



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
PROGRAMA DE POSGRADO EN ECONOMÍA
FACULTAD DE ECONOMÍA • DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO
HISTORIA ECONOMICA DE LA FORMACIÓN Y CONSOLIDACIÓN
DEL MONOPOLIO DE LA TELEVISIÓN ABIERTA EN MÉXICO

Tesis que para optar por el grado de:

Doctor en Economía

presenta:

Francisco Javier Vidal Bonifaz

TUTORA PRINCIPAL:

Dra. María Teresa Aguirre Covarrubias.
Facultad de Economía, UNAM

MIEMBROS DEL COMITÉ TUTORIAL:

Dra. María Eugenia Romero Ibarra.
Facultad de Economía, UNAM

Dra. María Josefina Morales Ramírez.
Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM

Dr. José Luis Ortiz Garza.
Universidad Panamericana, México

Dr. José María Calderón Rodríguez.
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM

Ciudad Universitaria, Cd. Mx., febrero de 2019



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Índice

ÍNDICE DE CUADROS, GRÁFICOS Y MAPAS.....	5
ÍNDICE ANEXOS.....	7
INTRODUCCIÓN.....	9
Objetivos e hipótesis.....	11
Trayectoria de la investigación y fuentes.....	15
Organización de la investigación	19
1. LA TELEVISIÓN: UNA ACTIVIDAD MONOPOLIZADA	25
1.1. Construcción de significados y de legitimidad.....	25
1.2 La máquina de sueños y de dinero.....	30
1.3. El monopolio	37
1.4. Los estudios sobre televisión, historia y monopolios	53
2. LA TELEVISIÓN LLEGA A MÉXICO (1950-1954).....	65
2.1. En los inicios: la radio	65
2.2. Y con ustedes: la televisión.....	74
2.2.1. El arranque del servicio	74
2.2.2. Los primeros intentos	75
2.2.3. El reparto	79
2.2.4. La batalla por las concesiones	82
2.3. Televisión a “la mexicana”	91
2.3.1 Desarrollo de la infraestructura.....	92
2.3.2. Las inversiones iniciales.....	93
2.3.3. La producción televisiva y el mercado publicitario.....	98
2.4. El papel del Estado	104
2.5. Las familias fundadoras	107
2.5.1. Grupo Azcárraga	107
2.5.2. Grupo O’Farrill-Ávila Camacho	113
2.5.3. Otras fuerzas	117
2.6. El predominio de la gran empresa	119
3. DE TELESISTEMA MEXICANO A TELEVISIÓN (1955-1972).....	127
3.1. La expansión y sus obstáculos	127
3.2. El nuevo papel del Estado.....	138
3.2.1. La nueva ley y el manejo de las concesiones.....	140

3.2.2. Impuestos y tiempo aire	147
3.2.3. La red nacional de microondas.....	149
3.3. La primera fábrica de sueños y de dinero	154
3.3.1. El montaje de la fábrica	154
3.3.2. Ajustes en el régimen publicitario	160
3.2.5. Los cambios en la estructura de gestión	163
3.4. La nueva estructura empresarial	165
3.4.1. Los grupos Azcárraga, O’Farrill-Ávila Camacho y Alemán	166
3.4.2. La articulación alrededor de la televisión.....	170
3.4.3. La alternativa a Telesistema	179
3.4.4. Los canales independientes.....	184
3. 4. Hacia la creación de Televisa	185
4.- REORGANIZACIÓN Y EXPANSIÓN DEL MONOPOLIO EN LA TELEVISIÓN MEXICANA (1973-1993)...	193
4.1. La expansión del servicio	194
4.2. La gestión estatal de la televisión	200
4.2.2. Hacia la privatización	212
4.3. Televisa: la consolidación de un consorcio convergente	217
4.4. El poder de la máquina de sueños	233
5. EN CONCLUSIÓN.....	255
6. ANEXOS.....	263
7. REFERENCIAS.....	323
7.1 Libros y artículos	323
7.2. Artículos de prensa, en blogs y videoreportes	330
7.3. Informes y reportes.....	335
7.4. Bancos de datos e información estadística	358

Índice de cuadros, gráficos y mapas

CUADROS

Cuadro # 2.1 Cadenas radiofónicas operando, años 40	69
Cuadro # 2.2 Evolución de la radio comercial mexicana, 1936-1950	74
Cuadro # 2.3 Notificaciones de solicitudes de concesiones de televisión, 1946-1953	85
Cuadro # 2.4 Concesiones de televisión otorgadas, 1950-1955	86
Cuadro # 2.5 Valor de las importaciones de aparatos transmisores de televisión, 1950-1955	95
Cuadro # 2.6 Volumen de las importaciones de aparatos receptores de televisión, 1950-1955	97
Cuadro # 2.7 Estructura de la programación de la televisión mexicana: formas de producción y géneros, 1950, 1955	97
Cuadro # 2.8 Indicadores censales de establecimientos económicos, 1960	124
Cuadro # 2.9 Estructura accionaria de Telesistema Mexicano, marzo de 1955	125
Cuadro # 3.1 Fabricantes de televisión en México, 1962	133
Cuadro # 3.2 Producción nacional de televisores, 1955-1993	134
Cuadro # 3.3 Canales de televisión concesionados y que entraron en operación entre 1955 y 1972	136
Cuadro # 3.4 Fecha de emisión de los primeros títulos de concesión otorgados a las televisoras de la Ciudad de México	142
Cuadro # 3.5 Comparativo de los precios de los spots en los canales 2, 4 y 5 para el horario AAA, 1969	161
Cuadro # 3.6 Comparativo de la evolución del precio de spots de 20 segundos de Telesistema y de los precios en general, 1964 y 1969	162
Cuadro # 3.7 Organización de la estructura de gestión de Telesistema Mexicano, 1965.....	165
Cuadro # 3.8 Algunas concesiones otorgadas a Telesistema, 1955-1972	172
Cuadro # 3.9 Red de Telesistema Mexicano, febrero 1968	178
Cuadro # 3.10 Red de canales de TIM, 1971	183
Cuadro # 4.1 Penetración de la televisión en las viviendas, 1970, 1980, 1994	196
Cuadro # 4.2 Evolución de las concesiones otorgadas de televisión abierta, 1950-1993	198
Cuadro# 4.3 Evolución de algunos indicadores censales del servicio de televisión, 1971, 1993	199
Cuadro # 4.4 Canales de la red de Corporación Mexicana de Radio y Televisión, S. A. de C. V. (canal 13), 1985	210
Cuadro # 4.5 Indicadores financieros de Televisa, 1990-1993	221

Cuadro # 4.6 Estaciones de radio de Grupo Televisa, 1993	223
Cuadro # 4.7 Funcionarios de Grupo Televisa, 1993	227
Cuadro # 4.8 Distribución del capital de Televisa en agosto de 1973	228
Cuadro # 4.9 Composición de los accionistas de Grupo Televisa, diciembre de 1993	230
Cuadro # 4.10 Miembros del consejo de administración de Grupo Televisa, 1993	231
Cuadro # 4.11 Ventas de algunos grupos internacionales de medios y entretenimiento, 1994	233
Cuadro # 4.12 Indicadores operativos de la televisión de Televisa, 1993	235
Cuadro # 4.13 Presencia de los canales de televisión de Televisa en las 10 primeras ciudades y zonas metropolitanas del país, 1990	236
Cuadro # 4.14 Propietarios de las estaciones de televisión de los 10 principales mercados de EU, 1993	238
Cuadro # 4.15 Costo de espacio (spot) de 60 segundos en canales de televisión abierta en los programas del horario AAA, 1995	244
Cuadro # 4.16 Algunas de las grandes agencias internacionales de publicidad con presencia en México, 1970	246

GRÁFICAS

Gráfica # 3.1 Extensión de la red federal de microondas para televisión, 1960-1975	151
Gráfica # 4.1. Estructura del Grupo Televisa, 1993	218
Gráfica # 4.2 Ingresos de Televisa, 1993	234
Gráfica # 4.3 Televisa: esquema de distribución de la producción, 1993	239
Gráfica # 4.4 Índice de precios, 1987-1993	243

MAPAS

Mapa # 4.1. Estaciones concesionadas a Televisa 1992	202
------------------------------------------------------------	-----

Índice anexos

Vínculo al Listado maestro de las concesiones de televisión, 1950-1955	263
Anexo # 1 Indicadores de la población, 1950-1990	263
Anexo # 2 Indicadores de viviendas, electricidad y acceso a la televisión, 1950-1990	264
Anexo # 3 Intereses en la radio mexicana, 1923-1927	265
Anexo # 4 Red de afiliadas de Radio Programas de México en el extranjero, 1950	266
Anexo # 5 Evolución de la regulación a las estaciones de radio, 1926-1942	267
Anexo # 6 Evolución internacional de las estaciones de televisión, 1955-1972	268
Anexo # 7 Inicio del servicio de televisión, 1936-1960	271
Anexo # 8 Algunos precios de los televisores, 1951-1972	272
Anexo # 9 Indicadores de las importaciones de televisores	275
Anexo # 10 Exenciones de impuestos a las empresas productoras de televisión, 1950-1959	277
Anexo # 11 Minutos de programación en la televisión abierta por tipo de programa	278
Anexo # 12 Series extranjeras programadas en los canales de Televisa, 1-7 marzo, 1993	283
Anexo # 13 Caricaturas programadas en los canales de Televisa, 1-7 marzo, 1993	284
Anexo # 14 Estructura del Grupo Azcárraga hacia 1950	285
Anexo # 15 Estructura del Grupo Televisa, 1980	286
Anexo # 16 Grupo Televisa: familias fundadoras y estructura de gestión, 1993	287
Anexo # 17 Notificaciones de solicitudes de concesiones de televisión, 1946-1953	288
Anexo # 18 Solicitudes de concesiones de televisión presentadas entre 1955-1972	293
Anexo # 19 Concesiones de televisión revocadas, 1973-1975	299
Anexo # 20 Declaraciones de susceptibilidad de otorgamiento de concesiones de televisión, 1973-1990	300
Anexo # 21 Red de estaciones de Telecadena	304
Anexo # 22 Canales concesionados a inversionistas privados fuera de algún paquete, 1973-1993	305
Anexo # 23 Canales concesionados a Televisión de la Provincia, S. A. de C. V., diciembre de 1982	309
Anexo # 24 Canales concesionados a diversas empresas del Estado, enero de 1991	312
Anexo # 25 Canales concesionados a Televisión Azteca, S.A. de C.V, mayo y noviembre de 1993	317
Anexo # 26 Canales concesionados a Radiotelevisora de México Norte, S. A. de C. V., diciembre de 1993	320

Introducción

La economía no es una ciencia fría. En realidad, su narrativa discurre discutiendo temas profundamente humanos. Para lograr su objetivo, frecuentemente se emparenta con la historia, con el fin de potenciar su capacidad explicativa por la sencilla razón de que, los fenómenos económicos transcurren en un tiempo determinado, en un contexto específico y tienen fecha de caducidad.

En términos históricos, hasta antes de la creación de internet, la televisión fue el medio de comunicación con mayor alcance, capaz de enlazar a 2.5 mil millones de seres humanos siguiendo una transmisión en vivo.

Gracias a que su misión esencial es entretener logró tener un papel protagónico en el desarrollo de las artes y de las expresiones culturales, al menos en los países han contado con un sistema televisivo de amplia penetración.

En términos políticos la televisión ha jugado un papel relevante en la construcción de significados y de legitimidad. Se transformó, a lo largo de la segunda mitad del siglo XX, para bien o para mal, como señala Dahlgren en la principal institución de la esfera pública de la sociedad moderna.¹

El aparato televisivo se transformó en uno de los instrumentos por medio del cuál los espectadores dan sentido al mundo, a lo que ha sucedido, lo que sucede y sucederá. Uno de los teóricos más importantes de los medios de comunicación contemporáneos, Manuel Castells, recuerda que la televisión se transformó en uno de los polos que contribuyen a la formación y mantenimiento del poder, a la creación del discurso del poder.²

Por otro lado, los medios de comunicación y especialmente la televisión, gracias a su alcance masivo, tienen un papel protagónico como legitimadores de la libertad de expresión y la libertad de prensa. Estos siguen siendo uno de los pilares formales en que se asienta la democracia capitalista, considerados como parte de los derechos individuales, de allí que el papel de los medios y su capacidad para crear “opinión pública” se vuelva tan importante.

¹ DAHLGREN, P. 1995. *Television and the public sphere: citizenship, democracy and the media*. London: SAGE Publications, p. X.

² CASTELLS, M., 2009. *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.

Bajo un manto formal de diversidad de opiniones, que cada día se convierte en un pensamiento menos diverso, se construye otra pieza formal de legitimación que requiere el sistema de poder, como señaló Hobson des los primeros años del siglo XX.³

La televisión contribuye a, parafraseando a Castells, a que el Estado ejerza su dominación por medio de una legitimación que a su vez depende del consentimiento obtenido mediante la construcción del significado compartido. El significado se construye por medio de la acción comunicativa⁴. Buena parte el poderío político de la televisión, la construcción de los significados dominantes. La televisión se transformó en un instrumento idóneo para la confección de los significados en las sociedades masivas en la segunda mitad del siglo veinte, cuando la población mundial creció y se fragmentó como nunca.

Si la televisión forma parte de los recursos que se utilizan para el ejercicio del poder, para algunos autores, en sentido gramsciano, se ha convertido en un aparato ideológico de mediación entre el Estado y la sociedad civil, lo que le convierte casi en automático, en un asunto de Estado. Así, en un gran número de países es el Estado el que determina quién puede y quién no puede emitir señales de televisión. La televisión disemina ideología, un sistema de creencias y valores que, en términos generales, refleja la forma de concebir el mundo por las fuerzas dominantes.

Especialmente en nuestro país, se transformó en una institución al servicio de la publicidad, del entretenimiento, de la forma dominante de concebir al mundo y en un diseminador de los discursos del Estado.

Pero la prestación de este servicio permitió el acrecentamiento de los capitales que se involucraron en la actividad y el enriquecimiento de sus propietarios. Para lograr este propósito crearon la maquinaria productiva, comercial, distributiva y financiera; la fábrica de sueños que –tarde o temprano— se desplegó a lo largo y ancho del territorio nacional. Una fábrica que tenía como principal propósito poner a disposición de los anunciantes a la audiencia, es decir, pares de ojos que consumieran comerciales.

De esta forma la televisión se insertó en el ciclo de reproducción del capital social y lo

³ HOBSON, J.A., 1981. *Estudio del imperialismo*. Madrid: Alianza Editorial, p. 76.

⁴ CASTELLS, M., 2009, pp. 35-36.

hizo por medio de unidades productivas, empresas, que prácticamente desde sus inicios formaron parte del capital monopolista, el capital dominante desde finales del siglo XIX tal y como lo caracterizaron Hobson, Hilferding, Lenin y Bujarin, entre otros. Y ese capital se organizó a través de la gran empresa moderna como la ha definido Chandler⁵.

Objetivos e hipótesis

El propósito fundamental de nuestra investigación es dar cuenta del proceso histórico por medio del cual la organización monopólica de la industria de la televisión y los grupos dominantes en ella, con el apoyo estatal, se convirtieron en una fuerza económica dominante a lo largo de la historia de la televisión mexicana, dando lugar a la configuración de un nodo de poder económico-político en el servicio audiovisual.

Es un lugar común aceptar que la televisión mexicana ha estado regida por un monopolio, el asunto se complica cuando se trata de explicar cuáles han sido las causas que lo posibilitaron, las formas y mecanismos que el fenómeno adoptó. Estamos hablando, así, de la manera en que la televisión se transformó en el centro del poder, en el más importante medio de comunicación masiva en México en la segunda mitad del siglo XX.

Lo que nos interesa directamente es dar cuenta del proceso de creación del poder económico, propiamente empresarial de la televisión mexicana. Esta infraestructura económica es la que le permitió integrarse a esa estructura hegemónica de poder.

Para avanzar en nuestra investigación no propusimos resolver otras interrogantes como de qué manera las familias dominantes fueron forjando su estructura de poder económico y político a lo largo del desarrollo histórico del servicio de televisión. Necesitábamos conocer al alcance que tenía los capitales dominantes en esta actividad y que, suponíamos, en muchas ocasiones, la rebasa.

También queríamos indagar como a lo largo de casi 50 años los capitales, organizados en empresas, desarrollaron estrategias empresariales que les permitieron adecuarse a las diferentes coyunturas y dar forma y preservar el monopolio televisivo. Dentro de este proceso, cuál fue el papel que jugó el Estado en las diferentes etapas de consolidación como

⁵ CHANDLER, A., HIKINO, T. y PASCUAL, J., 1996. *Escala y diversificación: la dinámica del capitalismo industrial*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza. Ciencias sociales: 26

grupo de poder económico y político.

En tercer lugar, como es que lograron articularse los intereses de las familias dominantes (Azcárraga, O’Farrill-Ávila Camacho y Alemán) en torno a Telesistema Mexicano y, más tarde, alrededor de Televisa y constituirse en la fuerza principal de la televisión mexicana y en uno de los grupos económico-políticos más importantes.

En las sociedades contemporáneas el Estado juega un variado papel, para lo que dispone de diversas funciones. Para nuestra investigación era relevante dar cuenta de cuál fue la función que jugó el Estado mexicano a lo largo de este proceso de formación de la estructura monopólica en la televisión mexicana y cómo se relacionó con uno de los grupos económico-político más importante del país.

Finalmente era necesario responder también cuál fue el papel que jugaron los intereses extranjeros, especialmente de empresas de Estados Unidos, en el desarrollo del monopolio de la televisión mexicana y, adicionalmente, que papel jugaron los capitales e intereses más pequeños en el modelo de televisión a la mexicana que se forjó desde los años 50 del siglo XX.

A partir de estas preguntas formulamos las siguientes hipótesis. Nuestra presunción central es que desde sus inicios el capital monopolista fue la fuerza hegemónica en los destinos de esa importante actividad y que configuró sus principales rasgos económicos. El monopolio es una categoría histórica, es el capital dominante en el desarrollo capitalista desde finales del siglo XIX y tiene como principal característica que finca su poder en su capacidad para estar presentes en las diferentes etapas del proceso de reproducción y, especialmente, en una importante capacidad productiva. Partíamos de la convicción que el desarrollo de la televisión mexicana se ajustaba a este patrón.

También suponíamos que esta estructura monopólica se había desarrollado sobre la base organizacional y jurídica de la gran empresa moderna, prácticamente desde sus inicios. Creíamos que Telesistema o Televisa tenía las características de una gran empresa y que, además estaban relacionadas directamente con el grupo de los grandes negocios nacionales por medio de la publicidad, pues la mayoría de los grandes anunciantes han formado, históricamente, parte del grupo de los más importantes capitales del país.

La tercera hipótesis era que las principales fuerzas económicas hegemónicas en la

televisión se habían logrado articular y establecer un pacto con el Estado mexicano. Si los empresarios televisivos se apoyan en el poder político para mantener su predominio, a su vez los gobernantes obtenían una ventaja en la medida que la empresa televisiva contribuye a la reproducción de su poder político.

De acuerdo con nuestras indagaciones iniciales pensábamos que el capital extranjero había tenido una fuerte influencia en los destinos del modelo de televisión que se desarrolló en México. Es, más o menos obvio, que la televisión estadounidense es una de las más poderosas a escala internacional y en esa medida, pensábamos que había extendido su manto de influencia sobre el territorio nacional.

Por último, pensábamos que los capitales más pequeños se articulaban de una u otra forma al funcionamiento de la principal fuerza monopolista. Podría haber contradicciones e incluso enfrentamientos, pero para sobrevivir era necesario articularse de alguna forma – subordinada— al gran capital dominante.

La investigación tiene un periodo de tiempo acotado de 1950, año en que comienza el servicio de televisión abierta en el país a 1993, cuando se signa el Tratado de Libre Comercio, el marcador simbólico de que la economía mexicana está transitando hacia una nueva etapa y la actividad televisiva también. Dicho de otra forma, nuestra indagación considera la etapa propiamente histórica de la televisión y a partir de 1993 –en nuestra opinión— se abre otra la etapa caracterizada por la irrupción de la transmisión de señales por medio de microondas y satélites, la difusión de señales audiovisuales por medio de internet y la digitalización de la televisión abierta. Estos tres fenómenos dan cuenta de que la televisión ha entrado a su fase contemporánea, lo que requiere de otro tipo de enfoques y estudios.

De entrada, debe advertirse que la historia que aquí presentamos no cubre a todo el servicio de televisión, pues explícitamente queda relegado el servicio de paga y que utiliza una línea física para su distribución. En el presente ensayo no enfocamos, entonces, al servicio televisivo que se disemina a través del espectro y que es gratuito.

Para analizar las modalidades que adopta la evolución del monopolio televisivo, sus mecanismos de reproducción, las estrategias empresariales, y los roles funciones que cumplen otros agentes con los interactúan –otros grupos ligados a la industria de la televisión

nacionales, de provincia y extranjeros— y las formas, a veces más cercanas otras veces ten-
sas, que adopta la relación con el Estado, en el amplio periodo que analizamos, se distin-
guieron fases o etapas en las que se registran cambios cualitativos por lo que se hizo nece-
sario establecer una periodización en tres etapas, que diera cuenta de éstos.

- Desde mediados de los años 40 hasta mediados de los años 50, periodo en el que se constituyen los grupos que habrían de fusionarse para iniciar la industria televisiva en México, desde su origen está presente la integración de grupos políticos vinculados al poder estatal expresada en la relación de los O’Farrill con los Ávila Camacho y los Alemán.
- La segunda etapa va de mediados de los cincuenta hasta principios de los años 70, cuando se constituye Telesistema Mexicano como una corporación diversificada que detenta el control de la producción y difusión de la televisión en México, proceso que culmina con su conversión en Televisa. Esta última es fruto de la capacidad de integrar bajo un mismo manto empresarial a los capitales de Telesistema y de los que concurrían en Televisión Independiente de México (TIM) con el objetivo de mantener el control y dominio sobre la industria televisiva.
- La tercera etapa va de 1973 a 1993, caracterizada por un cambio de tendencia: en los años setenta el Estado crea sus canales de comunicación agrupadas el sistema Imevisión, pero en los años noventa, con las reformas estructurales impulsadas durante el gobierno de Carlos Salinas de Gortari se realiza su desincorporación (privatización) lo que da origen al grupo Televisión Azteca a inicios de los años noventa. Al mismo tiempo Televisa se expande, reorganiza y se consolida como el núcleo central del monopolio de la televisión abierta en México.

Esta periodización correlaciona cambios trascendentales en la historia de la televisión abierta mexicana con las fases de la dinámica general de la economía nacional: desde los 40 hasta mediados de los 50 estaríamos inmersos en la etapa de industrialización-urbanización con base en la producción de bienes de consumo inmediato; desde mediados de los

años 50 y hasta principios de los años 70 en el llamado “desarrollo estabilizador” basado en el impulso a la industrialización con base a la producción de bienes durables e intermedios entre los que destacan los electrodomésticos, periodo en el que se intensifica la urbanización del país con el surgimiento de las metrópolis. Desde mediados de los setentas hasta mediados de los noventas periodo que comprende la crisis del “desarrollo estabilizador”, y la transición de la industrialización estatista a la era neoliberal acompañada de una larga fase de ajustes y reformas estructurales que culminaran con la reorientación de la estructura económica del país, que cuenta ya con importantes megalópolis.

La relación de la televisión mexicana con otros grupos, en especial con el capital externo, se configura y reproduce no solo a través de las inversiones sino también a través de su programación. La televisión disemina en el público mexicano una forma específica de comprender el mundo, sus problemas, sus soluciones y crea “ideales” a los cuales se puede aspirar. Un papel relevante en la programación es la que se importa de USA, convirtiéndose en el principal difusor de la “*american way of life*” a la que se vende como aspiración “civilizatoria”. Las relaciones entre la televisión de Estados Unidos –las principales cadenas— y la televisión mexicana –sobre todo con Telesistema-Televisa— ocupan un lugar muy especial, constituye un mercado constante de consumo de sus productos, que llega a los propios estudios de Hollywood y que convierte a la compañía mexicana en la principal proveedora de programas en español transmitidos en los Estados Unidos a través de Univisión.

Trayectoria de la investigación y fuentes

El primer problema por resolver fue el del desarrollo conceptual de nuestra categoría clave: el capital monopolista. El asunto de los monopolios ha sido tratado por diversas escuelas del pensamiento económico, pero desde un inicio quedaba claro que la perspectiva teórica de la economía política era la más adecuada para nuestros propósitos. De esta forma, se recurrió en primera instancia a examinar cómo se ha tratado al asunto del “monopolio” a lo largo de la historia económica y, paso seguido, el estatuto de categoría desde el punto de vista de la economía política.

El capital monopolista se expresa jurídica y organizacionalmente a través de empresas, de sociedades anónimas. De esta forma era esencial contar con una apreciación sobre

las características de la empresa moderna y especialmente de las grandes empresas.

Bajo esta perspectiva se trabajó en la conceptualización de la gran empresa moderna y la forma en que funciona. El análisis era relevante debido a que llegamos a la convicción de que la gran firma moderna —lo que en la jurisprudencia latina conocemos como “sociedad anónima”— es la forma jurídica y organizacional que adquiere el capital monopolista para operar desde finales del siglo XIX. En realidad, la enorme mayoría de los capitales involucrados actualmente en el servicio de televisión y, de medios de comunicación en general, lo hacen bajo la forma de empresas.

De esta forma, la perspectiva sobre el capital monopolista y la gran empresa moderna son los dos pilares teóricos básicos sobre los que se asentó nuestra investigación. El siguiente paso fue el de la construcción de la narrativa histórica con un objetivo central claramente definido: la forma en que se constituyó y desarrolló el monopolio de la televisión abierta en México y la relación entre empresarios y Estado que la permitió.

El siguiente paso fue el de construir el instrumental estadístico factual que permitiera vertebrar la narración histórica. Aquí se enfrentaron serios problemas debido a la importante ausencia de indicadores y estadísticas sobre la televisión mexicana. No obstante, se procedió a construir el máximo posible de indicadores económicos de largo plazo sobre la actividad televisiva para lo que se recurrió básicamente a estadísticas generales, censos y monografías.

Para poder desentrañar la manera en que se formó el poder empresarial monopolístico era necesario reconstruir la historia empresarial televisiva. Para tal efecto fue muy útil el que en nuestro país fuera necesario —desde su origen— que el Estado otorgue una concesión a cualquier particular que quiera prestar el servicio de la televisión. Aquí debe realizarse una acotación adicional: nuestra investigación gira en torno a los empresarios y sus capitales que se aglutinaron en un grupo para impulsar la industria de la televisión abierta, por esa razón se excluyeron a las televisoras que operaban bajo el régimen de permiso, que no tienen fines comerciales y que generalmente han pertenecido al gobierno federal, los gobiernos estatales o las instituciones educativas.

El análisis del otorgamiento de las concesiones fue la llave que nos permitió reconstruir la forma en que se organizó el capital con que se creó y desarrolló la televisión abierta.

Para este propósito, fue muy importante sistematizar la información del *Diario Oficial de la Federación* –afortunadamente ahora en línea– a lo largo de casi 60 años. Además, fue una herramienta que facilitó la reconstrucción del régimen legal que ha regulado el funcionamiento de la televisión mexicana y, adicionalmente, diversos aspectos de la política gubernamental hacia este sector. Como es comprensible, se utilizaron profusamente los materiales publicados en el *Diario Oficial* por parte de las secretarías de Comunicaciones y Obras Públicas –la antigua SCOP– y de Comunicaciones y Transportes –la actual SCT– que han jugado un papel de primer orden en regular el desarrollo de la televisión mexicana.

Otra herramienta muy útil fue el archivo de las de concesiones de televisión –y de otros medios electrónicos– que organizó y puso a disposición del público el Instituto Federal de Telecomunicaciones. Se trata del Registro Público de Concesiones. Así, con el uso de este archivo y del *Diario Oficial* se consolidó una base de datos de 496 canales de televisión y que, entre otros aspectos, incluyen fecha de concesión, fecha de inicio de operaciones, ciudad, estado, canal y siglas originales, beneficiario original de la concesión y grupo empresarial al que pertenece, entre los más importantes.

En la parte propiamente histórica, fue muy importante la consulta de tesis y algunos estudios realizados en universidades y centros de estudios del interior del país para establecer con rigor los datos básicos sobre el origen de los canales y de los capitales que se involucraron en su operación. El éxito fue limitado, especialmente sobre las fechas en que comenzaron a operar las estaciones, aunque, por otra parte, el mayor logro fue establecer quiénes fueron los propietarios de las canales a lo largo de 40 años que cubre la investigación, tanto de los empresarios-capitales fundadores, como de los sucesores y si estos cambiaron de mano. Fue también importante, para el logro de este objetivo, la consulta de la prensa local.

Ante la ausencia de información sistemática sobre aspectos operativos y económicos de la televisión abierta, se reconstruyó buena parte de esa realidad por medio de los censos económicos, de población y diversas estadísticas oficiales desde 1940 hasta finales de los años 90 del siglo XX. En algunos casos fue necesario recurrir a información periodística, como fue en la construcción de la serie de los precios de las televisiones, 1951-1972.

En el caso del funcionamiento interior del negocio de la televisión, fue muy

importante el hallazgo de una publicación poco utilizada hasta ahora. Se trata de la revista *Televisión*, producida por Telesistema Mexicano y que resultó de gran ayuda para reconstruir la arquitectura empresarial de la televisión en los años 60 del siglo XX.

En los primeros años de la década de los 90 Televisa se convirtió en una empresa que colocó sus acciones en el mercado de valores lo que les obligó a divulgar información como nunca lo había hecho y abrió la puerta para conocer indicadores sobre la dinámica de la organización empresarial en los primeros años de la década de los 90 del siglo pasado.

Estas mismas fuentes permitieron conocer algunas particularidades de las estructuras administrativas en Telesistema y Televisa, uno de los elementos más importantes del modelo de gestión de la gran empresa moderna. En el caso de Televisión Independiente de México (TIM), otro de los grupos relevantes para la historia del monopolio de la televisión, fue mucho más restringido el conocimiento de su estructura interna.

La producción televisiva se expresa en la programación, por lo que era muy relevante conocer sus principales características. Como es comprensible, es una tarea titánica sistematizar la programación diaria, de casi 50 años de los cuatro canales más relevantes de la televisión mexicana. Pero para tener una muestra de esta, se eligió un mes similar en cuatro años que se ajustaban con las etapas que definimos en el desarrollo de la televisión mexicana: 1950, 1955, 1973 y 1993. Para establecer la programación de la época se recurrió a la prensa del momento y, de manera secundaria, a algunas bases de datos de Wikipedia y, para conocer el origen de los programas que se transmitían, fue muy importante la base de datos en línea IMDb.com en la que existe una abundante información sobre películas y programas de televisión extranjeros, dos de las materias primas más importantes en la historia de la televisión mexicana.

Algunas fuentes extranjeras fueron importantes, especialmente algunos anuarios del Foreign Broadcast Information Service, una serie de publicaciones elaboradas por la Agencia Central de Inteligencia –la famosa CIA– de los Estados Unidos y, también, de los anuarios editados en ese país y conocidos como RADIO DAILY que fueron de gran beneficio para establecer ciertas coordenadas e información en los primeros años de la televisión mexicana.

Logramos algunas entrevistas con personajes de la televisión mexicana y sus

descendientes. En realidad, los encuentros fueron limitados y todos los entrevistados prefirieron que se guardara el anonimato, lo que se respeta totalmente en esta investigación. Sin embargo, las charlas permitieron afinar algunos aspectos de la pesquisa y corroborar ciertos indicios de importancia.

Se recurrió también a los testimonios escritos de algunos protagonistas, en especial las autobiografías o testimonios de presidentes del país, de secretarios de Estado y productores o trabajadores de la televisión mexicana. En todos los casos se trató de guardar una razonable distancia debido al sesgo que tiene –en sí mismo– todo testimonio personal, pero en cambio, algunos datos fueron de gran utilidad para acabar de certificar ciertos avances en nuestra exploración.

En fin, como suele suceder en una investigación de este tipo siempre es decisivo discernir entre lo que se omite que y lo que se incluye, pero esperamos haber reunido la suficiente información “objetiva” y verificable que nos permite afirmar que nuestra hipótesis fue corroborada: desde su nacimiento y al menos hasta mediados de los años 90 del siglo XX, la televisión mexicana y su desarrollo ha estado gobernada por el capital monopolista y el (los) grupo (s) empresariales que la dirigen han recibido gran apoyo estatal para conservar su posición monopólica.

Organización de la investigación

La tesis está organizada en cuatro capítulos, a saber: capítulo 1. En éste se fijaron las coordenadas básicas sobre el poderío de la televisión como un aparato diseminador de ideas y creador de ideología; enseguida explicamos la manera en que este poder se desdobra en la esfera económica, que es el espacio conceptual en el que se ubica nuestra investigación. Continuamos con la discusión de la categoría monopolio-gran empresa, que es el eje articulador de este trabajo. El capítulo termina con un recuento de cómo ha sido abordado el asunto de la historia económica de la televisión mexicana en la literatura académica.

Capítulo 2. Comprende el análisis de los grupos económicos que se involucraron en la radio desde mediados de los años 40 hasta mediados de los 50 y la forma en que estos capitales y los saberes acumulados en su práctica radiofónica se trasladan a la nueva industria televisiva. Se trata del rastreo de los antecedentes históricos de la formación económica del

grupo que dirigirá la televisión en México. Nos remitimos a una breve crónica sobre el origen de la radio en México y las características del modelo de negocio en esta actividad. Para nosotros era muy relevante dejar sentados estos elementos básicos en virtud de que la radio ha sido la fuente permanente de capitales, estilos de gestión y empresarios para el negocio de la televisión en México.

Posteriormente, se trazan los rasgos esenciales del modelo económico de la televisión en México, resaltando algunos aspectos esenciales: el desarrollo de la infraestructura, las inversiones iniciales y la relación con la publicidad. Una parte importante corresponde a la sección en donde se establece el papel que jugó el Estado en la fase inicial del servicio de la televisión abierta. Procedimos también a dibujar la estructura de los negocios de las principales familias fundadoras de la televisión mexicana: Azcárraga y O’Farrill-Ávila Camacho, principalmente.

Capítulo 3. Este apartado está enfocado a establecer las principales características de la etapa que corre de mediados de los cincuenta a los primeros años de la década de los setenta del siglo XX. Se trata de la fase de surgimiento, consolidación y fin de Telesistema Mexicano. Este fue el primer modelo de gran corporación que gobernó el desarrollo de la televisión mexicana.

Comenzamos el capítulo analizando las características del desarrollo económico del servicio y los obstáculos que enfrentaba. La segunda parte se dedica con cierta amplitud a analizar uno de los aspectos más relevantes de esta etapa: el nuevo papel que adquiere el Estado en la televisión mexicana, pues si bien se mantiene como el ente regulador por excelencia, comienza a incursionar en la producción audiovisual y en la operación de algunos canales. A partir de entonces, el monopolio de la televisión ve como se acentúa el binomio Estado-gran empresa privada.

Uno de los cambios más importantes en esta etapa es la irrupción Telesistema Mexicano como la fuerza hegemónica del negocio televisivo. Hacemos especial énfasis en la forma en que Telesistema moldeó la producción televisiva y organizó la programación; impulsó los avances técnicos; modificó las relaciones con las agencias de publicidad y definió un nuevo sistema tarifario; adicionalmente incursionó en una nueva estructura de gestión. Ponemos

especial atención a la forma en que se desarrollaron los capitales dominantes y que confluyeron en Telesistema: los correspondientes a las familias Azcárraga, O’Farrill-Ávila Camacho y Alemán; e integramos al análisis de otros empresarios y grupos que se desarrollaron en una relación estrecha con Telesistema o incluso que tuvieron cierta confrontación con la fracción dominante, especialmente el caso de Televisión Independiente de México (TIM). Terminamos el capítulo discutiendo las condiciones que llevaron a la formación de Televisión vía Satélite (Televisa) que fue fruto de la fusión de Telesistema y TIM.

Capítulo 4. Está enfocado a la última etapa de nuestra investigación y que cubre la fase que se extiende entre 1973 y 1993, la que tuvo como telón de fondo una profunda crisis y reorganización de la economía mexicana. Iniciamos el capítulo estableciendo las características de la expansión del servicio televisivo, entre las que destaca el crecimiento del número de estaciones, la penetración en los hogares, las horas de transmisión, la producción de televisores y otros indicadores.

En la segunda parte analizamos la forma en que se desarrolló la gestión estatal de la televisión. Ponemos especial atención en la manera en que se otorgaron las concesiones, pues en este período se concedieron el mayor número de licencias en la historia de México y a la expansión de la actividad del Estado como productor audiovisual y operador de canales de televisión, al grado de que creó dos cadenas agrupadas en el Instituto Mexicano de la Televisión (Imevisión).

Analizamos también la forma en que Televisa se transforma de, una empresa dedicada esencialmente a la televisión, a un consorcio que se diversifica en diversos negocios mediáticos –multimedia– y comienza su incursión en algunos servicios de telecomunicaciones, se trata de los inicios de un conglomerado convergente. Por si fuera poco, esta diversificación se acompaña de una importante expansión en el extranjero. En el punto culminante de esta etapa, Televisa se convierte en una empresa que comienza a cotizar sus acciones en bolsa de valores, lo que genera dos consecuencias inmediatas: un ajuste en la estructura del control de la compañía y una reorganización de la gestión de esta.

Finalizamos el análisis dando cuenta de la manera en que Televisa organiza el sistema de televisión abierta más importante del país y uno de los más importantes de habla

hispana. Cerramos esta parte con el recuento de los aliados de Televisa en el negocio de la televisión y de algunos que se mantuvieron al margen de esta fuerza monopólica hegemónica, central en el desarrollo del monopolio de la televisión. Con esta sección concluimos el análisis histórico del desarrollo del monopolio de la televisión abierta en México.

A lo largo del escrito se insertan tablas, esquemas y mapas que permiten una mejor comprensión de los temas abordados. No obstante, con el afán de no saturar de estos elementos el texto central y permitir una lectura más ágil, se decidió incluir en la sección de anexos, otras tablas y esquemas que coadyuvan a la comprensión y otorgan sustento empírico a los argumentos que esgrimimos a lo largo de la investigación.

Finalmente se incluye una amplia sección de referencias en las que se listan los textos y las estadísticas que sirvieron de punto de apoyo para la investigación y la redacción de este trabajo.



Las tesis son, en muchos sentidos, un producto colectivo. Es buena medida porque lo que se elabora se hace sobre la base de lo que generosamente han aportado los investigadores a lo largo de varios años y de los propios protagonistas, que también aportan, además de sus puntos de vista, hechos y datos a considerar. También son posibles gracias a las personas que con paciencia y cuidado han puesto disposición del público archivos y registros.

Muchas personas contribuyeron al aportar un dato, realizar un comentario o entregar algún documento. Mi agradecimiento a las personas que me dedicaron tiempo en diversas entrevistas personales, en especial al Lic. Guillermo Salas Vargas quien me aportó tiempo, datos y contactos. También a la Mtra. Irma E. Esquivel Esquivel, responsable de la Biblioteca de Posgrado, que en varias ocasiones me apoyó en la búsqueda y obtención de materiales necesarios para desarrollar la investigación.

Además, esta tesis se benefició del apoyo permanente del comité tutorial. El comité estuvo encabezado por la Dra. María Teresa Aguirre Covarrubias, que, a la sazón, tuvo el encargo de ser mi tutora. Además de compartir sus conocimientos en historia y, más concretamente, en historia económica, fueron muy relevantes sus orientaciones metodológicas. Quiero agradecer, su paciencia, talento y entusiasmo para apoyarme e impulsarme a terminar

con mi encargo.

Agradezco también a la Dra. María Eugenia Romero Ibarra, profunda conocedora de la historia empresarial, que compartió conmigo esos conocimientos además de una buena dosis de consejos prácticos para llevara buen puerto la investigación.

También participó la Dra. Josefina Morales Ramírez con la que me une una amistad y un intercambio de trabajo académico desde varios años atrás. Gran conocedora de la economía mexicana y del uso del lenguaje, no se reservó ningún comentario y crítica que considerara pertinente y que, sin duda, enriqueció el trabajo que ahora estoy presentando.

