suspendidos, sin aviso previo a los televidentes. Son series con poco o nulo apoyo publicitario en las carteleras de la prensa donde se anuncia la programación de las estaciones de televisión. Son series también, finalmente, de desigual calidad. En ocasiones tienen limitaciones técnicas —hay instituciones que sólo cuentan con pequeños y rudimentarios equipos de video. En otras ocasiones, son hechas por grupos no profesionales. En todos los casos su presencia, sobre todo en términos de auditorio, aún tiende a ser marginal dentro del panorama de la televisión mexicana.

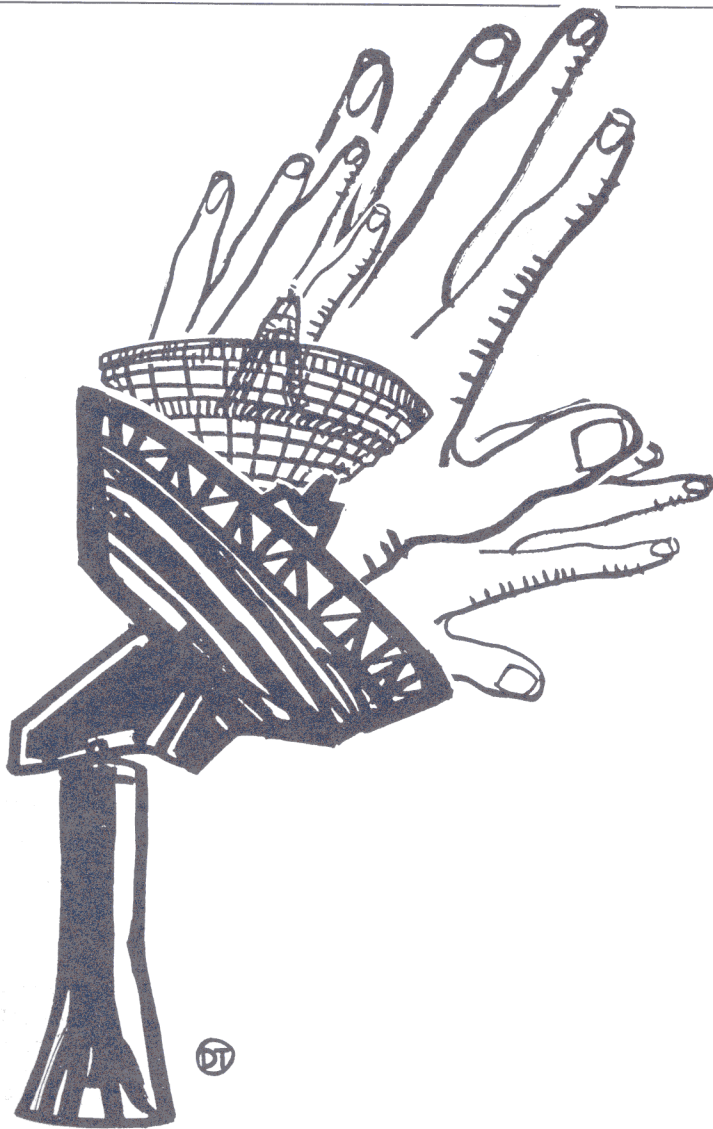
Ya que nos referimos a la televisión que por su originalidad o por su factura podría ser considerada como "de calidad", también es preciso mencionar algunos esfuerzos de la empresa Televisa. Al margen del estilo predominante en su programación, ese grupo ha producido telenovelas sobre distintas etapas de la

historia mexicana, como *Los caudillos*, *La tormenta* y *Senda de gloria*. Puede ser discutible la dramatización simplificadora de algunas etapas de nuestra historia, pero evidentemente en dichas series hay un tono, y acaso una intención, distintos de los habituales en la producción del multicitado consorcio. También, en algunas ocasiones y con desiguales resultados, Televisa ha contratado a algunos directores del nuevo cine mexicano para dirigir telenovelas o series dramáticas (por cierto, ante varios de esos programas algunos sectores del público se han inconformado, porque éstos tienden a romper con la escenificación previsible y reiterativa a la que los tiene acostumbrados Televisa).