En la fase final de la evaluación final se unió el Dr. José Luis Ortiz Garza, un amplio conocedor de la historia de los medios en México y muy especialmente en el caso de la radio y de la propaganda. Además de sus aportaciones a mi trabajo, aprovecho este espacio para agradecerle su apoyo profesional en los últimos cinco años.

Por último, pero no al final, un agradecimiento al Dr. José María Calderón, un profesor e investigador con amplio reconocimiento en el campo de la ciencia política, pero que, habiendo estudiado también la economía, realizó importantes comentarios a este trabajo que ahora se presenta.

Un agradecimiento al personal de la Universidad Nacional Autónoma de México, en especial al de la División de Estudios de Posgrado de la Facultad de Economía que hacen posible el desarrollo de las labores académicas en la institución.

Los agradecimientos incluyen también al ámbito familiar. A mi hermano Gregorio y mi cuñada Eugenia que se preocuparon constantemente por el desarrollo de la investigación y me brindaron, en diversas ocasiones, importantes orientaciones. Debo incluir también a mi hermana Rosario y mi cuñado Eduardo, con los que tuve frecuentes intercambios de ideas sobre la relación entre el cine y la televisión, y me proveyeron de algunos materiales.

Para concluir no puedo pasar por alto el apoyo y el interés permanente de mi esposa, Elsa, y de mi hijo, Diego. No existen palabras que puedan reflejar lo que siento por ellos.



1. La televisión: una actividad monopolizada

El 7 de julio de 2009, 2 mil 500 millones de seres humanos siguieron por medio de una pantalla la ceremonia del funeral de Michael Jackson, uno de los cantantes de música popular más aclamado en el planeta. El poderío de la televisión alcanzaba uno de sus puntos culminantes precisamente cuando logró concentrar la atención de una tercera parte de la población mundial en torno a un solo acontecimiento.

Puede afirmarse que la televisión es, sin lugar a duda, el medio de comunicación masiva más poderoso creado por el ser humano, al menos hasta antes de la irrupción de internet. Por esa misma razón formó parte importante del propio desarrollo cultural del planeta en la segunda mitad del siglo XX.

Lo que nos proponemos en este capítulo es, precisamente, fijar las coordenadas del poderío económico y político de la actividad televisiva en la medida en que se transformó en un aparato diseminador de ideas, creador de ideología, impulsor de consensos; enseguida acometeremos la tarea de explicar el desdoblamiento de este poder en el ámbito económico, que es el espacio conceptual en el que se ubica nuestra investigación. Continuaremos con la discusión de la categoría monopolio-gran empresa, que es uno de los ejes articuladores de este trabajo. El capítulo termina con un recuento de cómo ha sido abordado el asunto de la historia económica de la televisión mexicana en la literatura académica y en ese sentido delimitar lo que este trabajo pretende aportar y que no había sido tratado en otros trabajos.

1.1. Construcción de significados y de legitimidad

Si la televisión se ha convertido en un gran escaparate para la difusión de las ideas, eso ha sido gracias a su capacidad de producción y distribución de información, como ningún otro medio lo había logrado durante el siglo XX. Debe de considerarse, en primera instancia, que de acuerdo con un imperfecto recuento publicado en *Wikipedia*⁶, en 2007 existían alrededor de 30 mil estaciones de televisión abierta diseminadas por todo el planeta,

⁶ Somos conscientes de las limitaciones de *Wikipedia*, pero no existe otro recuento mínimamente confiable de la infraestructura televisiva en el planeta. List of countries by number of television broadcast stations. En: *Wikipedia* [en línea], 2018. [Consulta: 19 enero 2018]. Disponible en: https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=List_of_countries_by_number_of_television_broadcast_stations&ol-did=818450412.

una emisora por cada 220 mil habitantes. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), por su parte, estimaba que en el año 2009 entre el 78% y el 79% de los hogares del mundo contaban con un aparato de televisión. La penetración más alta estaba en Estados Unidos y Europa con una tasa de 97% mientras que en África sólo alcanzaba el 28% de los hogares. No obstante, es posible afirmar que además de los celulares, la televisión es el aparato de acceso a medios de comunicación con mayor difusión en el orbe.⁷

La televisión desde su aparición se ha convertido en el principal aparato forjador de la opinión pública o como señala Dahlgren:

[...] ya que se ha convertido, para bien o para mal, en la principal institución de la esfera pública en la sociedad moderna. [...] La esfera pública es la instancia en la que los ciudadanos discuten los problemas políticos y sociales y en donde se construye, a nivel subjetivo, la realidad social.⁸

La construcción de la opinión pública no es, sin embargo, un proceso simple en el que todos los ciudadanos puedan participar de la misma forma. La televisión es un reflejo inequívoco del control por un grupo de interés, de los medios y de los instrumentos que permiten “la organización de imágenes y discursos a través de los cuales la gente da sentido al mundo”, y por solamente por ese motivo se vuelve un elemento crucial en la sociedad contemporánea. Se trata, en última instancia de uno de los polos que contribuyen a la formación y el mantenimiento del poder, pues, como recuerda Castells, existe un apoyo recíproco entre la violencia y el discurso en la formación del poder.⁹ La televisión estuvo en el centro de la generación del discurso, cuando menos, en la segunda mitad del siglo XX.

Por otro lado, los medios de comunicación y especialmente la televisión, gracias a su alcance masivo, tienen un papel protagónico como legitimadores de la libertad de expresión y la libertad de prensa. Estos siguen siendo uno de los pilares formales en que se asienta la democracia capitalista, considerados como parte de los derechos individuales, de allí que el papel de los medios y su capacidad para crear “opinión pública” se vuelva tan importante.

⁷ ORGANISATION FOR ECONOMIC COOPERATION AND DEVELOPMENT, 2013. *Competition issues in television and broadcasting* [en línea]. 28 octubre 2013. S.l.: OECD, pp. 13-14. Disponible en: <http://www.oecd.org/daf/competition/TV-and-broadcasting2013.pdf>.

⁸ DAHLGREN, P. 1995. *Television and the public sphere: citizenship, democracy and the media*. London: SAGE Publications, p. X.

⁹ CASTELLS, M., 2009. *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial, p. 35.

Bajo un manto formal de diversidad de opiniones, que cada día se convierte en un pensamiento menos diverso, se construye otra pieza formal de legitimación que requiere el sistema de poder. Hobson, uno de los primeros estudiosos del imperialismo lo señalaba en los primeros años del siglo XX:

[...] La influencia directa que los grandes círculos financieros ejercen en la ‘alta política’ se ve complementada por la capacidad que tienen de dirigir la opinión pública valiéndose de la prensa, que en todos los países ‘civilizados’ se está convirtiendo cada vez más en obediente instrumento suyo.¹⁰

Todo ejercicio del poder requiere de una cuota de legitimación. Parafraseando a Castells, la legitimación es clave para permitir al Estado estabilizar el ejercicio de su dominación y esta legitimación depende en gran medida del consentimiento obtenido mediante la construcción del significado compartido. El significado se construye por medio de la acción comunicativa¹¹. Aquí, añadimos, radica buena parte el poderío político de la televisión, la construcción de los significados dominantes. La televisión se transformó en un instrumento idóneo para la confección de los significados en las sociedades masivas en la segunda mitad del siglo veinte, cuando la población mundial creció¹² y se fragmentó como nunca.

Si la televisión forma parte de los recursos que se utilizan para el ejercicio del poder, para algunos autores en sentido gramsciano se ha convertido en un aparato ideológico de mediación entre el Estado y la sociedad civil lo que le convierte casi en automático, en un asunto de Estado. Este último se transforma en el árbitro que determina quién sí y quién no puede tener una licencia para emitir señales televisivas¹³ e incluso para regular el contenido de las transmisiones. En última instancia, y como señala Esteinou: “[...] los medios de comunicación de masas se han convertido en los principales aparatos hegemónicos del estado capitalista avanzado [...]”¹⁴. Esta relación entre comunicación - creación de consensos –

¹⁰ HOBSON, J.A., 1981. *Estudio del imperialismo*. Madrid: Alianza Editorial, p. 76.

¹¹ CASTELLS, M., 2009, pp. 35-36.

¹² En 1950 la población del planeta sumó 2.5 mil millones de personas y al llegar el año 2000 alcanzó 6.1 mil millones de habitantes. Véase: UNITED NATIONS, DEPARTMENT OF ECONOMIC AND SOCIAL AFFAIRS, POPULATION DIVISION, 2017. *World Population Prospects. United Nations DESA/Population Division* [en línea]. [Consulta: 1 junio 2018]. Disponible en: <https://esa.un.org/unpd/wpp/DataQuery/>.

¹³ A lo que habría que añadir que, cuando se define el espectro como parte del territorio, aquel queda en automático bajo la jurisdicción del Estado.

¹⁴ ESTEINOU MADRID, J., 1992. *Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía*. 2ª edición. México: Editorial Trillas, p. 40.

legitimidad - aparato hegemónico, crea la argamasa que une la alianza entre poder económico y político y su encarnación en determinados grupos de interés.

El significado que contribuye a formar la televisión está cargado de contenido ideológico. Detrás de las caricaturas o de los episodios de una telenovela se disemina un sistema de valores y creencias fincados en las relaciones sociales y que expresan, en términos generales, la forma de concebir el mundo de las fuerzas políticas y sociales predominantes. En última instancia, la televisión se encarga de la diseminación de una ideología dominante y con frecuencia aporta a su creación.¹⁵

El papel de la televisión es, desde su origen, complejo y diverso. No es una “caja idiota”, es un dispositivo diseñado para irradiar ideas de manera unilateral y con una audiencia cautiva. Así, la prevalencia de un discurso dominante ha sido más explícita en aquellos sistemas televisivos altamente internacionalizados, como en el caso de México, en donde la televisión abierta ha sido habitual consumidora de la producción de los principales *networks* de Estados Unidos. De esta forma, a la narrativa dominante local, es necesario sumar la predominante entre las televisoras del país del norte.

Aún más, como demostraremos para el caso de México, la televisión en lugar de cumplir con su misión de servir de instrumento para propiciar el debate de los principales problemas sociales y abrir la puerta a las diferentes corrientes de opinión y, en esa medida, propiciar la conformación de una opinión pública informada, operó como una institución al servicio de la publicidad, el entretenimiento, como un altavoz de los discursos que se originan en las diferentes instancias del Estado y en un vehículo de enriquecimiento para las empresas televisivas, sus dueños y accionistas. De esta forma, la televisión se ha transformado en el medio más representativo del debate de la esfera pública, lo que debía llevar a cuestionarnos en medida ha generado una mayor participación informada, o por el contrario ha contribuido a “vender la política y lo político como una mercancía más” y con ello a una degradación de la calidad democrática, es decir de la participación autónoma e informada.

¹⁵ “[...] En Marx, ideología denotaba las ideas y teorías que son socialmente determinadas por las relaciones de dominación entre las clases y que justifican tales relaciones. En la evolución posterior del significado de la palabra ha sido generalmente olvidada [...] la conexión entre ideología y poder”. STOPPINO, M., 2007. *Ideología. Diccionario de política*. 15ª. edición. México: Siglo XXI Editores, p. 755.

La forma en que opera la televisión, en que se configura la narrativa televisiva, permitió que se convirtiera en el medio más propicio para la prevalencia de un discurso dominante a lo largo de la segunda mitad del siglo XX. Esta narrativa tiene, entre otras, las siguientes características:

- Su capacidad para llegar a miles o millones de hogares simultáneamente.
- Normalizar la narrativa del discurso corto, que no requiere de mayores explicaciones, que se acompaña de lugares comunes y que puede ser reforzado con imágenes y sonidos que lo fortalezcan.¹⁶
- La tendencia al exceso en el uso de la emoción, dejando a un lado la sobriedad y la búsqueda de la racionalidad.¹⁷
- La práctica soledad del receptor del mensaje y la escasa posibilidad de que interactúe o cuestione al emisor. Es decir, nos enfrentamos a una narrativa unidireccional, que tiende a sustituir la comunicación colectiva y a convertir al receptor en mero repetidor del discurso escuchado.¹⁸
- La propia lógica de la televisión vista como negocio, y algunos otros factores de la vida cotidiana, contribuyó a que el televidente se aislara cada vez más en su hogar y se alejara de los espacios públicos de convivencia e intercambio de ideas.¹⁹

Teniendo en mente esta gran importancia de la televisión en la construcción del poder, en esta tesis limitamos el universo de observación y centramos nuestra atención en el papel económico de este medio de comunicación masiva como negocio.

¹⁶ No debe de pasarse por alto que, en la recepción del discurso televisivo, los significados, también pueden ser influidos por los diferentes contextos y las experiencias propias de las audiencias que reciben los mensajes individuales.

¹⁷ Dahlgren se pregunta: “[...] ¿algunos oasis de racionalidad marcarían una gran diferencia en una cultura de medios, cuyas principales características son no racionales? DAHLGREN, P., 2000. *Television and the public ...*, p. 17.

¹⁸ Para citar el caso de México. De acuerdo con una encuesta nacional levantada durante diciembre de 2003: “Casi la mitad de la población (48.9%) ve televisión de dos a menos de cuatro horas diarias, alrededor de uno de cada cuatro (26.8%) lo hace más de cuatro horas [...]”. CONSEJO NACIONAL PARA LA CULTURA Y LAS ARTES, 2004. Encuesta nacional de prácticas y consumo culturales. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, p. 112.

¹⁹ Recordando a Habermas, Dahlgren recuerda que: “[...] desde el punto de vista de la democracia, es imperativo no perder de vista la idea clásica de que la democracia reside, en última instancia, en los ciudadanos que se comunican entre sí”. DAHLGREN, P., 2000. *Television and the public...*, p. 19.

Nuestra hipótesis central es que la industria de la televisión en México y en particular la empresa televisa que se convierte en el conglomerado hegemónico como una institución porque nace y se articula con las redes de poder político y económico, convirtiéndose ella misma en un nodo de esta red; pretendemos mostrar los mecanismos por los que esta relación se reproduce y rearticula, en los diferentes periodos históricos, constituyéndose en uno de los bastiones para preservar su fuerza monopólica. Si los empresarios televisivos se apoyan en el poder político para mantener su predominio, a su vez los gobernantes obtienen una ventaja en la medida que la empresa televisiva contribuye a la reproducción de su poder político. Sin ser lineal, esta relación con sus altas y bajas, marcó el destino del monopolio televisivo a lo largo del dominio del PRI en el gobierno del país.

1.2 La máquina de sueños y de dinero

¿Cuál es el producto de la televisión?, ¿qué es lo que ofrece a la masa consumidora? Significados en la forma de programas televisivos. El programa es la unidad de producción básica y la mercancía esencial del audiovisual televisivo. El programa tiene, a su vez, diversas formas de presentación entre los que destacan cinco tipos básicos de mensajes: a) información (noticias), b) entretenimiento, c) educativos, d) propaganda—mensajes políticos y de causas—, y e) publicidad comercial.²⁰ Dicho de otra forma, su producción temática es variada —pese a que pudieran prevalecer ciertos géneros—, lo que ha sido la condición para alcanzar a grandes masas de audiencias.

Para lograr producir esos programas la televisión necesita de instalaciones, “la fábrica de sueños”, como la bautizó Televisa. Los estudios se convirtieron en el corazón del sistema de ensamblaje televisivo del siglo XX. Si supusiéramos que solamente la mitad de las estaciones televisivas del planeta cuentan con un solo estudio, estaríamos hablando de una infraestructura de producción de alrededor de 15 mil unidades a lo largo de todo el orbe. El ciclo de la fábrica se cierra con la estructura de distribución, básicamente antenas montadas sobre torres que irradian la señal producida a los receptores de una zona determinada.

Con todo ese arsenal se produce y distribuye la principal mercancía a comercializar:

²⁰ RODRÍGUEZ VÁZQUEZ, A.G., 2015. *Diccionario de comunicación*. México: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales UNAM, p. 275.

el programa. Pero como han insistido los estudiosos de la corriente de la economía política de la comunicación, la otra mercancía que realmente ofrece la televisión son las audiencias-consumidores y esta mercadería es ofrecida a un cliente específico: los anunciantes. Así, la publicidad ha sido tradicionalmente el principal instrumento de financiamiento de la televisión abierta y uno de sus mecanismos de obtención de ganancias.

Históricamente, la televisión abierta ha tenido tres fuentes de fondos, a saber: 1) las cuotas que pagaban los televidentes, conocida en algunos países como canon; 2) los subsidios o subvenciones que otorga el Estado, y 3) los pagos por publicidad que realizan las empresas para que, por medio de sus anuncios comerciales, las audiencias conocieran sus productos y servicios²¹. A la larga, el modelo que se impuso fue el tercero mencionado, por ello es impensable hablar de la evolución de la publicidad a lo largo del siglo XX excluyendo a la televisión, y viceversa.²²

Por medio de la publicidad los medios de comunicación tienen una vinculación directa con el proceso de reproducción del capital, al menos en tres sentidos: acrecentar la masa de posibles compradores, acelerar el ritmo de rotación del capital e intentar orientar la demanda en segmentos específicos del mercado. Al incitar la compra de mercancías, especialmente de bienes de consumo masivo, acelera la circulación de éstas y con ello el ciclo de rotación de capital:

Así, se puede decir que con la nueva práctica cultural que desde 1900 en adelante ejercen los aparatos de difusión colectiva, se introduce masivamente en las sociedades civiles de las formaciones capitalistas contemporáneas una nueva relación económico-cultural que históricamente se expresa de la siguiente manera: si la industrialización del capital masifica la producción, la práctica publicitaria de los aparatos de difusión de

²¹ Un reporte de 2014 establecía que un estadounidense promedio estaba expuesto a una hora de comerciales televisivos al día. Lo que en términos sencillos significa que dedica quince días de cada año a ver anuncios comerciales por televisión. Véase: The Average American is exposed to More Than 1 Hour of TV Ads Every Day. *Marketing Charts* [en línea], 2014. [Consulta: 12 enero 2018]. Disponible en: <https://www.marketingcharts.com/television-42660>.

²² Se estima que la televisión tradicional, terrestre o abierta, como la llamamos en México, absorbió en 2016, 128 mil 100 millones de dólares de publicidad en todo el mundo. Véase: PRICE-CEWATERHOUSE-COOPERS, 2017. TV advertising. *PwC* [en línea]. [Consulta: 12 enero 2018]. Disponible en: <https://www.pwc.com/gx/en/industries/entertainment-media/outlook/segment-insights/tv-advertising.html>. Otras estimaciones elevan el gasto publicitario total en el planeta a 558 mil millones de dólares en 2017, de los que la televisión –abierta y de paga—recibió 191.9 mil millones de dólares. Véase: ZENITH, 2017. *Global intelligence data & insights for the new age of communication* [en línea]. Q4 2017. S.I.: s.n. Disponible en: <https://www.zenithmedia.com/wp-content/uploads/2017/12/Global-Intelligence-04.pdf>. Ninguno otro medio supera, todavía, a la televisión como el principal canal para la colocación de publicidad.

masas masifica el consumo.²³

En segundo lugar, el predominio del capital monopolista le ha conferido otro significado a la publicidad. De acuerdo con Baran y Sweezy:

La competencia de los precios se ha abandonado como una forma de atraer la clientela, y ha dado paso a nuevas formas de promoción de ventas: la publicidad, la variación en la presentación y empaque de los productos la 'obsolescencia planificada', los cambios de modelos, los planes de ventas a crédito y otros.²⁴

La publicidad aporta una masa importante de recursos financieros para que las empresas televisoras puedan realizar su operación. Los anunciantes son, en buena medida, empresas que buscan dar a conocer sus productos a los consumidores, en ese sentido, son generalmente compañías productoras de bienes de amplio consumo. Pero existe otro tipo de anunciante, el Estado. Por el mecanismo de la publicidad oficial, el Estado transfiere recursos fiscales a los operadores de la televisión abierta. A ello había que sumar todas las acciones regulatorias por medio de las que el estado interviniente en el desarrollo económico de la televisión (concesiones y permisos, régimen fiscal, régimen tarifario, régimen arancelario, régimen de inversión extranjera, entre otros) y, en general, en la inversión pública en infraestructura de la que se pueden beneficiar los operadores privados de la televisión (sistemas de ondas y microondas).

La televisión se ha convertido así, en una actividad económica, que sirve de vía para que los capitales se desarrollen, incrementen, y se reproduzcan. Nuestro país no ha estado exento de esta situación.

Para el caso de México, la televisión es en la actualidad el más importante medio de comunicación masiva. Una parte de su poderío se finca en una robusta capacidad de producción. Por ejemplo, en el caso de Televisa su producción propia fue de 12 mil horas en sus cadenas nacionales y 51 mil horas en sus 17 canales locales durante 2016. La producción propia de los canales nacionales equivale a 502 días de programación continua y en los

²³ ESTEINOU MADRID, J., 1992. *Los medios de comunicación ...*, p. 50.

²⁴ BARAN, P.A. y SWEEZY, P.M., 1988. *El capital monopolista*. 20ª. edición. México: Siglo XXI Editores, p. 95.

canales locales a 2,127 días²⁵. La producción y envío de las señales audiovisuales se realizaba por medio 762 estaciones de televisión hasta agosto de 2016.²⁶

La televisión abierta mexicana es una de las que gozan de mayor grado de desarrollo relativo, especialmente en el continente americano y gracias a ello los programas de Televisa se exportan a varios países: 93,743 horas fuera de Estados Unidos²⁷ y abastece con 8,531 horas anuales a Univision, la principal red de televisión abierta en español en ese país. La televisión nacional ha logrado también desplegar una importante red de transmisión a lo largo de todo el país. No hay, prácticamente, estado de la República ni ciudad importante que carezca del servicio de televisión abierta.²⁸

Hasta antes de la digitalización de la televisión abierta, cada concesión estaba asociada a una estación y cada estación transmitía una señal, lo que conocemos como un canal. En la actualidad los cambios técnicos han propiciado que cada estación difunda más de una señal o canal, de tal forma que existe potencialmente la capacidad para transmitir miles de señales en todo el país.²⁹

Gracias a que durante varios años ha sido el eje de la cultura popular, la televisión mexicana tiene variadas relaciones y diversos grados de predominio sobre diversas actividades culturales y recreativas. Sobresale su influencia en el deporte organizado —especialmente el fútbol—, el cine, la música popular, los espectáculos en vivo y hasta en el ámbito de las apuestas deportivas y los juegos de azar³⁰. La televisión mexicana se ha logrado

²⁵ Cálculos elaborados con base en: GRUPO TELEVISIA, 2017. *Reporte anual que se presenta de acuerdo con las disposiciones de carácter general aplicables a las emisoras de valores y a otros participantes del mercado de valores, por el año terminado el 31 de diciembre de 2016*. México: Grupo Televisa, p. 56. Como parte de la infraestructura de producción Televisa, por ejemplo, cuenta con 30 estudios de televisión en la Ciudad de México, 47 en las estaciones locales y 64 unidades remotas.

²⁶ INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES, 2017. Registro Público de Concesiones. *Archivo de datos* [en línea]. [Consulta: 3 agosto 2017]. Disponible en: <http://ucsweb.ift.org.mx/vrpc/visor/downloads>.

²⁷ GRUPO TELEVISIA, 2017. *Reporte anual...*, p. 59

²⁸ Al finalizar el año 2017, Televisa operaba 391 sitios de distribución de sus señales ubicados en 31 entidades federativas. Sólo Tlaxcala no cuenta con un sitio de Televisa. Véase: GRUPO TELEVISIA, [sin fecha]. *Oferta Pública de Infraestructura (OPI). Televisa* [en línea]. [Consulta: 6 mayo 2018]. Disponible en: http://i2.esmas.com/pdf/opi_2018_2019.pdf.

²⁹ Este proceso mediante el que una estación puede transmitir o difundir varias señales se conoce como multiprogramación.

³⁰ Por citar algunos ejemplos: Televisa y TV Azteca controlan equipos de fútbol profesional; además Televisa es socia de una empresa de espectáculos en vivo y tiene concesiones para centros de apuestas.

instalar como un acompañante habitual de la vida cotidiana. El 96% de los mexicanos cuenta con un televisor —en promedio, hay más de un aparato por casa— y el 74% de los habitantes sintoniza la televisión abierta, reveló una encuesta de consumo de contenidos audiovisuales del Instituto Federal de Telecomunicaciones realizada en 2016³¹.

A partir del nuevo siglo, con la difusión de internet y la digitalización de las señales, las audiencias masivas de la televisión han mermado; no obstante, la telenovela más popular puede concentrar 15.2 puntos de *rating*, lo que equivale a una audiencia de 18 millones de personas, y el noticiario con mayor audiencia es sintonizado en 3.5 millones de hogares del país (con 11.1 puntos de *rating*)³². En 2018, de acuerdo con algunas estimaciones, el auditorio mexicano dedicó 172 minutos diarios a ver la televisión y solamente fue superado por los 183 minutos diarios que emplearon en internet.³³

Gracias a esa capacidad de atracción de audiencias, la televisión abierta es la fuerza hegemónica en el mercado de la publicidad nacional. Entre 1998 y 2016 el gasto publicitario en México sumó 989 mil millones de pesos (52 mil millones de pesos, en promedio, cada año) y de esa cantidad el 53.8% fueron a parar a las cajas registradoras de las compañías de televisión, un equivalente a 532 mil millones de pesos. Ninguna otra alternativa mediática le disputa el lugar privilegiado a la televisión abierta, pues la radio, que figura en el segundo puesto, concentró apenas el 10.1% de la publicidad acumulada en el periodo señalado.

El poderío de la televisión irradia a todos los ámbitos de la sociedad mexicana y se encuentra como parte funcional del aparato de dominación política-ideológica. Desde su origen —como veremos en esta investigación—, la televisión abierta ha tenido una amplia relación funcional con el Estado mexicano y se transformó en uno de los principales aparatos de diseminación ideológica y política.

Durante décadas no ha existido más que una o dos alternativas televisivas nacionales, y permanentemente ha estado presente el núcleo fundamental dirigido por las familias

³¹ INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES, [sin fecha]. Encuesta nacional de consumo de contenidos audiovisuales 2016. *Instituto Federal de Telecomunicaciones* [en línea]. Disponible en: http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/comunicacion-y-medios/encca2016vf-compressed_1.pdf.

³² Los datos de *rating* provienen de: HR MEDIA, [sin fecha]. Semana 4 del 2018. *HR Ratings | Media Research Center* [en línea]. [Consulta: 4 febrero 2018]. Disponible en: <http://hrratings.media/>.

³³ ZENITH, 2016. *Media consumption forecasts 2016*. Londres: Zenith, p. 126.

Azcárraga, O’Farrill-Ávila Camacho y Alemán en las que, además, figuran dos ex presidentes de la República.

En la actualidad pese a la aparente diversidad de señales que existe en el país³⁴, la mayoría de la audiencia de televisión abierta es capturada por Televisa y TV Azteca que continuamente reproducen los discursos dominantes y que sólo en caso extremos ventilan discrepancias o contradicciones con el Estado mexicano y sus agencias. En la televisión no ha existido libre competencia ni económica ni de ideas políticas. En realidad, prevalecen las que interesan a los dueños de esos medios de comunicación y a los grupos o fracciones políticas más poderosas, su posición monopólica trasciende el terreno económico y coloca a sus grupos dominantes como un importante nodo del que irradian redes y donde se agrupan poderes económicos y políticos que se retroalimentan.

A través de comedias, melodramas (telenovelas), programas de revista, noticias, y debates sobre temas económicos o políticos la televisión mexicana disemina en el público mexicano una forma específica de comprender el mundo, sus problemas, sus soluciones y crea “ideales” a los cuales se puede aspirar. Dentro de este despliegue de ideas juega un papel relevante la programación que se importa de los Estados Unidos, convirtiéndose en el principal difusor de la “*american way of life*” a la que se vende como aspiración “civilizatoria”. Las relaciones entre la televisión de Estados Unidos –especialmente las principales cadenas– y la televisión mexicana –sobre todo con Televisa– ocupan un lugar muy especial. Esta relación ha permitido a la televisión de ese país contar con un mercado constante de consumo de sus productos, a los propios estudios de Hollywood y, en términos generales, a la enorme maquinaria mediática dispuesta para diseminar el “*american way of life*” por todo el mundo. El canal 5 de Televisa, por ejemplo, emitió en 2018, en promedio, 9 horas diarias de programas y películas dedicadas a los niños producidas en Estados Unidos o por

³⁴ Por ejemplo, en la Ciudad de México, Televisa maneja cuatro concesiones de televisión abierta, TV Azteca tres concesiones, Imagen Televisión dos canales y en 2017 la autoridad concesionó dos nuevas frecuencias al Grupo Milenio y al Grupo Radio Centro. Completa la oferta metropolitana de televisión abierta los canales del sector público: UNAM, Gobierno de la Ciudad de México, Secretaría de Cultura, SPR, IPN y Congreso de la Unión. La diversidad es aparente ya que el 57% de los televidentes sintoniza el canal 2 (Televisa), el 52% Azteca 13 (TV Azteca), el 42% canal 5 (Televisa) y 37% el canal 7 (TV Azteca). El canal 11 del IPN es solamente sintonizado por el 10% de la audiencia. INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES, [sin fecha]. Encuesta nacional de consumo ...

empresas de ese país en otras localidades. A esta exposición habría que añadir 4 horas 20 minutos más de programación dirigida al público adulto. Dicho de otra manera, 13 horas de la programación diaria de canal 5 está sustentada en producciones de Estados Unidos.³⁵

La televisión abierta³⁶ ha contribuido y contribuye a normalizar una relación de clara dominación cultural por parte de Estados Unidos, de un neocolonialismo cultural que tiene entre sus principales vías de expansión a la televisión mexicana. Fidel Castro lo había advertido desde 1998:

Ustedes pueden hacer la prueba. Le pueden preguntar a muchos niños, por ejemplo, a muchos niños mexicanos, quiénes fueron los padres fundadores de la patria y es posible que muchos no lo sepan, pero sepan en cambio quién es Mickey Mouse, quiénes son todos los personajes principales de los dibujos animados procedentes de Estados Unidos; y lo mismo pasa con el resto de América Latina. Es una verdad que conduce a una pérdida tremenda de la identidad.³⁷

La constante en la televisión mexicana es que el monopolio que detenta las concesiones y la infraestructura de distribución se encuentre estructuralmente ligado a las empresas de bienes de consumo y de servicios masivos, las principales anunciantes históricamente, lo que en buena medida crea un vínculo estructural, duradero con una fracción muy importante del capital transnacional que opera en el país y, en términos generales, con el capital monopolista de origen nacional. Otro vínculo permanente se ha creado con el Estado, ya que por medio de la publicidad que emite, también se ha convertido en un “socio” permanente del monopolio que controla la televisión en el país.³⁸

Esta investigación trata, precisamente, de la forma en que se constituyó la televisión

³⁵ Los cálculos se realizaron con la información publicada en el sitio del canal 5 correspondiente a la semana del 5 al 12 de febrero de 2018. Véase: GRUPO TELEVISIA, [sin fecha]. Programación | Canal 5. *Televisa.com* [en línea]. [Consulta: 6 febrero 2018]. Disponible en: <http://www.televisa.com/canal5/programacion/index.html>. El origen de la programación se estableció consultando IMDB.COM, INC., [sin fecha]. IMDb. *IMDb - Movies, TV and Celebrities* [en línea]. [Consulta: 5 febrero 2018]. Disponible en: www.imdb.com.

³⁶ Cabe resaltar que además hasta 2016 se difundía, por la televisión de paga, la señal de 110 canales de televisión originados en los Estados Unidos. Véase: VIDAL BONIFAZ, F., 2017. Canales de televisión de paga, 2016. *La Rueda de la Fortuna* [en línea]. [Consulta: 6 febrero 2018]. Disponible en: <https://ruedadelafortuna.com.mx/2017/01/18/canales-de-televison-de-paga-2016/>.

³⁷ APONTE, D., BECERRIL, A. y URRUTIA, A., 1998. Cuba ya respondió de modo oficial a México sobre las palabras de Castro. *La Jornada* [en línea]. [Consulta: 4 febrero 2018]. Disponible en: <http://www.jornada.com.mx/1998/12/10/cuba.html>.

³⁸ El gobierno federal mexicano invirtió 5.9 mil millones de dólares en publicidad entre 2004 y 2016, lo que equivale al 10% de todo el mercado publicitario nacional en el periodo. Cálculos propios.

mexicana en un poderoso instrumento de difusión de ideas y de cómo su desarrollo histórico estuvo condicionado, desde su nacimiento, por una estructura monopólica. Pese a todo, el monopolio es un atributo que se extiende por toda la historia de la televisión mundial, la que emprendió su verdadera expansión a finales de la Segunda Guerra Mundial, cuando la economía capitalista estaba ya dominada por grandes empresas privadas.

En la actualidad, predominan las grandes cadenas o *networks* en los Estados Unidos que pertenecen a conglomerados mediáticos. NBC es una división de Comcast; CBS está fuertemente ligada al consorcio Viacom³⁹; ABC es filial de Walt Disney Co. y Fox es parte del conglomerado 21st. Century Fox⁴⁰. En Brasil, el poderoso grupo Globo domina en la televisión local; el Grupo Clarín lo hace en Argentina; en México, ha sido un terreno controlado por Televisa a lo largo de su historia; se trata de nuevo, de grandes empresas diversificadas.

Con el desmantelamiento del bloque socialista y los procesos de privatización avanzó también la importancia del capital privado en la televisión europea. Baste con mencionar el alcance que ha logrado el consorcio Fininvest, capitaneado por Silvio Berlusconi, en la televisión italiana por medio de un brazo específico: Mediaset. En Francia, el Grupo Bouygues, un conglomerado industrial, controla la televisora TF1 desde de su privatización en 1987. En España, han tomado posiciones privilegiadas las firmas privadas Atresmedia y Mediaset.

Hasta aquí, estamos hablando de la televisión gratuita, por aire o abierta, si incluyéramos a la televisión de paga, se mantendría inalterada la realidad actual: la televisión es un asunto de monopolios.

1.3. El monopolio

Es muy probable que no exista en la actualidad una categoría económica tan trascendente y a la vez segregada, como es la de capital monopolista, o simplemente, la de monopolio. El monopolio—hoy gran corporación transnacional— lo domina todo, extiende sus tentáculos a través de toda la estructura económica, condiciona la vida de millones de personas, de naciones y Estados y, sin embargo, es frecuentemente puesto a un lado cuando se realiza al

³⁹ Conocido mundialmente por su canal musical para la televisión de paga: MTV.

⁴⁰ La cadena ABC opera 8 estaciones propias y tiene 242 afiliadas; CBS mantiene 30 estaciones propias y 200 afiliadas; Fox controla 28 estaciones propias y tiene 208 afiliadas, y NBC posee—sumando a Tele-mundo— 27 estaciones propias y 200 afiliadas.

análisis del desarrollo de una actividad económica específica.

La definición básica del monopolio —“situación de mercado en que la oferta de un producto se reduce a un solo vendedor”⁴¹— se remonta, de acuerdo con varios autores, al filósofo griego Aristóteles.⁴² Pero esta categoría, como cualquier otra, ajusta su significado a lo largo del tiempo y lo hace con respecto a los giros del lenguaje y a las nuevas realidades económicas. Así, en la antigüedad y en la edad media, algunas actividades consideradas estratégicas para la comunidad se otorgaban en monopolio al poder central; por ejemplo, el monopolio en la administración y distribución de la sal, el mercurio, explosivos, el tabaco, entre muchos otros, en la que predominó el control monopólico como forma de distribución. Así, los monopolios que existían antes del predominio del capitalismo llaman la atención de varias generaciones de pensadores y actores políticos. Desde los tiempos del Imperio Romano, se hacía énfasis en que “[...] todos los monopolios y conspiraciones para subir el precio eran ilegales”.⁴³ El fenómeno, hasta aquí, quedaba restringido al ámbito de la circulación de mercancías y, como el propio mercado —el intercambio de mercancías— era un hecho secundario en la reproducción social, la aparición de prácticas monopólicas también lo eran.

El pensamiento económico medieval —siglo XIII— enfocó el asunto del monopolio como un problema ético y legal vinculado a la fijación de un precio justo, “[...] por la valoración gratuita de compradores y vendedores, o, en otras palabras, por la interacción de las fuerzas de la oferta y la demanda [...]”.⁴⁴ La discriminación de precios y los monopolios eran considerados prácticas “diabólicas” que generaban ganancias mal habidas, pues todavía la oferta y demanda no eran un sistema integrado y general como mecanismo en la fijación de precios. Como lo ha sintetizado De Roover, los monopolios gozaban de la reprobación universal en la edad media.

No parece existir una valoración ética diferente en el enfoque esencial en las épocas subsecuentes, pero se modifica la argumentación racional de su papel y las consideraciones

⁴¹ REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, [sin fecha]. Diccionario de la lengua española - Edición del Tricentenario. *Diccionario de la lengua española* [en línea]. [Consulta: 20 octubre 2017]. Disponible en: <http://dle.rae.es/?id=PhDoQIK>.

⁴² DE ROOVER, R., 1951. Monopoly theory prior to Adam Smith: a revision. En: Oxford, Oxford University Press, *The Quarterly Journal of Economics*, vol. 65, no. 4, p. 492.

⁴³ *Ibid.*, p. 493.

⁴⁴ *Ibid.*, p. 496.

sobre sus efectos económicos negativos.

Una vez que se desencadenó el comercio mundial y durante el mercantilismo, aparecieron nuevos matices sobre el papel de los monopolios. Es el caso de Leonardus Lessius, representante de la escuela moral en el siglo XVII, que avanza en la definición de cuatro tipos de monopolios o variantes de las prácticas monopólicas: 1.- los vendedores conspiran para establecer un precio mínimo, 2.- el que se establece por el privilegio de un Príncipe, 3.- compra y acaparamiento de un producto y su venta hasta que se incremente su precio, y 4.- impedir la importación de una mercancía.⁴⁵

Parece lógico que, en pleno auge del comercio mercantil, el asunto del monopolio siga estando referido, casi en exclusiva, a las prácticas comerciales. Incluso Lessius añade otra variante: cuando los compradores se reúnen para bajar el precio de los bienes o servicios que se les ofrecen. Dicho de otra manera, al monopolio habría que agregar una variante el monopsonio. La constante, repetimos, en la etapa mercantilista, es la de asignar al monopolio una categoría que se circunscribe a la circulación mercantil.

El pensamiento de la etapa capitalista, cuando el mercado adquiere carta de naturalización basado en el florecimiento de la libre competencia, parece apegarse a un axioma donde, por definición, ningún comprador o vendedor tiene capacidad de fijar el precio. A lo que habría que añadir algunas características más de un mercado de libre competencia: amplio número de compradores y de vendedores de productos idénticos; libre entrada y salida del mercado, por parte de oferentes y demandantes; los agentes que ya operan no tienen ventajas respecto a los nuevos y, existe una transparencia de la información sobre los precios.⁴⁶ De hecho, Smith, Ricardo y Marx consideran a la competencia como un acicate de la innovación.

En términos generales, el monopolio suele estar definido como una anomalía del funcionamiento del mercado, como lo señala Guerrero-Jiménez, en relación con la forma en que lo conceptualizan Smith y Ricardo. Por su parte, Stigler explica una parte importante del pensamiento clásico que se extiende hasta nuestros días: “Antes y durante el periodo

⁴⁵ *Ibid.*, pp. 499-500.

⁴⁶ PARKIN, M. 2009. *Economía*. México: Pearson Educación, p 240.

de la economía clásica (aproximadamente 1776-1850), era difundido que la gente creyera que este proceso de monopolios sería erosionado por nuevos competidores. Los únicos monopolios que podían persistir pensaban, eran aquellos que conseguían que el gobierno excluyera a los rivales”.⁴⁷ Dicho de otra manera, en condiciones de libre competencia, el monopolio —referido esencialmente a la capacidad de controlar los precios—, es un hecho excepcional que rompe con la armonía del mercado.

Pese a todo, hacia mediados del siglo XIX las condiciones de la economía comienzan a modificarse y el pensamiento económico, también. El pensador alemán Carlos Marx publicó el primer tomo de *El Capital* en 1867. Justo en ese momento, el capitalismo de la libre competencia alcanza su pináculo y comenzaban a aparecer nuevos fenómenos. En esta obra se destaca que el capital, es decir el valor que tiene capacidad de autovalorizarse, estaba sujeto a dos procesos que forman parte ineludible de su acumulación, es decir, su reproducción. De un lado se encuentra la tendencia al crecimiento natural del capital, como consecuencia de que una porción del plusvalor regresa al proceso productivo como nuevo capital, estamos hablando del proceso de concentración.

Todo capital individual —dice Marx— es una concentración mayor o menor de medios de producción, con el comando correspondiente sobre un ejército mayor o menor de obreros. Amplía, con la masa acrecentada de la riqueza que funciona como capital, su concentración en las manos de los capitalistas individuales y por tanto el fundamento de la producción en gran escala y los métodos de producción específicamente capitalistas.⁴⁸

Otra fuente del acrecentamiento del capital es la que resulta por la suma, reunión o fusión de capitales que, en lugar de competir entre sí, se unen para formar una unidad de capital más robusta dando lugar al proceso de centralización

Contra [el] fraccionamiento del capital global social en muchos capitales individuales, o contra la repulsión de sus fracciones entre sí, opera la atracción de las mismas. Ya no se trata de una concentración simple de los medios de producción y del comando sobre el trabajo, idéntica a la acumulación. Es una concentración de capitales ya formados, la abolición de su autonomía individual, la expropiación del capitalista por el capitalista, la transformación de muchos capitales menores en pocos capitales mayores. [...] presuponiendo solamente una distribución modificada de los capitales ya existentes y en funcionamiento, su campo de acción no está circunscrito por el crecimiento absoluto de la riqueza social o por los límites absolutos de la acumulación. Si el capital se dilata

⁴⁷ STIGLER, G.J., 2008. Monopoly. *The Concise Encyclopedia of Economics* [en línea]. Library of Economics and Liberty. Disponible en: <http://www.econlib.org/library/Enc/Monopoly.html>.

⁴⁸ MARX, K., 1977. *El Capital*. 5ª edición. México: Siglo XXI Editores. Volumen 1, p. 777.

aquí, controlado por una mano, hasta convertirse en una gran masa, es porque allí lo pierden muchas manos. Se trata de la centralización.⁴⁹

El desarrollo de la acumulación de capital produce los movimientos constantes que explican las raíces de los monopolios: la concentración y la centralización, procesos que a fines del siglo XIX e inicios del XX, junto con la exportación de capitales y la fusión entre capital productivo y financiero, dan lugar a la era imperialista.

El propio crecimiento del capital, en la sociedad capitalista y el desarrollo general del orden legal que la acompaña, propició la generalización de la forma que garantiza la sanción jurídica para el desarrollo de la concentración y centralización del capital: la sociedad por acciones. Si bien existen antecedentes de esta forma jurídica desde el siglo XVI,⁵⁰ es hasta mediados del siglo XIX (1856) que esta estructura cobrará carta de naturalización en Inglaterra, de ahí pasará a Francia, Estados Unidos y se generaliza en Europa.⁵¹ Gracias a esta forma jurídica, el capitalista individual podía poseer el total de las acciones representativas de la corporación o empresa por acciones, o si se reunían capitales de varias personas, a cada una correspondía la parte alícuota de las acciones en proporción a la masa de su capital aportado. El “capital individual” podía transformarse en “capital colectivo”.

Todo indica que, en el último tercio del siglo XIX, precisamente en la época que Marx culmina *El Capital*, el propio proceso de acumulación comienza a generar nuevos rasgos distintivos que caracterizarían la nueva etapa histórica de la sociedad capitalista. Marx, al finalizar su vida, se interrogaba en qué medida el proceso de concentración y centralización, con el surgimiento de las sociedades anónimas, daban lugar a un nuevo tipo de capitalismo, relativamente distinto del que él había descrito, aunque sólo logro esbozar algunas de las diferencias respecto del capitalismo competitivo.

Otros autores también advierten cambios en la operación de la sociedad y economía capitalista, y empiezan a utilizar la palabra “imperialismo” para dar cuenta de estos⁵². El

⁴⁹ *Ibid.*, p. 778.

⁵⁰ HICKSON, C.R. y TURNER, J.D., 2005. Corporation or Limited Liability Company. *Encyclopedia of World Trade since 1450*. New York: Macmillan Reference, p. 2.

⁵¹ *Ibid.*, p. 7. Comín añade que en esa época también se aprobaron las leyes de quiebras, patentes y derechos de autor. Véase: COMÍN, F., 2010. La segunda industrialización en el marco de la primera globalización (1870-1913). *Historia económica mundial*. Barcelona: Crítica, pp. 240-286.

⁵² AGUILAR MONTEVERDE, A., 1978. *Teoría leninista del imperialismo*. México: Editorial Nuestro

imperialismo implica no solamente una modificación en el funcionamiento del capitalismo, sino también en las relaciones entre los estados-nación. En la segunda mitad del siglo XIX se consolidan los estados-nación independientes (en América Latina tras las revoluciones de independencia y en Europa con la unificación alemana e italiana) pero ya en el último tercio del siglo XIX, con la configuración del imperialismo –nuevo tipo de desarrollo del capitalismo— se modificaron las áreas de influencia, dominio y subordinación, dando lugar a nuevas formas de colonialismo (neocolonialismo) al mismo tiempo que presionó para la desintegración de viejos imperios –como el austrohúngaro y el otomano— lo que dio la pauta a la aparición de nuevas “potencias” que reclaman su área de influencia y dominio sobre otras áreas geográficas, modificando el orden geopolítico.

Es hasta 1908 que el inglés John Atkinson Hobson publica su célebre *Estudio del imperialismo*. Para él y desde el punto de vista económico, una de las características más importantes de la nueva etapa que se ha desarrollado, especialmente en los Estados Unidos, es:

Una época de competencia a muerte, seguida por un rápido proceso de fusión de empresas, que sirvieron para poner en manos de unos pocos capitanes de la industria una enorme cantidad de riqueza. Por dispendiosa que fuera la forma de vida de este grupo social de empresarios, sus ingresos eran siempre muy superiores a los gastos y, en consecuencia, apareció y se consolidó un proceso de ahorro automático de una magnitud sin precedentes. La inversión de este ahorro en otras industrias contribuyó a poner a éstas bajo el control de las mismas fuerzas fusionadoras de empresas.⁵³

A ese conjunto de capitales fusionados, que pusieron en muy pocas manos cantidades enormes de riqueza –como dice Hobson—, que se apoyó para ello en la sociedad por acciones, dio lugar al nacimiento de la empresa industrial moderna –como la llamaría Alfred Chandler— o, en términos generales, la gran empresa moderna.⁵⁴

Es el surgimiento de lo que también se puede llamar la corporación, la nueva forma de gestión del capital, con la que el capital colectivo adquiere primacía sobre los capitales individuales. Este nuevo tipo de capital logra una movilidad que trascendía las fronteras de origen y con ello el potencial de controlar la producción de la rama y la reproducción económica de los espacios en que asentaba; surgía con ello la empresa multinacional o

Tiempo, p. 106.

⁵³ HOBSON, J.A., 1981. *Estudio del imperialismo...*, p. 89.

⁵⁴ CHANDLER, A., HIKINO, T. y PASCUAL, J., 1996. *Escala y diversificación: la dinámica del capitalismo industrial*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza. Ciencias sociales: 26, p. 11.

transnacional, nacían, en una palabra, los monopolios y el neocolonialismo económico como base de las fuerzas imperialistas. Desde una perspectiva marxista serán Hilferding y posteriormente Lenin quienes caracterizarían la nueva etapa del capitalismo como imperialista, y como la fase en la que el dominio de los monopolios imprime su dinámica a la producción social; las grandes empresas empiezan a funcionar en más de un estado nacional, es decir, se trata de empresas multinacionales, multiproducto, multiunidades, cuya fusión con el capital bancario y la expansión del mercado de capitales vía la compra-venta de acciones, potenció su crecimiento.

En el último tercio del siglo XIX el fundamento de la operación y poder de las grandes empresas modernas, de los monopolios modernos, no se encuentra esencialmente en la órbita de la circulación de las mercancías –capacidad de manipulación de los precios y de mercados–, sino que su poderío se finca en la acumulación de masas crecientes de capital productivo, de riqueza capaz de autovalorizarse.

Este capital acumulado en cada vez menos manos mantiene una tendencia constante a la concentración y centralización, una especie de ciclo perpetuo que ocasionalmente puede ser interrumpido por varios eventos, especialmente por la regulación gubernamental, por las crisis y por el surgimiento de nuevas tecnologías en nuevas ramas.

La forma legal en que se organiza el capital monopolista es por medio de la gran empresa moderna, que además le dota de una estructura administrativa ágil y flexible que, precisamente, le permite su continua expansión. En términos históricos, las diferentes empresas que operaban en la etapa de libre competencia del capitalismo fueron diferenciándose, entre otras razones, por la escala en la que realizaban sus operaciones. A partir de los estudios realizados por Chandler⁵⁵ y Baran y Sweezy⁵⁶, cuando analizaron las particularidades de los monopolios, es viable describir algunas de las características básicas de las unidades económicas de las empresas típicas de la fase de libre competencia:

- Operaban en una rama específica de la producción con una gama limitada de productos.

⁵⁵ CHANDLER, A., 1996. *Escala y...*

⁵⁶ BARAN, P.A. y SWEEZY, P.M., 1988. *El capital...*

- La escala de operación era apta para que las unidades individuales administradas familiarmente, pudieran tener una participación en el mercado sin impacto en el precio.
- La producción de un bien solía hacerse en una sola unidad o en relativamente pocas, y los servicios tenían un alcance territorial delimitado.
- Predominaba la especialización de los capitales para realizar diversas funciones de la reproducción social: algunos exclusivamente producían, otros se encargaban de la distribución; otros más, operaban en la órbita financiera.
- Las empresas o los capitales no recurrían a la inversión fuera de sus fronteras nacionales o lo hacían ocasionalmente.
- La competencia entre los productores servía como mecanismo para la fijación de los precios y como acicate para la innovación.
- Las empresas eran dirigidas, generalmente por sus dueños, y sólo en casos aislados recurrían a una dirección profesional que no poseyera parte del capital de esta.

También en el último tercio del siglo XIX y como fruto de una serie de transformaciones en los medios de transporte y en la maquinaria –energía eléctrica– se registró la primera oleada de automatización. Adicionalmente, las modificaciones registradas en la organización industrial, con el fortalecimiento de las sociedades anónimas, que transformó la forma de gestión y marcó la pauta para el nacimiento de la gran empresa moderna, convirtiéndola en el eje de la acumulación monopolista.

El capital monopolista se asienta sobre la base de grandes unidades productivas, es por esta razón que una de sus primeras características es la producción y la distribución masivas. Históricamente los monopolios surgen de empresas que logran importantes incrementos en su escala de operación (integración vertical u horizontal y desde la producción hasta los servicios) y que posteriormente se involucran en procesos de combinación. Esto último incluye desde la compra parcial o total de otras empresas hasta la fusión entre las mismas. El objetivo está encaminado a formar unidades económicas capaces de mantener flujos continuos de producción y abasto de materias primas. La expansión productiva y la

mayor magnitud de las mismas les otorga el control de la producción y distribución de los bienes o servicios de una —o varias— rama(s) considerada(s) estratégica(s), lo que llevó en un primer momento, como señala Chandler, a la que las compañías se orientaron a garantizar un sistema de flujos continuo (desde las materias primas hasta la venta del producto o servicio).⁵⁷ En el caso de Estados Unidos, la aparición de las grandes unidades productivas se desarrolla en el seno de la producción manufacturera, pero la gran empresa moderna también extiende sus dominios a los transportes y más tarde, al comercio y los servicios.

Como lo establecen Baran y Sweezy:

Hoy la unidad económica típica en el mundo capitalista no es la pequeña firma que produce una fracción insignificante de una producción homogénea para un mercado anónimo, sino la empresa en gran escala que produce una parte importante del producto de una industria, o de varias industrias, y que es capaz de controlar el precio, el volumen de su producción y los tipos y cantidades de sus inversiones. La unidad económica típica, en otras palabras, tiene los atributos que alguna vez se pensó que eran privativos de los monopolios [...].⁵⁸

Los mismos autores añaden elementos adicionales a la escala de operación: “Pero la magnitud no es el único índice de la posición de una empresa; ésta es una simplificación. Otros índices importantes son la tasa de crecimiento y la fuerza, medida por normas tales como el crédito y el precio de los valores de la empresa”.⁵⁹ Adicionalmente el desempeño de la moderna corporación no sólo implica la concentración de enormes sumas de capital bajo la forma de medios de producción, significa también la reunión de grandes cantidades de fuerza de trabajo subordinadas a un mando único.

Otra característica de las grandes empresas es que tienden a operar en varias unidades, se han transformado en empresas multiunidades. Puede ser varias plantas industriales, o diversas líneas de transportes, generando importantes redes de telecomunicaciones o varias unidades comerciales. En términos de Chandler:

[...] la empresa industrial moderna, puede definirse como una **agrupación de unidades operativas** cada una de ellas con sus propios medios y personal, cuyos recursos y actividades combinados **se coordinan, controlan y asignan por medio de una jerarquía de directivos de nivel medio y alto**. Es la existencia de esta jerarquía la que hace que las actividades y operaciones de la empresa en su conjunto sea algo más que la mera suma

⁵⁷ CHANDLER, A., 1996. *Escala y...*, Tomo I, p. 16.

⁵⁸ BARAN, P.A. y SWEEZY, P.M., 1988. *El capital...*, p. 10.

⁵⁹ *Ibíd.*, p. 37.

de las de sus unidades operativas.⁶⁰

Esta característica no excluye la posibilidad de que exista un consorcio monopolístico, ya sea por la intensidad del capital que requiere la operación o por sus características técnicas mismas, que opere en una sola unidad de producción o servicio.

Las empresas monopolistas que operan a gran escala tienen la posibilidad técnica de organizar la logística del abasto y la producción, lo que les permite desarrollarse como empresas multiproducto o multiservicios, con la generación de una gama de productos o servicios más amplia que la empresa individual. Esta posibilidad no es ilimitada y depende —en buena medida— de las características técnicas de la producción, por esta razón se presenta con mayor facilidad entre las compañías de bienes de consumo, o las que comparten el uso de materiales semejantes:

Las economías de producción conjunta, o de diversificación, también permitieron una significativa reducción de costes [...] El aumento en el número de productos elaborados simultáneamente en la misma fábrica redujo los costes unitarios de cada producto.⁶¹

La escala en la que operan las grandes unidades económicas, la posibilidad de articular bajo un mismo manto diversas fases del proceso de reproducción y la posibilidad de ofrecer una gama diversa de productos, conducen a que este tipo de compañías tiendan a operar en varias localidades (o naciones) a la vez, haciendo de estas empresas las típicas empresas multilocalidades o multinacionales. Gracias a los avances técnicos, a la flexibilidad para el establecimiento de algunas unidades económicas —especialmente en el caso de las manufacturas— y al desarrollo de modernos sistemas de transporte y telecomunicaciones, la gran empresa moderna está inmersa en un continuo proceso de localización y relocalización de sus diversas unidades de negocios. El establecimiento de diversas unidades, incluso más allá de las fronteras nacionales, forma parte del comportamiento natural de la moderna corporación de la etapa imperialista. De hecho, esta tendencia a que la empresa local se transforme en multinacional está en el origen de la llamada exportación de capital, uno de los rasgos del imperialismo (Hobson, Lenin, Bujarin). Lenin lo sintetiza de esta forma: “Lo que caracterizaba al viejo capitalismo, en el cual dominaba plenamente la libre competencia,

⁶⁰ CHANDLER, A., 1996. *Escala y...*, Tomo I, p. 28. Los énfasis son míos.

⁶¹ *Ibid.*, p. 38.

era la exportación de mercancías. Lo que caracteriza al capitalismo moderno, en el que impera el monopolio, es la exportación de capital”.⁶²

Se trata de corporaciones muy robustas que operan en varios países y que en las condiciones actuales se caracterizan por:⁶³

- Todas sus operaciones se coordinan desde un centro: la casa matriz, establecida generalmente como la sede.
- Las filiales que están establecidas en cada país operan de acuerdo con un plan establecido por el centro de mando.
- Salen del país de origen en la búsqueda de incrementar su actividad empresarial; reducir sus costos y, en esa medida, elevar sus ganancias.
- Pueden operar coordinadamente gracias al desarrollo de las telecomunicaciones. Las tecnologías de la información y las mejoras en los transportes y, en general, de la logística han permitido coordinar en tiempo real las actividades, pasando por distintas modalidades.
- Tienen la suficiente flexibilidad para establecer bases en diferentes países o retirarlas, en función de los intereses globales del consorcio.
- Las multinacionales tienen una importancia mayor en la vida de las economías nacionales y de la economía mundial.

En términos históricos, como explica Tugendhat:

[...] En 1867, la compañía estadounidense de máquinas de coser Singer montó su primera fábrica extranjera en Glasgow. Singer fue la primera empresa que se dedicó a fabricar y vender en masa un producto de características casi idénticas y con el mismo nombre comercial a través del mundo. Tiene, por tanto, el máximo derecho a ser considerada como la primera empresa multinacional.⁶⁴

La capacidad de operar a gran escala y de diversificar su producción, permitió a la gran corporación avanzar en la integración de las diferentes etapas de reproducción del capital. De esta forma, existe una tendencia a integrar bajo el manto del consorcio a la producción,

⁶² LENIN, V.I., a. El imperialismo, fase superior del capitalismo. (Esbozo popular). *Obras escogidas en tres tomos*. Moscú: Editorial Progreso, pp. 689-798.

⁶³ TUGENDHAT, C., 1973. Antecedentes históricos. *Las empresas multinacionales*. Madrid: Alianza Editorial, pp. 27-29

⁶⁴ *Ibid.*, p. 29.

abasto de las materias primas (el aprovisionamiento); y la fase posterior del proceso productivo, la distribución,⁶⁵ fincada parte de su existencia en la integración vertical, horizontal, o la combinación de ambas.

Esta posibilidad de integración de las diferentes funciones técnicas de la reproducción es un sello distintivo del capital monopolista, al que se añaden dos rasgos propios de la época de las grandes unidades económicas. Uno es el papel que juega la publicidad y las campañas de ventas, pues gracias a estas “[...] las empresas relativamente grandes están en posición de ejercer una poderosa influencia sobre el mercado [...]”⁶⁶. El otro rasgo es que las grandes unidades económicas tienden a realizar también funciones financieras ya sea aliándose o fusionando sus capitales con el capital bancario, dando lugar al surgimiento del capital financiero o bien consiguiendo sus propias fuentes de financiamiento a través del mercado de valores, emitiendo acciones o bonos. Así la gran empresa moderna vende parte de su capital a los inversionistas, pero adquiere liquidez a través de la venta de acciones y con ello puede ampliar su capital social, lo que dio lugar a un activo mercado de activos corporativos. Por su parte, el capital bancario sirvió como apoyo para el nacimiento de varias de las grandes empresas que hasta hoy subsisten en las economías desarrolladas, especialmente cuando proporcionaba financiamiento a una compañía que adquiriría a otra o para realizar fusiones u absorciones.

La otra tendencia en que se expresa el desarrollo de la gran empresa es la diversificación horizontal o conglomeración. Si la posibilidad de abarcar todas las fases del proceso de reproducción de una actividad específica tiene una base técnica, es decir, la posibilidad de operar desde el abastecimiento de las materias primas hasta la comercialización del bien o del servicio, esta no es la única vía del crecimiento de los monopolios. Gracias al propio incremento del capital acumulado y a la necesidad de buscar nuevas áreas para la obtención de ganancias, las grandes unidades de producción tienden a expandirse hacia actividades más alejadas de su labor originaria. Se trata del surgimiento del conglomerado:

[...] término muy extendido en EE. UU. para referirse al conjunto de empresas interrelacionadas por vínculos de propiedad (intercambio de acciones, relaciones vía holdings,

⁶⁵ CHANDLER, A., 1996. *Escala y...*, Tomo I, p. 46.

⁶⁶ BARAN, P.A. y SWEEZY, P.M., 1988. *El capital...*, p. 96.

etc.) y que suponen una agrupación con manifestaciones horizontales (empresas distintas de un mismo sector [...]) y verticales (empresas de distintos sectores interindustriales conectadas).⁶⁷

Lo que prevalece es la necesidad del capital de autovalorizarse, sin importar si lo realiza en el área de actividad en que se originó o en otra área. De hecho, en los años 80 se actualizó la idea de diversificar los portafolios de inversiones para prevenir y protegerse de los riesgos crecientes. El capital industrial, comercial o de los servicios que actúa de esta manera, requiere montos crecientes de dinero y financiamiento que lo llevan a emparenarse cada vez más con el capital bancario y realizar operaciones en el mercado de valores (bonos, acciones y otros instrumentos bursátiles).

Este proceso fue dibujado desde principios del siglo XX por diversos pensadores entre los que se encontraba Bujarin que lo expresa de la siguiente forma: “Detrás de los cárteles y *trusts* se encuentran bancos que los financian. El capital bancario se transforma en capital industrial –vía el financiamiento— y se constituye en una categoría especial de capital financiero”.⁶⁸ Pero fue el economista austríaco Rudolf Hilferding el primero en desarrollar con mayor precisión lo que entendía por capital financiero:

Llamo capital financiero al capital bancario, esto es, capital en forma de dinero, que de este modo se transforma realmente en capital industrial. Frente a los propietarios mantiene siempre la forma de dinero, es invertido por ellos en forma de capital monetario, de capital productor de intereses, y puede retirarlo siempre en forma de dinero. Pero, en realidad, la mayor parte del capital invertido así en los bancos se ha transformado en capital industrial, productivo (medios de producción y fuerza de trabajo), y se ha inmovilizado en el proceso de producción. Una parte cada vez mayor del capital empleado en la industria es capital financiero, capital a disposición de los bancos y utilizado por los industriales.⁶⁹

Hilferding se refería a un nuevo tipo de relación entre las unidades de producción de gran tamaño y los bancos. Estos últimos destinan cuantiosos recursos –vía crédito o por la compra de acciones— a los monopolios que operan en la industria, el comercio o los servicios. Pero esto es sólo el principio del asunto. En realidad, los propios bancos tienden a

⁶⁷ TAMAMES, R. y GALLEGO, S., 2006. *Diccionario de economía y finanzas*. 13. Madrid: Alianza Editorial, p. 214.

⁶⁸ BUJARIN, N.I., 1976. *La economía mundial y el imperialismo*. 3ª. edición. México: Siglo XXI Editores. Cuadernos de Pasado y Presente, 21, p. 76.

⁶⁹ HILFERDING, R., 1971. Los monopolios capitalistas y los bancos. Transformación del capital en capital financiero. En: *El Capital financiero*. La Habana: Instituto Cubano del Libro, pp. 253-254.

convertirse en grandes empresas, unidades de crédito de gran tamaño: multiunidades, multiservicios, multilocalidades, multinacionales, gestionadas jerárquicamente, por personal profesionalizado, técnicamente y especializado en gestión y bajo la supervisión del centro o núcleo de mando (casa matriz o sede). Su marca, se da conocer y adquiere prestigio, confianza, *goodwill*, en buena medida por medios publicitarios que también están gestionados por profesionales, e invierten en la infraestructura que requieren para su ampliación (sucursales, cajeros automáticos etc.). Los bancos suelen ser los cimientos de las corporaciones y grupos financieros que involucran a unidades que además operan en otros segmentos como los mercados de valores –acciones y deuda–, de futuros, materias primas y otros productos financieros.

Además, las grandes unidades económicas de la producción, comercio y servicios no financieros, a medida que incrementan su volumen y complejidad –especialmente los que se conglomeran– tienden a realizar continuamente diversas operaciones financieras, lo que implica que obtienen ganancias, tanto de sus operaciones tradicionales, como de los fondos que tienen destinados para realizar inversiones financieras.

[...] lo esencial –dice Aguilar– es que el nuevo modo de entrelazamiento o ‘ensambladura’ del capital consistirá en que la función propiamente financiera y la productiva se fundan en una sola entidad, es decir, en un consorcio o complejo monopolístico.⁷⁰

En el extremo, la gran corporación moderna está penetrando cada vez más actividades de la esfera financiera con el fin de obtener ganancias permanentes de las mismas, lo que se conoce en la actualidad como uno de los componentes del proceso de financiarización.⁷¹

Adicionalmente a este proceso, debe de tomarse en cuenta que el capital bancario y otro tipo de corporaciones financieras, se vincula estrechamente con la actividad económica y financiera del Estado. La propia entidad estatal traslada enormes sumas de recursos

⁷⁰ AGUILAR MONTEVERDE, A., 1975. La oligarquía. *La oligarquía, la burguesía y el estado*. 3a. México: Editorial Nuestro Tiempo, p. 93.

⁷¹ Se trata de un proceso global en el que aumenta aceleradamente la importancia de las actividades e instituciones financieras en la economía mundial, las grandes firmas de inversiones tienden a tener un rol más importante dentro de las empresas no financieras y en estas últimas las operaciones financieras tienden a generar importantes ganancias. Epstein lo resume así: “el creciente rol de los motivos financieros, los mercados financieros, los actores financieros y las instituciones financieras en las operaciones de las economías nacionales e internacional”. Véase: SAWYER, M., 2013. What Is financialization? *International Journal of Political Economy*, vol. 42, no. 4, pp. 5-18.

a la actividad económica y, especialmente, hacia la gran empresa moderna. En última instancia se trata de que:

[...] la clase en el poder crea un vasto y costoso aparato de intermediación que desborda el sistema de crédito clásico y que no sólo tiende, a la manera tradicional, a 'convertir el capital inactivo en activo', sino a poner a disposición de los capitalistas [...] la mayor parte del excedente económico y de la riqueza social.⁷²

Este conjunto de tendencias es a lo que se puede llamar capital financiero y es característico de la etapa madura del capitalismo.

Otro de los aspectos clave de la etapa monopolista es la influencia de las grandes unidades económicas en la formación de los precios y su capacidad para administrarlos, convirtiéndose en administradoras de precios lo que da pauta a la apropiación recurrente de una masa mayor de la ganancia. Los precios dejan de ser un mecanismo de la competencia y, se convierten en una herramienta para que los grandes negocios puedan obtener mayores utilidades y acumular más capital. "Cuando decimos que las corporaciones gigantes son artífices de precios, queremos decir que ellas pueden y eligen los precios que han de cobrar por sus productos. Hay por supuesto límites a su capacidad de elección [...]"⁷³

Por diversas vías, tanto por la administración de precios, como por el fruto de la concentración y centralización, los nuevos capitales de las grandes unidades económicas concentran una porción cada vez mayor de la riqueza social, no sólo en forma de activos, sino también en forma de ganancias, aún a costa de los capitales que no se han integrado a los monopolios. La ganancia extraordinaria se convierte en un mecanismo esencial y permanente de su funcionamiento.

[...] Aunque la suma de plusvalía producida no acuse aumento [...] los beneficios de los grandes grupos burgueses se hallan entonces al alza. Este excedente de beneficio es obtenido, en gran parte, a expensas de los otros grupos menos fuertes y no 'cartelizados' de la burguesía [...]"⁷⁴.

La existencia de las unidades económicas multiproducto, multiubicación y con una logística de aprovisionamiento y distribución compleja, conlleva a la necesidad de contar con un cuerpo de dirección profesional y especializado –no siempre accionista– separando

⁷² AGUILAR MONTEVERDE, A., 1975. *La oligarquía...*, p. 93.

⁷³ BARAN, P.A. y SWEEZY, P.M., 1988. *El capital...*, p. 50.

⁷⁴ BUJARIN, N.I., 1976. *La economía mundial...*, p. 193.

la función de propietario. De esta forma, recuerda Chandler, se hizo necesaria:

[...] la contratación y organización de los directivos para supervisar las actividades funcionales relacionadas con la fabricación y distribución de un producto, la coordinación y el control del flujo de bienes a través de los procesos y la asignación de recursos para la producción y distribución futuras, sobre la base de la actividad corriente y de la demanda previsible.⁷⁵

La generalización de las jerarquías directivas con alta capacidad técnica, la tecnoburocracia, adquiere mayor importancia a medida que el consorcio crece y se ramifica productiva y geográficamente. La concentración y centralización de mayores masas de capital en las unidades económicas más grandes, produce la separación entre el capital-función y el capital-propiedad. Si en los primeros años de su existencia, las familias fundadoras estaban al frente de la dirección ejecutiva, a medida que se multiplican las funciones de la corporación, la gestión directa comienza a pasar a manos de cuerpos técnicos profesionales, generalmente especializados en funciones específicas, aunque no sean propietarios de acciones de la corporación. Como fruto de este proceso se presenta el proceso de disociación entre el capital-propiedad y el capital-función, esta última, queda en manos de ejecutivos profesionales de tiempo completo.

Una consecuencia de la separación de estas funciones es la aparición de dos órganos característicos de la gran unidad económica de producción: el consejo de administración, en donde pueden aparecer los accionistas originales o fundadores y sus aliados, y el cuerpo de dirección ejecutiva, en el que confluyen los ejecutivos a sueldo del más alto nivel y que pueden o no poseer acciones de la empresa.

El desarrollo del capital monopolista también tiene consecuencias sociales. Tal vez la más visibles es que la enorme concentración de riqueza —en forma de capital— en unas cuantas manos da pie al surgimiento de la oligarquía monopolista, una fracción de la clase capitalista que “[...] absorbe buena parte del ingreso y sobre todo el excedente, y controla, por lo tanto, los principales medios de producción y la mayor parte de la riqueza social”.⁷⁶ La moderna corporación es la base material de la existencia de la oligarquía, y a medida que se separa la propiedad del control de esas corporaciones surgen los capitalistas que se dedican

⁷⁵ CHANDLER, A., 1996. *Escala y...*, Tomo I, p. 51.

⁷⁶ AGUILAR MONTEVERDE, A., 1975. *La oligarquía...*, p. 108.

exclusivamente a la compra venta de valores, de acciones y títulos de deuda: “[...] el sector rentista –dice Lenin–, esto es, de los individuos que viven del ‘corte de cupón’, que no participa para nada en ninguna empresa y cuya profesión es la ociosidad”⁷⁷. Para Keynes estos inversores de capital-dinerario, también eran considerados como rentistas, parasitarios.

Si en su origen, la gran empresa capitalista, se expresó con mayor fuerza en la industria y los transportes, y en países determinados, a medida que se desarrolló el fenómeno comenzó a abarcar otras áreas de la producción social y se extendió a, prácticamente, todos los confines del orbe, convirtiéndose en la fuerza más poderosa que preside los destinos de la moderna economía mundial.

1.4. Los estudios sobre televisión, historia y monopolios

La televisión y el conjunto de fenómenos y tendencias que arrastra consigo, se ha convertido en un tema de análisis para las ciencias sociales y, en general, para los estudiosos de los diversos fenómenos económicos y políticos que se suscitan en el país. No es para menos. La televisión se convirtió en medio siglo en, prácticamente el único medio de difusión masivo que estaba presente en todos los hogares mexicanos y, gracias a su naturaleza y a la peculiar forma en que se estructuró el sistema político y de dominación en el país, en uno de los principales instrumentos para la diseminación de la ideología dominante y para la construcción del consenso.

El Instituto Tecnológico de Occidente –ITESO– se hizo a la tarea de recopilar los estudios sobre los medios de comunicación realizados en México, especialmente de fuente académica y se propuso reunir sus referencias en una base de datos⁷⁸ que acumula 6 mil 220 registros. De este gran total y de acuerdo con la misma fuente se ha publicado 881 trabajos sobre la televisión. Más allá del número, Sánchez Ruiz apunta: “[...] hay que reconocer es que la indagación sobre televisión ocupa un lugar privilegiado dentro de los estudios de la comunicación en México [...]”.⁷⁹

⁷⁷ LENIN, V.I., a. *El imperialismo...*, p. 744

⁷⁸ La base es conocida como CC-doc, Documentación en Ciencias de la Comunicación. Véase: INSTITUTO TECNOLÓGICO DE OCCIDENTE, [sin fecha]. *cc-doc Documentación en Ciencias de la Comunicación*. [en línea]. [Consulta: 4 enero 2105]. Disponible en: <http://ccdoc.iteso.mx/>.

⁷⁹ SÁNCHEZ RUIZ, E. (ed.), 1988. *La Investigación de la Comunicación en México, logros, retos y perspectivas*. México: Edicom/Universidad de Guadalajara, p. 56.

Desde una perspectiva cronológica, puede señalarse que los estudios sobre la televisión comenzaron a aparecer en los años 60, una década después de que el servicio se puso en marcha en las principales ciudades del país. En los años 70 aumenta el número de investigaciones publicadas, sin embargo, es en los años 80 cuando incrementa su volumen al grado de que, en ese entonces se apuntaba: “[...] en ocho años [1980-1988] han salido a la luz muchos más análisis sobre la televisión mexicana que en las dos décadas anteriores juntas [...]”⁸⁰. Son los años del resquebrajamiento de una forma en que se desarrolló la economía mexicana y entró en una severa crisis y, al mismo tiempo, de un importante ajuste en el sistema de dominación, como un todo.

Con base en la catalogación de 267 trabajos –la mayoría de ellos académicos– que abarcan el periodo de 1960 a 1988 (se excluyeron las tesis de licenciatura), Sánchez Ruiz encuentra que la tendencia claramente dominante es la del análisis sobre el efecto causado por las emisiones de televisión en las audiencias y los usos que estas hacen de los mensajes y de la información (40% del total de los estudios), seguida de los que indagan sobre las relaciones entre la televisión y la política (30.7%) y la educación (26.2%). Hasta aquí puede establecerse que tópicos como historia de la televisión representó el 21.3% del total, la organización y funcionamiento de las empresas del ramo 10.5%, y la relación economía-televisión, han atraído en menor medida la atención de los investigadores, solamente el 6.0%, de lo publicado. En términos absolutos, 57 trabajos en los que aparece la historia de la televisión, 28 que aluden a la organización y 16 en los que se refiere a su relación con la economía.⁸¹

En 1989, podía concluirse que: “[...] hay todavía muchas contribuciones por producirse con respecto a la historia de la televisión en México, a pesar de que hemos visto que ha sido bastante investigada también. [...]”⁸² La situación, pese a todo, no parece haber cambiado en los últimos años. La citada base de datos del ITESO incluye 54 trabajos desde 1989 hasta junio de 2015 bajo el rubro de historia de la televisión, el que más nos interesa. Realizando un balance general, ¿cuáles son las principales corrientes o ángulos de las investigaciones que cruzan las temáticas de historia, economía y televisión?

⁸⁰ *Ibíd.*, p. 59.

⁸¹ *Ibíd.*, pp. 61-63.

⁸² *Ibíd.*, p. 74.

Antes de entrar al examen de los textos específicamente enfocados a la temática referida, vale la pena hacer referencia a tres libros que han aportado información valiosa en términos históricos y específicamente sobre el asunto del régimen de propiedad en los medios de comunicación mexicanos. En orden cronológico, destaca en primer lugar la tesis doctoral de Richard Cole, “The mass media in Mexico: ownership and control”⁸³, publicada en 1972; por su parte, Fátima Fernández Christlieb publica en 1982 “Los medios de difusión masiva en México”⁸⁴ y, por último, en 1986, Karim Bohmann da a conocer “Medios de comunicación y sistemas informativos en México”⁸⁵.

Los protagonistas. - Existen varios testimonios de los diferentes protagonistas del desarrollo de la televisión mexicana. Se puede considerar a uno de los primeros textos de este tipo al escrito por José Luis Fernández⁸⁶, un abogado, radiodifusor y persona cercana a la familia Azcárraga⁸⁷ y quien se involucró en la discusión de la Ley Federal de Radio y Televisión que se aprobó en 1960. Locutores y personas que aparecían en las pantallas han publicado sus testimonios sobre su paso por la televisión. En este grupo se encuentra los libros del director de escena Miguel Ángel Villarelo –que utiliza el pseudónimo de Miko Viya⁸⁸– y del locutor Gabino Carrandi.⁸⁹

En esta dirección destaca la biografía de Gonzalo Castellot⁹⁰, primer locutor en aparecer en una transmisión de la televisión comercial en el canal 4. A lo largo del tiempo Castellot llegó a ser un persona relevante en la televisión mexicana, al grado de que durante varios años fue el secretario general del Sindicato Industrial de Trabajadores y Artistas de Televisión y Radio, Similares y Conexos de la República Mexicana (SITATYR), tres veces diputado federal por el PRI⁹¹ (1961-1963; 1979-1982 y 1985-1988), y hasta llegó a ser dueño de una estación

⁸³ COLE, R.R., 1972. *The mass media of Mexico: ownership and control*. Ph. D. S.l.: University of Minnesota.

⁸⁴ FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, F., 2001. *Los medios de difusión masiva en México*. 13a. reimpresión. México: Juan Pablos.

⁸⁵ BOHMANN, K., 1997. *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*. Primera reimpresión. México: Editorial Patria - Alianza Editorial.

⁸⁶ FERNÁNDEZ, J.L., 1960. *Derecho de la radiodifusión*. México: Editorial Olimpo.

⁸⁷ Su relación con los Azcárraga la establece Sánchez Ruiz en su obra ya citada, p. 65.

⁸⁸ VIYA, M., 1979. *La televisión y yo; crónica de la televisión mexicana*. México: Costa-Amic.

⁸⁹ CARRANDI ORTIZ, G., 1986. *Testimonio de la televisión mexicana*. México: Editorial Diana.

⁹⁰ CASTELLOT, G., 1999. *La televisión en México 1950-2000*. México: EDAMEX.

⁹¹ QUILES, A., 2011. Fallece Castellot, pionero de radio y TV en México. *El Universal* [en línea].

de televisión en su natal Colima. La hija de Castellot, Laura, había escrito apenas unos años antes⁹² su tesis de licenciatura con base en entrevistas con diversos iniciadores de la televisión mexicana. En el libro sobresalen pequeñas conversaciones con Rómulo O’Farrill Jr., Andrés García Lavín, Emilio Azcárraga Milmo, Arturo González Camarena –hijo de Guillermo González Camarena—, María Esther Gómez Aguirre, Joaquín Vargas, entre los más importantes.

En al ámbito de la televisión pública, la presentadora Marta de la Lama, que laboró en el canal 13 cuando pasó a manos del Estado, logra una abundante recopilación de testimonios de los trabajadores que, precisamente, laboraron para esa estación⁹³.

Cabe resaltar que ningún empresario importante ha escrito, de puño y letra, algún testimonio sobre su paso por esta actividad económica.

Las biografías. – Los trabajos elaborados por terceros, sobre los protagonistas en el desarrollo de la televisión ha sido, más bien, exiguo. Uno de los personajes más importantes en la historia de la televisión mexicana es Emilio Azcárraga Vidaurreta, fundador de la dinastía familiar, al que María del Carmen Olivares Arriaga le dedicó una biografía publicada hace pocos años.⁹⁴ Se trata más bien de una cronología ampliada sin mayores pretensiones de profundizar en la vida este personaje.

En cambio, al sucesor Azcárraga Vidaurreta, su hijo Emilio Azcárraga Milmo: *El Tigre*, los periodistas Claudia Fernández y Andrew Paxman, le dedican una amplia semblanza.⁹⁵ En el texto se analizan una extensa variedad de problemas y decisiones que enfrentó el heredero de la dinastía Azcárraga, aunque como la mayoría de los testimonios tienen su base en fuentes anónimas, lo que provoca que la información tenga límites para su uso en los trabajos académicos y científicos.

También destaca, a propósito de la trayectoria de las familias empresariales en la

México, 6 agosto 2011. Disponible en: <http://archivo.eluniversal.com.mx/notas/784208.html>.

⁹² CASTELLOT DE BALLIN, L., 1993. *Historia de la televisión en México: narrada por sus protagonistas*. México: Alpe.

⁹³ DE LA LAMA, M. y DE LA LAMA, F., 2001. *Canal 13, vida pasión y gloria: apuntes para la historia de la televisión pública mexicana, 1972-1992*. México: Porrúa.

⁹⁴ OLIVARES ARRIAGA, M. del C., 2002. *Emilio Azcárraga Vidaurreta: bosquejo biográfico* [en línea]. s/l: Universidad Autónoma de Tamaulipas, Instituto de Investigaciones Históricas.