Hasta 1991, Televisa destinaba una de sus frecuencias en la ciudad de México, el canal 9, a la difusión de programas considerados como culturales. Allí transmitía documentales estadounidenses y europeos, cine internacional y mexicano, así como algunas series de producción propia sobre artistas mexicanos. Allí se retransmitieron a menudo varias series de entrevistas con el escritor Octavio Paz, algunos de cuyos proyectos de divulgación editorial e incluso televisiva han sido patrocinados por Televisa —por ejemplo, el Encuentro Internacional "La Experiencia de la Libertad", organizado en 1990 por la revista *Vuelta* que dirige Paz y que recibió amplia difusión en la televisión privada mexicana.

A fines de 1990 el canal 9 cambió de giro y, como dijimos antes, se dedicó a transmitir programación más popular. Como resultado de esa decisión, el grupo de varios centenares de intelectuales que hemos mencionado solicitó al gobierno la creación del canal 22, el cual, en el momento de escribir este informe, apenas se encuentra en su etapa de organización.

No han existido televisoras dedicadas a la difusión de lo que podríamos considerar como televisión de calidad. La única excepción, quizá, ha sido el canal 11 del Instituto Politécnico Nacional, sobre todo por la perseverancia que ha mantenido en sus veinticuatro años de existencia. Sin embargo, en gran parte de esa vida, el canal 11 ha estado supeditado a criterios burocráticos que, entre otras cosas, llegaron a limitar la libertad de expresión en sus programas de debate, en



sus noticieros e, incluso, en programas de divulgación cultural. Con todo, ante el panorama dominante en la televisión mexicana el canal 11 se ha mantenido como una pequeñísima pero casi heroica opción, difundiendo programas de niveles muy desiguales pero con una vocación evidentemente distinta a la mercantil que ha imperado en el resto de las frecuencias. Su mayor limitación, aparte de las estrecheces presupuestales, ha sido estar reducido a la zona de la ciudad de México, aunque ocasionalmente encabeza enlaces con canales de otros sitios del país (sobre todo televisoras de gobiernos estatales) para la difusión de eventos especiales. Cada año, el canal 11 organiza la transmisión de algunos de los conciertos y escenificaciones del Festival Cervantino en Guanajuato y desde hace tiempo, también, es el enlace mexicano en la transmisión internacional del programa que se realiza con motivo del solsticio de verano. El canal 11, más que productor de programas —aunque ha tenido series propias, sobre todo para público infantil y juvenil— ha sido divulgador de lo que se hace en otros sitios.

¿CUÁL CALIDAD?

¿Qué es entonces, volvemos a la pregunta, la televisión de calidad en un país como México? Es mucho y es poco. Es reto y necesidad, más que acervos ya producidos o transmitidos. Es posibilidad y dificultad.

Todo depende de qué entendamos por *televisión de calidad*. Acudimos, para una breve enumeración de criterios, a las recomendaciones del informe *Europe 2000: quelle télévision? Rapport du Groupe de prospective sur la télévision européenne* de junio de 1988 (citado por Francisco Iglesias en *La televisión dominada*, Ediciones Rialp, Madrid, 1990).

Si, como señala dicho informe, la televisión de calidad implica *respeto a la dignidad humana y a sus derechos fundamentales*, entonces tendríamos que concluir que en la televisión privada mexicana, que es la mayoritaria, no hay gran cantidad de esos ingredientes. En muchas ocasiones, por ejemplo, se ha señalado la unilateralidad de Televisa en la difusión de noticias de carácter político. Por otro lado, la comicidad más bien vulgar y la concepción

que se tiene del público, como escenografía aplaudidora pero poquísimas veces como protagonista de los principales programas de televisión, dan cuenta del casi inexistente respeto hacia el auditorio.

Si la televisión de calidad implica *responder en sus programas a las aspiraciones del público*, así como *ofrecer a éste una visión del mundo que amplíe sus horizontes e intereses*, tenemos que recordar que la televisión privada ha impuesto las agendas en su programación, y no el público al que están dirigidas sus emisiones. Indudablemente, la televisión proporciona una visión amplia, casi planetaria, a sus espectadores, pero ése es un fenómeno internacional que no depende de la televisión en un solo país. Con todo, Televisa es hoy por hoy uno de los elementos más dinámicos e influyentes en la conformación de una identidad nacional de los mexicanos: millones de espectadores comparten el hecho de presenciar, al mismo tiempo, los mismos programas en los más diversos sitios del país.

Si por televisión de calidad consideramos a la que ofrece un volumen significativo de producciones originales, entonces sí tendríamos que reconocer que Televisa —y en mucho menor medida organismos estatales o académicos— se encuentra a la vanguardia no sólo en México, sino en capacidad competitiva ante los principales consorcios de televisión en el mundo. Durante 1990 Televisa, según datos de esta misma empresa, produjo 21 778 horas de programación. En 1988 habían sido 13 418 y, en 1989, 18 663 horas.

Si la televisión de calidad es aquella que logra basar la producción de sus emisiones informativas en principios de objetividad e independencia respecto del gobierno y de los otros centros de poder e interés, allí tenemos una de las ausencias más deplorables en la televisión mexicana. Los señalamientos de parcialidad informativa por parte de partidos políticos, organismos sociales e instituciones académicas han sido frecuentes. En 1988, cuando tuvimos elecciones nacionales, entre otros cargos para el de presidente de la República, el principal noticiero de Televisa dedicó a la información sobre el Partido Revolucionario Institucional un promedio de aproximadamente el 70% del tiempo total destina-

do a noticias electorales. Es decir, sólo dedicó al resto de los partidos políticos el 30% de sus espacios destinados a ese tema. El principal noticiero de Imevisión otorgó al PRI más del 88% de sus espacios sobre elecciones y, en consecuencia, a los partidos de oposición menos del 12%. Hay que señalar que esa parcialidad ha cambiado ligeramente, a raíz de las protestas que tal comportamiento propició en algunos sectores de la política mexicana —en el noticiero 24 horas, por ejemplo, se concede ahora mayor espacio a los partidos de oposición. Pero aún no existen garantías legales ni hábitos profesionales capaces de propiciar la equidad en las noticias por televisión. Por otro lado Televisa, al establecer como oferta a los auditorios y empresas de otros países el servicio continuo de noticias Eco, ha tenido que asumir una conducta ligeramente menos parcial hacia el gobierno mexicano y, en algunos casos (insistimos: *algunos*), más abierta a lo que podría considerarse como profesionalismo informativo.

Y si por televisión de calidad reconocemos a aquella que busca garantizar la libertad de expresión y favorecer la libre formación de opiniones en un espíritu de pluralismo, también tendremos que admitir que a la televisión mexicana, por largo tiempo, le ha faltado mucho para cumplir con esa aspiración. Los programas de análisis son escasos y con audiencias bajas, y la televisión en México sigue siendo el medio más sujeto a censuras y autocensuras. Sin embargo, puede afirmarse que, paulatina aunque lentamente, en la televisión del Estado se abrieron algunos espacios de discusión y reflexión.

Un parámetro más podría ser el de la innovación tecnológica. Con ese criterio, habría que considerar que en México la televisión privada ha sostenido una actitud de vanguardia. Éste fue uno de los primeros países en donde se realizaron transmisiones en blanco y negro (la primera señal televisiva, aún en carácter experimental, se difundió en México en 1942), lo mismo que en color (ya desde 1940 el ingeniero mexicano Guillermo González Camarena había inventado un procedimiento de televisión cromática que era competitivo, en fidelidad y costo, con los sistemas estadounidense y europeo). Los técnicos de la televisión