⁹⁵ FERNÁNDEZ, C. y PAXMAN, A., 2001. *El Tigre: Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*. México: Grijalbo.

televisión, el ensayo de Alejandro Olmos⁹⁶ en el que establece una especie de hoja de ruta sobre el desarrollo de la familia Azcárraga (Vidaurreta, Milmo y Jean). El texto de Olmos forma parte de uno de los esfuerzos historiográficos más importantes, el libro *Apuntes para una historia de la televisión mexicana* (en dos tomos.)

Es de resaltar la ausencia de artículos o ensayos sobre otros empresarios de gran calado y de alcance nacional como es el caso de Rómulo O’Farrill Sr. y Jr. Es por ello por lo que destaca la pequeña semblanza biográfica sobre Rómulo O’Farrill Jr. elaborada por Edmundo Murray.⁹⁷ Pero si es notoria la ausencia de literatura sobre los grandes empresarios televisivos nacionales, lo es aún más en el caso de emprendedores locales o regionales. Por esa razón, resalta el libro de ensayos sobre Pedro Meneses Hoyos, radiodifusor y pionero de la televisión de Ciudad Juárez. El volumen fue coordinado por los académicos Sandra Salinas y Jorge Humberto Chávez de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.⁹⁸

Historia regional. – Se trata de una serie de estudios que, en general, engloban el desarrollo de la industria mediática en un estado o región determinada, pero que en raras ocasiones se enfoca específicamente al desarrollo del servicio de televisión. En esta perspectiva puede destacarse el ya citado ensayo de Salinas y Chávez, que puede inscribirse también en la tendencia de la historia regional de los medios y la televisión.

Mención aparte merece el trabajo de los académicos de Guadalajara que, además de contribuir con estudios sobre la historia regional de la televisión, también han incursionado en una visión nacional de la misma. Dentro de la visión regional destaca la obra de Francisco Aceves González: su artículo sobre la génesis y desarrollo de la televisión en Guadalajara⁹⁹, el ensayo “La triste historia de la industria tapatía de televisión”¹⁰⁰ y su más reciente obra:

⁹⁶ OLMOS, A., 1999. Algunos protagonistas de la televisión. *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*. México: Revista Mexicana de Comunicación / Televisa, pp. 277-331.

⁹⁷ MURRAY, E., 2007. Rómulo Antonio O’Farrill [Jr.] (1917-2006), media entrepreneur. *Irish Migration Studies in Latin America* [en línea]. Disponible en: http://www.irlandeses.org/dilab_ofarrillr.htm.

⁹⁸ SALINAS, S. y CHÁVEZ, J.H., 1998. *Semblanza de un fundador: Pedro Meneses Hoyos*. Ciudad Juárez: Centro Editorial-UACJ.

⁹⁹ ACEVES GONZÁLEZ, F. de J., 1987. *La televisión en Guadalajara. Génesis y desarrollo*. Guadalajara: CEIC Universidad de Guadalajara. Cuadernos del CIEC, 1.

¹⁰⁰ ACEVES GONZÁLEZ, F. de J., 2000. La triste historia de la industria tapatía de televisión. *Revista Universidad de Guadalajara* [en línea], vol. Nueva época, no. 20. Disponible en: <http://www.cge.udg.mx/revistaudg/rug20/art2.html>.

“De la irrupción del sonido a la explosión de las imágenes. Una mirada al desarrollo histórico de la radio y la televisión en Jalisco: 1920-1960”.¹⁰¹

El estado de Nuevo León, y más específicamente Monterrey, también ha atraído la atención de los investigadores. Sobresale la tesis sobre el origen y desarrollo de la radio y la televisión en Nuevo León elaborada por Dinorah Zapata Vázquez¹⁰² y el ensayo sobre la historia de los medios de comunicación en Monterrey de Sergio Cárdenas Heiras¹⁰³ que fue incluido en la Enciclopedia de Monterrey. Los estudios hasta aquí mencionados incluyen a dos de las regiones más importantes para el desarrollo de la televisión, después del de la zona metropolitana de la Ciudad de México.

A la visión regional se sumaría la “Historia de los medios de comunicación en Coahuila”¹⁰⁴ y la “Historia de los medios de comunicación en Saltillo”¹⁰⁵, de Julieta Carabaza e Irene Ewald; la aportación de José María Mena-Rentería sobre los medios de comunicación en el volumen que celebra el centenario de Torreón¹⁰⁶; el ensayo sobre la televisión en Baja California de Karla Mora Corrales y Gabriel Trujillo Muñoz¹⁰⁷; y cierra este segmento el trabajo de Rosalba Mancinas: “La palpitante historia de la comunicación en Chihuahua”.¹⁰⁸ Pese a todos los esfuerzos, la orfandad de enfoques históricos regionales es tal que, en ocasiones es necesario rescatar ciertos datos de ensayos elaborados con otros objetivos

¹⁰¹ ACEVES GONZÁLEZ, F. de J., 2012. De la irrupción del sonido a la explosión de las imágenes. Una mirada al desarrollo histórico de la radio y la televisión en Jalisco: 1920-1960. *Comunicación y Sociedad*, vol. Nueva época, no. 18, pp. 13-38.

¹⁰² ZAPATA VÁZQUEZ, D., 1990. *Génesis y desarrollo de la radio y la televisión en Nuevo León*. Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León/ Centro de Información de Historia Regional.

¹⁰³ CÁRDENAS HEIRAS, S., 1996. Los medios. Voces de libertad. *Enciclopedia de Monterrey*. Monterrey: El Diario de Monterrey.

¹⁰⁴ CARABAZA GONZÁLEZ, J. y EWALD MONTAÑO, I., 1992. *Historia de los medios de comunicación en Coahuila*. s/l: Universidad Autónoma de Coahuila, Coordinación General de Estudios de Postgrado e Investigación, Escuela de Ciencias de la Comunicación.

¹⁰⁵ CARABAZA GONZÁLEZ, J., EWALD MONTAÑO, I. y RODRÍGUEZ CANALES, S.E., 1989. *Historia de los medios de comunicación en Saltillo: origen y evolución*. Saltillo: Universidad Autónoma de Coahuila. Escuela de Ciencias de la Comunicación.

¹⁰⁶ MENA-RENTERÍA, J.M., 2006. Los medios de comunicación. *Torreón, ciudad centenaria: antecedentes, fundación y desarrollo* [en línea]. Torreón: Editorial La Opinión.

¹⁰⁷ MORA CORRALES, K. y TRUJILLO MUÑOZ, G., 2006. La televisión en Baja California: lo que fue y lo que es. *Los medios de comunicación en Baja California*. México: Miguel Ángel Porrúa, Universidad Autónoma de Baja California, pp. 105-141.

¹⁰⁸ MANCINAS CHÁVEZ, R., 2009. *La palpitante historia de la comunicación en Chihuahua: prensa, radio, televisión e Internet*. Chihuahua: Asociación Universitaria Comunicación y Cultura; Gobierno del Estado de Chihuahua; Universidad de Sevilla.

específicos o de las tesis elaboradas por estudiantes.¹⁰⁹

Otra característica, además del modesto volumen de publicaciones, es que más allá de la Ciudad de México y Guadalajara, el resto de los esfuerzos de investigación están orientados a las ciudades o estados del norte de la República, con la notoria ausencia de estudios sobre la historia de la televisión en otras regiones del país.

Historia general. - Dentro de este grupo existen, en primera instancia, trabajos que están enfocados a sistematizar a los estudios sobre la televisión en México. Destaca el ensayo de Enrique Sánchez Ruiz sobre el desarrollo de esas investigaciones entre 1960 y 1988 y al que ya hicimos referencia más arriba. Dentro de esta misma línea, apenas un año después, Claudia Benassini publicó una sistematización documental sobre los estudios de televisión en México entre 1950 y 1990.¹¹⁰ En muchos sentidos la investigación histórica sobre la televisión mexicana se encuentra en sus etapas iniciales, lo que explica la utilidad de las recopilaciones y, especialmente, el de las cronologías.

Dentro de este último género sobresale el trabajo pionero de Fernando Mejía Barquera, titulado “50 años de televisión comercial en México (1934-1984)”¹¹¹. El autor también tiene una robusta obra sobre diversos aspectos de los medios de comunicación en México. En esta tendencia se inscribe otro trabajo de Sánchez Ruiz, “Hacia una cronología de la televisión mexicana”¹¹², que abarca el periodo 1933-1981 y, de un alcance mucho más modesto, el ensayo de María Cristina Romo Gil: “Apuntes para una cronología de los medios de comunicación en México”¹¹³, un pequeño folleto en el que se incluye a la prensa, las revistas, radio y televisión.

El trabajo de Mejía Barquera mencionado en el párrafo anterior forma parte del libro

¹⁰⁹ Como el ensayo elaborado por Rebeca Padilla de la Torre sobre los efectos sociales de la llegada de la televisión a Aguascalientes: PADILLA DE LA TORRE, M.R., 2007. Una nueva socialité llegó: historia de la recepción televisiva en la ciudad de Aguascalientes. *Comunicación y Sociedad*, no. 7, pp. 101-128.

¹¹⁰ BENASSINI FÉLIX, C., 1990. Estudios sobre la televisión en México, 1950-1990 sistematización documental. México: Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social, Universidad Iberoamericana, Departamento de Comunicación.

¹¹¹ MEJÍA BARQUERA, F., 1987. 50 años de televisión comercial en México (1934-1984). *Televisa. El quinto poder*. 2a. México: Claves Latinoamericanas, pp. 19-39.

¹¹² SÁNCHEZ RUIZ, E., 1990. Hacia una cronología de la televisión mexicana. En: Universidad de Guadalajara, *Comunicación y Sociedad*, no. 10/11, pp. 235-262.

¹¹³ ROMO GIL, M.C., 2005. *Apuntes para una cronología de los medios de comunicación en México*. Guadalajara: ITESO.

“Televisa, el quinto poder”¹¹⁴, que apareció por primera vez en 1985. Se trata de una obra colectiva coordinada por Raúl Trejo Delarbre —uno de los más prolijos investigadores de la comunicación en el país— y que tiene como foco a la principal empresa de televisión del país. Más tarde, en 1988, Trejo Delarbre coordinaría, otra obra colectiva sobre el consorcio: “Las redes de Televisa”.¹¹⁵ Estas son, sin duda, las obras colectivas más ambiciosas sobre esta empresa.

Hasta aquí hemos hecho referencia a obras generales de contexto que forman parte del patrimonio historiográfico de la televisión mexicana. Existen también otros enfoques en la narrativa histórica de la televisión en México. Sobresale, en primer lugar, los estudios sobre el arranque del servicio televisivo, como el ensayo de Fátima Fernández Christlieb,¹¹⁶ sobre el origen y desarrollo de la radio y la televisión. Esta autora forma parte de los investigadores que tienen una amplia obra sobre los medios de comunicación. Fernández ampliaría su visión más adelante¹¹⁷, en su ensayo sobre los orígenes de la televisión en América Latina y más tarde se enfocaría al análisis de la conversión de Televisa en un poder fáctico¹¹⁸.

También es necesario mencionar un ensayo más de Sánchez Ruiz (1984) en el que enlaza tres elementos: el origen de la radiodifusión, el papel del Estado y el desarrollo capitalista.¹¹⁹ Antonio Zarur, por su parte, se interesa en escudriñar el papel del Estado en la confección del modelo de televisión que finalmente se adoptó en México.¹²⁰ En la definición del modelo de televisión adoptado en el país jugó un papel crucial la comisión creada por el gobierno hacia mediados de los años cuarenta y que estuvo integrada por Salvador Novo y Guillermo González Camarena. Sobre el informe que rindieron estos personajes —que

¹¹⁴ TREJO DELARBRE, R., 1987. *Televisa, el quinto poder*. Segunda. México: Claves Latinoamericanas.

¹¹⁵ TREJO DELARBRE, R., 1991. *Las redes de Televisa*. Primera reimpresión. México: Claves Latinoamericanas.

¹¹⁶ FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, F., 1976. La industria de radio y televisión. Gestación y desarrollo. *Nueva Política*, vol. 1, no. 3, pp. 237-248.

¹¹⁷ FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, F., 1987. Algo más sobre los orígenes de la televisión latinoamericana. En: FELAFACS, Lima., *Día-logos de la Comunicación*, no. 18, pp. 32-45.

¹¹⁸ FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, F., 2007. ¿Cómo se constituyó Televisa en un poder fáctico? *Nexos* [en línea], Disponible en: <http://www.nexos.com.mx/?p=12192>.

¹¹⁹ SÁNCHEZ RUIZ, E., 1984. *Orígenes de la radiodifusión en México. Desarrollo capitalista y el Estado*. Guadalajara: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.

¹²⁰ ZARUR OSORIO, A. E., 1996. *El Estado y el modelo de televisión adoptado en México, 1950-1988* [en línea]. México: Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Azcapotzalco. Biblioteca de ciencias sociales y humanidades: Serie Administración.

durante años permaneció bajo reserva— y, en general, el trabajo de la comisión está enfocado un ensayo de Sarah Corona Berkin.¹²¹

Mención aparte merece la obra de Francisco Hernández Lomelí —de la Universidad de Guadalajara— que ha dedicado cuando menos cuatro escritos a ahondar en los orígenes de la televisión mexicana. Destacan, en orden cronológico, sus ensayos sobre el primer sistema de televisión en México¹²², la etapa experimental de la televisión mexicana¹²³, los obstáculos para el establecimiento de la televisión comercial¹²⁴ y, una nueva reflexión sobre el origen de este servicio en el país¹²⁵. Hasta aquí el recuento sobre el origen de la televisión mexicana, uno de los temas que más ha atraído la atención de la investigación académica nacional.

Otro ángulo de la investigación histórica de los medios de comunicación es el papel del sector público. Diversas administraciones federales encararon el asunto de una posible intervención estatal en la televisión comercial y Zarur, precisamente, se inclina por el análisis de la televisión pública entre 1972 y 1993¹²⁶. Dentro de esta misma línea se inscribe la prolija investigadora sobre medios de comunicación, Florence Toussaint, con su ensayo “Historia y políticas de televisión pública, el caso mexicano”¹²⁷ (2009). Pero el hecho más contundente de las intenciones del gobierno federal de desarrollar una televisión pública fue cuando el canal 13 pasó a sus manos en 1972, tema que aborda, por su parte, Jorge Alberto Lozoya.¹²⁸

¹²¹ CORONA BERKIN, S., 1992. La televisión: informe de Salvador Novo y Guillermo González Camarena. Entre melón y sandía. *Comunicación y Sociedad*, no. 16-17, pp. 195-239.

¹²² HERNÁNDEZ LOMELÍ, F., 1995. El primer sistema de televisión en México. *Comunicación y Sociedad*, no. 24, pp. 217-224.

¹²³ HERNÁNDEZ LOMELÍ, F., 1996. La etapa experimental de la televisión mexicana (1935-1950). Guadalajara: Universidad de Guadalajara. *La Colección de Babel*. Separata de la Revista Universidad de Guadalajara, 3.

¹²⁴ HERNÁNDEZ LOMELÍ, F., 1996. Obstáculos para el establecimiento de la televisión comercial en México (1950-1955). En: Documento No. 2929, *Comunicación y Sociedad*, no. 28, pp. 147-172.

¹²⁵ HERNÁNDEZ LOMELÍ, F., 2002. Racionalidad limitada y efectos perversos. Ensayo sobre el origen de la televisión en México. *Anuario CONEICC de Investigación de la Comunicación*. S.I.: Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, pp. 323-346.

¹²⁶ ZARUR OSORIO, A., 1993. Gestión estatal y televisión pública en México 1972-1993. *Gestión y Estrategia*, vol. 4, pp. 65-76.

¹²⁷ TOUSSAINT ALCARAZ, F., 2009. Historia y políticas de televisión pública. *Redes.com*, no. 5, pp. 217-242.

¹²⁸ LOZOYA, J.A., 1974. La TV estatal en México: notas sobre un intento. En: El Colegio de México, Foro Internacional, vol. 14, no. 3 (55), pp. 402-420. En ensayo fue redactado por Lozoya cuando era funcionario del canal.

Los análisis históricos generales. - Finalmente se encuentran los trabajos que se abocan a tratar el desarrollo de la televisión mexicana en largo plazo, en perspectiva histórica. Uno de los ensayos pioneros es el del investigador y cronista de la cultura Armando de María y Campos. Se trata del ensayo “Expansión de la radio y la televisión”¹²⁹ inserto en el volumen “México realización y esperanza”. El texto en cuestión es de 7 páginas y dedica dos de ellas a una crónica de las primeras estaciones televisivas que comenzaron a operar en el país. Debe de mencionarse el trabajo que coordinó Fernando González González, “Historia de la televisión en México 1950-1985”¹³⁰, en la que se incluye tanto la historia de Telesistema Mexicano, como de las televisoras ubicadas en provincia; también analiza las opciones educativas y culturales e incluso de la programación, entre otros tópicos.

Destacan también dos obras de Alma Rosa Alva de la Selva: el ensayo (1988) en el que detalla cómo la radio se transformó en la punta de lanza de Televisa¹³¹ —esa fue su contribución al ya citado trabajo colectivo “Las Redes de Televisa”— y la publicación (2000) sobre los cincuenta años de la televisión comercial en México.¹³² Habría que apuntar también la tesis de Rodrigo Gómez, publicada en 2006 y titulada “El impacto del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en la industria audiovisual mexicana (1994-2002)” y en la que dedica un capítulo a realizar un conciso recuento histórico de la televisión mexicana.¹³³

Es necesario llamar la atención sobre tres obras que se han referido a la historia de la televisión mexicana y que, sin ser explícitos en su enfoque de una historia económica de la televisión o de la manera en que se formó el monopolio en la actividad, ofrecen evidencias sobre estos temas.

Si se sigue un orden cronológico destaca la tesis de Fernando Mejía Barquera, “La

¹²⁹ DE MARIA Y CAMPOS, ARMANDO, 1952. Expansión de la radio y la televisión. *México, realización y esperanza*. México: Librería de Manuel Porrúa, pp. 377-382.

¹³⁰ GONZÁLEZ Y GONZÁLEZ, F., 1989. *Historia de la televisión mexicana, 1950-1985*. México: s. n.

¹³¹ ALVA DE LA SELVA, A. R., 1988. Radio: punta de lanza del consorcio. *Las Redes de Televisa*. México: Claves Latinoamericanas, pp. 127-138.

¹³² ALVA DE LA SELVA, A. R., 2000. A medio siglo de la televisión en México. *Revista Mexicana de Comunicación*, no. 64, pp. 7-14.

¹³³ GÓMEZ GARCÍA, R., 2006. *El impacto del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en la industria audiovisual mexicana (1994-2002)*. Doctorado. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.

industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (orígenes y desarrollo)”¹³⁴, que apareció en 1981. Se trata de un voluminoso texto de casi mil páginas en el que, además del consabido desarrollo del enfoque teórico y metodológico, explora el periodo de los orígenes de la radiodifusión en México (1920-1940); además incluye una parte sobre la gestación del nuevo bloque dominante, el desenvolvimiento de la radiodifusión y el nacimiento y desarrollo de la televisión (1940-1970); para terminar con el examen del desarrollo de la radiodifusión en el periodo 1970-1980. El texto aludido es, sin duda, uno de los más influyentes dentro de la historiografía sobre la televisión en México, publicado parcialmente en 1989 en forma de libro bajo el nombre de “La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960)”¹³⁵. Mejía Barquera también colaboraría en el proyecto colectivo “Apuntes para una historia de la televisión mexicana”¹³⁶ en el que se haría cargo de elaborar el ensayo sobre la transición del Canal 4 a Televisa. En el mismo volumen se encuentra el trabajo de Alejandro Olmos sobre la transformación del canal 13 en Televisión Azteca.

Por su parte, en Enrique Sánchez Ruiz publica en 1983 su tesis “Capital accumulation, the State and television as informal education. Case study of Mexico” en la que realiza una indagación histórica sobre la radio y la televisión orientada a resaltar el papel de esta última como un educador informal. En esa búsqueda resalta, entre otros aspectos, en el papel de la televisión en su vínculo con la publicidad y las empresas —especialmente las productoras de bienes de consumo— en el papel dinamizador de los medios en el proceso de acumulación de capital.¹³⁷

Cierra este recuento otras dos obras de Francisco Hernández Lomelí. En primer lugar, el trabajo¹³⁸ realizado junto con Guillermo Orozco, sobre diversos aspectos históricos de la

¹³⁴ MEJÍA BARQUERA, F., 1981. *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (orígenes y desarrollo)*. Licenciatura. México: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales UNAM.

¹³⁵ MEJÍA BARQUERA, F., 1989. *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960)*. México: Fundación Manuel Buendía. Se editó solamente la mitad del trabajo de García Barquera.

¹³⁶ SÁNCHEZ DE ARMAS, M. Á., 1998. *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*. México: Revista Mexicana de la Comunicación; Televisa.

¹³⁷ SÁNCHEZ RUIZ, E.E., 1983. *Capital accumulation, the State and television as informal education. Case study of Mexico*. PHD Thesis. Stanford: Stanford University.

¹³⁸ HERNÁNDEZ LOMELÍ, F. y OROZCO GÓMEZ, G., 2007. *Televisión en México. Un recuento histórico*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

televisión mexicana, como su uso privado, sus usos sociales, la programación y uno de los géneros más distintivos de la televisión mexicana: la telenovela. En segundo lugar la tesis doctoral de Hernández Lomelí titulada “Innovaciones en la industria mexicana de la televisión”¹³⁹ en la que realiza una larga investigación en la que el hilo conductor son las innovaciones que los empresarios televisivos logran en cada etapa del desarrollo de este servicio: antecedentes del inicio de la televisión en México, surgimiento de la televisión comercial (1950-1955), “el primer monopolio” (1955-1958), la era de la segunda competencia (1968-1973), el segundo monopolio (1973-1999) y la fase del duopolio (1993-2003).

¿Qué se puede concluir de este apretado recuento? En términos generales, pese a los esfuerzos personales y colectivos empeñados en varios años, y al indudable avance en el conocimiento de varios aspectos de la operación del servicio televisivo, existe una ausencia del análisis histórico de las fuerzas económicas que han condicionado el desarrollo de la televisión mexicana. En especial, no se profundiza sobre las diferentes formas que adquiere el capital para explotar este servicio, su estructura y la forma en que se desdobra en las diferentes empresas que participan en la actividad desde su nacimiento. Al mismo tiempo, existe un límite en la visión de los diferentes grupos empresariales que se involucran en la televisión, su origen, conformación y alianzas. Y este es, precisamente, el conjunto de elementos que trataremos en los capítulos siguientes: la forma en que la moderna corporación, moldeó los trazos esenciales del servicio de la televisión comercial en nuestro país desde su origen y se convirtió en la fuerza predominante hasta nuestros días.



¹³⁹ HERNÁNDEZ LOMELÍ, F., 2004. *Innovaciones en la industria mexicana de la televisión*. Doctorado. Guadalajara: Universidad de Guadalajara. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades.

2. La televisión llega a México (1950-1954)

Cuando haya logrado la meta de que toda la población del país emplee el jabón Palmira, habrá también, literalmente, logrado que se crea en la belleza de la música y en la verdad de las palabras en que ha envuelto las pastillas de su jabón: porque los programas con que "vende" su mercancía son simplemente el envoltorio de esa mercancía, y no aspiran a otro propósito.

Informe de Salvador Novo y Guillermo González Camarena sobre la televisión en México, 1948.

El origen de la televisión en México es uno de los pasajes más relevantes en la historia económica y empresarial del país. En este capítulo relataremos la forma en que se gestó este servicio comenzando por el antecedente de la radio comercial, para seguir con las características durante los primeros años de su existencia, el papel que jugó el Estado en la aparición de la nueva actividad y un análisis de los capitales que se involucraron en la misma y la forma en que estos se organizaron.

2.1. En los inicios: la radio

Hacia principios de los años 50 la economía mexicana se encontraba inmersa en un proceso de desarrollo fincado en la industrialización y en la modernización de diversos sectores. El surgimiento de la televisión se anunciaba y se vendía como símbolo de esa nueva era de modernidad, que no sólo prometía cubrir los bienes necesarios sino generar confort, y bienestar.

La televisión tuvo como antecedente inmediato a la radio, especialmente la radio comercial la que le aportó, capitales, modelos de gestión de negocios, personal técnico y directivo, patrocinadores y hasta sus propietarios. Las transmisiones experimentales de radio comenzaron en el país en la segunda década del siglo XX, en 1921, en medio de una de las etapas más convulsas de la historia de México. En 1919, dos años después de que se aprobara la Constitución de 1917 —el mayor fruto del acuerdo político y social logrado después de varios años de movimiento armado— y año en que se asesinó a Emiliano Zapata, empiezan las primeras transmisiones, de lo que podrían considerarse como las primeras estaciones de radio.¹

¹ VELÁZQUEZ ESTRADA, R., 1983. El nacimiento de la radiodifusión mexicana. *Estudios de Historia Moderna y Contemporánea de México*, vol. 9, p. 138.

A partir de 1923 se vive un auge en el servicio radiofónico gracias a la conjunción de varios factores, además del propio interés de las personas y empresas que lo promovían: “[el] impulso de los fabricantes de aparatos², de las casas comerciales que tenían en concesión la venta de receptores, de las industrias relacionadas con la radio y el relativo apoyo del Estado para que este medio de comunicación prosperara”.³ Los factores enumerados van a jugar un papel muy importante, relevante, en el desarrollo de la televisión, tres décadas después.

Una de las características más importantes en el desarrollo de la radio es que, además de las personas físicas que se transformaron en radiodifusores, las personas morales comenzaron a fundar u operar estaciones de radio, como la CYB –la antecesora de la “B” Grande de México— en la que de manera temprana (septiembre de 1923) el control recayó en la compañía cigarrera El Buen Tono.⁴

La radio se desarrolló como fruto de la conjunción de dos fuerzas: las necesidades de divulgación político-ideológica de las diferentes corrientes políticas –incluido el gobierno federal—, que maduraron en estaciones operadas por partidos o instituciones públicas, y los intereses comerciales, que llevaron a la instalación de radiodifusoras comerciales. Estas últimas permitirían forjar parte de las fortunas que, años después, habrían de marcar el rumbo de la televisión en el país.

Sin embargo, fue en 1930 cuando se produce un quiebre significativo en la evolución

² Especialmente las estadounidenses General Electric y Westinghouse, principales fabricantes de los receptores de radio y, años más tarde, involucradas en la manufactura de receptores de televisión.

³ VELÁZQUEZ ESTRADA, R., 1983. *El nacimiento...*, p. 139.

⁴ INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO (IMER), [sin fecha]. *Acerca de la XEB. La B grande de México* [en línea]. [Consulta: 23 julio 2017]. Disponible en: <http://www.imer.mx/xeb/acerca-de-la-xeb/>. En realidad, la concesión original fue otorgada al compositor e intérprete Alfonso Esparza Oteo quien, el 27 de marzo de 1933 cedió todos los derechos de la estación a El Buen Tono, S.A. Véase: SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 2005. *Título de refrendo de concesión para continuar usando comercialmente una frecuencia de radiodifusión, que otorga el Gobierno Federal, por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en lo sucesivo la Secretaría, en favor de Instituto Mexicano de la Radio, en lo sucesivo el Concesionario, al tenor de los siguientes antecedentes y condiciones* [en línea]. 2005. S.l.: s.n. [Consulta: 30 mayo 2016]. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002b7af.pdf>. Véase también: FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, F., 1976. La industria de radio y televisión. *Gestación y desarrollo. Nueva Política*, vol. 1, no. 3, p. 241. A propósito de las razones comerciales para la instalación de estaciones de radio Sánchez Ruiz apunta: “[...] Aparte de la novedad del medio, la motivación original para establecer una estación de radio fue su uso comercial directo, que no fue al principio vender el tiempo publicitario, sino publicitar los productos y servicios de la empresa propietaria”. SÁNCHEZ RUIZ, E.E., 1983. *Capital accumulation, the State and television as informal education. Case study of Mexico*. PHD Thesis. S. l.: Stanford University, p. 148.

de la radio mexicana pues nace la XEW fundada por Emilio Azcárraga, lo que constituyó la instauración de la principal estación comercial en México hasta entonces, y la que daría pie a la formación del grupo que sería la fuerza hegemónica en la radio mexicana a partir de entonces y –cuando menos– durante, las dos décadas siguientes. Hacia finales de los años treinta, existían casi tres decenas de estaciones de radio operadas tanto por empresas como por diferentes fuerzas políticas (véase el anexo # 3). Fue especialmente importante la influencia de los modelos empresariales de Estados Unidos, como señala Ortiz Garza: “[...] El estilo de la radiodifusión norteamericana se establecía, desde sus inicios, como pauta y modelo a seguir por los empresarios de la radio mexicana”.⁵

Azcárraga fue el forjador del principal modelo de operación de la radio comercial en México que, 20 años después, heredaría algunas de sus características a la televisión comercial. Este modelo se caracterizaría por la búsqueda de audiencias masivas; adaptar los arquetipos que existían en ese entonces en Estados Unidos; adoptar a la publicidad como principal mecanismo financiero de la actividad; producir programas propios y combinarlos con música grabada, entre la que se encontraba la importada; el establecimiento de cadenas radiofónicas, y la dependencia –al menos en los primeros años– de la importación de los equipos radorreceptores.⁶

Desde su origen, la radio comercial buscó atraer audiencias masivas y, fuera del cine, fue el único medio que logró forjar verdadero público de masas, condición esencial para “[...] atraer la atención de los anunciantes y [...] generar la producción sostenida de programas, actividad ésta que resultaría esencial en el proceso de acumulación de capital en la industria de la radiodifusión”.⁷

La nueva legislación que se desarrollaba estableció la exclusividad de la inversión nacional en la nueva actividad económica, pero ello no evitó que los empresarios mexicanos trataran de copiar y adaptar, el modelo de negocio radiofónico que existía en los Estados Unidos:

⁵ ORTIZ GARZA, J.L., 1992. *La guerra de las ondas*. México: Ed. Planeta Mexicana, p. 18.

⁶ Otra peculiaridad, no menos relevante, del sector es la ausencia de información sistemática sobre mercados, audiencias, tarifas, programaciones, regalías, pagos de impuestos, valor de la producción y un largo etcétera que culmina en la inexistencia de registros sistemáticos sobre la propiedad de las concesiones, las extinciones de estas y los eventuales traspasos.

⁷ MEJÍA BARQUERA, F., 1981. *La industria de la radio...*, p. 44.

La naciente industria de la radio fue fuertemente influenciada por el paradigma de la radiodifusión de América del Norte que había sido estudiado de cerca por los empresarios mexicanos una vez que reconocieron el nuevo medio como un área rentable para la inversión.⁸

El peso y supremacía de la radio comercial trajo consigo otras consecuencias económicas. En primer lugar, implicó dar un impulso adicional al desarrollo de un mercado publicitario que, precisamente, se convertía en uno de los principales aportadores de fondos para financiar la expansión de las estaciones de radio. Por lo tanto, se dejó de lado el financiamiento por medio de un canon o contribución ciudadana forzosa.

De esta forma, la producción de contenidos se transformó en la actividad prioritaria para que las estaciones de radio pudieran obtener publicidad. Por un lado, existió el abasto de material grabado que producían las empresas mexicanas y especialmente los estudios estadounidenses (la RCA Victor), pero se hizo necesario el desarrollo de una práctica de producción que incluía radionovelas, programas de concursos, programas musicales y noticiarios, entre otros. El nexo entre las agencias de publicidad y las estaciones más importantes era tan fuerte que comúnmente los programas se bautizaban con el nombre de la marca comercial que lo auspiciaba. En 1950 Clemente Serna —que encabezó Radio Programas de México que, entre otras funciones, producía contenido radiofónico— señalaba: “[...] Nuestra fuerza de ventas se mantiene en contacto con todos los patrocinadores de los programas en vivo en las dos principales estaciones de la Ciudad de México, XEW y la XEQ”.⁹

Sin embargo, no todos los radiodifusores tenían la capacidad de producir contenido propio y de atraer anunciantes —notoriamente estas carencias eran más apremiantes entre los radiodifusores de provincia—, lo que condujo a que las estaciones más importantes —entre las que resaltaba la XEW— establecieran un sistema de cadenas¹⁰. No se trataba de adquirir a las estaciones de provincia, sino de proporcionarles: discos o cintas grabadas con programas

⁸ DE NORIEGA, L.A. y LEACH, F., 1979. *Broadcasting in Mexico*. London: Routledge & Kegan Paul. Case studies on broadcasting systems, p. 15. Este estudio tiene la particularidad de que fue financiado por la Fundación Cultural Televisa.

⁹ SERNA MARTÍNEZ, C., [sin fecha]. Mexican ET network serves 88 stations. *The 1950 radio annual*. New York: Radio Daily, p. 71.

¹⁰ Hacia 1942 y 1943, al menos la mitad de las estaciones del país estaban afiliadas al sistema de cadenas. MEJÍA BARQUERA, F., 1981. *La industria de la radio...*, pp. 102-103.

y, en algunos casos, con publicidad incluida. Es decir, contenidos y anunciantes.¹¹ Adicionalmente, por medio de su afiliación, las estaciones pequeñas recibían asistencia técnica y refacciones, un servicio que, por ejemplo, cobró gran importancia durante la Segunda Guerra Mundial, cuando se sufría por la escasez de estas¹². En el cuadro # 2.1, pueden apreciarse las principales cadenas de radio que operaban en los años 40, entre las que destaca Radio Programas de México como fuerza hegemónica.

Cuadro # 2.1		
Cadenas radiofónicas operando, años 40		
Accionistas	Nombre	Estaciones afiliadas
Azcárraga-Serna	Radio Programas de México (cadena de XEW)	92
Manuel Suárez	Cadena Radio Continental (XEQR)	25
Edgar M. Haymans ^{1/}	Radiodifusoras Unidas Mexicanas (RUMSA)	10
N. D.	Radiodifusoras Asociadas, S.A. (RASA)	n. d.
N. D.	Radio Mil (XEOY):	36
Azcárraga	Cadena Azul (XEQ-XEQQ)	16
N. D.	Radio Central Radiofónica	7
Rafael Cutberto Navarro	Radio Cadena Nacional (RCN)	n. d.
1/ Presidente. n. d. No hay dato. Fuente elaborado con información de MEJÍA BARQUERA, F., 1981. <i>La industria de la radio...</i> , pp. 130-131.		

Las cadenas son una de las formas en que la gran empresa radiofónica tomó rápidamente el control fundamental de esta actividad, pues logró crear una maquinaria de producción y una red de distribución que aseguraba el dominio de la mercancía más importante: el programa de radio. Serna daba cuenta de esta situación de control así: “[...] los programas no se pueden utilizar fuera de nuestra cadena”.¹³

El establecimiento de afiliados no se limitó al país. Especialmente el grupo

¹¹ Este fue el modelo que desarrolló Emilio Azcárraga asociado a Clemente Serna a través de la empresa Radio Programas de México. HERNÁNDEZ LOMELÍ, F., 2004. *Innovaciones en la industria mexicana de la televisión*. Doctorado. Guadalajara: Universidad de Guadalajara. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, p. 55.

¹² HERNÁNDEZ LOMELÍ, *Ibid.*, pp. 55-56. Por su parte, Azcárraga lograba conseguir las refacciones gracias a sus viejas relaciones con la estadounidense RCA Victor según MEJÍA BARQUERA, F., 1981. *La industria de la radio...*, p. 44.

¹³ SERNA MARTÍNEZ, C., [sin fecha]. Mexican ET network..., p. 71. A propósito, en este pequeño artículo explica cómo estaba montada la estructura de producción y distribución de programas de radio que le permitía a Radio Programas de México abastecer a 88 estaciones en todo el país.

encabezado por Emilio Azcárraga logró establecer una cadena internacional en América Latina por medio de la ya citada Radio Programas de México, que en 1950 afiliaba a una veintena de estaciones internacionales (véase el anexo # 4).

El Grupo Azcárraga había forjado una amplia red de intereses en toda la radio comercial y en negocios asociados a las industrias del sonido y del espectáculo, como veremos más adelante. Por ahora baste señalar que este grupo organizó una red que creció hasta alcanzar de 76¹⁴ estaciones en todo el país en 1950. Las estaciones se afiliaban a la XEW y la XEQ —emisoras de Azcárraga en la Ciudad de México— y en el año referido las redes de esas emisoras concentraban el 39% de todas las estaciones de radio que operaban en México.

Es un hecho que la radio mexicana logró vender contenidos en el exterior, no existe —en cambio— información suficiente para evaluar si entre 1920 y 1950 se realizaron esfuerzos por desarrollar una industria nacional productora de equipos transmisores y receptores de las señales de radio. Todo indica que el equipamiento de los estudios y plantas transmisoras y de los hogares para escuchar la señal de radio, dependió de las importaciones de equipo, especialmente del que fabricaba la empresa estadounidense RCA Victor, al menos en los primeros años del desarrollo del servicio en el país.¹⁵ Estos rasgos de la dependencia estructural de la radio, especialmente frente al capital estadounidense, aparece así desde los primeros años de su operación.

Finalmente, el Estado y su política se transformaron en otras de las piezas más importantes de la forma en que se desarrolló la radio comercial, no solamente porque —pese a contradicciones— creó el marco legal propicio para su operación, sino porque incluso fracciones y familias políticas, que ocuparon diversas posiciones, incluso la propia Presidencia, acabaron siendo parte de las fuerzas empresariales que se involucraron en la radio y, más tarde, en el negocio de la televisión. Baste por mencionar, por ahora, a las familias Ávila Camacho y Alemán.

¹⁴ RADIO DAILY, 1950. *The 1950 Radio Annual. Radio Daily*. New York: Radio Daily, pp. 1260-1261, 1262-1264.

¹⁵ Mejía Barquera señala que la relación de Emilio Azcárraga Vidaurreta con la RCA Victor lo convirtió en “[...] el único radiodifusor que podía, efectivamente, promover el incremento de aparatos receptores de radio en el país --condición indispensable para el crecimiento de la radiodifusión— con el auxilio técnico y financiero de la citada empresa estadounidense”. MEJÍA BARQUERA, F., 1981. *La industria de la radio...*, pp. 102-103.

La emergencia de la radio como una nueva fuerza económica y política, al mismo tiempo de la evolución propia del telégrafo y de la telefonía exigió que el Estado elaborara la legislación que habría de regular el desarrollo de estas actividades. Así, a punto de enfrentar la guerra cristera, el presidente Plutarco Elías Calles emite la Ley de Comunicaciones Eléctricas el 24 de abril de 1926. Para el caso de la radiodifusión, se trataba de establecer las bases generales de una regulación para un sector de la actividad económica que estaba en proceso de maduración.¹⁶

La actuación del Estado mexicano tuvo como base el texto original del artículo 27 de la Constitución de 1917 en el que se establece: “La Nación tendrá en todo tiempo el derecho de imponer a la propiedad privada las modalidades que dicte el interés público, así como el de regular el aprovechamiento de los elementos naturales susceptibles de apropiación, para hacer una distribución equitativa de la riqueza pública y para cuidar de su conservación”.¹⁷ Pero a partir de aquí a lo largo de tres quinquenios se crean y ajustan regulaciones (véase el anexo # 5) que forjaron el marco legal que regiría a la actividad radiofónica y que sintéticamente se puede resumir a partir de *Ley de Vías Generales de Comunicación*¹⁸, expedida en 1940 y en el *Reglamento de las estaciones radiodifusoras comerciales, culturales, de experimentación científica y de aficionados*¹⁹, de 1942.

A partir de entonces la radio queda inscrita dentro de las vías generales de comunicación y bajo la jurisdicción del gobierno federal quien, por medio de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas (SCOP) otorgará las licencias discrecionalmente²⁰—con mínimas reglas específicas— y fijará las condiciones técnicas para el funcionamiento de las estaciones. Se establece un régimen dual, de concesiones y permisos. En el caso de las primeras

¹⁶ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1926. Ley de Comunicaciones Eléctricas. *Periódico Oficial. Gobierno del Distrito Norte de Baja California*. Tomo XXXIX, núm. 27, núm. 28, núm. 29, núm. 30. Mexicali, 30 septiembre 1926.

¹⁷ SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN, 1917. *Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos, que reforma la de 5 de febrero de 1857* [en línea]. 5 febrero 1917. S.l.: s.n. Disponible en: <http://www.juridicas.unam.mx/infjur/leg/conshist/pdf/1917.pdf>, p. 14.