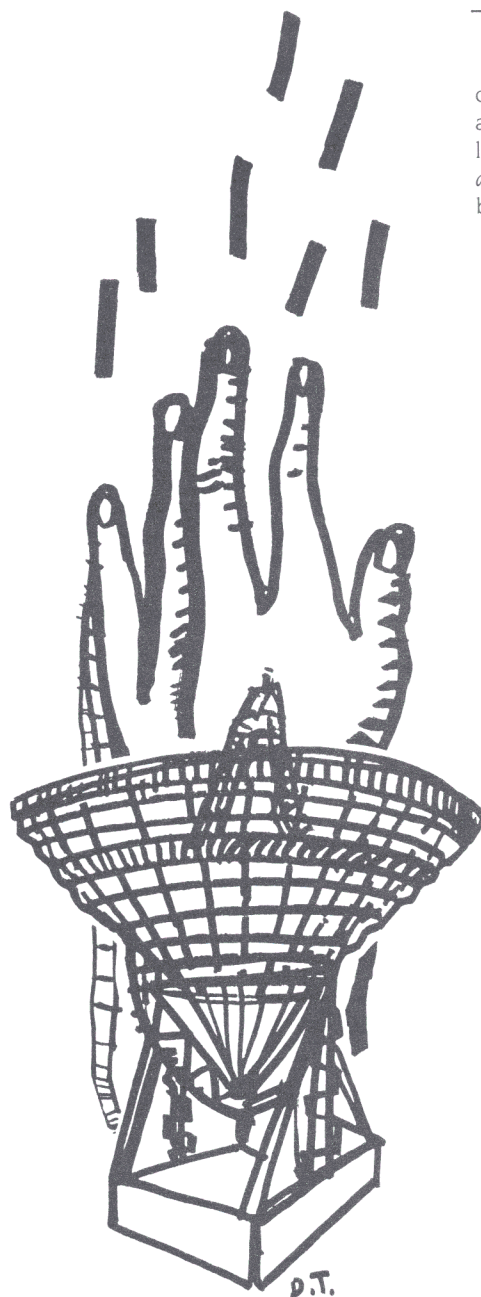
mexicana son reconocidos por su habilidad y capacitación. En otro orden, recientemente Televisa ha anunciado que pronto emprendería en México la transmisión en formato de alta definición, en asociación con una empresa de Japón.

La televisión mexicana ha estado lejos de la calidad y cerca del crédito financiero, con la notable peculiaridad de que en este país, a diferencia de casi todas las demás experiencias internacionales, hasta ahora prácticamente no ha existido competencia ante la hegemonía de una sola empresa. Tal situación está comenzando a cambiar. La ausencia del Estado, que ha decidido deshacerse de sus canales de televisión, es una amenaza para la escasa televisión de calidad que teníamos a través de esas frecuencias. Sin embargo, la llegada de nuevos inversionistas privados (probablemente, incluso, con algunas fórmulas para la participa-

ción aunque sea indirecta de empresarios de otros países) que se harán cargo de esas cadenas implicará que, por primera vez en varias décadas, Televisa tenga competencia. Por otro lado se encuentra la futura existencia del canal 22 (resultado de una significativa demanda de un sector del mundo intelectual), concebido como una estación productora y transmisora de carácter cultural y público que sería la primera opción televisiva que surge de una demanda originada en la sociedad. Esos cambios, junto con el desarrollo de modalidades diversas en la televisión de paga, tienden a configurar un escenario distinto, hasta ahora desconocido en la televisión mexicana.

No es seguro que las reglas del mercado sean suficientes para propiciar en México una televisión de calidad. Pero al menos, quizá, tendremos una televisión menos monótona. □

Ésta es una versión ligeramente modificada del texto "La televisión de calidad en México. Más aspiraciones que realidades", entregado para el libro coordinado por el profesor Carlo Sartori, *La qualità televisiva. Una ricerca internazionale*, que será publicado por Edizioni ERI-RAI, Turín, Italia.



La televisión mexicana ha experimentado, en los últimos años, cambios que pueden desembocar en una auténtica revolución