¹⁸ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1940. Ley de Vías Generales de Comunicación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 19 febrero 1940. pp. 1-54.

¹⁹ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1942. Reglamento de las estaciones radiodifusoras comerciales, culturales, de experimentación científica y de aficionados. *Diario Oficial de la Federación*. México, 20 mayo 1942. pp. 4-15.

²⁰ *Ibidem*.

no excederán un plazo de 50 años y queda establecido que las mismas quedan restringidas a sociedades que pertenezcan a mexicanos y estén constituidas conforme a las leyes mexicanas. Queda claro, desde entonces, que las estaciones comerciales están “[...] destinadas a la explotación de propaganda comercial, [...]”.²¹

Por lo que respecta a los contenidos, las transmisiones deben realizar en español y sólo se podrán transmitir programas originados en el extranjero previa autorización de la SCOP (en el caso de los anuncios comerciales podrá utilizarse un idioma extranjero). La retransmisión de programas nacionales sólo podrá hacerse previo consentimiento de la estación de origen. Se especifica también que la SCOP nombrará un interventor para cada estación comercial, el que aprobará la programación de cada estación y que las emisoras comerciales quedarán sujetas a un régimen de inspección técnica, contable y administrativa. Un asunto estratégico es el establecimiento de las tarifas publicitarias que quedan sujetas a la autorización de la misma secretaría.

Al mismo tiempo se fija, desde 1933 un impuesto del 5% de los de los ingresos brutos de las estaciones ²² y en retribución, a partir de 1939, se decreta “[...] que las estaciones radiodifusoras podrán gozar *de las franquicias para la importación, libre de pago de impuesto, de equipos, refacciones y accesorios*. Con esto se impulsó la mejoría y el desarrollo de las instalaciones radiofónicas y aun apoyo a la expansión del servicio”.²³

En el caso de las estaciones culturales solamente podrán ser establecidas por la Federación, los gobiernos estatales, los municipios y las universidades. Transmitirán exclusivamente asuntos de índole cultural e informaciones de interés general, que no tengan carácter comercial.

Bajo este andamiaje legal, el Estado mexicano, y más concretamente el Gobierno Federal, se erige en la fuerza de primer orden para determinar los derroteros que seguiría la actividad radiofónica. Puede afirmarse, como lo hace Mejía Barquera cuando se refiere al gobierno obregonista, que prevaleció durante décadas la intención de “[...] garantizar que

4. ²¹ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1942. *Reglamento de las estaciones...*, p.

²² SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, 1933. Ley de Impuestos a las Estaciones Radiodifusoras. *Diario Oficial de la Federación*. México, 10 julio 1933, p. 106.

²³ MEJÍA BARQUERA, F., 1981. *La industria de la radio...*, p. 91. Las cursivas son de Mejía Barquera.

el Estado mantuviera el control jurídico de este sistema de comunicación, pero con la posibilidad de otorgar concesiones a los particulares para explotarlo comercialmente”.²⁴

Aunque existía la aceptación implícita de que el centro de la operación radiofónica recaería en los capitales privados, esto no quiere decir que no existiera matices y contradicciones, entre el gobierno y los empresarios, a lo largo de los 20 años de desarrollo de la radiodifusión comercial –que corren entre 1930 y 1950– y que anteceden a la aparición de la televisión. Habían existido diferentes perspectivas al grado de que en 1936 el Secretario de Comunicaciones, el general Francisco José Mújica, propuso una medida radical: la estatización de la radiodifusión. Para Mújica, el régimen de concesiones “[...] posibilitaba que la radio fuera empleada por individuos a los que poco les interesaba la difusión de la educación y la cultura a través de ese poderoso medio”. Así:

[...] en noviembre de 1936, el general Mújica, en respuesta a la petición del presidente Cárdenas de ‘estudiar la forma más adecuada de que el Poder Público controle y gobierne las actividades de (la) radio’, dirigió a éste un interesante documento titulado ‘La Radiodifusión y el Estado’ en donde proponía un conjunto de medidas cuyo objetivo era lograr que el Estado asumiera el control absoluto en la prestación del servicio de radiodifusión [...].²⁵

La posición de Mújica no prosperó. La forma de funcionar en la que la radio se convertía, en una buena parte, en un negocio de particulares, se impuso y perdura hasta la fecha. Esta forma, en la que el Estado y la legislación se convierten en una garantía del modelo basado en el capital privado, sería el que se heredaría a la televisión, incluyendo las leyes que la regularon en sus primeros años de desarrollo.

A la postre, después de tres décadas de operaciones, la radio mexicana había logrado crear una infraestructura de casi dos centenares de estaciones que generaban recursos anuales por 4.9 millones de dólares (véase el cuadro # 2.2); pudo cuadruplicar sus ingresos en el lapso 1936-1950; su infraestructura alcanzaba 28 ciudades, lo que significaba un auditorio potencial de 2.7 millones de personas (15% de la población del país)²⁶ y, probablemente se había transformado ya en el principal medio de comunicación masiva del país. Es en ese momento que fraguan las condiciones que permiten la irrupción de un nuevo servicio, la televisión, que a la

²⁴ MEJÍA BARQUERA, F., 1981. *La industria de la radio...*, p. 31.

²⁵ *Ibid.*, p. 76.

²⁶ ORTIZ GARZA, J.L., 1992. *La guerra de las...*, p. 34.

postre tomaría el lugar privilegiado dentro de los medios de comunicación masiva.

Cuadro # 2.2				
Evolución de la radio comercial mexicana, 1936-1950				
Año	No. estaciones comerciales	Ingresos brutos (pesos)	Tipo de cambio peso/dólar	Ingresos brutos (dólares)
1936	68	n. d.	3.60	-----
1937	70	3,482,199	3.60	967,277
1938	72	5,191,487	4.52	1,148,559
1939	93	6,720,677	5.19	1,294,928
1940	113	7,234,086	5.40	1,339,646
1941	126	11,550,686	4.85	2,381,585
1942	132	13,000,000	4.85	2,680,412
1943	138	15,245,148	4.85	3,143,330
1944	137	16,829,756	4.85	3,470,053
1945	147	15,697,654	4.85	3,236,630
1946	151	19,706,111	4.85	4,063,116
1947	167	28,610,533	4.85	5,899,079
1948	165	29,767,756	5.74	5,186,020
1949	166	40,936,260	8.01	5,110,644
1950	195	42,510,474	8.65	4,914,506

n. d. No hay datos.
 Fuente: elaborado con información de MEJÍA BARQUERA, F., 1981. La industria de la radio..., p. 86.
 INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA, 2015. Estadísticas históricas de México, 2014.
 Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística y Geografía, cuadro 20.1.

2.2. Y con ustedes: la televisión

2.2.1. El arranque del servicio

Es muy común que la historiografía sobre la televisión mexicana señale, como punto de arranque de este servicio, el día en que se realizó la primera transmisión por parte del entonces canal 4 de la capital del país: el primero de septiembre de 1950. Sin embargo, la historia de la televisión en México comenzó antes. Al menos –en primera instancia– habría que considerar como una fecha relevante la del sábado 11 de febrero de 1950 cuando la autoridad decide emitir un oficio para que Televimex, S. A., empresa del Grupo Azcárraga, iniciara su operación comercial. Lo anterior se establece en la concesión emitida en 1964 a la misma empresa y para el mismo propósito, y que a la letra dice:

SEXTA.- De acuerdo con el artículo 16 de la Ley Federal de Radio y Televisión el término de esta concesión será de veinticinco años contados a partir del día once de febrero de mil novecientos cincuenta; teniendo en cuenta que las actividades comerciales de la

estación televisora fueron autorizadas el día once de febrero de mil novecientos cincuenta en oficio número ochocientos noventa y tres, por lo que expirará el día once de febrero de mil novecientos setenta y cinco; pero podrá ser refrendada sujetándose a lo previsto por dicho artículo 16.²⁷

Los Azcárraga había tomado la delantera, al tener la autorización para operar su canal televisivo, pero los escoltaba de cerca el grupo Ávila Camacho-O’Farrill, que también pretendía, en ese momento, entrar al nuevo negocio mediático. Precisamente para ellos sería reservada la frecuencia del canal 4 de la Ciudad de México. En el primer documento legal sobre la operación de este canal –que data de 1963– se establece que la concesión fue otorgada a la compañía Televisión de México, S. A., que el canal tendría las siglas XHTV y que la concesión comenzaría su vigencia a partir del primero de septiembre de 1950.²⁸

Lo más curioso del caso es que el documento en cuestión no menciona la forma en que se le notificó a la empresa la aprobación de su concesión –oficio, carta, telegrama, etcétera–; y que la fecha de inicio de la concesión y la del momento que comienza a operar el canal, es exactamente la misma: primero de septiembre de 1950. Para mayor coincidencia ese día el presidente Miguel Alemán rindió su cuarto informe de gobierno, que fue transmitido precisamente por el canal 4.

De esta manera entre febrero y septiembre de 1950 se determinan los elementos centrales de la operación de la televisión mexicana: el predominio de dos grupos que se desarrollan bajo la permisividad de un Estado –y de una débil regulación– que desde su inicio convierte a este medio en una ventana privilegiada de la exposición de la ideología dominante y de apoyo al propio aparato estatal.

2.2.2. Los primeros intentos

La historia de la televisión comenzó tiempo atrás del inicio de sus transmisiones regulares en el país. En algunos países, desde mediados de la década de los años 20 –siglo XX–

²⁷ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1964. *Título de concesión a favor de Televimex, S.A.* [en línea]. 10 abril 1964. México: s.n. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a37a.pdf>. Los subrayados son míos. Por cierto, durante más de una década los canales de televisión concesionados operaron sin un título de concesión, los que se empezaron a expedir hasta los años sesenta.

²⁸ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1963. *Título de concesión a favor de Televisión de México, S. A.* [en línea]. 10 mayo 1963. México: s.n. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a55c.pdf>.

se logra realizar las primeras transmisiones de imágenes a distancia y varias estaciones de televisión transmiten experimentalmente su señal. Para 1936 el organismo británico, British Broadcasting Company (BBC) comienza sus emisiones regulares. Es el primer organismo o empresa en el mundo que produce un servicio regular de televisión.²⁹ Justo en la misma década la empresa The National Broadcasting Company (NBC) iniciaría sus transmisiones experimentales en 1931 en Estados Unidos y en 1939 comenzaría a ofrecer su servicio regular.³⁰ Sin embargo, la agudización de los conflictos políticos que desembocaron en la Segunda Guerra Mundial obliga a suspender las operaciones regulares de televisión.³¹

En México, la televisión experimental corrió a cuenta del Estado. Entre 1928 y 1929 el Partido Nacional Revolucionario (PNR) compra a la compañía estadounidense Western Corporation un equipo de televisión que constaba de “[...] dos cámaras, un transmisor, varios receptores y otros aparatos auxiliares”³² y el 16 de mayo de 1935 se realiza una demostración pública de la televisión en un local del PNR. Sin embargo: “A pesar de los planes y la inversión realizada, el equipo de televisión adquirido por el PNR nunca llegó a transmitir regularmente”.³³

A lo largo de los años 30 se realizan demostraciones aisladas del funcionamiento del nuevo aparato, pero, desde 1944 comienzan los esfuerzos de diferentes fuerzas empresariales para obtener una licencia por parte del gobierno de México para ofrecer el servicio de televisión. Hasta ese momento, las operaciones para transmitir señales utilizando el espectro radioeléctrico –en general– estaban sujetas a una licencia por parte del Estado. Las primeras solicitudes de concesión para ofrecer el servicio de televisión comenzaron a sucederse en los años cuarenta, pero las gestiones no prosperaron. Entre ellas se destacan:³⁴

1944: el empresario de origen porfirista Miguel Ocón –propietario del Hotel

²⁹ BBC, [sin fecha]. History of the BBC. *BBC* [en línea]. [Consulta: 29 abril 2106]. Disponible en: <http://www.bbc.co.uk/historyofthebbc>.

³⁰ NBCUNIVERSAL MEDIA, s/f. Our history. *NBCUniversal* [en línea]. [Consulta: 29 abril 2016]. Disponible en: <http://www.nbcuniversal.com/our-history>.

³¹ HERNÁNDEZ LOMELÍ, F., 2004. *Innovaciones en...*, p. 58.

³² *Ibid.*, p. 61.

³³ *Ibid.*, p. 64.

³⁴ MEJÍA BARQUERA, F., 1981. *La industria de la radio...*, 138-143.

Majestic³⁵— en asociación con el estadounidense Lee de Forest³⁶ se reúnen con el presidente Ávila Camacho y con el secretario de Educación, Jaime Torre Bodet, para solicitar una concesión para prestar un servicio de televisión. El proyecto incluía la construcción de un centro de estudios en la materia y una planta de televisores. Todavía entre 1947 y 1948, De Forest insiste ante el Presidente, pero sin ningún éxito.

1948: la empresa Radio-Televisión de México, S. A. solicita una concesión. Detrás de la compañía figuraban Gonzalo J. Escobar³⁷, José Manuel Crovetto, Alberto Rolland, Julio Santos Coy y Guillermo González Camarena. El proyecto incluía la construcción de una planta para transmisores y receptores de televisión.

1948. El accionista de la productora cinematográfica Posa Films, Santiago Reachi, también hace una solicitud³⁸.

1949: Eduardo Aguilar eleva una solicitud de licencia para instalar una emisora en Tijuana, Baja California.

Pese a todo, el gobierno de Ávila Camacho (1940.1946) no se decidió a otorgar alguna licencia de televisión. Desde entonces, además, quedó claro que el nuevo servicio estaba reservado para los inversionistas mexicanos. En el artículo 12 de la Ley de Vías Generales de Comunicación vigente desde 1940 y que servía de marco de referencia para la radiodifusión, se establece: “La concesiones para la construcción, establecimiento o explotación

³⁵ Todo indica que Ocón participó en la conspiración que se organizó para asesinar al presidente Madero y al vicepresidente Pino Suárez. Véase: DE MAULEÓN, H., 2103. La noche de los asesinos. *El Universal* [en línea]. México, 18 febrero 2103. Disponible en: <http://www.eluniversalmas.com.mx/editoriales/2013/02/63088.php>.

³⁶ De Forest fue un inventor estadounidense que nació en 1873 y que a lo largo de su carrera impulsó el desarrollo de la radiotelegrafía inalámbrica y la radiodifusión. Logró patentar más de 300 inventos distintos. Falleció en 1961. Véase: SCIENCENTRAL y THE AMERICAN INSTITUTE OF PHYSICS, 1999. Lee De Forest. *PBS* [en línea]. [Consulta: 29 abril 2016]. Disponible en: <http://www.pbs.org/transistor/album1/add-bios/deforest.html>.

³⁷ El autor pudo haber equivocado el nombre y tal vez se trata del General José Gonzalo Escobar, militar de la causa constitucionalista y que se rebeló en 1929 contra el presidente Emilio Portes Gil (la Rebelión Escobarista).

³⁸ Posa Films fue una productora formada por Mario Moreno “Cantinflas”, el productor estadounidense Jacques Gelman y Reachi. Es posible que cuando Reachi solicita la concesión “Cantinflas” ya estuviera asociado a él en POSA, pues desde 19490 la empresa comenzó a producir la filmografía del actor mexicano. Véase: FUNDACIÓN MARIO E. MORENO, 2011. *Mario Moreno Cantinflas: el actor, el torero, el empresario, el hombre*. México: Fundación Mario E. Moreno. POSA fue la productora de más de 30 películas de “Cantinflas”. Puede revisarse la filmografía de POSA en: Posa Films [mx]. *IMDb* [en línea], [sin fecha]. [Consulta: 27 octubre 2017]. Disponible en: <http://www.imdb.com/company/co0051572/>.

de vías generales de comunicación, solo se otorgarán a ciudadanos mexicanos o a sociedades constituidas conforme a las leyes del país”.³⁹

Ávila Camacho buscaba ganar tiempo para que su hermano, el también general Maximino Ávila Camacho – quien ocupó la cartera de Comunicaciones y Obras Públicas a partir de septiembre de 1941 y hasta su muerte, en febrero de 1945— pudiera inmiscuirse en los negocios mediáticos junto con su yerno: Rómulo O’Farril Jr.

Sin embargo, el más importante empresario de los medios en ese momento, Emilio Azcárraga Vidaurreta, decide tomar la iniciativa y solicita varias licencias de televisión. En julio de 1946, se publica en el *Diario Oficial de la Federación*, la petición de Enrique Balli, funcionario del Grupo Azcárraga, en nombre de Radio Panamericana, S. A. –que a la sazón operaba estaciones de radio del consorcio— para obtener una concesión para establecer estaciones de televisión en las ciudades de México, Veracruz, Puebla, Guadalajara, Tampico, Torreón y Monterrey. La segunda publicación de esta petición se hizo en noviembre de ese mismo año.

Exactamente en las mismas fechas, Emilio Azcárraga solicitaba a nombre de Cadena Radiodifusora Mexicana, S. A. –otra de las filiales radiofónicas de su grupo— la concesión de estaciones de televisión en las mismas ciudades. Se trataba de tener dos canales de televisión en cada ciudad y que las estaciones estuvieran “encadenadas por medio de canales de ultra alta frecuencia”.⁴⁰

De acuerdo con Mejía Barquera, Azcárraga hace un esfuerzo para que Ávila Camacho le otorgue la concesión antes de que termine su mandato –mediante un telegrama que le envía el 19 de noviembre de 1946, 11 días antes de que entregara el poder—, pero por recomendación del Secretario de Comunicaciones, Pedro Martínez Tornel, no se atiende su petición.⁴¹

En diciembre de 1946 toma posesión de la presidencia Miguel Alemán Valdés y el

³⁹ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1940. Ley de Vías Generales..., p. 3.

⁴⁰ Véase: SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1946. Notificación a las personas que resulten afectadas con la solicitud de concesión de la Radio Panamericana, S.A., para explotar estaciones radiodifusoras de televisión en México, D. F., Veracruz, Ver., Puebla, Pue., Guadalajara, Jal., Tampico, Tam., Torreón, Coah. y Monterrey, N- L. *Diario Oficial de la Federación*. México, 7 noviembre 1946. pp. 2-3 y SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1946. Notificación a las personas que resulten afectadas con la solicitud de concesión de Cadena Radiodifusora Mexicana, S.A., para explotar estaciones radiodifusoras de televisión en México, D. F., Veracruz, Ver., Puebla, Pue., Guadalajara, Jal., Tampico, Tam., Torreón, Coah. y Monterrey, N. L. *Diario Oficial de la Federación*. México, 7 noviembre 1946. pp. 3.

⁴¹ MEJÍA BARQUERA, F., 1981. *La industria de la radio...*, pp. 141-142.

modelo mexicano de televisión tomaría un rumbo definitivo. El propio Presidente pasaría a formar parte del juego de fuerzas que trataba de ganar ventaja para prestar el servicio en México. Se tenía conciencia de que, terminada la Guerra Mundial, la televisión comenzaría a desarrollarse con velocidad en los países más avanzados. Hernández Lomelí resume la situación de esta forma:

Para el año de 1947 la televisión era ya una realidad en Estados Unidos, Gran Bretaña y Francia. Esos países habían pasado de la etapa experimental a la fase de las transmisiones regulares. Pero la diferencia en la gestión de los modelos de televisión estadounidense y europeo, era muy grande. El primero tenía como características principales ser de propiedad privada, y obtiene sus recursos financieros de la venta de espacios publicitarios, de ahí el nombre de sistema comercial. En el segundo, la propiedad es estatal y sus recursos provienen a través de dos vías: 1.- La recaudación del impuesto por tenencia de aparatos de televisión y; 2.- Un subsidio gubernamental que complementa los gastos de operación.⁴²

2.2.3. El reparto

Probablemente hacia 1947 existía una abierta lucha entre los Azcárraga, los O’Farrill-Ávila Camacho, la familia del Presidente Alemán y otras fuerzas para tomar la delantera en el negocio de la televisión mexicana. Todo indica que lo único claro en ese momento es que se había renunciado a impulsar el “modelo europeo de televisión” –con una fuerte presencia estatal—, pues desde tiempo atrás el Estado mexicano ya había desistido de tener una participación directa en la producción de radio y no prosperaron sus ensayos experimentales en torno a la televisión. Más bien, lo que se fue configurando fue una situación en que algunas fracciones empresariales, encabezadas por Ávila Camacho y Alemán, que habían logrado encumbrarse hasta la Presidencia de la República, utilizarían su fuerza, influencia y poder para participar como empresarios privados en la nueva actividad económica. Lo importante era encontrar la vía para legitimar una forma de hacer televisión que permitiera a las familias presidenciales participar en el negocio, sin que esto implicara borrar a los empresarios más importantes, especialmente a Azcárraga.

Alemán, ya en la Presidencia, dio el primer paso y encargó a Carlos Chávez, director del Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura (INBA)⁴³ que organizara una comisión de

⁴² HERNÁNDEZ LOMELÍ, F., 2004. Innovaciones en..., pp. 75-76.

⁴³ El nombre original del organismo era Instituto Nacional de Bellas Artes Literatura y fue creado por decreto oficial del 31 de diciembre de 1946 publicado en el Diario Oficial de la Federación. En el ítem IV. del

estudio para realizar una investigación sobre cuál sistema de televisión debería de adoptarse en México: el estadounidense (basado en estaciones comerciales) o el europeo.

En 1947 se nombra al escritor Salvador Novo y al ingeniero Guillermo González Camarena —que contaba con una vieja relación profesional con Azcárraga— como los encargados de realizar el estudio y su correspondiente informe. Los comisionados viajan al extranjero durante 1947 y su reporte se dio a conocer en 1948 “[...] como una publicación de distribución restringida”.⁴⁴ Las recomendaciones de los dos comisionados, como reconoce Corona Belkin, son contradictorias:

En el caso de Novo “[...] las recomendaciones se inclinan claramente hacia el sistema de ‘monopolio’ que rige la televisión inglesa y que justifica su existencia por el interés cultural, educativo y especializado de sus contenidos [...]”. En cambio, González Camarena “[...] recomienda la TV norteamericana porque considera que la imagen es de mejor calidad y por lo tanto asegura, podrá ofrecer mejor entretenimiento a su público. [...] Recomienda además a la TV norteamericana porque los aparatos receptores serían de más fácil adquisición en EUA, además de que en México ya se experimentaba (en sus propios laboratorios) con el mismo sistema [...]”.⁴⁵

En realidad, como afirma de nueva cuenta Corona Belkin, este informe no definió el modelo de televisión que prevalecería en México: “La televisión en México parece haberse definido con la tecnología y el proyecto político de Miguel Alemán, y antes del informe de Novo [...]”.⁴⁶ Todo indica que la participación de González Camarena en la Comisión le trajo algún tipo de ventaja al grado de que, en septiembre de 1947, en nombre propio, solicita una concesión para instalar un canal en la Ciudad de México.⁴⁷ Hasta este punto, el Grupo Azcárraga había dado un paso muy importante —como señalamos anteriormente, la petición

artículo 2º del citado decreto se establece como una de las finalidades del instituto: “El estudio y fomento de la televisión aplicada a la realización, en lo conducente, de las finalidades del Instituto [...]”. Véase: SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA, 1946. Ley que crea el Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura. *Diario Oficial de la Federación*. México, 31 diciembre 1946, p. 9.

⁴⁴ CORONA BERKIN, S., 1992. La televisión: informe de Salvador Novo y Guillermo González Camarena. Entre melón y sandía. *Comunicación y Sociedad*, no. 16-17, p. 205. Corona precisa: “Salvador Novo quedó nombrado presidente de la Comisión de Televisión del Instituto y el ingeniero González Camarena lo ‘acompañó para recoger datos técnicos’, según leyenda en la primera página del mismo informe. Con este objeto viajaron a Estados Unidos, Gran Bretaña y Francia. El informe fue el resultado de sus observaciones en las televisoras de estos países”, *Ibid.*, p. 200.

⁴⁵ *Ibid.*, p. 202.

⁴⁶ *Ibid.*, p. 203.

⁴⁷ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1947. Solicitud del señor Guillermo González Camarena, para explotar una estación radiodifusora de televisión en México, D. F. *Diario Oficial de la Federación*. México, 6 septiembre 1947. pp. 2.

de varias concesiones desde 1947— para sentar las bases de su negocio televisivo, justo antes de que finalmente se decidiera “el modelo” que el Estado impulsaría.

Después de que se entrega el reporte de Novo y González Camarena la situación se acelera y se toman decisiones fundamentales. Hacia finales de 1949 se reúnen Azcárraga y el presidente Alemán:

Hace varios días tuve la gran satisfacción de conversar con el señor presidente [señala Azcárraga en un telegrama enviado a Rogerio de la Selva el 7 de diciembre] quien me permitió exponerle mis planes sobre televisión, manifestándome su entusiasmo por verla realizada y porque yo continúe con mis proyectos que cubren el Distrito Federal, Tlaxcala, Puebla, Veracruz y los estados del sureste. Me indicó verlo el día 15 de los corrientes [...] para recibir sus instrucciones [...].⁴⁸

Alrededor de esas mismas fechas, la revista *Radiolandia* —del 18 de noviembre de 1949— da a conocer la declaración del Secretario de Comunicaciones, Agustín García López: “[...] el gobierno hará uso de la televisión con fines sociales y culturales, al tiempo que reconoce que será motivo de explotación comercial por parte de los particulares”⁴⁹.

A estas alturas el país se encontraba a unos meses del arranque del primer servicio de televisión regular, con transmisiones continuas y, como ya apuntamos arriba, el 11 de febrero de 1950 se emite el primer documento de concesión para que operara regularmente una estación de televisión en el país. Casualmente ese mismo día, el sábado 11 de febrero de 1950, se publica en el *Diario Oficial de la Federación*, el “Decreto que fija las normas a que sujetarán en su instalación y funcionamiento las estaciones radiodifusoras de televisión”. El nuevo servicio contaba así, con un estatuto legal mínimo para comenzar a operar. Cuando decimos que son reglas mínimas no se trata de retórica pues el citado decreto contiene solamente cuatro artículos:⁵⁰

1º. Señala que, para su operación, las estaciones de televisión se sujetarán al reglamento emitido en 1942 para regular a las estaciones de radio.

2º. Establece las normas técnicas de operación. En especial se determina que las

⁴⁸ MEJÍA BARQUERA, F., 1981. *La industria de la radio...*, pp. 151-153.

⁴⁹ MEJÍA BARQUERA, F., 1987. 50 años de televisión comercial en México (1934-1984). *Televisa. El quinto poder*. 2a. México: Claves Latinoamericanas, p. 24.

⁵⁰ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1950. Decreto que fija las normas a que se sujetarán en su instalación y funcionamiento las estaciones radiodifusoras de Televisión. *Diario Oficial de la Federación*. México, 11 febrero 1950. pp. 5-6.

estaciones operarán en los canales del 1 al 13 y se establecen las frecuencias de cada uno. Los canales por utilizar en cada zona del país serán asignados por la Secretaría de Comunicaciones y de Obras Públicas.

3º. La propia Secretaría queda facultada para establecer normas técnicas adicionales.

4º. Las disposiciones del decreto son aplicables a todo el territorio nacional.

El Reglamento [...] constituyó otro triunfo político de los radiodifusores comerciales. En él se encuentran todas las indicaciones técnicas que el ingeniero González Camarena había hecho en el informe de la Comisión de Televisión del INBA, mismas que [...] significaban, en los hechos, la recomendación de adoptar el sistema de operación estadounidense con todas las implicaciones económicas y políticas que ello significaba⁵¹.

Pero probablemente lo más relevante sea que, al existir una legislación tan exigua, todas las decisiones fundamentales quedaban en manos de unos cuantos funcionarios, especialmente en manos del presidente Alemán y de la capacidad de influencia de cada grupo empresarial que intentaba entrar al negocio televisivo.

2.2.4. La batalla por las concesiones

Las operaciones iniciales del canal 4 fueron posibles gracias a que infraestructura gubernamental fue puesta a disposición del grupo Ávila Camacho-O'Farrill, pues los estudios y la antena de la nueva estación de televisión quedaron instalados en el edificio que ocupaba la Lotería Nacional. Esta relación entre el canal 4 y, más concretamente, la Presidencia de la República, era patente desde los días previos al lanzamiento del canal.

Al fin, el 26 de julio [se refiere a 1950], desde las 5 de la tarde el nerviosismo aumentaba, ante la certeza de que al fin se lograría enviar la señal al aire.

Sólo esperaban esta señal, aparte de los que la iban a generar, 5 televisores instalados en las oficinas del señor presidente don Miguel Alemán Valdés; del secretario de Comunicaciones, licenciado Agustín García López; de don Rómulo O'Farril y Rómulo O'Farril Jr., y en la *Revista Voz* de Miguel Alemán Velasco en el piso 17 del propio edificio de la Lotería Nacional.⁵²

A la postre, la ceremonia de inauguración del canal 4 se celebró el 31 de agosto de 1950 y a ella asistieron Agustín García López –Secretario de Comunicaciones–; otros

⁵¹ MEJÍA BARQUERA, F., 1981. *La industria de la radio...*, pp. 467-468.

⁵² CASTELLOT, GONZALO. *La televisión en México 1950-2000*. México: EDAMEX, 1999, p. 22.

secretarios de Estado; el embajador de los Estados Unidos en México, Walter Thurston y el vicepresidente de la RCA, Meade Brunet⁵³. La concurrencia al evento constituye un fiel reflejo de las fuerzas que se conjuntaron para dar inicio al arranque de la televisión en México.

Después de la transmisión del informe presidencial, al día siguiente, y del inicio formal de las operaciones de la televisión mexicana, el canal 4 permaneció como la única señal televisiva, pero el despegue de la televisión no se detenía. En febrero de 1951 el Grupo Azcárraga se asegura un nuevo triunfo —recuérdese que en 1950 había obtenido la licencia para operar el canal 2— al lograr la concesión para operar su primera repetidora y segundo canal, el 9 con siglas XEQ-TV, cuya antena quedó finalmente instalada en Alzomoni, Estado de México. La concesión fue otorgada a Radio Panamericana, S. A. El primer documento oficial sobre este canal data de 1969 y en el mismo no se aclara sobre la fecha de inicio de la concesión.⁵⁴ Es hasta el refrendo emitido en 2004 cuando se precisa que la concesión de la estación comenzó el 2 de febrero de 1951.⁵⁵

Un mes después, el 21 de marzo, inician las transmisiones regulares del canal 2 de la Ciudad de México, perteneciente, como ya hemos señalado al Grupo Azcárraga. La leyenda cuenta que la primera transmisión fue un partido de béisbol desde el antiguo Parque Delta de la Ciudad de México.⁵⁶ Azcárraga comenzó sus preparativos desde 1948 para ingresar al

⁵³ Novedades publicaba el 1 de septiembre: “La televisión, el más nuevo adelanto, ya funciona en México”. Se trata de la portada de su edición del primero de septiembre de 1960. En la nota se da cuenta de que el jueves 31 de agosto de 1950 se había inaugurado las operaciones de Televisión de México con una ceremonia en el Jockey Club del Hipódromo de las Américas y que fue presidida por el Secretario de Comunicaciones y Transportes, Agustín García López. En el acto también estuvieron presentes Rómulo O’Farrill Sr., presidente de la empresa; Adolfo Ruiz Cortines, secretario de Gobernación; Francisco González de la Vega, Procurador General de la República; Antonio Martínez Báez, secretario de Economía Nacional; Alejandro Quijano, director de Novedades; Walter Thurston, embajador de los Estados Unidos; Antonio Díaz Lombardo, director del Instituto Mexicano del Seguro Social; Rafael Mancera Ortiz, subsecretario de Hacienda; Tarsicio Márquez Padilla, oficial mayor de Economía, y Meade Brunet, vicepresidente de la RCA. La televisión, el más nuevo adelanto, ya funciona en México. Novedades, 1950. México, 1 de septiembre de 1950, pp. 1-8 A.

⁵⁴ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1969. *Título de concesión a favor de Radio Panamericana, S.A.* [en línea]. 3 julio 1969. México: s.n. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a7e8.pdf>.

⁵⁵ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 2004. *Título de refrendo de concesión para continuar usando comercialmente un canal de televisión, que otorga el Gobierno Federal, por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en lo sucesivo la Secretaría, en favor de Televimex, S.A. de C.V., en lo sucesivo el concesionario, al tenor de los siguientes antecedentes y condiciones* [en línea]. 21 septiembre 2004. México: s.n. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a7f3.pdf>.

⁵⁶ OLIVARES ARRIAGA, M. del C., 2002. *Emilio Azcárraga Vidaurreta: bosquejo biográfico*. s/l:

negocio de la televisión en México. A partir de ese año, instala un laboratorio de experimentación en televisión que queda bajo el mando de Guillermo González Camarena y José de la Herrán⁵⁷.

Pese a este adelanto en los preparativos, que incluyeron otras acciones como construir las instalaciones de Televisión, fue el propio Azcárraga el que determinó que su canal 2 comenzará a transmitir después del canal 4. A este respecto el ingeniero Roberto “Kenny” Espinosa, uno de los técnicos fundadores de la televisión en México, comenta:

[...] hubiera salido mucho antes al aire [el canal 2] ya que se compró el equipo transmisor antes que el del canal 4; era un equipo RCA, pero don Emilio no quiso quedarse con una sola marca a él le gustaba comprar de todo, como General Electric, etcétera. Los de RCA se enojaron y le dijeron que le vendían RCA o no le vendían nada y don Emilio los cortó. Así, él mismo se descalificó para empezar primero la televisión. [...].⁵⁸

Mientras tanto, después de inaugurados los dos canales en la Ciudad de México, se desarrolla una puja por obtener concesiones en varias ciudades del país. Entre junio de 1951 y enero de 1953 se registran en el *Diario Oficial* 24 solicitudes de concesión (véase el cuadro # 2.3). Es muy difícil establecer cuál de estas peticiones tuvo éxito, en buena medida porque la marcha de la televisión se acompañaba de desorden y falta de documentación, lo que acentuaba el predominio de las decisiones discrecionales que afectarían el futuro de las estaciones televisivas.

La falta de información precisa de cada concesión también se convierte en un obstáculo para determinar cuál es el grupo empresarial que estaba detrás de cada solicitud de concesión. Lo que también complica el análisis de este periodo es que se desarrollan al mismo tiempo tres procesos complementarios: las solicitudes de concesión, el otorgamiento de estas y la puesta en operación de los nuevos canales de televisión.

Universidad Autónoma de Tamaulipas, Instituto de Investigaciones Históricas, p. 90.

⁵⁷ HERNÁNDEZ LOMELÍ, F., 2004. *Innovaciones en...*, p. 86.

⁵⁸ CASTELLOT DE BALLIN, L., 1993. *Historia de la televisión en México: narrada por sus protagonistas*.

México: Alpe, p. 84.

Cuadro # 2.3		
Notificaciones de solicitudes de concesiones de televisión, 1946-1953		
Fecha	Solicitante	Ciudades por cubrir
Noviembre, 1946	Radio Panamericana, S. A. (Emilio Balli, representante)	México, D. F., Veracruz, Ver., Puebla, Pue., Guadalajara, Jal., Tampico, Tamps., Torreón, Coah., Monterrey, N. L.
Noviembre, 1946	Cadena Radiodifusora Mexicana, S. A. (Emilio Azcárraga, representante)	México, D. F., Veracruz, Ver., Puebla, Pue., Guadalajara, Jal., Tampico, Tamps., Torreón, Coah., Monterrey, N. L.
Septiembre, 1947	Guillermo González Camarena	México, D. F.
Enero, 1951	Radiotelevisión, S. A.	Tijuana, B. C.
Junio, 1951	Carlos Mariscal Gómez	Monterrey, N. L.
Junio, 1951	Guillermo González Camarena	México, D. F.
Septiembre, 1952	Televisora del Río Bravo, S. A.	Reynosa, Tamps.
Septiembre, 1952	Televisora de Occidente, S.A.	Guadalajara, Jal.
Septiembre, 1952	Televisora del Norte, S.A.	Monterrey, N. L.
Septiembre, 1952	Televisora del Centro, S.A.	Silao, Gto.
Noviembre, 1952	Televisión de Matamoros, S. A.	Matamoros, Tamps.
Noviembre, 1952	Televisión de Torreón, S. A.	Torreón, Coah.
Noviembre, 1952	Televisión de Monterrey, S. A.	Monterrey, N. L.
Noviembre, 1952	Televisión de Tijuana, S. A.	Tijuana, B. C.
Noviembre, 1952	Televisión de México, S. A.	México, D. F. 1/
Noviembre, 1952	Televisión de Mexicali, S. A.	Mexicali, B. C.
Noviembre, 1952	Televisión de Guanajuato, S. A.	Guanajuato, Gto.
Noviembre, 1952	Televisión de Guadalajara, S. A.	Guadalajara, Jal.
Noviembre, 1952	Televisión de Hermosillo, S. A.	Hermosillo, Son.
Noviembre, 1952	Televisión de Ciudad Juárez, S. A.	Ciudad Juárez, Chih.
Diciembre, 1952	Televisión de la Frontera, S. A. (Ricardo Garza Álvarez, representante)	Ciudad Juárez, Chih.
Diciembre, 1952	Televisión Garza Álvarez, S. A. (Ricardo Garza Álvarez, representante)	Nuevo Laredo, Tamps.
Enero, 1953	Televisión de Nogales, S. A.	Nogales Son.
Enero, 1953	Televisión de Nuevo Laredo, S. A.	Nuevo Laredo, Tamps.
Enero, 1953	Televisión de Reynosa, S. A.	Reynosa, Tamps.
Enero, 1953	Televisión de Mérida, S. A.	Mérida, Yuc.
Enero, 1953	Televisión de Veracruz, S. A.	Veracruz, Ver.
1/ Paso de Cortés.		
* Canal que podía ser asignado.		
Fuente: Anexo # 17.		

Respecto a las solicitudes aceptadas es posible señalar que entre 1950 y 1955, es decir, durante la primera etapa del desarrollo de la televisión mexicana, se aprobaron un total de 10 concesiones, de las que 8 entraron en operación entre 1950 y 1955, como puede

apreciarse en cuadro # 2.4.

Cuadro # 2.4						
Concesiones de televisión otorgadas, 1950-1955						
Ciudad, estado	Ciudades por servir	Inicio de operaciones	Inicio de la vigencia de la concesión	Beneficiario original	Canal y siglas originales	Accionista original
México, D. F.	México	01/09/1950	01/09/1950	Televisión de México, S.A.	4-XHTV	O'Farrill
México, D. F.	México	21/03/1951	11/02/1950	Televimex, S. A.	2-XEW	Azcárraga
Tijuana, B. C.	Tijuana	1955	20/05/1950	Radio Televisión, S.A.	6-XETV	Locales
Altzomoni, Mex.	n. d.	1952	02/02/1951	Radio Panamericana, S. A.	9-XEQ	Azcárraga
El Zamorano, Qro.	Querétaro, Celaya	1956	26/11/1951	Televisora del Centro, S.A.	3-XEZ	Azcárraga
Altzomoni, Mex.	Puebla, Cuernavaca	07/05/1955	26/11/1951	Televisión Paso de Cortés, S. A.	7-XEX	O'Farrill
El Zamorano, Qro.	Querétaro, Celaya	n. d.	26/11/1951	Televisora de Guanajuato, S. A.	6-XHZ	O'Farrill
México, D. F.	México	10/05/1952	20/01/1954	Televisión González Camarena, S. A.	5-XHGC	González Camarena
Ciudad Juárez, Chih.	Ciudad Juárez	17/05/1954	3/06/1954	Televisión de la Frontera, S. A.	5-XEJ	Meneses
Nuevo Laredo, Tamps.	Nuevo Laredo	22/12/1954	22/12/1954	Rafael Tijerina Carranza	2-XEFE	Tijerina

Fuentes: BEATTY, J.F., 1953. Television fiesta style. Broadcasting Telecasting, p. 83.
MORA CORRALES, K. y TRUJILLO MUÑOZ, G., 2006. La televisión en Baja California..., p. 110.
OLIVARES ARRIAGA, M. del C., 2002. Emilio Azcárraga..., p. 90.
SALINAS, S. y CHÁVEZ, J.H., 1998. Semblanza de un fundador..., p. 9.
SÁNCHEZ RUIZ, E., 1990. Hacia una cronología de la televisión mexicana. En: Universidad de Guadalajara, Comunicación y Sociedad, no. 10/11, pp. 240-241.
SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1964a. Título de concesión a favor de Televimex, S.A. [en línea]. 10 abril 1964. México: s.n. [Consulta: 3 noviembre 2017]. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a37a.pdf>.
SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1964b. Título de concesión a favor de Televisión de la Frontera, S.A. [en línea]. 21 abril 1964. México: s.n. [Consulta: 3 noviembre 2017]. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a011.pdf>.
SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 2004. Título de refrendo de concesión para continuar usando comercialmente un canal de televisión, que otorga el Gobierno Federal, por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en lo sucesivo la Secretaría, en favor de Radio Televisión, S.A. de C.V., en lo sucesivo el Concesionario, al tenor de los siguientes antecedentes y condiciones [en línea]. 8 septiembre 2004. México: s.n. [Consulta: 3 noviembre 2017]. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/0902526480029fc3.pdf>.
SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 2004. Título de refrendo de concesión para continuar usando comercialmente un canal de televisión, que otorga el Gobierno Federal, por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en lo sucesivo la Secretaría, en favor de Televimex, S.A. de C.V., en lo sucesivo el Concesionario, al tenor de los siguientes antecedentes y condiciones [en línea]. 21 septiembre 2004. México: s.n. [Consulta: 30 mayo 2016].

Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a9c5.pdf>.
SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 2004b. Título de refrendo de concesión para continuar usando comercialmente un canal de televisión, que otorga el Gobierno Federal, por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en lo sucesivo la Secretaría, en favor de Televimex, S.A. de C.V., en lo sucesivo el Concesionario, al tenor de los siguientes antecedentes y condiciones [en línea]. 21 septiembre 2004. México: s.n. [Consulta: 3 noviembre 2017].
Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a4fa.pdf>.
SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 2004c. Título de refrendo de concesión para continuar usando comercialmente un canal de televisión, que otorga el Gobierno Federal, por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en lo sucesivo la Secretaría, en favor de Televimex, S.A. de C.V., en lo sucesivo el Concesionario, al tenor de los siguientes antecedentes y condiciones [en línea]. 21 septiembre 2004. México: s.n. [Consulta: 3 noviembre 2017].
Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a571.pdf>.
SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 2004d. Título de refrendo de concesión para continuar usando comercialmente un canal de televisión, que otorga el Gobierno Federal, por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en lo sucesivo la Secretaría, en favor de Televimex, S.A. de C.V., en lo sucesivo el Concesionario, al tenor de los siguientes antecedentes y condiciones [en línea]. 21 septiembre 2004. México: s.n. [Consulta: 3 noviembre 2017].
Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a7f3.pdf>.
SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 2004e. Título de refrendo de concesión para continuar usando comercialmente un canal de televisión, que otorga el Gobierno Federal, por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en lo sucesivo la Secretaría, en favor de Televimex, S.A. de C.V., en lo sucesivo el Concesionario, al tenor de los siguientes antecedentes y condiciones [en línea]. 21 septiembre 2004. México: s.n. [Consulta: 3 noviembre 2017].
Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a9b8.pdf>.
SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 2006. Título de refrendo de concesión para continuar usando comercialmente un canal de televisión, que otorga el Gobierno Federal, por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en lo sucesivo la Secretaría, en favor de Ramona Esparza González., en lo sucesivo el Concesionario, al tenor de los siguientes antecedentes y condiciones [en línea]. 27 marzo 2006. México: s.n. [Consulta: 3 noviembre 2017].
Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002ab11.pdf>.

Además de otras consideraciones, si se compara el número de solicitudes con el número de licencias otorgadas, es claro que el Estado alemanista restringió deliberadamente el número de participantes iniciales en el negocio televisivo y, particularmente, ofreció un trato privilegiado a los grupos Azcárraga y O’Farrill-Ávila Camacho.

En el caso de los Azcárraga, una vez que el canal 2 inicia operaciones en la Ciudad de México, comienza su despliegue regional y en consecuencia la instalación de sus repetidoras. Desde muy temprano se tenía el objetivo de establecer cadenas televisivas. El primer paso es la obtención de la licencia en 1951 para instalar la retransmisora del canal 2 en el cerro de Altzomoni y que tendría un alcance a las ciudades cercanas a la de México (Puebla y Cuernavaca), e incluso a algunas de Veracruz.⁵⁹ Reportes de la prensa extranjera consignan que la

⁵⁹ Refiriéndose al transmisor instalado en Altzomoni, el Ing. José de la Herrán comenta: “Apenas era visible en Veracruz, sin embargo, en aquel tiempo, eso se consideraba un gran logro, porque de ver una señal débil, a no ver nada, era formidable. A Puebla llegaba perfectamente bien y lugares como: Cuernavaca, Atlixco, la región de Orizaba y toda la región del Este, se cubrían con bastante efectividad”. CASTELLOT DE BALLIN, L., 1993. *Historia de la televisión...*, p. 75.

estación comenzó a transmitir en 1952.⁶⁰ Otra licencia le permite instalar una nueva repetidora a partir de noviembre de 1951 en el cerro de El Zamorano (Querétaro), XEZ-TV, con capacidad de cobertura de las ciudades de Querétaro y Celaya.⁶¹ Pese a todo, las transmisiones del canal comenzaron hasta junio de 1956.⁶²

Por su parte el grupo O’Farril-Ávila Camacho, después del canal 4, obtiene una nueva licencia para instalar un transmisor en Alzomoni para repetir la señal de ese canal en Puebla y Cuernavaca (XEX-TV). En el texto de la concesión emitida en 1964 –la primera que existe documentada—, se establece expresamente: “Estación televisora enlazada permanentemente al canal 4 del Distrito Federal”⁶³ y que, finalmente, comenzó a operar en julio de 1955⁶⁴. Adicionalmente obtiene otra licencia para un nuevo transmisor, en el Cerro de El Zamorano en Querétaro (XHZ-TV), para retransmitir la señal del canal 4 a las ciudades de Querétaro y Celaya.⁶⁵

Pese al predominio de los grupos Azcárraga y Ávila Camacho-O’Farril, en 1954, cerca del fin de la primera etapa de desarrollo de la televisión mexicana, irrumpen nuevos intereses en el escenario y logran concesiones. Se expide una concesión con vigencia a partir del 20 de mayo de 1950 a favor de Radio Televisión, S.A. para operar un canal en Tijuana, Baja California (XETV-TV).⁶⁶ De acuerdo con algunas investigaciones, en 1948 los empresarios locales Jorge

⁶⁰ BEATTY, J.F., 1953. Television fiesta style. *Broadcasting Telecasting*, p. 83.

⁶¹ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1964. *Título de concesión a favor de Televisora del Centro, S.A.* [en línea]. 12 octubre 1964. México: s.n. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a9a3.pdf>. Registro Público de Concesiones: 090252648002a9a3.

⁶² CASTELLOT DE BALLIN, L., 1993. *Historia de la televisión...*, p. 76., y GÁMEZ TERÁN, 1956. Titánico esfuerzo de Telesistema Mexicano para instalar una antena en el Zamorano. *Novedades*. México, 13 mayo 1956. pp. 3-8

⁶³ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1964. *Título de concesión a favor de «Televisión Paso de Cortés», S.A.* [en línea]. 24 junio 1964. México: s.n. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a7d6.pdf>.

⁶⁴ NOVEDADES, 1955. Un puente más de Telesistema Mexicano con la provincia, canal 7, en Paso de Cortés, llevará desde hoy la imagen de XHTC a vasta zona. *Novedades*. México, 1 julio 1955. pp. 13.

⁶⁵ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1964. *Título de concesión a favor de Televisión de Guanajuato, S.A.* [en línea]. 5 octubre 1964. México: s.n. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a9c0.pdf>. Cabe hacer notar que en el original del título de concesión aparece ligeramente tachado el nombre de “Televisión” y abajo, escrito a mano, aparece “Televisora”. ¿Cómo se llamaba realmente la empresa concesionaria?

⁶⁶ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1964. *Título de concesión a favor de Radio Televisión, S. A.* [en línea]. 26 abril 1964. México: s.n. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/0902526480029f52.pdf>.

Rivera y José Márquez “[...] cumplieron con los trámites necesarios para obtener la concesión de instalar y operar un canal de televisión en la ciudad”⁶⁷. Lo relevante, según el propio relato citado es que Rivero arrancó el canal en 1953 y dos años después lo vendió a Emilio Azcárraga. Todo indica que este es el primer caso de una práctica que el Grupo Azcárraga desarrolló a lo largo de varios años: la compra de estaciones locales de televisión.

En mayo de 1952, arranca la operación el canal 5 (XHGC-TV) en la Ciudad de México⁶⁸, aunque el texto de la primera concesión que se le otorga a González Camarena señala que la vigencia del permiso comenzó el 20 de enero de 1954.⁶⁹ La danza de las fechas, no parece tener fin. Todo indica que el canal 5 sufrió la misma suerte que el que operaba en Tijuana y, rápidamente pasó a manos de Azcárraga:

[...] la XHGC-TV (Canal 5) de González Camarena no tendría la menor oportunidad de sobrevivir por sí misma, debido a su falta de capital. Dándose cabal cuenta de ello, González Camarena hizo una secreta transferencia de la concesión, en abril de 1952, un mes antes del lanzamiento del canal. El beneficiario era Othón Vélez Jr., que sin duda sólo actuaba como prestanombres de Azcárraga Vidaurreta. (Los documentos de la transacción aún están en manos de la familia Vélez).⁷⁰

Otra nueva televisora surge en Ciudad Juárez⁷¹. Allí, Pedro Meneses era un empresario de origen yucateco que incursionó en la radio local en 1930⁷², logró ingresar al mercado de la televisión (XEJ-TV) al margen de los grupos dominantes, al menos en un principio. En 1954, Meneses logra arrancar las transmisiones del canal 5 en Ciudad Juárez:

El 17 de mayo de 1954, al cumplir exactamente 24 años de fundada ‘XEJ’, los habitantes de Cd. Juárez y El Paso recibieron la más agradable sorpresa, adelantándose a cualquier otra ciudad de la República, con excepción de la capital mexicana. Cd. Juárez ofrecía orgullosa una estación de televisión: ‘XEJ’ T. V., con programas vivos y filmados totalmente en castellano. Aún al escribir estas líneas, en 1955, no hay en todo el país más que otra emisora de televisión que no sea capitalina, y esa funciona en idioma inglés

⁶⁷ SILVA HERNÁNDEZ, A., 2009. *Perfiles de Tijuana. Historias de su gente*. 2a. Tijuana: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, p.180.

⁶⁸ CASTELLOT DE BALLIN, L., 1993. *Historia de la televisión...*, p. 59.

⁶⁹ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1963. *Título de concesión a favor de Televisión González Camarena, S.A.* [en línea]. 30 abril 1963. México: s.n. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a4f5.pdf>.

⁷⁰ FERNÁNDEZ, C. y PAXMAN, A., 2001. *El Tigre: Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*. México: Grijalbo, p. 54.

⁷¹ La vigencia de la primera concesión del canal inicia el 3 de junio de 1954. Véase: SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1964b. *Título de concesión a favor de Televisión de la Frontera...*

⁷² SALINAS, S. y CHÁVEZ, J.H., 1998. *Semblanza de un fundador...*

en la ciudad de Tijuana.⁷³

La iniciativa de Meneses forma parte del camino tradicional que conducía a que, los empresarios de la radio buscarán de manera natural ingresar al servicio de la televisión. Fue la misma ruta que tomó Rafael Tijerina Carranza, radiodifusor que obtuvo una licencia, cuya vigencia comenzó en 1954, para instalar la estación XEFE-TV, canal 2 en Nuevo Laredo, Tamaulipas.⁷⁴

El primer ciclo de concesiones otorgadas logró empatar los diferentes emplazamientos regionales de los grupos Azcárraga y O’Farrill-Ávila Camacho, y solo dio entrada a tres empresarios locales, dos de ellos radiodifusores, confirmando las tendencias de que, una buena parte del capital y la experiencia que llegó a la televisión, especialmente en sus años iniciales, tenían su origen en la radio comercial.

Existe un caso especial dentro del grupo de concesiones de la primera etapa de la televisión mexicana, se trata de la estación XELD –canal 7– con sede en Matamoros, Tamaulipas. De acuerdo con un reporte de la publicación *Television Magazine*, la estación inició sus operaciones en septiembre de 1951 y su objetivo era servir a una población de más de medio millón de habitantes, especialmente a la que habitaba en la ciudad de Brownsville (Texas).⁷⁵ La estación dejó de operar, todo lo indica así, en 1954, como consecuencia de un huracán que destruyó parte de las instalaciones de la televisora. No existe un solo registro oficial de esta emisora. Sin embargo, la embajada de Estados Unidos en México emitió un reporte ese mismo año en el que atribuía la posesión del canal a los “[...] dos zares de la radio en México, Emilio Azcárraga y Rómulo O’Farril”.⁷⁶

De esta manera, si en las primeras batallas por las concesiones resultan triunfantes los grupos Azcárraga y O’Farrill-Ávila Camacho también, desde los primeros años de la televisión, estas agrupaciones inician su colaboración. Control de las concesiones y colaboración será la llave maestra para que ambos grupos se conviertan, a la postre, en las fuerzas

⁷³ *Ibíd.*, p.9.

⁷⁴ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1964. *Título de concesión a favor del C. Rafael Tijerina Carranza* [en línea]. 20 abril 1964. México: s.n. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002ab01.pdf>. Tijerina Carranza había recibido en 1932 una concesión para operar una estación de radio en la misma población.

⁷⁵ TELEVISION MAGAZINE, 1951. Brownsville. *Television Magazine*, vol. VIII, no. 12, pp. 40.

⁷⁶ AMEmbassy, Mexico, D.F. to Department of State (1953). Despatch 787, October 30, 1953, file 912.40/10-3053: General Records of the Department of State, U.S. National Archives.

dominantes históricas en la fábrica de sueños mexicana. Lo que parece cuestionar seriamente que existiera una “competencia encarnizada” entre los grupos Azcárraga y O’Farrill-Ávila Camacho, hipótesis a la que volveremos más adelante.

2.3. Televisión a “la mexicana”

Al término de la posguerra comienza el verdadero despliegue de la televisión en el mundo (véase el anexo #7), de esta forma, hacia 1955, cuando finaliza la primera etapa de la vida del servicio en México, operaban en el orbe un total de 850 estaciones (véase el anexo #6). La enorme mayoría, 48 de cada 100 canales operaban en los Estados Unidos. En 13 naciones de América Latina el servicio televisivo ya estaba operando por medio de 85 estaciones, entre las que destacan las instaladas en Cuba, Brasil y México. Nuestro país, en todo caso, tiene el galardón de haber sido la primera nación latinoamericana en haber arrancado el servicio audiovisual y en el sexto en el mundo en el que estableció la televisión comercial.⁷⁷

¿Se puede afirmar que, desde el punto de vista económico, existió un modelo mexicano de televisión? Hasta 1955 en el mundo parecían prevalecer dos formas: la televisión pública en Europa y de televisión comercial en Estados Unidos y América Latina. Es posible que, durante sus primeros años, la televisión en México, contará con una estructura peculiar aunque, en realidad, en la mente y el comportamiento de los forjadores de esta actividad, prevalecía la reproducción de las formas de desarrollo que existieron en Estados Unidos: “A pesar de la obvia influencia del sistema estadounidense, la televisión latinoamericana no se convirtió en una réplica exacta del modelo dominado por su vecino del norte”.⁷⁸ La coincidencia más importante es la preeminencia de las estaciones y empresas de televisión comercial sobre todos los otros tipos de participantes. Pero una de las diferencias significativas, es que desde su origen la televisión en México nace uniendo políticos y empresarios en lo que parecerían ser dos grupos hegemónicos, pero que en el corto plazo los llevarían a la fusión en un consorcio que gobernaría el futuro de la actividad. Dicho de otra forma, la televisión en México nace con un alto grado de monopolio.

⁷⁷ DE NORIEGA, L.A. y LEACH, F., 1979. *Broadcasting in...*, p. 20.

⁷⁸ WAISBORD, S., 2005. *Latin America. Television an international history*. 2a. New York: Oxford University Press, p. 256.

¿Teniendo en cuenta este marco, cuáles fueron entonces las características que predominaron en la primera etapa del desarrollo de la televisión mexicana?

2.3.1 Desarrollo de la infraestructura

Pese a que los años 50 se caracterizaron por un importante desarrollo de la economía nacional, que “[...] experimentó un fuerte crecimiento económico de 6.2% en promedio anual durante toda la década [...]”, existían obstáculos estructurales para el desarrollo de la televisión. Un elemento fundamental es el abasto de electricidad y la conexión de los hogares a la red de energía. Aunque las obras de electrificación se aceleraron desde los años 20, permitiendo una rápida expansión de la generación y el consumo de energía eléctrica, (véase el anexo # 2), para el inicio de los años 50 –cuando comienza la era televisiva— existían zonas con un fuerte rezago en la electrificación del país. La Comisión Federal de Electricidad (CFE) emprendió un importante proceso de inversiones desde finales de los años treinta, pero al inicio de la década de los años cincuenta, más de la mitad del país no contaba con el suministro eléctrico.

A la falta de abasto, habría que añadir una importante desigualdad en el consumo entre las distintas regiones. Por ejemplo, en 1950, mientras que en el Distrito Federal se reportaba un consumo de 399.4 kilowatt hora por habitante, en Oaxaca era de solamente 4.1 kilowatt hora por habitante. Al mismo tiempo habría que analizar el impacto de la existencia de dos sistemas de transmisión diferentes de electricidad en el país, tanto para el impacto en el uso de electrodomésticos, y específicamente en el uso del televisor. De esta forma, en los primeros años de su desarrollo, el despliegue de la red televisiva se dirige al principal centro de población del país, la Ciudad de México –donde vivían el 11% de la población y de las familias— lugar en el que comenzaron a operar tres canales.

La estrategia de expansión regional definida por el Grupo Azcárraga se orientaba a replicar –como ya señalamos— el exitoso sistema de cadenas de la radio, pero con una diferencia, en esta ocasión las estaciones repetidoras pertenecerían a los mismos accionistas de la estación transmisora central:

[...] se realizaron una serie de estudios, don Emilio diseñó para cubrir parte de la República Mexicana las estaciones repetidoras para ampliar la cobertura de los canales. Es cuando por primera vez se establecen tres estaciones repetidoras para ampliar la

cobertura de los canales. Es cuando por primera vez se establecen tres estaciones repetidoras: Alzomoni, Paso de Cortés y Zamorano. De este gran paso comienzan ya las repetidoras a enviar la señal hacia el norte del país.⁷⁹

El Grupo Azcárraga con su repetidora en Alzomoni lograría llegar a las ciudades de Puebla, Cuernavaca y Veracruz – lo que le daría acceso a casi 34 mil habitantes adicionales— pero, por ejemplo, instalar una estación en Monterrey o Guadalajara, les hubiera permitido acceso a una masa que oscila alrededor de 300 mil habitantes en cada población. Esta misma situación puede aplicarse al Grupo O’Farrill-Ávila Camacho, con el matiz del interés particular de familias O’Farrill y Ávila Camacho para contar con una presencia en el estado de Puebla, el territorio de origen de sus negocios.

La expansión de ambos grupos –Azcárraga y O’Farrill-Ávila Camacho— hacia El Bajío, con la instalación de la antena en el cerro El Zamorano (Querétaro), les permitiría alcanzar Querétaro y Celaya (80 mil habitantes), también con el sistema de repetidoras.

Por su parte, la estación en Tijuana (60 mil habitantes) que se embolsó Azcárraga, estaba más bien orientada a atender el auditorio del sur de California. Era parte de una temprana apuesta del magnate mexicano para atacar el mercado televisivo en los Estados Unidos, especialmente el de los hispanohablantes. Siguiendo, nuevamente el modelo de la radio, las dos concesiones otorgadas a radiodifusores locales, Ciudad Juárez y Nuevo Laredo, permitirían atender la población de las ciudades base –122 mil y 57 mil, respectivamente— y potencialmente de las poblaciones de Estados Unidos con hispanohablantes: El Paso vecina de Juárez y Laredo de Nuevo Laredo.

Así que la estrategia de los primeros años por parte de los principales participantes está enfocada a atacar el principal centro de población del país y comenzar a instalar el sistema de repetidoras –que transmitirían hacia el Centro-oriente y El Bajío— y tener una presencia en objetivos específicos como el mercado latino de Estados Unidos. A su vez, los grupos locales se enfocarían, en primera instancia, a su mercado natural.

2.3.2. Las inversiones iniciales

No existen datos globales y sistemáticos sobre el proceso de inversión en la televisión

⁷⁹ OLIVARES ARRIAGA, M. del C., 2002. *Emilio Azcárraga...*, p. 92.

mexicana en los primeros años de su desarrollo, sin embargo, reuniendo informaciones aisladas es posible establecer los siguientes hechos.

Canal 2: “Azcárraga no escatima recursos para la construcción de Televisión, pues invirtió 26 millones de pesos (tres millones de dólares al precio de 1951). En marzo de 1955 las inversiones realizadas en Televisión, incluyendo terrenos, edificios, instalaciones técnicas y equipo, sobrepasan los 40 millones de dólares”.⁸⁰

Canal 4: Sus operaciones iniciaron con una inversión de cuatro millones de pesos⁸¹, 460 mil dólares de la época.

Canal 5: Comenzó a operar con un capital inicial de 2 millones pesos⁸², alrededor de 230 mil dólares al tipo de cambio de la época.

En realidad, las inversiones se realizaban en medio de un proceso macroeconómico de reacomodo, de cierta incertidumbre, en especial después del fin de la Guerra de Corea⁸³. En el periodo se presentan dos devaluaciones del peso frente al dólar. En la primera, el peso entra en un proceso de flotación entre 1948-1949 y su paridad pasa de 4.85 pesos por dólar a 8.65 (aunque en la flotación sólo había llegado a 7.34). Finalmente, en 1954, junto a la firma del primer plan de estabilización con el Fondo Monetario Internacional (FMI), se fija el tipo de cambio en 12.50 pesos, paridad que se mantendrá hasta 1976 (22 años). En los primeros años de las operaciones de la televisión mexicana, la paridad cambiaria era un elemento muy importante, toda vez que los canales 2 y 4 se instalaron con equipo importado. La única excepción fue el canal 5, ya que sus equipos fueron construidos en los laboratorios de Guillermo González Camarena⁸⁴, el concesionario de la señal.

Los canales de televisión operaban con equipos provenientes, en términos generales, de Estados Unidos. Las listas de los permisos de importación para equipar a los canales de

⁸⁰ HERNÁNDEZ LOMELÍ, F., 2004. *Innovaciones en...*, p. 94. Otros cálculos como el que cita Mejía Barquera aseguran que el canal 2 tenía un capital contable de 4 millones de pesos al inicio de sus transmisiones, similar al del canal 4.

⁸¹ MEJÍA BARQUERA, F., 1981. *La industria de la radio...*, p. 469.

⁸² *Ibid.*, p. 471.

⁸³ La Guerra de Corea se escenifica entre 1950 y 1953.

⁸⁴ En una biografía de González Camarena se asegura que: “El 10 de mayo de 1952 ingresó en el aire comercial la estación televisora XHGC Canal 5 con el equipo diseñado y construido en los Laboratorios Gon Cam”. CHIMAL, C., 2017. *Fábrica de colores. La vida del inventor Guillermo González Camarena*. México: Fondo de Cultura Económica. La ciencia para todos, 248, posición 855.

la Compañía de Televisión de Matamoros, S. A. (1951) y dos estaciones de Televisión de México, S. A. (1951) dan cuenta de una situación en la que se importaba todo, los equipos de transmisiones, de producción de audio y video, cámaras, equipo para los estudios, etcétera.⁸⁵ Estas listas coinciden, por ejemplo, con los equipos que comercializaba la firma estadounidense Radio Corporation of America (RCA)⁸⁶, aunque no existen datos sobre el monto que se pagó a cada proveedor del equipo de transmisión, de acuerdo con las escasas estadísticas oficiales la enorme mayoría del equipo se importó de Estados Unidos entre 1950 y 1955⁸⁷ y se requirió de mil 180 millones de dólares para equipar a la televisión mexicana en sus primeros años de operación, tal y como puede apreciarse en cuadro # 2.5.

Cuadro # 2.5			
Valor de las importaciones de aparatos transmisores de televisión, 1950-1955			
(miles de unidades monetarias)			
Año	Pesos	Dólares	Tipo de cambio
1950	1,005	116	8.65
1951	2,607	301	8.65
1952	1,342	155	8.65
1953	0	0	8.65
1954	4,623	408	11.341/
1955	2,491	199	12.50
Suman	12,068	1,180	-----

Fuentes:
 1/ Promedio.
 SECRETARÍA DE LA ECONOMÍA, 1951. *Anuario Estadístico del Comercio Exterior de los Estados Unidos Mexicanos 1949-1950*. México: Talleres Gráficos de la Nación, p. 284.
 SECRETARÍA DE LA ECONOMÍA, 1953. *Anuario Estadístico del Comercio Exterior de los Estados Unidos Mexicanos 1952*. México: Talleres Gráficos de la Nación, p. 281.
 SECRETARÍA DE LA ECONOMÍA, 1954. *Anuario Estadístico del Comercio Exterior de los Estados Unidos Mexicanos 1953*. México: Talleres Gráficos de la Nación, p. 291.

⁸⁵ Véase: SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, 1951a. Acuerdo que autoriza la libre importación de equipo y demás elementos constitutivos de la estación radio-transmisora de televisión que establecerá la Compañía de Televisión de Matamoros, S. A. *Diario Oficial de la Federación*. México, 13 octubre 1951. pp. 3-7; SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, 1951b. Acuerdo que autoriza a la compañía Televisión de México, S.A., la libre importación del equipo y demás elementos constitutivos de la estación radiotransmisora de televisión que establecerá en Tijuana, B. Cfa. *Diario Oficial de la Federación*. México, 22 noviembre 1951. pp. 4-9; SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, 1951c. Acuerdo que autoriza a la compañía Televisión de México, S.A., la libre importación del equipo y demás elementos constitutivos de la estación radiotransmisora de televisión que establecerá en Paso de Cortés, Tam. *Diario Oficial de la Federación*. México, 23 noviembre 1951. pp. 4-8.

⁸⁶ Véase: RADIO CORPORATION OF AMERICA, 1950. *Broadcast, equipment catalog*. Cadmen: Radio Corporation of America.

⁸⁷ Sólo del 2.5% del valor importado en el periodo tiene su origen en Francia.

SECRETARÍA DE LA ECONOMÍA, 1955. *Anuario Estadístico del Comercio Exterior de los Estados Unidos Mexicanos 1954*. México: Talleres Gráficos de la Nación, 1955, p. 288-289.
SECRETARÍA DE LA ECONOMÍA, 1955. *Anuario Estadístico del Comercio Exterior de los Estados Unidos Mexicanos 1955*. México: Talleres Gráficos de la Nación, p. 294.

Durante los primeros años de la existencia de la televisión existía una base muy modesta de aparatos receptores, lo que complicaba el desarrollo de la masa de consumidores del servicio. La expansión del parque televisor no era sencilla, en primer lugar, porque no existía producción local de los aparatos. Los datos aislados indican que si a finales de 1951 existían mil 500 aparatos funcionando en el país⁸⁸, la Unesco estima 70 mil unidades en 1953 y para 1955 llegaban ya a 110 mil⁸⁹, pero con alrededor de 5.8 millones de hogares, la penetración de apenas el 1.9% de los mismos⁹⁰ que contrasta, por ejemplo, con el 86% que reportaba la penetración de los aparatos televisivos entre la población de Estados Unidos en 1956⁹¹. Es probable que el número de aparatos en funcionamiento a que se refiere Hernández Lomelí tenga una relación directa con el número de televisores importados, que rondan las 78 mil piezas entre 1950 y 1955, como puede apreciarse en el cuadro #2.6.⁹²

Por otra parte, el costo de los televisores importados era excesivamente elevado en los primeros años del servicio. Si se revisa el anexo # 8, destaca que un televisor de 17" costaba 2,995 pesos en 1951 el equivalente a 883 días de salario mínimo, o sea, casi el equivalente a 3 años de estipendio. Hacia 1955, el precio se había abaratado, hasta los 449 días de salario mínimo, pero era todavía muy alto.⁹³

⁸⁸ CASTELLOT DE BALLIN, L., 1993. *Historia de la televisión...*, p. 41.

⁸⁹ HERNÁNDEZ LOMELÍ, F., 2004. *Innovaciones en...*, p. 121.

⁹⁰ Véase el anexo # 2.

⁹¹ RADIO DAILY, 1956. *Radio annual and television yearbook, 1956*. New York: Radio Daily, p. 813.

⁹² A partir de 1950 y una vez que comenzó a operar el servicio de televisión en Brasil, Cuba y México, los representantes de las empresas estadounidenses manufactureras de equipo comenzaron a visitar estos países para convertirlos en los mayores mercados de exportación de las empresas de Estados Unidos. BODDY, W., 2005. The beginnings of American television. *Television an international history*. 2a. New York: Oxford University Press, p. 35.

⁹³ En la actualidad —octubre de 2017— puede comprarse una pantalla de televisión en 3,999 pesos (32"), lo que implica 50 días de salario mínimo vigente (80.04 pesos diarios). Sobre los salarios mínimos actuales véase: COMISIÓN NACIONAL DE LOS SALARIOS MÍNIMOS, [sin fecha]. *Salarios Mínimos Generales - datos.gob.mx/busca* [en línea]. [Consulta: 27 octubre 2017]. Disponible en: <https://datos.gob.mx/busca/dataset/salarios-minimos-generales>.

Cuadro # 2.6				
Volumen de las importaciones de aparatos receptores de televisión, 1950-1955				
(piezas)				
Año	Con gabinete	Con una o más partes acopladas	Combinados con aparatos de radio o fonográficos	Total
1950	3,595	3,015	7	6,617
1951	2,704	8,906	57	11,667
1952	1,874	20,391	74	22,339
1953	4,350	18,183	178	22,711
1954	483	13,048	42	13,573
1955	88	1,342	2	1,432
1950-1955	13,094	64,885	360	78,339
Fuentes: SECRETARÍA DE LA ECONOMÍA, 1951. <i>Anuario Estadístico del Comercio Exterior...</i> , p. 284. SECRETARÍA DE LA ECONOMÍA, 1953. <i>Anuario Estadístico del Comercio Exterior...</i> , p. 281. SECRETARÍA DE LA ECONOMÍA, 1954. <i>Anuario Estadístico del Comercio Exterior...</i> , p. 291. SECRETARÍA DE LA ECONOMÍA, 1955. <i>Anuario Estadístico del Comercio Exterior...</i> , p. 288-289. SECRETARÍA DE LA ECONOMÍA, 1955. <i>Anuario Estadístico del Comercio Exterior...</i> , p. 294.				

El Gobierno incluso emite un decreto en abril de 1950 de impuesto a las importaciones de equipos receptores y transmisores de televisión. El mismo es revisado a la baja en agosto del mismo año, pero sólo para los receptores.⁹⁴ Fernández y Paxman resumen los problemas que trae aparejado el bajo poder adquisitivo, de la siguiente forma:

[...] Otro problema que enfrentaron los dos contendientes fue el reducido tamaño de la clase media mexicana, lo que significó una lenta venta de televisores en la primera mitad de la década de los cincuenta. De poco servían los esfuerzos de Azcárraga para promover este nuevo medio, como eran los concursos por la radio, en los que se premiaba con televisores. Debido a la escasa penetración de la televisión --probablemente menos del 5% de los hogares mexicanos para 1954—, la mayoría de los anunciantes prefería seguir promoviéndose por radio, que llegaba a todas partes.⁹⁵

No se ha podido establecer el año en que comenzó la producción local de receptores, lo cierto es que durante su primera etapa la televisión enfrentó los problemas aparejados al reducido parque de estos entre la población.

⁹⁴ SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, 1950a. Decreto que modifica la tarifa del impuesto general de importación, (máquinas, aparatos de televisión, etc.). *Diario Oficial de la Federación*. México, 6 abril 1950b. pp. 2 y SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, 1950. Decreto que modifica la tarifa del impuesto general de importación, (aparatos de televisión). *Diario Oficial de la Federación*. México, 4 agosto 1950. pp. 5.

⁹⁵ FERNÁNDEZ, C. y PAXMAN, A., 2001. *El Tigre: ...*, p. 56.

2.3.3. La producción televisiva y el mercado publicitario

Las primeras transmisiones de la televisión mexicana se convertirían en un símbolo característico de su forma de operación en su primera etapa de desarrollo. Como mencionamos más arriba, el canal 4 comenzó actividades mediante un control remoto desde la Cámara de Diputados, cuando el presidente Alemán presentó su informe de gobierno el 1 de septiembre de 1950. El canal 2, por su parte, recurriría a otro control remoto, de un partido de béisbol el 21 de marzo de 1951. No se trató, en ningún caso, de una producción en el estudio televisivo.

Todo indica que el modelo inicial se inclinó hacia la “producción barata”. En su respectivo informe, Novo y González Camarena hacen notar que —hacia 1948— existían tres formas básicas de producción en Estados Unidos e Inglaterra: los controles remotos, las películas y los programas producidos en el estudio, siendo esta última la más costosa. Señalan que: “[...] Mientras no sea negocio; esto es, mientras no aparezcan patrocinadores comerciales capaces de pagar programas caros de estudio, la televisión norteamericana no incurre en despilfarros, y se concentra en la transmisión de espectáculos deportivos”⁹⁶.

La propensión a transmitir programas deportivos —de bajo costo de producción— provocó su encarecimiento, con el consecuente impacto en la rentabilidad de las emisoras. Los tres canales, todos ellos ubicados en la Ciudad de México, aceptaron un *modus operandi* en el que se disputaban los derechos de transmisión de partidos de fútbol, las corridas de toros, juegos de béisbol y otros eventos especiales, lo que inevitablemente infló los costos.⁹⁷

Otra alternativa de producción barata eran las películas cinematográficas, posibilidad

⁹⁶ CORONA BERKIN, S., 1992. *La televisión: ...*, p. 210. El reporte incluye una tabla comparativa sobre los tipos de producción que prevalecían en Estados Unidos y Gran Bretaña:

Distribución de la producción televisiva en Estados Unidos y Gran Bretaña (Alrededor de 1948)		
Tipo	Estados Unidos	Gran Bretaña
Controles remotos 1/	75%	20%
Películas 2/	20%	5%
Producción en estudio 3/	5%	75%

1/ *In situ* o *outside broadcast* para Gran Bretaña, *pick-up* para los estadounidenses.
2/ *Films*. 3/ *Studio production*.
Fuente: CORONA BERKIN, S., 1992. *La televisión: ...*, p. 210.

⁹⁷ DE NORIEGA, L.A. y LEACH, F., 1979. *Broadcasting in...*, p. 21.

que se incrementaba gracias al importante acervo de producción nacional. Sin embargo, la utilización de las películas en la programación enfrentó en principio un problema técnico: la diferencia de velocidades entre la transmisión del cine y de la televisión.⁹⁸ Adicionalmente algunos productores se opusieron a que sus obras fueran transmitidas por la televisión y para 1954 acordaron que “[...] ninguna película mexicana podría ser exhibida en televisión sino hasta seis años después de su estreno”. Una alternativa a esta situación fue la compra de producciones en los Estados Unidos.⁹⁹

La necesidad de llenar la pantalla, con producciones no costosas, condujo en algunas ocasiones a trasladar los programas de la radio directamente al espacio televisivo. Por ejemplo, en el canal 5 de Ciudad Juárez, comenzó a transmitir el programa “Noches Rancheras” en sus primeros años de operación, emisión que originalmente pertenecía a la estación de radio del mismo propietario del canal de televisión.¹⁰⁰ La avidez por la producción barata llevó, incluso a montar un ring al interior del estudio del canal de televisión para transmitir en directo las peleas de box.¹⁰¹

Las transmisiones durante el primer mes de existencia del canal 4 es un espejo de las condiciones en que comenzó a operar la televisión mexicana. De acuerdo con una base de datos que elaboramos sobre la programación transmitida por dicho canal entre el 12 y el 30 de septiembre de 1950 –con la excepción de los días 16 y 17—, se puede desprender que (véase el cuadro # 2.7):

- Durante los 17 días se transmitieron 3 mil 385 minutos lo que implica un promedio de 3 horas y media al día. Las transmisiones se realizaban regularmente entre 5 de la tarde y 9 de la noche, aunque en ocasiones eran más cortas o rebasaban ese horario.

⁹⁸ “Otra de las grandes aportaciones fue lograr, dos o tres años después de iniciada la televisión en México, coordinar la velocidad de las películas con la velocidad de la TV, es decir la señal de las películas con la señal de la TV. Esto significó que ya era posible ver cine por TV, ya era posible transmitir y proyectar películas por TV”. OLIVARES ARRIAGA, M. del C., 2002. *Emilio Azcárraga...*, p. 93.

⁹⁹ HERNÁNDEZ LOMELÍ, F., 2004. *Innovaciones en...*, pp. 107 y 109.

¹⁰⁰ SALINAS, S. y CHÁVEZ, J.H., 1998. *Semblanza de un fundador...*, 1998, p. 12.

¹⁰¹ “Los ‘Guantes de Plata’ fue un programa boxístico también en vivo, en donde las peleas a tres, cinco y diez rounds se llevaban a efecto dentro del mismo estudio, ya que se había instalado un ring, y desde ahí se podría transmitir directamente”. SALINAS, S. y CHÁVEZ, J.H., 1998. *Semblanza de un fundador...*, p. 12.

- La parte sustancial de la programación corresponde al cine, lo que incluye tanto largometrajes como cortometrajes. Si a ello se suma la transmisión de eventos deportivos, se puede establecer que casi el 60% de toda la producción se realizaba fuera del estudio. Así, una tercera parte correspondía a producciones en el estudio, que incluían programas infantiles, de comentarios, musicales, pequeñas obras de teatro y noticiarios.

Cuadro # 2.7
Estructura de la programación de la televisión mexicana: formas de producción y géneros, 1950,1955

Tipo de programa	1950 ^{1/}		1955 ^{2/}	
	Horas	Porcentajes	Horas	Porcentajes
Producción externa	2,107	62.2%	1,981	43.0%
Cine	670	19.8%	1,320	28.6%
Documentales o cortos	752	22.2%	130	2.8%
Caricaturas	0	0.0%	120	2.6%
Series	0	0.0%	186	4.0%
Deportes	595	17.6%	180	3.9%
Control remoto	90	2.7%	45	1.0%
En el estudio	995	29.4%	1,416	51.5%
Infantiles	300	8.9%	60	1.3%
Noticiarios	220	6.5%	295	6.4%
Variedades	0	0.0%	536	11.6%
Música	245	7.2%	372	8.1%
Comentarios deportivos	60	1.8%	153	3.3%
Teatro y comedia	90	2.7%	360	7.8%
Comentarios	80	2.4%	480	10.4%
Concursos	0	0.0%	120	2.6%
Otros ^{3/}	283	8.4%	253	5.5%
Totales	3,385	100.0%	4,610	100.0%

1/ Incluye la programación del canal 4 XHTV —el único en operación— de la Ciudad de México de los días 12, 13, 14, 15, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29 y 30 de septiembre.
2/ Incluye la programación de los canales 4 —XHTV— y 2 —XEW— de la Ciudad de México de los días 1, 2 y 3 de marzo.
3/ Incluye eventos especiales para 1950.
Fuente: elaboración propia con información de *Novedades* y *Excélsior*, varios números.

En 1955, justo cuando termina la primera etapa de su desarrollo, en la televisión mexicana operaban tres canales en la Ciudad de México. De la recapitulación sobre la oferta programática de los dos más importantes —2 y 4— se puede establecer que (véase el cuadro # 2.7):

- Se incrementa el tiempo de exposición, pues el canal 2 transmite un promedio

de 12 horas diarias y un poco más de 13 horas el canal 4.

- Aumenta la importancia de la producción propia, aunque la oferta principal la constituye las películas de largometraje (28.6% del total).
- Aumenta de forma importante la producción en casa, en el estudio, al grado que abarca poco más de la mitad de la oferta total.

No existe información exhaustiva de la forma en que se financiaba la producción televisiva, pero es un hecho que en 1955 comenzaba a incrementarse la que se hacía en el estudio, lo que puede ser explicado debido a que los concesionarios se convirtieron en una especie de rentistas del espacio en pantalla.

Las agencias de publicidad ya tenían años de experiencia en el trato con las radiodifusoras y los empresarios del ramo, bajo el esquema adoptado con la televisión, las agencias no solamente intermediaban para lograr los ingresos que llegaban a las empresas televisoras como consecuencia de la compra de espacios en sus transmisiones. En realidad, al menos en sus primeros años, la parte orgánica del proceso de la producción televisiva era controlado por las agencias de publicidad que tenían a su cargo la producción de los programas –incluyendo la contratación de guionistas, actores, músicos– y de la comercialización de estos. Por esta razón, existía la costumbre de que el nombre de los programas de televisión incluía a los de las empresas o productos que los patrocinaban:

En aquel momento, la forma de trabajar de las agencias para producir sus programas era comprar "tiempo aire" al Canal. Las agencias se encargaban de cubrirlo con un abanico de contenidos. Así, el vínculo entre programación y publicidad era total [...].¹⁰²

Ya desde estos años, la penetración del capital extranjero era patente dentro de la actividad publicitaria. Dentro del recuento de las agencias de publicidad que operaban a mediados de los años 50 destacan Grant Advertising, Mc Cann Erickson de México, Noble Advertising Co., Publicidad D'Arcy, Walter Thompson de México e Young and Rubicam de México, la mayoría de ellas subsidiarias o ligadas al capital estadounidense.¹⁰³

Pero debido a esta forma de operar, todavía al finalizar la primera etapa de su desarrollo, la televisión mexicana se encontraba lejos del ideal expresado por Emilio Azcárraga

¹⁰² ASOCIACIÓN NACIONAL DE LA PUBLICIDAD (ANP), 2006. *80 años de la publicidad en México*. México: ANP, p. 135.

¹⁰³ *Anuario radio-televisión de México 1956-57*, [sin fecha]. México: s.n., pp. 410-428.

a *Revistas de Revistas* en 1950:

Nos proponemos hacer una televisión con programas originales, hasta donde las circunstancias lo permitan [...] Nosotros aquí en México estamos dispuestos y listos para enfrentarnos a la tarea de hacer televisión profesional. No le tenemos miedo porque contamos con el material humano, la experiencia y energía necesarios [...] Porque aquí en este país tenemos de todo, especialmente cuando se habla de artes y oficios, ambiente en el que tenemos la respuesta a cualquier problema¹⁰⁴.

El negocio televisivo estaba necesitado de fondos desde su nacimiento, pero en el momento en que hace su irrupción existe una situación en la industria de medios en la que prevalece la radio comercial, operan una buena cantidad de periódicos –aunque en la mayoría de los casos su alcance es local– y el cine nacional está atravesando por los últimos momentos de su “época de oro”¹⁰⁵. Todo ello implica una alta competencia en el mercado publicitario. Un ejemplo de esta situación es lo que sucedió en 1952 cuando el gasto publicitario sumó 800 millones de pesos, “[...] el 40% de este gasto lo absorbía la radio, el 30% la prensa y el 30% restante se dividía entre ‘publicidad directa’, anuncios luminosos y televisión”¹⁰⁶. Dicho de otra manera, la televisión podría alcanzar un máximo de 240 millones de pesos de ingresos publicitarios al año.¹⁰⁷

Lo cierto es que el asunto no se podría reducir a que la televisión arrebatará una porción más del mercado de la publicidad, en todo caso lo importante es que este avance no afectará sustancialmente a la radio, pues esta actividad era la principal proveedora de fortunas y fondos para la naciente actividad audiovisual. El ingeniero José de la Herrán, otro de los más importantes pioneros técnicos de la televisión mexicana, resumía la situación de la siguiente forma:

[...] En ese tiempo la radio era el que mantenía todo, era la vaca que daba leche y la televisión era improductiva y había que relacionarla con grandes inversiones, que proporcionaban las actividades de las estaciones de radio, entonces pensábamos en la radio, para ganar el pan de cada día y en la televisión para hacer futuro.¹⁰⁸

Es probable que, bajo este esquema de operación, los principales flujos de dinero

¹⁰⁴ Citado en HERNÁNDEZ LOMELÍ, F., 2004. *Innovaciones en...*, p. 95.

¹⁰⁵ Se llama “época de oro” a la etapa que vivió el cine nacional entre 1940 y 1945 y que coincide con la Segunda Guerra Mundial.

¹⁰⁶ MEJÍA BARQUERA, F., 1981. *La industria de la radio...*, p. 472.

¹⁰⁷ El primer comercial se transmitió en diciembre de 1950, en el canal 4 y se trató de la publicidad de un reloj Omega. CASTELLOT DE BALLIN, L., 1993. *Historia de la televisión...*, p. 35.

¹⁰⁸ *Ibíd.*, p. 78.

acabaran en las manos de las propias empresas de publicidad y los concesionarios recibieran la menor proporción, lo que los enfrentaba a problemas para financiar la etapa de la construcción inicial de la red televisiva —estudios y equipos de transmisión— y de la adquisición de los equipos de producción.¹⁰⁹ Estos problemas pudieron ser más agudos si se toma en cuenta la inestabilidad que vivió la economía mexicana, que se expresó en una mayor volatilidad de la actividad económica entre 1950 y 1953 y en la ya mencionada devaluación del peso frente al dólar en 1954 como consecuencia del deterioro de las cuentas externas.¹¹⁰

En su primera etapa, la televisión heredó también al personal que operaba en la radio y se encargó, adicionalmente, de formar nuevos cuadros que laboraban, sobre todo, en los estudios y en las tareas de transmisión. En general, se trabajaba con un personal con bajo nivel de calificación:

Yo empecé a contratar jóvenes [señala el Ingeniero José de la Herrán], pues nadie tenía experiencia en televisión en aquel tiempo, de manera que se realizó el tendido de cables y la instalación, con muchachos, con muchas ganas de trabajar y pocos conocimientos, pero se fueron preparando sobre la marcha, hasta que llegamos a tener un equipo muy valioso de gente capaz y trabajadora [...].¹¹¹

Pese a todo Azcárraga, por ejemplo, desarrolló un sistema de entrenamiento en los propios estudios de sus estaciones de radio en los que practicaban con varias cámaras y de esta manera capacitaba a sus futuros trabajadores del estudio televisivo¹¹². Al mismo tiempo, instaló un laboratorio hacia 1948, en los que se armaban y probaban equipos de producción televisiva. En las operaciones de los laboratorios participaron —en diversas etapas— los ingenieros Guillermo González Camarena y José de la Herrán, dos de los profesionales que posibilitaron el arranque de la televisión mexicana. La realidad de la primera etapa del negocio televisivo puede quedar resumida en las palabras de uno de sus principales protagonistas, Rómulo O’Farrill:

Consideramos desde entonces que sería un medio de comunicación muy importante, pero sinceramente no creo que hayamos captado la tremenda importancia que

¹⁰⁹ “[...] A mediados de 1952 el panorama económico de la televisión era sombrío, tres empresas se disputaban la reducida tarta publicitaria, la teleaudiencia no crecía al ritmo esperado debido en parte al alto costo de los receptores [...]”. HERNÁNDEZ LOMELÍ, F., 2004. *Innovaciones en...*, p. 104.

¹¹⁰ CÁRDENAS SÁNCHEZ, E., 2015. *El largo curso de la economía mexicana*. México: El Colegio de México / Fondo de Cultura Económica, p. 508.

¹¹¹ CASTELLOT DE BALLIN, L., 1993. *Historia de la televisión...*, p. 72.

¹¹² *Ibíd.*, p. 69.

adquirió posteriormente. Fué (sic) la iniciación de un negocio nuevo, cuya principal preocupación se cifraba en que no había ninguna experiencia en lo técnico, ni en programación, ni en lo administrativo [...].¹¹³

No existe hasta ahora un estudio que, de manera objetiva, valore las consecuencias económicas y sobre el servicio que generó la falta de experiencia técnica, en programación y administrativa sobre la nueva actividad económica. Pese a todo, el servicio televisivo había arrancado y seguía adelante al grado de que estaba a punto de alcanzar su primera etapa de desarrollo en 1955, de esa situación nos ocuparemos más adelante. Por ahora centraremos nuestra atención en evaluar integralmente el papel del Estado en la etapa del arranque del servicio televisivo.

2.4. El papel del Estado

En su reporte de 1979, *Broadcasting in Mexico*, los investigadores De Noriega y Leach señalan: “En contraste con la época cuando la radio fue establecida, el gobierno estaba en 1950 en una posición de tener un vivo interés en el medio y en un activo rol en su crecimiento [...]”¹¹⁴. En realidad, era algo más que interés, se trató de un involucramiento directo de ciertas fracciones que operaban en diversas instancias del Estado, especialmente las familias Ávila Camacho y Alemán, para obtener una posición duradera y ventajosa en el negocio televisivo.¹¹⁵

Se moldea una estructura en que una de sus piezas fundamentales, como ya hemos mencionado, es la facultad del Estado, por medio del secretario de Comunicaciones y Transportes de determinar, discrecionalmente —o debería decirse arbitrariamente— quién era merecedor de una autorización para operar un canal de televisión en México. No existieron, entonces, licitaciones, subastas o concursos por el uso del espectro.

Desde el punto de vista del papel del Estado, lo que sucedió con la industria puede hacerse extensivo al servicio de televisión: “[...] no podría afirmarse que se haya llegado a plantear una estrategia explícita de desarrollo industrial, entendida como un conjunto de

¹¹³ *Ibid.*, p. 21.

¹¹⁴ DE NORIEGA, L.A. y LEACH, F., 1979. *Broadcasting in...*, p. 20.

¹¹⁵ Estos no son los únicos casos en que políticos mexicanos se involucran en negocios. Algunos casos posteriores al fin de la Revolución Mexicana son citados por HERNÁNDEZ CHÁVEZ, A., 1984. Militares y negocios en la Revolución Mexicana. En: El Colegio de México, *Historia Mexicana*, vol. XXXIV, no. 2, pp. 181-212.

objetivos, instrumentos y medidas, estrictamente coordinados entre sí y con la política global de desarrollo”.¹¹⁶ Pero ello no impidió que, pragmáticamente, se tomaran diversas decisiones que influyeron en el desarrollo de la televisión mexicana.

Por supuesto, que el reparto de las concesiones fue una de las decisiones más importantes de la política gubernamental, pero se requería de otras acciones que fueron forjando el marco regulatorio de la actividad. Entre las medidas más importantes destacan:

Reglas generales. El ya mencionado decreto de 4 artículos que reglamenta la operación de las estaciones de televisión, que se apoya sustancialmente en la regulación de las estaciones de radio y que en realidad consolida el régimen de decisiones discrecionales.¹¹⁷

Control de las importaciones. En 1947 se realizó una revisión de la política comercial, en la que se fijaron precios –tasas *ad valorem*— a una buena cantidad de artículos importados. En ese entonces, en el listado no se incluyen a televisores o sus partes, solamente a aparatos de radio receptores.¹¹⁸

En abril de 1950, a punto de que comience el servicio regular de televisión en el país, se publica un decreto en el que se fijan los correspondientes aranceles a los aparatos de televisión.¹¹⁹ Las tarifas fueron modificadas en cuatro ocasiones más hasta 1954¹²⁰, aunque no es sencillo establecer cuál fue su impacto ante la realidad de una nueva actividad económica que requería de la expansión del número de televisores en funcionamiento. Lo cierto es que también se decidió autorizar la libre importación de equipo para instalar, al menos tres canales de televisión, durante 1951, lo que sin duda significó un alivio a las versiones iniciales.

Vale la pena mencionar que la producción nacional de televisiones no fue motivo de

¹¹⁶ NACIONAL FINANCIERA y COMISIÓN ECONÓMICA PARA LA AMÉRICA LATINA, 1971. *La política industrial en el desarrollo económico de México*. México: Nafinsa-CEPAL, p. 124. La misma tesis es sostenida por DE LA PEÑA, S. y AGUIRRE, T., 2006. *De la Revolución a la industrialización*. México: UNAM; Editorial Océano, p. 409.

¹¹⁷ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1950. *Decreto que fija las normas...*, pp. 5-6.

¹¹⁸ SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, 1947. Decreto que modifica la tarifa del impuesto general de importación. (Materias primas, materias vegetales, metales comunes, etc.). *Diario Oficial de la Federación*. México, 11 julio 1947. pp. 1-10.

¹¹⁹ SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, 1950a. Decreto que modifica la tarifa del impuesto general de importación..., pp. 2-3.

¹²⁰ Agosto de 1950, diciembre de 1953, septiembre de 1954 y octubre de 1954.

una política específica por parte del Estado. Aunque desde febrero de 1946 estaba vigente la Ley de Fomento de Industrias de Transformación (antecedente de la Ley de Fomento Industrias Nuevas y Necesarias emitida en 1954), en la que se establecía incentivos para la fabricación de mercancías que no se producción en el país, entre 1950 y 1955 sólo fue posible localizar el registro de una autorización de exenciones en el pago de impuestos emitida a favor de Guillermo González Camarena (véase el anexo # 10). Es probable que esta exención favoreciera, como ya se mencionó, la construcción del equipo que utilizó González Camarena para arrancar el canal 5, debido a que no se tiene noticia de que estableciera una planta para la producción local de televisores.¹²¹

Tarifas publicitarias. En los primeros días de febrero de 1955, poco antes del anuncio de la fusión de los intereses de los grupos Azcárraga y O’Farrill-Ávila Camacho, aparece en el *Diario Oficial* una comunicación de la Secretaría de Comunicaciones en que se da a conocer las tarifas publicitarias que podría cobrar la estación XE de Ciudad Juárez.¹²² En ese mismo mes se publican las tarifas del canal 6 de Tijuana (XETV). De esta manera el Estado se erigía en el sancionador de los principales precios del mercado televisivo.

Además de los ya citados, existieron apoyos informales, no reglamentados, que forman parte del amplio abanico de decisiones que se podían tomar en algunas instancias estatales, como el prestarle los pisos 13 y 14 del edificio que ocupaba la Lotería Nacional a Televisión de México —empresa del grupo O’Farrill-Ávila Camacho— para que habilitara sus estudios y oficinas y, adicionalmente instalar la antena en el techo del inmueble.¹²³ Adicionalmente habría que añadir que el Estado y sus agencias invirtieron en la compra de publicidad en los canales nacientes, aunque no existen datos que nos permitan valorar la importancia y alcances de esos aportes.

Habría que mencionar, tangencialmente, que es esos días de febrero de 1955 el gobierno informa de la solicitud presentada para instalar el primer sistema de televisión por

¹²¹ CHIMAL, C., 2017. *Fábrica de colores...*

¹²² SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1955. Tarifa número 1 de la estación de televisión X.E., de Ciudad Juárez, Chih. *Diario Oficial de la Federación*. México, 16 febrero 1955. pp. 5. Es posible que la publicación se refiera a la estación XEJ, que operaba en Ciudad Juárez.

¹²³ CASTELLOT DE BALLIN, L., 1993. *Historia de la televisión...*, pp. 26-27.

cable en Nogales, Sonora.¹²⁴ Con esta notificación, el gobierno daba a conocer implícitamente que, desde entonces, habría dos servicios diferentes de televisión en el país: la televisión abierta o gratuita y la televisión de cable o de paga.

Entre 1950 y 1955, aunque de manera embrionaria, el Estado había logrado –junto con un puñado de empresarios– el establecimiento de un servicio, especialmente el de televisión abierta, que jugaría un papel de primer orden en la diseminación de la ideología dominante, y de las concepciones del mundo favorables a una estructura económica, política y social “del nacionalismo revolucionario”, cada vez más dominada por un puñado de intereses, nacionales y extranjeros. Este proceso que coincide con la consolidación del PRI como partido dominante –recuérdese que el PRM se transforma en el PRI en 1946 adoptando una estructura federativa– y en las elecciones de 1952, cuando se realiza el último desprendimiento de la “familia revolucionaria”. En esas condiciones, la televisión se convertiría en una herramienta de primer orden para la construcción del consenso, que le permitió al PRI mantenerse en el poder desde entonces y hasta el año 2000. La televisión brindaría un gran servicio a estas causas.

2.5. Las familias fundadoras

Cuando nos referiremos a las familias fundadoras estamos hablando de los patrimonios e intereses que dieron origen al servicio de televisión del país. Como veremos enseguida, estas familias fueron, en su mayoría, el vínculo empresarial entre la radio comercial –ya madura– y el arranque de la televisión en los años 50. Los capitales de las familias más importantes, notoriamente los Azcárraga y los Ávila Camacho-O’Farrill, no se concentraban en una sola empresa o actividad, ya desde entonces se habían diversificado al grado de establecer grupos económicos que operaban diferentes sociedades anónimas, aunque la operación de medios de comunicación se erigía como el centro de sus actividades.

2.5.1. Grupo Azcárraga

Cuando Emilio Azcárraga Vidaurreta emprendió la fundación de la estación de radio

¹²⁴ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1955. Solicitud presentada por el señor Mario de la Fuente para suministrar el servicio de televisión en Nogales, Son. *Diario Oficial de la Federación*. México, 17 febrero 1955. pp. 4-5. El servicio distribuiría las señales de los canales KOPO y KVOA de Estados Unidos.

XEW era un empresario que manejaba un grupo de inversiones que, en conjunto, son representativas de la forma en que opera la gran empresa moderna. Existe una historia mítica sobre el origen de la fortuna de Emilio Azcárraga Vidaurreta, la que ubica su inicio empresarial como vendedor de zapatos, sin embargo, los biógrafos más acuciosos de su hijo señalan:

[...] se contaba en privado que Emilio padre [se refiere a Azcárraga Vidaurreta], junto con sus hermanos Raúl y Gastón, había hecho fortuna como contrabandistas de oro durante la Revolución. Durante gran parte del conflicto, México estuvo dividido en dos partes y cada gobierno emitía su propio papel moneda, por lo que el único dinero confiable era el dólar americano. Los hermanos Azcárraga adquirían los dólares durante sus viajes al otro lado de la frontera y los empleaban para comprar herencias y joyas de oro de las familias mexicanas cuyas arcas habían sido vaciadas por la guerra. En esas circunstancias, los hermanos podían comprar muy barato, ocultar los bienes adquiridos en bolsas secretas y cruzar la frontera de vuelta a Estados Unidos, donde los vendían con enormes ganancias. Por supuesto, las actividades de Emilio Azcárraga como vendedor ambulante que lo llevaron hasta la península de Yucatán, constituían el disfraz perfecto para sus frecuentes viajes.

Si la historia del contrabando de oro es cierta, podría ayudar a explicar por qué, con tan solo 22 años de edad, Emilio Azcárraga Vidaurreta se convirtió quizás en el vendedor de autos más joven del país, al fundar en sociedad una agencia de la Ford en Monterrey.¹²⁵

Lo cierto es que los biógrafos no aportan ninguna prueba concreta de su dicho. Todo indica que, en su faceta pública, la fundación de la agencia Ford en 1918 marca el inicio de la formación de la fortuna familiar y, desde una etapa temprana, una característica esencial de la forma de hacer negocios de Azcárraga: su constante relación con el capital extranjero, específicamente estadounidense. Cuatro años más tarde, en 1922, comenzaría a edificar su imperio mediático. Adquiere la sucursal en México de la empresa estadounidense Victor Talking Machine Company dedicada a la venta de radios, fonógrafos y grabación de discos y funda la empresa *The Mexico Music Co.*¹²⁶ “El objeto de la empresa es el ramo de la música, la compra y venta de instrumentos musicales, edición o compra de música impresa y todos los demás artículos del ramo”.¹²⁷ Azcárraga detentaba el 30% de las acciones de la firma y su cuñado José E. Rivero otro 10% de las mismas.¹²⁸

¹²⁵ FERNÁNDEZ, C. y PAXMAN, A., 2001. *El Tigre: ...*, pp. 38-39

¹²⁶ OLIVARES ARRIAGA, M. del C., 2002. *Emilio Azcárraga...*, p. 68. Olivares ha producido la más completa biografía de Azcárraga Vidaurreta, sin embargo, a lo largo de su texto existen varias inexactitudes con las fechas.

¹²⁷ OLIVARES ARRIAGA, M. del C., 2002. *Emilio Azcárraga...*, pp. 125-126.

¹²⁸ Otras investigaciones establecen que Raúl Azcárraga Vidaurreta, hermano de Emilio, incursionó en la distribución de aparatos de radio en las primeras décadas de los años 20 por medio de su empresa Garage Alameda. No se ha podido establecer la conexión entre esta última y The Mexico Music Co. Véase:

La *Mexico Music Co.* establece sucursales en varias ciudades del país. La industria de la música grabada avanzaba poco a poco en el mundo y la empresa de Azcárraga se convierte en representante en México de la RCA Víctor, compañía estadounidense que surge en 1929 como consecuencia de la fusión de Radio Corporation of America y Victor Talking Machine Company¹²⁹, que permitiría la formación de uno de los consorcios más importantes en materia de manufactura y venta de reproductores de audio (fonógrafos y radios) y de música grabada.

Hacia finales de los años 20, las estaciones de radio comienzan a aparecer en el país, e incluso un hermano de Azcárraga había fundado una emisora, misma que cerró más tarde. En ese contexto Emilio Azcárraga está a punto de concretar lo que hasta entonces sería su proyecto más importante: la fundación de la XEW. Además de solicitar la respectiva concesión al gobierno federal, Azcárraga realiza diferentes movimientos de sus empresas: *The Mexico Music Co.* se transforma en La México Musical, esta última aporta el 75% del capital para fundar la estación XEW, la que finalmente pasa a posesión de Cadena Radiodifusora Mexicana, firma a la que finalmente se le otorga el título de concesión de la estación de radio. La emisora tiene, en 1931 un valor de 280 mil pesos oro.¹³⁰

La “W”, como se le conocería desde entonces, comenzaría sus transmisiones el 18 de septiembre de 1930 aunque, como hecho importante a resaltar, en los documentos oficiales del Registro Público de Concesiones del Instituto Federal de Telecomunicaciones, se señala:

Que el 8 de mayo de 1934, la Secretaría [se refiere a la entonces Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas] otorgó contrato de concesión a Cadena Radiodifusora Mexicana, S. A., para instalar, operar y explotar comercialmente la frecuencia de 890 kc/s, con distintivo de llamada XEW-AM, potencia de 50.0 kW, en México, D.F., con vigencia de 20 años, contados a partir del día 8 de mayo de 1934 y vencimiento el día 8 de mayo de 1954 [...]¹³¹

VELÁZQUEZ ESTRADA, R., 1983. El nacimiento..., p. 149.

¹²⁹ RCA, s/f. Brand History. *RCA audio video* [en línea]. [Consulta: 22 marzo 2106]. Disponible en: <http://www.rcaaudiovideo.com/history/>.

¹³⁰ OLIVARES ARRIAGA, M. del C., 2002. *Emilio Azcárraga...*, pp. 132-133.

¹³¹ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 2004g. *Título de refrendo de concesión para continuar usando comercialmente una frecuencia de radiodifusión que otorga el Gobierno federal, por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en lo sucesivo la Secretaría, en favor de Cadena Radiodifusora Mexicana, S.A. de C.V., en lo sucesivo el Concesionario, al tenor de los siguientes antecedentes* [en línea]. 11 noviembre 2004. México: s.n. [Consulta: 25 octubre 2017]. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002b100.pdf>. El subrayado es mío.

¿Qué sucedió entre 1930 y 1934? ¿Al amparo de qué documento legal operó la estación? Son preguntas que es necesario contestar en el futuro.

A partir de la “W” el Grupo Azcárraga comienza a diversificar sus operaciones tanto en el radio, como en otros medios de comunicación, en el dominio de las diferentes etapas del negocio del audio y, adicionalmente, en actividades no directamente relacionadas con sus intereses centrales. De esta forma, hasta antes de ingresar a la televisión, el Grupo Azcárraga desplegaba sus intereses en las siguientes actividades:

Estaciones de radio: Además del importante peso de la “W” en el mercado de la radio —66.2% de participación en el auditorio de la Ciudad de México en el verano de 1943—¹³², los Azcárraga obtienen otras concesiones para operar estaciones de radio adicionales:

- XEQ (Distrito Federal) en 1943, otorgada originalmente a Radio Panamericana.¹³³
- XEWA (San Luis Potosí) en 1948, otorgada originalmente a Cadena Radiodifusora Mexicana.¹³⁴
- De acuerdo con la biógrafa de Azcárraga Vidaurreta: “[...] el 2 de junio de 1930, es decir tres meses y 16 días antes de fundar la ‘XEW La Voz de la América Latina Desde México’, en la Ciudad de México, don Emilio funda en Monterrey la XET en la esquina de Hidalgo y Galeana, difusora que se le conoce como ‘La T Grande de Monterrey’ [...]”.¹³⁵

¹³² El dato correspondería a la participación de los radios encendidos. Véase: ORTIZ GARZA, J.L., 1992. *La guerra de las...*, p. 49.

¹³³ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 2004h. *Título de refrendo de concesión para continuar usando comercialmente una frecuencia de radiodifusión que otorga el Gobierno Federal, por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en lo sucesivo la Secretaría, en favor de Cadena Radiodifusora Mexicana, S.A. de C.V., en lo sucesivo el Concesionario, al tenor de los siguientes antecedentes* [en línea]. 11 noviembre 2004. México: s.n. [Consulta: 24 octubre 2017]. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002b09f.pdf>.

¹³⁴ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 2004. *Título de refrendo de concesión para continuar usando comercialmente una frecuencia de radiodifusión que otorga el Gobierno Federal, por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en lo sucesivo la Secretaría, en favor de Cadena Radiodifusora Mexicana, S.A. de C.V., en lo sucesivo el Concesionario, al tenor de los siguientes antecedentes* [en línea]. 7 octubre 2004. México: s.n. [Consulta: 23 octubre 2017]. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002c2fa.pdf>.

¹³⁵ De acuerdo con registros oficiales, la estación es concesionada a El Pregonero del Norte, S.A. a partir del 22 de enero de 1940. O sea, 10 años después de que comenzó a operar. Otras fuentes apuntan a que Azcárraga: “otorga a Emilio Balli poder para que los represente en la Ciudad de Monterrey y se haga

Cadena de radio: a través de Radio Programas de México (RPM), Azcárraga y Clemente Serna —su socio— crean una red de distribución que en 1950 abarcaba a 88 estaciones en México y 24 en varios países de América Latina.¹³⁶ La empresa comienza a operar en mayo de 1941 y se dedica, entre otras actividades, a grabar programas y distribuirlos entre sus estaciones afiliadas (la cadena).¹³⁷ La fuerza de Radio Programas de México puede condensarse de la siguiente forma:

Si por sí misma la hegemonía de XEW en todo el país era impresionante, resulta mucho más cuando se considera la influencia que esta ejerce por su vinculación con Radio Programas de México [RPM]. A través de un anuncio de RPM publicado en plena guerra en la revista norteamericana *Broadcasting*, la cadena aseguraba que manejaban el 85% del dinero gastado en México en publicidad radiofónica; el 90% de los programas grabados; el 90% de las transmisiones a control remoto y el 70% de los anuncios de spots [...].¹³⁸

Azcárraga y sus socios aprendían a desplegar sus habilidades para el control de los negocios en los medios electrónicos que, a la postre, rendirían sus mejores frutos, cuando se aventuró en la televisión.

Derechos sobre la música: “Azcárraga Vidaurreta necesitaba materia prima de su negocio, fundó entonces la Promotora Hispanoamericana de Música y en sociedad con la empresa Southern Music, la Editorial Mexicana de Música Internacional, se encargaron de catalogar la música popular mexicana y adquirir los derechos para uso exclusivo de la XEW”.¹³⁹

Estudios de cine: en 1944 funda la empresa Productores Asociados Mexicanos (PAMSA) y junto con la estadounidense RKO Corporation¹⁴⁰ —también conocida como RKO

cargo, principalmente de la radiodifusora que habían fundado la ‘XEF El Pregonero del Norte’”. OLIVARES ARRIAGA, M. del C., 2002. *Emilio Azcárraga...*, p. 133. Sobre la concesión véase: SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 2004j. *Título de refrendo de concesión para continuar usando comercialmente una frecuencia de radiodifusión, que otorga el Gobierno Federal, por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en lo sucesivo la Secretaría, en favor de Radio Triunfos, S.A. de C.V., en lo sucesivo el Concesionario, al tenor de los siguientes antecedentes y condiciones* [en línea]. 28 octubre 2004. México: s.n. [Consulta: 30 mayo 2016]. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002b831.pdf>.

¹³⁶ RADIO DAILY, 1950. *The 1950 Radio...*, pp. 1260-1261.

¹³⁷ MEJÍA BARQUERA, F., 2007. Historia mínima de la radio en México (1920-1996). *Acerca de la radio* [en línea]. Disponible en: <http://radiomex.blogspot.mx/2007/09/historia-mnima-de-la-radio-en-mxico.html>.

¹³⁸ ORTIZ GARZA, J.L., 1992. *La guerra de las...*, p. 62.

¹³⁹ HERNÁNDEZ LOMELÍ, F., 2004. *Innovaciones en...*, p. 52.

¹⁴⁰ RKO Corporation, una compañía estadounidense que en 1928 nace como fruto de la fusión de los intereses de RCA y de Joseph P. Kennedy —padre del futuro presidente de los Estados Unidos— y que logró poner bajo un mismo manto la producción de cine, la distribución de películas y el control de varias salas de exhibición. En 1948 el controversial empresario de los medios, Howard Hughes, adquiere a la empresa.

Radio Pictures— dan vida a los Estudios Churubusco con el fin de producir películas cinematográficas.¹⁴¹ Más tarde, en 1948 se fusionan PAMSA y los Estudios Azteca y la nueva empresa adopta el nombre de Estudios Churubusco Azteca, S. A. y los intereses de RKO quedan reducidos al mínimo.¹⁴²

Salas cinematográficas: el grupo emprende la construcción y operación de las salas de cine Alameda, Apolo, Arcadia, Bahía, Bucareli Estadio y Popotla.¹⁴³ También se asevera que Azcárraga, mediante su cadena de cines —conocida como Azcamil— poseía las salas Alameda, Anáhuac, Atlas y Bucareli.¹⁴⁴

Otros negocios: el grupo se diversifica hacia la construcción de hoteles, especialmente en Acapulco. Se afirma que: “[...] los Azcárraga hicieron su primer registro en 1936 y, posteriormente, a través de Azcamil, S.A., desde 1953, adquirieron 44 propiedades, difíciles de cuantificar, aunque prácticamente son dueños de la zona denominada Magallanes”.¹⁴⁵ En adición, los Azcárraga manejaban también teatros y cabarés.¹⁴⁶

En síntesis, Azcárraga desarrolló un grupo de empresas diversificado en torno a los diversos eslabones del negocio del audio, una especie de conglomerado, el que se constituyó en el principal soporte para su ingreso al negocio audiovisual, a la televisión. En el caso de la industria del sonido “[...] inició un proceso de integración de la industria, controlaba la distribución de la señal a través de la XEW, poseía los derechos para transmitir en exclusiva buena parte de la música popular mexicana y además vendía radios, fonógrafos y discos.”¹⁴⁷ El resumen de la estructura del Grupo Azcárraga hacia finales de los años cuarenta

Véase: RKO PICTURES, [sin fecha]. Legacy. *RKO* [en línea]. [Consulta: 25 marzo 2106]. Disponible en: <http://www.rko.com/legacy.asp>.

¹⁴¹ PÉREZ TURRENT, T., 2015. Érase una vez en los Estudios Churubusco. *La fábrica de sueños, Estudios Churubusco 1945-2015*. México: Estudios Churubusco Azteca, pp. 15–16. Varios autores mencionan que Azcárraga hizo socios del estudio a actores como Jorge Negrete, Mario Moreno ‘Cantinflas’, Mapy y Fernando Cortés y a productores como Jesús Grovas, Fernando de Fuentes, Miguel Zacarías, Mauricio de la Serna y Juan Bustillo Oro, pero ninguno ofrece pruebas fehacientes. Véase por ejemplo al texto del propio Pérez Turrent, *Ibid.*, p. 16 y el de OLIVARES ARRIAGA, M. del C., 2002. *Emilio Azcárraga...*, p. 50.

¹⁴² PÉREZ TURRENT, T., 2015. Érase una vez..., pp. 25-26.

¹⁴³ HERNÁNDEZ LOMELÍ, F., 2004. *Innovaciones en...*, p. 53.

¹⁴⁴ OLIVARES ARRIAGA, M. del C., 2002. *Emilio Azcárraga...*, p. 103.

¹⁴⁵ MONROY CARACAS, E., 2012. Los verdaderos dueños de Acapulco. *Tinta Guerrerense* [en línea]. [Consulta: 25 marzo 2016]. Disponible en: <https://tintaguerrerensedotcom.wordpress.com/2012/01/19/los-verdaderos-duenos-de-acapulco/>.

¹⁴⁶ OLIVARES ARRIAGA, M. del C., 2002. *Emilio Azcárraga...*, p. 71.

¹⁴⁷ HERNÁNDEZ LOMELÍ, F., 2004. *Innovaciones en...*, p. 53.

se puede observar en el anexo # 14.

Adicionalmente a su papel empresarial, o más bien, a consecuencia de la escala que alcanzó el mismo, Azcárraga ocupó otras posiciones socialmente relevantes, por ejemplo, miembro del primer consejo¹⁴⁸ del Instituto Mexicano del Seguro Social –fundado en 1943— y del Consejo Nacional de Defensa Civil durante la Segunda Guerra Mundial.¹⁴⁹

Fue fundador y primer presidente de la Cámara de la Industria de la Radiodifusión – ahora llamada Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión— y dos de sus allegados –Enrique Balli y Guillermo González Camarena¹⁵⁰— ocuparon el cargo en dos periodos sucesivos al suyo, de tal forma, que la Cámara estuvo bajo la presidencia del Grupo Azcárraga entre 1941 y 1948.

Azcárraga fue, probablemente, uno de los empresarios que entendió desde sus primeros años la importancia de crear una estructura diversificada dentro de la industria de la música –la integración horizontal del negocio— y desde ahí, las posibilidades de la diversificación hacia otros negocios –como el cine— para crear un poderoso grupo monopólico en los medios de comunicación y el entretenimiento.

2.5.2. Grupo O’Farrill-Ávila Camacho

La dinastía O’Farrill es iniciada por Rómulo O’Farrill Silva –conocido como O’Farrill Sr.— que nació en Puebla en 1897 –su familia es de origen irlandés— y en 1928 se convirtió en alcalde de esa ciudad. O’Farrill es un digno representante de los personajes que combinan los negocios y la política. Desde 1918 –años antes de asumir el cargo público— ya era el representante, en Puebla, de diversas firmas automotrices. En 1939 el negocio familiar da un avance significativo cuando comienza a ensamblar y distribuir automóviles de la marca Packard. Pero el verdadero salto en la relevancia de la familia se registra en 1942 cuando el primogénito, Rómulo O’Farrill Naude –conocido también como Rómulo O’Farrill Jr.—, contrajo matrimonio con Hilda Ávila Camacho Casazza, a la sazón, hija de Maximino Ávila Camacho, secretario de Comunicaciones entre 1941 y 1945 –cuando sobrevino su muerte— y

¹⁴⁸ *Ibid.*, p. 74.

¹⁴⁹ MEJÍA BARQUERA, F., 1981. *La industria de la radio...*, p. 121.

¹⁵⁰ CÁMARA DE LA INDUSTRIA DE LA RADIO Y LA TELEVISIÓN, [sin fecha]. Evolución. *CIRT* [en línea]. Disponible en: <http://www.cirt.com.mx/portal/index.php/cirt/historia/historia>.

sobrino del presidente Manuel Ávila Camacho, que gobernó el país entre 1940 y 1946.¹⁵¹ Toda la información indica que fue posteriormente a esa unión marital, política y de negocios, que se expande la presencia de los O’Farrill Ávila-Camacho en los medios de comunicación.

Los indicios de esa expansión se remontan, cuando menos a 1944. Ese año es asesinado el fundador y principal accionista del diario *Novedades* y de la editorial Publicaciones Herrerías, Ignacio F. Herrerías¹⁵². Dos años después del crimen aparece Jorge Pasquel, a la sazón empresario deportivo y amigo cercano del presidente Alemán y adquiere el diario y la editora¹⁵³. Para mayor detalle, Pasquel se había casado en 1932 con Ernestina Calles, hija del expresidente Plutarco Elías Calles¹⁵⁴, aunque no es un hecho que al momento de hacerse de *Novedades* mantuviera esta relación marital. Lo significativo es que, Pasquel, vende el diario a los O’Farrill-Ávila Camacho en agosto de 1948.¹⁵⁵ La presencia de los O’Farrill en el mundo editorial se profundiza en julio de 1950, cuando comienzan a publicar el diario en inglés *The News*¹⁵⁶, justo en los momentos en que se realizaban pruebas para el lanzamiento de su canal de televisión.

La llegada de los O’Farrill-Ávila Camacho a la radio, también está precedida de situaciones fuera de lo común. En octubre 1947 el locutor Alonso Sordo Noriega funda –con el apoyo del Gobierno de Alemán, específicamente de Petróleos Mexicanos— la estación de radio XEX en el Distrito Federal, pero la operación de la radiodifusora está llena de conflictos y Sordo Noriega fallece en mayo de 1949¹⁵⁷. Tiempo después, probablemente en 1951, la

¹⁵¹ Los principales elementos de la biografía de los O’Farrill se obtuvieron del texto de HERNÁNDEZ LOMELÍ, F., 2004. *Innovaciones en...*, pp. 91-92.

¹⁵² El contexto del asesinato de Herrerías está relatado en FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, F., 2001. *Los medios de difusión masiva en México*. 13a. reimpresión. México: Juan Pablos, p. 22. Por su parte, la periodista Betty Zanolli Fabila señala: “[...] Ignacio F. Herrerías, fundador de *Novedades*, sería ultimado por la espalda en la propia oficina del entonces regente del Distrito Federal Javier Rojo Gómez, víctima de la traición de uno de sus ex trabajadores, Florencio Zamarripa”. ZANOLLI FABILA, B., 2012. Ser periodista: entre la vida y la muerte. *El Sol de México* [en línea]. México, agosto 2012. [Consulta: 22 abril 2016]. Disponible en: <http://www.oem.com.mx/elsoldemexico/notas/n2654565.htm>.

¹⁵³ COLE, R.R., 1972. *The mass media of Mexico: ownership and control*. Minneapolis: University of Minnesota, p. 112.

¹⁵⁴ DÍAZ HERNÁNDEZ, J., 2015. Pasquel, víctima de Tanchipa. *emsavalles.com* [en línea]. [Consulta: 26 marzo 2016]. Disponible en: <http://www.emsavalles.com/revtxt.php?r=4088>.

¹⁵⁵ COLE, R.R., 1972. *The mass media ...*, p. 112.

¹⁵⁶ COLE, R.R., 1972. *The mass media...*, p. 113.

¹⁵⁷ El conflicto en torno a la operación inicial de la XEX está narrado por Gabriel Sosa Plata: SOSA PLATA, G., 1993. XEX: el sueño que Sordo Noriega nunca hizo realidad. *Revista Mexicana de Comunicación*,

estación de radio pasa a manos de los O’Farrill-Ávila Camacho.¹⁵⁸

Rómulo O’Farrill Jr. resumió así la incursión de su familia en el negocio de los medios de comunicación:

El negocio original de mi padre fueron los automóviles, pero en el año de 1947, como ya teníamos paquete de acciones del periódico Novedades, impulsados por una serie de circunstancias, compramos el control. Ya estando en el diario, se nos propuso a principios de 1949 la adquisición de un equipo transmisor de televisión. En aquella época este medio de comunicación todavía incipiente, empezaba en los Estados Unidos y en realidad no había mucha confianza de que fuera el momento oportuno para lanzarlo en México. Pero, por otro lado, ya operábamos la estación de radio XEX, lo que nos hacía pensar, y la historia lo ha demostrado, que la televisión sería el medio más importante del futuro y que si empezábamos temprano, aunque todavía tuviéramos muchas dificultades, como todo lo que se inicia, estaríamos en momento oportuno para encontrar soluciones.¹⁵⁹

Si los Azcárraga son uno de los representantes de la amalgama entre los negocios nacionales y las compañías del extranjero, los O’Farrill-Ávila Camacho son los mejores exponentes de la mezcla entre familias de negocios y de políticos. Ambos patrones serán una constante en la historia económica de los más grandes negocios de medios del país.

Por si no bastara, otro de los aspectos centrales en el avance de los O’Farrill-Ávila Camacho dentro del mundo de los negocios es su relación con la familia del presidente Miguel Alemán. Aunque no existen documentos que acrediten que los O’Farrill-Ávila Camacho y los Alemán formaron un grupo único, al menos en el caso de los medios —*Novedades*, la radio y posteriormente la televisión— existen indicios de que esto pudo haber sido así.

Al comentar la situación de la televisión mexicana, antes de la fusión de los intereses de Azcárraga y O’Farrill-Ávila Camacho, Emilio Azcárraga Milmo —El Tigre— señalaba: “[...] El Canal 4, lo tenían el señor O’Farrill, con el licenciado Alemán [...]”¹⁶⁰. Aunque, como

vol. 6, no. 32, pp. 24-29. Sordo Noriega fue un personaje cercano al poder. Formó parte de la campaña presidencial de Manuel Ávila Camacho y en 1942 es nombrado por Maximino Ávila Camacho como Supervisor General de Información Radiofónica de la SCOP. Véase, MEJÍA BARQUERA, F., 1981. *La industria de la radio...*, pp. 93 y 115. La XEX tiene su origen en los equipos de la estación XERA —alguna vez establecida en Ciudad Acuña— e intervenida por el gobierno de Ávila Camacho. Para una historia de esta estación véase: ORTIZ GARZA, J.L., 2010. *Una radio entre dos reinos*. México: Ediciones Ruz.

¹⁵⁸ Véase: SOSA PLATA, G., 1993. XEX: el sueño..., p. 29; HERNÁNDEZ LOMELÍ, F., 2004. *Innovaciones en...*, pp. 91-92. Aunque según otros testimonios la estación fue adquirida en 1952: FERNÁNDEZ, C. y PAXMAN, A., 2001. *El Tigre: ...*, p. 53.

¹⁵⁹ CASTELLOT DE BALLIN, L., 1993. *Historia de la televisión...*, p. 21. Los subrayados son míos.

¹⁶⁰ *Ibíd.*, p. 51.

veremos más adelante, entre los accionistas de la empresa que unió formalmente a los O’Farrill-Ávila Camacho y los Azcárraga en 1955, no figuran los Alemán como socios. Todo indica que la incursión de los O’Farrill-Ávila Camacho en la televisión representa –al mismo tiempo– la de dos familias de ex presidentes de la República y que durante varios años se movieron en el mundo político y empresarial mexicano: los Ávila Camacho y los Alemán.

La presencia de dos familias “presidenciales” implicaba, adicionalmente, la existencia de múltiples conexiones en el mundo de los negocios. Niblo¹⁶¹ señala, por ejemplo, que Maximino Ávila Camacho –suegro de O’Farrill– tenía relaciones con el General Rodrigo M. Quevedo¹⁶² y con el banquero Carlos Trouyet¹⁶³ en negocios de la construcción; que adicionalmente había sido parte del círculo de negocios de William Jenkins en Puebla, quien a su vez había sido cónsul de Estados Unidos en la ciudad e incursionó en los ingenios de azúcar, distribución y exhibición de películas y la banca¹⁶⁴; Ávila Camacho se relacionó también con el empresario español (construcción y sus materiales) Manuel Suárez que controlaba el semanario *Hoy*; entre otros.

Por su parte, de acuerdo con el recuento de Niblo¹⁶⁵, los Alemán¹⁶⁶ establecieron lazos de negocios con el exsenador del estado de Nueva York (Estados Unidos), John A. Hastings;

¹⁶¹ NIBLO, S.R., 2001. *Mexico in the 1940s: Modernity, Politics, and Corruption* [en línea]. 2a. Willmington: Scholarly Resources. G - Reference, Information and Interdisciplinary Subjects Series, pp. 86, 97 y 139.

¹⁶² Quevedo ocupó, entre otros cargos, la gubernatura de Chihuahua entre 1932 y 1936. Véase: INSTITUTO PARA EL FEDERALISMO Y EL DESARROLLO MUNICIPAL, 2010. *Enciclopedia de los municipios*. [en línea]. [Consulta: 26 octubre 2017]. Disponible en: <http://siglo.inafed.gob.mx/enciclopedia/EMM08chihuahua/index.html>.

¹⁶³ Trouyet fue accionista de Teléfonos de México después de su “mexicanización”, también incursionó en la ganadería, el turismo y las finanzas. Véase: INDIGO STAFF, 2013. Carlos Trouyet: el Slim de los 60. *Reporte Índigo* [en línea]. [Consulta: 26 octubre 2017]. Disponible en: <http://www.reporteindigo.com/indigonomics/carlos-trouyet-el-slim-de-los-60/>.

¹⁶⁴ Mejía Barquera incluso afirma que Jenkins fue socio de la empresa de O’Farrill que controlaba el canal 4 de la Ciudad de México, pero no ofrece ninguna prueba al respecto. MEJÍA BARQUERA, F., 1981. *La industria de la radio...*, p. 468.

¹⁶⁵ NIBLO, S.R., 2001. *Mexico in the 1940s...*, pp. 167, 168.

¹⁶⁶ Alemán nombró a Federico Jiménez O’Farrill embajador en Gran Bretaña, cargo que ocupó entre 1945 y 1952. De acuerdo con Niblo (p. 178), el embajador formaba parte de la familia O’Farrill. Sobre los embajadores de México ante el Reino Unido, véase: SECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIORES, 2017. Representantes mexicanos. *Embajada de México en Reino Unido* [en línea]. [Consulta: 26 octubre 2017]. Disponible en: <https://embamex.sre.gob.mx/reinounido/index.php/es/la-embajada>.

con George Creel¹⁶⁷; habría que añadir a Alfred Cleveland Blumenthal (clubes nocturnos¹⁶⁸), Bruno Plagiai (hipódromo y otros negocios), R. Rosoff (finanzas) y Raúl Bailleres (banca, minería, cerveza, entre otros¹⁶⁹).

La presencia de los Ávila Camacho-O'Farrill y los Alemán en el nacimiento de la televisión mexicana, trasciende el hecho de confirmar el fuerte nexo que ha existido en México entre los grandes negocios y la política, en una mezcla en la que no siempre es sencillo distinguir cuál es cuál. Se trata, además, de la incursión de dos fuerzas que ganaron presencia con base en las malas artes y negocios opacos. El ejemplo más extremo es el del propio Maximino Ávila Camacho que, en su tiempo al frente de la Secretaría de Comunicaciones, influyó decisivamente en la suerte de los medios de comunicación electrónicos. Por si no bastara, el hermano del presidente era conocido en el mundo de los negocios como “Mr. 15 por ciento”.¹⁷⁰

2.5.3. Otras fuerzas

Otra figura relevante en la radio y la televisión mexicana entre 1930 y mediados de los años sesenta fue el Ingeniero Guillermo González Camarena. Investigador, incansable creador de múltiples aparatos, González Camarena pasó a la historia de los medios masivos de comunicación como el inventor del primer sistema de televisión a colores el que, desafortunadamente, no se utilizó comercialmente.¹⁷¹ Desde 1930 comenzó a trabajar como operador en las nacientes estaciones de radio, pero un elemento clave fue el inicio de su relación con la familia

¹⁶⁷ Periodista y presidente del Committee on Public Information, principal órgano de propaganda del gobierno de Estados Unidos durante la Primera Guerra Mundial. Véase: ENCYCLOPEDIA OF WORLD BIOGRAPHY, [sin fecha]. *George Creel Facts*. [en línea]. [Consulta: 26 octubre 2017]. Disponible en: <http://biography.yourdictionary.com/george-creel>.

¹⁶⁸ Véase: VENTURA, A., 2011. El Hotel Reforma renacerá de sus ruinas. *El Universal* [en línea]. [Consulta: 26 octubre 2017]. Disponible en: </cultura/66040.html>.

¹⁶⁹ Sobre los negocios de la familia Bailleres, véase: OROZCO ZUATR, J.A., 1983. *Raúl Bailleres y su imperio económico*. Licenciatura. México: Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco.

¹⁷⁰ NIBLO, S.R., 2001. *Mexico in the 1940s...*, p. 281. Además, Niblo señala que hacia 1946 la fortuna de Maximino Ávila Camacho podía rondar los 400 millones de pesos, óp. cit., p. 287. Camp es más conservador y señala que su fortuna alcanzó de 2 a 3 millones de pesos. CAMP, R.A., 1982. *Mexican Political Biographies, 1935–1981*. Second edition. Tucson: The University of Arizona Press, p. 22.

¹⁷¹ Vale la pena decir que, según una biografía del inventor, a partir del desarrollo de González Camarena “[...] empezaron a surgir décadas más tarde diferentes procedimientos más elaborados en otros países (como NTSC, PAL, SECAM, etcétera), todos basados en la idea de Guillermo”. CHIMAL, C., 2017. *Fábrica de colores...*, posición 648.

Azcárraga “Al finalizar el año de 1940, ingresó a trabajar a la radioemisora de la XEW como operador de estudios. Al año siguiente fue nombrado jefe de operadores de la XEQ y XEW, con lo cual logró mejorar su laboratorio pues también, obtuvo un aumento de sueldo”.¹⁷²

No queda claro sí, como parte de su trabajo con el Grupo Azcárraga o de forma individual, comienza a realizar transmisiones experimentales de televisión en 1942. Al mismo tiempo, mantiene una relación de colaboración con las autoridades, al grado de que: “El 27 de febrero de 1945, fue designado por la secretaría de comunicaciones y obras públicas, para elaborar un estudio sobre las unidades de referencia para los distintos sistemas de comunicaciones eléctricas [...]”.¹⁷³ Además, como ya señalamos, forma parte —en 1947— de la comisión del estándar técnico de la televisión mexicana. En 1946 realiza transmisiones experimentales de televisión y en 1947 solicita una concesión para este servicio audiovisual. Para el año siguiente se registran dos hechos contradictorios: por un lado, figura como jefe de operaciones de la estación de radio XEW¹⁷⁴ —Grupo Azcárraga— y por otro, asociado a diversos inversionistas (entre los que no figura Azcárraga) solicita otra concesión para operar un canal de televisión.

En realidad, todo indica que entre 1940 y 1951, existe una relación de cercanía y colaboración continua con el Grupo Azcárraga.¹⁷⁵ González Camarena logra arrancar su estación de televisión en 1952 —XHGC— la que enfrentará serios problemas financieros y acabará siendo vendida al Grupo Azcárraga. Como importante funcionario de Telesistema Mexicano —la compañía fruto de la fusión de los intereses de los Grupos Azcárraga y O’Farrill— fallece en un accidente automovilístico en 1965. En todo caso, lo más relevante es que, las iniciativas empresariales de González Camarena en torno a la televisión mexicana quedaron diluidas y fueron absorbidas por los grupos dominantes del negocio televisivo.

Fuera del área de influencia de los grupos Azcárraga y O’Farrill-Ávila Camacho, que

¹⁷² GONZÁLEZ CAMARENA, A., 2011. Síntesis biográfica del Ing. Guillermo González Camarena precursor de la televisión mundial. Síntesis biográfica del Ing. Guillermo González Camarena [en línea]. [Consulta: 5 diciembre 2016]. Disponible en: <http://artgoncam.blogspot.mx/2011/02/sintesis-biografica-del-ing-guillermo.html>.

¹⁷³ *Ibidem*.

¹⁷⁴ HERNÁNDEZ LOMELÍ, F., 2004. Innovaciones en..., p. 82.

¹⁷⁵ Los primeros estudios de su canal de televisión operan en lo que fueron las instalaciones de la XEQ, otra estación de radio del Grupo Azcárraga. GONZÁLEZ CAMARENA, A., 2011. Síntesis biográfica...

dominaron el desarrollo de la televisión mexicana en su primera etapa de desarrollo, sólo se encuentran las iniciativas de Pedro Meneses Hoyos en Ciudad Juárez, Chihuahua; Rafael Tijerina Carranza en Nuevo Laredo, Tamaulipas; y Jorge Rivera y José Márquez en Tijuana, Baja California, como ya señalamos más arriba.

Así, la fuerza decisiva de unas cuantas familias en los destinos de la televisión y la transformación económica que experimentaba la economía mundial de la posguerra, en la que destaca la consolidación del poder de los grandes monopolios en las ramas más dinámicas, abrió la puerta al predominio de la gran empresa en la televisión mexicana.

2.6. El predominio de la gran empresa

Hacia 1954 la operación de las grandes empresas televisivas, especialmente las pertenecientes a los grupos O'Farrill-Ávila Camacho y Azcárraga, se enfrentaban a la necesidad de acelerar el desarrollo del negocio televisivo a pesar de los obstáculos que este enfrentaba: deficiente infraestructura eléctrica; importación de equipos, con precios inestables por la devaluación; un reducido mercado nacional de consumidores —capas medias de la población—, y el hecho de que una porción importante de la rentabilidad acabara en los bolsillos de las agencias de publicidad. Adicionalmente, se resentía la presión de nuevas fuerzas que intentaban obtener concesiones para ingresar al negocio. A este respecto, vale la pena reproducir una extensa cita de un comunicado de la Secretaría de Comunicaciones, en 1954:

[Los propietarios de la XEB y la XEOY (Radio Mil)] solicitaron a la SCOP, junto con otras 11 radiodifusoras, concesiones para operar estaciones de televisión. Esta solicitud, hecha en 1954, fue, sin embargo, negada por la SCOP, con el argumento de que, por 'razones técnicas', sólo podían funcionar en el Distrito Federal 7 canales de televisión, de los cuales 4 (contando el canal 9 de Paso de Cortés), ya se encontraban en operación y la mencionada secretaría ya tenía asignados los 3 restantes. Uno, sería concedido 'a particulares' y se instalaría, en Paso de Cortés. Otro se pensaba otorgar a la Universidad Nacional Autónoma de México y sería el canal 13. Finalmente, la SCOP planeaba otorgar uno más al Instituto Politécnico Nacional, pues según la SCOP, 'las máximas instituciones educativas en el país', debían poseer un canal de televisión.¹⁷⁶

Efectivamente, la selección técnica que se realizó después del informe Novo-González Camarena, opta por el uso de 13 canales en cada localidad, lo que permite la asignación de 7 estaciones y, por lo tanto, limita el número de posibles competidores en el servicio de

¹⁷⁶ MEJÍA BARQUERA, F., 1981. *La industria de la radio...*, p. 544.

cada población. Todas las normas técnicas del nuevo sistema televisivo se implantaron bajo dos consideraciones, la primera, que pudiera responder a la existencia de dos estándares de frecuencia de la corriente eléctrica –50 y 60 ciclos¹⁷⁷— y, lo más importante, en el caso de los televisores que se pudieran emplear los equipos producidos en los Estados Unidos o equipos nacionales contruidos con material de fácil adquisición.¹⁷⁸ La norma técnica que se propuso también recomendaba asignar las mismas bandas de frecuencia para los canales que las que se usaban en Estados Unidos, para facilitar la recepción de los canales mexicanos por parte de los receptores producidos en los Estados Unidos.¹⁷⁹

Por otra parte, el comunicado de la SCOP citado por Mejía Barquera da cuenta de que la decisión de apoyar el desarrollo de cadenas –repetidoras de estaciones centrales— era un hecho consumado. Hernández Lomelí lo explica de la siguiente manera:

Según los planes de los empresarios la televisión se expandiría al resto del país bajo un modelo centrífugo, es decir, la ciudad de México sería el centro irradiador de la industria, en la capital del país se concentraría la infraestructura de producción de programas y su comercialización, el resto del país sería un conjunto de centros repetidores pasivos que sólo eran importantes en función de consumidores potenciales de mercancías anunciadas por la televisión. Sería una réplica del sistema de afiliaciones que tan buenos resultados había dado a la radiodifusión”.¹⁸⁰

Es necesario señalar que, en el caso de la televisión, la tendencia apuntaba a que las repetidoras serían propiedad del mismo grupo de empresarios que poseían la emisora matriz, una diferencia fundamental respecto a lo que sucedió en las cadenas de radio. De esta manera, desde sus primeros años, el servicio de televisión se creó con una alta concentración de la propiedad, y un modelo que articuló el poder y el dinero de empresarios y políticos.

Precisamente la concentración de la propiedad en la televisión dio un salto cualitativo cuando en marzo de 1955 los grupos Azcárraga y O’Farrill-Ávila Camacho anuncian la creación de Telesistema Mexicano, S.A. una nueva empresa que –en principio— coordinaría la operación

¹⁷⁷ CORONA BERKIN, S., 1992. *La televisión: ...*, p. 223. La zona que alimentaba la hidroeléctrica de Necaxa que abarcaba la Ciudad de México y otras zonas centrales del país, recibía electricidad con una frecuencia de 50 ciclos por segundo, en cambio otras grandes ciudades como Puebla y Guadalajara la recibían a 60 ciclos. Fue hasta mediados de los años 70 que se unificó la frecuencia en el país.

¹⁷⁸ *Ibíd.*, p. 223.

¹⁷⁹ *Ibíd.*, p. 226.

¹⁸⁰ HERNÁNDEZ LOMELÍ, F., 2004. *Innovaciones en...*, 2004, p. 101.

de los canales que ambos grupos poseían en la Ciudad de México.¹⁸¹ Existe una narrativa dominante, en parte alimentada por los propios protagonistas, que explican el acuerdo como consecuencia de los momentos difíciles que atravesaban las empresas de los grupos Azcárraga y O’Farrill-Ávila Camacho. Se considera que el esquema de negocio que se creó desde los primeros años del servicio televisivo comenzó a entrar en crisis hacia el final de su primer quinquenio de existencia, como consecuencia de una abierta competencia entre los dos principales grupos: “Cuatro años después de la inauguración del primer canal comercial la industria mexicana de la televisión ofrecía signos y síntomas de claro deterioro económico”¹⁸². Se argumentan en ese sentido que:

- Las predicciones iniciales de Azcárraga de que era posible soportar dos años de pérdidas (de hasta 3.8 millones de pesos) y que después de eso se iniciarían los números negros, hacia finales de 1953 no se alcanzan.¹⁸³
- González Camarena y su canal 5 padecieron de la falta de recursos desde el inicio de sus transmisiones, lo que obligó a que, como ya señalamos, la concesión y la señal cayeran en manos del Grupo Azcárraga.
- En septiembre de 1954, el director del canal 4 informó que la empresa arrastraba un déficit de tres y medio millones de pesos.
- Ya en 1955, Azcárraga afirmó que las pérdidas conjuntas de las televisoras de la Ciudad de México sumaban los 7 millones de pesos.

Aunque no existen reportes financieros que permitan corroborar las afirmaciones de los protagonistas, desde nuestra perspectiva destacan otros hechos, en especial que las relaciones de negocios entre los grupos Azcárraga y O’Farrill-Ávila Camacho se venían estrechando desde años atrás, cuando menos tres o cuatro años antes del anuncio de la formación de Telesistema Mexicano. ¿Cuáles son las evidencias de esos vínculos comunes?

La primera es la fundación, probablemente en septiembre de 1951, de una estación de televisión en Matamoros con inversión de ambos grupos, la XELD-TV, como ya señalamos

¹⁸¹ ANGUIANO, F., 1955. Control único (acuerdo ayer) de la TV capitalina. *Excélsior*. México, 24 marzo 1955. pp. 26-A.

¹⁸² HERNÁNDEZ LOMELÍ, F., 2004. *Innovaciones en...*, 2004, p. 121.

¹⁸³ *Ibíd.*, p. 96.

más arriba. Adicionalmente, desde 1952 ya se ventilaba en la prensa que se estaba trabajando en un plan de fusión entre los intereses televisivos de Azcárraga y O'Farrill:

Monte Kleban, gerente internacional de O'Farrill, ha estado trabajando un año en un plan de fusión de los intereses de Azcárraga y O'Farrill. Puesto que no hay restricciones en el número de propiedades que una persona puede poseer en cualquier área, se han fusionado los intereses de radio de los dos magnates.

El mapa competitivo en este momento es así, según Kleban: se fusionaron el XEQ de Azcárraga (radio) y el XEX de O'Farrill, la XEQ con 150 kw y la XEX 500 kw. El acuerdo se califica como extremadamente compatible. Se mantiene la poderosa XEW de Azcárraga, con 500 kw. Los dos operan conjuntamente XELD-TV en Matamoros, frente a Brownsville, Texas. Luego está XETV (TV) Tijuana, involucrando a Azcárraga y Rivera. La familia O'Farrill anunció recientemente que había comprado un transmisor federal de 7 1/2 kw y una antena de 8 ganancias para una segunda estación en Tijuana. Además, se planea una estación de amplificación de O'Farrill TV, el canal 7, en el Paso de Cortés, cerca del amplificador de montaña de Azcárraga. De acuerdo con el incompleto plan de fusión, según el Sr. Kleban, las estaciones conjuntas Azcárraga-O'Farrill serán operadas en Monterrey, C. 2; Reynosa, C. 9, 12; Guadalajara, C. 6, 10; Veracruz, C. 3; Ciudad Juárez, C. 2; Nuevo Laredo, C. 3; Nogales, C. 2; Guanajuato, C. 3, 12; Mérida, C. 4.¹⁸⁴

Para el 30 de noviembre de 1952, el último día del periodo presidencial de Miguel Alemán, se dan pasos concretos y se anuncia la fusión de dos estaciones de radio: la XEQ (Azcárraga) y la XEX (O'Farrill). Jacobo Zabludovsky, quien por entonces era columnista del periódico *El Redondel* señalaba: "XEX y XEQ serán manejadas por una sola empresa, de la cual Rómulo O'Farrill tiene cincuenta por ciento de las acciones y el grupo Azcárraga el otro cincuenta".¹⁸⁵ Todo indica que se creó una entidad autónoma que coordinaría la operación de las dos concesiones y sus respectivas estaciones de radio. Un formato que después se repetiría en la televisión.

Más tarde, en enero de 1953, el propio Zabludovsky señalaba que el canal 4 cerraría sus estudios en el edificio de la Lotería Nacional y se instalaría en Televisión, la sede central del Grupo Azcárraga en la Ciudad de México.¹⁸⁶ Y el 5 de diciembre de 1954 se informó que los grupos Azcárraga y O'Farrill-Ávila Camacho habían acordado establecer de forma conjunta una amplia red de repetidoras en provincia.¹⁸⁷ Prácticamente ya se había cocinado la creación

¹⁸⁴ BEATTY, J.F., 1953. *Television fiesta...*, pp. 83-84.

¹⁸⁵ ZABLUDOVSKY, J., 1952. Don Emilio Azcárraga y don Rómulo O'Farrill llegaron ya a un acuerdo. *El Redondel*. México, 30 noviembre 1952. pp. 1.

¹⁸⁶ ZABLUDOVSKY, J., 1953. Antena. *El Redondel*. México, 4 enero 1953. pp. 6.

¹⁸⁷ ZABLUDOVSKY, J., 1954. La unión O'Farrill-Azcárraga es solamente una tregua. *El Redondel*. México, 5 diciembre 1954. pp. 1.

de Telesistema Mexicano, lo que finalmente sería dado a conocer en marzo de 1955.¹⁸⁸

El resultado implicó elevar el grado de concentración en la televisión mexicana. El grupo naciente adquiere el control de las concesiones —y en consecuencia en los ingresos— y, por la misma vía, obtiene el predominio dentro de la televisión abierta del país. Una gran empresa, monopólica, se convertía en el sello distintivo de esta actividad económica. Se eliminó cualquier esquema que se fundara en algún tipo de competencia. En realidad, desde sus inicios, junto con la “competencia” que se establecían entre los tres canales de la Ciudad de México, corrían en paralelo las diferentes formas de colaboración que hemos detallado.

Con el apoyo del gobierno, se estableció una forma de funcionamiento en que los intereses de Telesistema, sus tres canales centrales — 2, 4 y 5— y sus futuras repetidoras, marcarían el rumbo de la televisión en México. El apoyo de la autoridad parece ser algo más que un gesto simbólico. De acuerdo con el testimonio de un funcionario de Telesistema:

Adolfo Ruiz Cortines, hacia el año de 1954, éste (sic) insistió ante don Emilio Azcárraga y don Rómulo O'Farril, que era indispensable aumentar la cobertura de la televisión mexicana, para que pudiera llegar a los hogares provincianos y no fuera un espectáculo elitista que solo favorecía a los habitantes del Distrito Federal y zonas aledañas. Como tal ampliación sólo podía lograrse creando una cadena nacional que requería hasta de la instalación de redes privadas de microondas, el proyecto resultaba exageradamente costoso si cada una de las dos compañías en competencia se proponía realizarlo por su propia cuenta, cuando aún los ingresos por concepto de publicidad apenas alcanzaban para mantener una programación diaria lo más sencilla posible, los interesados pensaron que la única fórmula viable de lograr el propósito era fusionar los tres canales para que uno de ellos lograra una cobertura de carácter nacional en tanto que los otros cubrían, uno el área metropolitana y el otro, un área más reducida que la del canal nacional.¹⁸⁹

Cuando hablamos de que se fortalece el predominio de la gran empresa, no nos referimos a una calificación superficial o meramente descriptiva, estamos hablando de que ya desde entonces, las inversiones que se habían destinado a la televisión tenían tal cuantía que inmediatamente colocaban a las compañías que las realizaban dentro del grupo de grandes empresas mexicanas y al mismo tiempo constituían altas barreras a la entrada de

¹⁸⁸ De Noriega y Leach explican la creación de Telesistema de la siguiente forma: “[...] Esta concentración de recursos y operaciones conjuntas parecieron ser el mejor camino para que la industria sobreviviera y creciera. El manejo centralizado de TSM era la mejor alternativa para proporcionar una programación diversa dirigida a los diferentes segmentos del mercado en cada uno de los canales [...]”. DE NORIEGA, L.A. y LEACH, F., 1979. *Broadcasting in Mexico...*, p. 21.

¹⁸⁹ CASTELLOT DE BALLIN, L., 1993. *Historia de la televisión...*, pp. 143-144.

nuevos competidores, todo lo cual contribuía al reforzamiento del monopolio de la televisión mexicana.

Aunque los censos económicos de 1955 no se ocupan de las unidades económicas que operaban en la radio y la televisión, los de 1960, apenas un lustro después del nacimiento de Telesistema, dan cuenta de la situación que mencionamos. En el caso de los ingresos, el capital invertido y el personal contratado, los establecimientos de televisión muestran una densidad mucho mayor que los de otras actividades mediáticas y de otras ramas de la economía, véase el cuadro # 2.8.

Cuadro # 2.8			
Indicadores censales de establecimientos económicos, 1960			
Concepto	Datos por establecimiento		
	Ingresos anuales ^{1/}	Capital invertido ^{1/}	Personal ocupado
<i>Totales</i>			
Industria	\$527	\$490	8
Comercio	\$178	\$110	2
Servicios	\$156	\$369	3
Medios			
Periódicos y revistas	\$2,465	\$1,797	41
Radio	\$732	\$913	17
Televisión	\$8,357	\$7,951	89
<i>Segmento de los establecimientos más grandes</i>			
Industria ^{2/}	\$4,167	\$3,964	64
Comercio ^{3/}	\$2,507	\$1,644	17
Servicios ^{4/}	\$2,782	\$7,800	40
Medios			
Periódicos y revistas ^{2/}	\$4,391	\$3,333	76
Radio ^{3/}	\$1,060	\$1,313	24
Televisión ^{3/}	\$10,158	\$9,627	120
1/ Miles de pesos. 2/ De 6 y más empleados. 3/ De 4 y más empleados. 4/ De 11 y más empleados. Fuente: elaborado con información de SECRETARÍA DE INDUSTRIA Y COMERCIO, 1965. <i>IV Censo Comercial, 1961, resumen general</i> . México: Talleres Gráficos de la Nación, p. 1. SECRETARÍA DE INDUSTRIA Y COMERCIO, 1965b. <i>IV Censo de Servicios, 1961, resumen general</i> . México: Talleres Gráficos de la Nación, p. 1. SECRETARÍA DE INDUSTRIA Y COMERCIO, 1965. <i>VII Censo Industrial, 1961, resumen general</i> . México: Talleres Gráficos de la Nación, pp. 1, 15.			

La fórmula para la fusión de los intereses de Azcárraga y Ávila Camacho-O'Farrill fue

la creación de una empresa en la que en un principio solamente figuraban como accionistas de esta los miembros de las ambas familias, sin que apareciera González Camarena y miembros de la familia Alemán, lo que no significa que este último no estuviera presente, de alguna forma, como parte del grupo de control del nuevo consorcio (véase el cuadro # 2.9).

Cuadro # 2.9		
Estructura accionaria de Telesistema Mexicano, marzo de 1955		
Concepto	Acciones	Porcentajes
Acciones totales	10,000	100.0%
Acciones serie "A"	5,100	51.0%
Emilio Azcárraga Vidaurreta	2,600	26.0%
Rómulo O'Farril Sr.	2,500	25.0%
Acciones serie "B"	4,900	49.0%
Emilio Azcárraga Vidaurreta	1,400	14.0%
Rómulo O'Farril Sr.	1,500	15.0%
Rómulo O'Farril Jr.	500	5.0%
Emilio Azcárraga Milmo	500	5.0%
Ernesto Barrientos Reyes	500	5.0%
Fernando Díez Barroso	500	5.0%

Fuente: elaborado con información de MEJÍA BARQUERA, F., 1981. *La industria de la radio...*, p. 540-541.

Se trató de una salomónica distribución: la mitad de las acciones para los Azcárraga, repartidos entre el fundador de la dinastía, Emilio Azcárraga Vidaurreta; su hijo, Emilio Azcárraga Milmo, y su cuñado, Fernando Díez Barroso, esposo de su hermana Laura. La otra mitad para los O'Farrill-Ávila Camacho: distribuidos entre Rómulo O'Farrill Sr. y Jr. y Ernesto Barrientos Reyes, Gerente de Ventas del canal 4. El esquema ideado evitó que las concesiones de canal quedarán en las mismas manos y por esa razón, Telesistema Mexicano surgió como una compañía que coordinaba la operación de los tres canales capitalinos:

La nueva empresa no se convirtió en concesionaria, salvando así legalmente lo establecido en el artículo veintiocho de la Constitución Política Mexicana, que prohíbe las prácticas monopolistas por parte de las empresas. Las concesiones continuaron siendo de las empresas que originalmente las obtuvieron: Televimex, S.A. (Canal 2); Televisión de México, (Canal 4) y Televisión González Camarena, S.A. (Canal 5). [...].¹⁹⁰

Al contrario de lo que establecen algunas investigaciones, no se trató de una fusión

¹⁹⁰ GUTIÉRREZ-RENTERÍA, M., 2011. *Estrategias de Grupo Televisa: del monopolio a la competencia*. Leipzig: Editorial Académica Española, p. 61.

de las tres televisoras en una sola empresa¹⁹¹. No sólo se buscó una fórmula que “respetaba” los términos de las tenues regulaciones económicas –especialmente en materia de concentración— de la época, lo que la convirtió en una alternativa políticamente aceptable.

Finalmente, después de cinco años de operaciones de la televisión abierta, quedaba constituida la principal fuerza que regiría sus destinos en su siguiente etapa de desarrollo y, en buena medida, a lo largo de su historia.



¹⁹¹ PÉREZ ESPINO, E., 1979. El monopolio de la televisión comercial en México (El caso Televisa). En: Universidad Nacional Autónoma de México, *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 41, no. 4, p. 1439

3. De Telesistema Mexicano a Televisa (1955-1972)

[...] haré lo que el gobierno disponga. No me pelearé con él”.

Emilio Azcárraga Vidaurreta, 1962

Con el nacimiento de Telesistema Mexicano se abre una nueva etapa en el desarrollo de la televisión abierta en México. En este capítulo daremos cuenta de las peculiaridades de esta nueva fase. En primer lugar abordaremos las características económicas del desarrollo televisivo y los obstáculos que enfrentó; posteriormente, abordaremos el nuevo papel que juega el Estado mexicano en el desarrollo de la televisión abierta; ofreceremos elementos sobre la evolución de Telesistema Mexicano y su rápida conversión en una empresa moderna; analizaremos la forma en que evolucionaron los capitales dominantes en la actividad, el papel jugado por nuevos operadores y por el capital extranjero y, dedicaremos el espacio final al tránsito de Telesistema Mexicano a Televisión vía Satélite (Televisa).

3.1. La expansión y sus obstáculos

A mediados de los años cincuenta, la televisión mundial está viviendo una etapa de expansión, en pleno auge de la economía de la posguerra. Si en 1960 existían cerca de dos mil emisoras en todo el planeta, hacia 1972 operaban casi 12 mil estaciones, en sólo 12 años se multiplicaron en 6 veces (véase el anexo # 6). La acelerada instalación de estaciones transmisoras se registra con especial intensidad en la República Federal Alemana (2,124 emisoras en el periodo), Francia (1,437) Italia (794), Japón (689), España (665), Estados Unidos (496), Noruega (408), República Democrática Alemana (328), Unión Soviética (331) y Suiza (319), entre los más importantes y esta expansión está soportada esencialmente, con excepción de Estados Unidos, por las inversiones de los Estados. La búsqueda de la rentabilidad y la expansión e importancia del desarrollo cultural que acompañó al Estado benefactor de posguerra, junto al aumento de la urbanización, aumentaban la necesidad de crear una nueva narrativa política e ideológica modernizante, difusora del “american way of live” frente a la intensificación de la guerra fría, lo que, junto a la propia demanda social de entretenimiento barato, se conjugaron en diverso grado para impulsar a la televisión por la senda definitiva de convertirse en el medio de comunicación masiva más importante en la

segunda mitad del siglo XX y en un fenómeno mundial.

En 1960, los receptores de la señal televisiva alcanzaban la cota de 100 millones, distribuidos en todo el planeta, con una penetración de 34 unidades por cada mil habitantes¹; la penetración más que se duplicó hacia 1972, cuando se puede estimar una tasa de 71 receptores por cada mil personas². También en esta etapa se dibujan con mayor claridad los diferentes modelos de desarrollo que habría de tener la televisión en el mundo³. En primer lugar, el comercial, lo que implica que el servicio fuera financiado mediante la publicidad y que la producción y distribución quedara en manos de las empresas privadas. Este esquema se adoptó con gran fuerza en Estados Unidos y cobró carta de naturalización en varios países de América Latina, entre ellos México. La preeminencia del esquema comercial no implicaba, sin embargo, que el Estado no participara en la producción y distribución de señales, aunque generalmente no representó ningún obstáculo para la expansión de los negocios privados.

Otro fue la variante que se desarrolló en los países socialistas con base el sistema de subsidio público. El servicio de producción y distribución corre a cuenta del Estado utilizando parte de los impuestos que paga la población. Esta alternativa se adoptó sobre todo en Checoslovaquia, República Democrática Alemana, Yugoslavia y la Unión Soviética, que desplegaron amplias redes de televisión.

La tercera forma de hacer televisión es la que implicaba que el usuario de esta pagara una cuota —*canon*⁴— para tener acceso al servicio: “Cada propietario del televisor pagaba una cantidad anual para financiar los gastos totales de la estación en personal, programación y administración”⁵. Esta modalidad junto, en algunos casos acompañada del financiamiento directo por parte del Estado, se utilizó especialmente en Europa Occidental, sobre

¹ UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION (UNESCO). *Statistics on radio and television 1950-1960*. París: UNESCO, 1963, p. 23.

² El cálculo se realizó con base en: NORDENSTRENG, K. y VARIS, T., 1974. *Television traffic -a one-way street?* París: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), 1972. Reports and papers on mass communication, 70, p. 13.

³ Véase: ALBERT, P. y TUDESIO, A. *Historia de la radio y la televisión*. 2, 1ª reimpresión. México: Fondo de Cultura Económica, 2002. Breviarios del Fondo de Cultura Económica, 338, p. 100.

⁴ “Prestación pecuniaria periódica que grava una concesión gubernamental o el disfrute en el dominio público”. TAMAMES, R. y GALLEGOS, S. Diccionario de economía y finanzas. 13a. Madrid: Alianza Editorial, 2006, p. 134.

⁵ GARZA PEÑA, V. *Presidential rule and the privatization of media in Mexico: the case of television*. Maestría. Montreal: McGill University, 1996, p. 80.

todo en España, Francia, Italia, Noruega y la República Federal de Alemania, que desplegaron amplias redes en sus territorios respectivos.

En el caso de México, la televisión se desenvuelve siguiendo el modelo estadounidense, aunque con un matiz: con el dominio un solo grupo empresarial que logra tener bajo su control y hegemonía el desarrollo del servicio, lo que no eliminaba la presencia de otras fuerzas que buscan participar del negocio en expansión.

El servicio de la televisión comercial en México vivió entre 1955 y 1972 una etapa de expansión, aunque enmarcada por los propios problemas que enfrentaban la economía nacional y el desarrollo del propio servicio televisivo. Pese al importante avance de la televisión en el mundo y a un favorable entorno macroeconómico, la instalación de nuevas estaciones avanzaba lentamente en México. Entre 1955 y 1972, se concesionaron apenas 60 estaciones en el país, de las que la gran mayoría entró en operación. ¿Cuáles fueron los factores que contribuyeron a ese modesto desempeño?

Desde el punto de vista de la economía, después de la devaluación de 1954, el aparato productivo se enfrascó en una fase de crecimiento continuo, propiamente la más esplendorosa del capitalismo mexicano, conocida como “el milagro mexicano”. Gracida lo define de la siguiente forma:

El periodo comprendido entre 1950 y 1982 es el tiempo cuando la industrialización se erige en el objetivo económico fundamental de la sociedad mexicana. Las diversas medidas de política económica puestas en práctica van configurando un programa de modernización industrial que consiste en promover el crecimiento y la estabilidad económicos, bajo la dirección de la iniciativa privada y con una amplia participación del Estado. La estrategia de largo plazo seguida para industrializar el país —en forma no deliberada, primero, y concertadamente, más tarde— es la política de sustitución de importaciones.⁶

La economía comenzó a vivir una etapa de cierta estabilidad. La última devaluación del peso se había consumado el 19 de abril de 1954 cuando se fijó la nueva paridad en 12.50 pesos por dólar —la que permaneció hasta 1976— y apoyado especialmente en el desarrollo de la industria manufacturera, el PIB logró un crecimiento promedio de 6.7% anual.⁷ A diferencia del

⁶ GRACIDA ROMO, E. *El desarrollismo*. México: UNAM, Editorial Océano, 2004, p. 13.

⁷ El producto por habitante creció a una tasa promedio anual de 3.0% en el periodo aludido. Véase INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA, 1990. *Estadísticas Históricas de México Tomo I*. 2ª edición. Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, pp. 317-318.

periodo anterior (1940-1954), en éste el crecimiento económico ya está encabezado claramente por la gran empresa que, poco a poco, controlaba cada vez más eslabones del aparato productivo nacional.

Hacia mediados de los años 60 una importante concentración del poder económico en la economía mexicana era ya patente. Alonso Aguilar señalaba que de acuerdo con los datos de los censos económicos de 1965 se podía estimar que el 1.5% de las empresas industriales concentraban el 77.2% del capital; el 4.4% de las compañías comerciales acaparaban el 84.4% del capital, y el 2.9% de las firmas de servicios acumulaban el 77.2% del capital. En resumen, tomando en cuenta estos tres sectores —en donde estaba operando el 85.7% del capital nacional— solamente el 3.5% de las 630 mil empresas en operación, atesoraban el 79.2% del capital nacional total.⁸ En rigor ya desde entonces —y seguramente desde años atrás— el predominio del capital monopolista, de la gran empresa en la economía nacional, era incontrovertible.

Como señalamos en el capítulo anterior, este predominio de la gran empresa privada en la televisión es una realidad. Pero en la nueva etapa, el reto para la televisión monopolizada era superar los obstáculos que no permitían ampliar la infraestructura y el número de televidentes. El que fuera secretario de Hacienda entre 1958 y 1970, Antonio Ortiz Mena, comentaba sobre la situación a mediados de los años sesenta de la siguiente manera:

En México teníamos que aceptar el reto que implicaba la transformación de las telecomunicaciones. Así lo comenté con el presidente Díaz Ordaz y estuvo de acuerdo. En general, el pueblo mexicano estaba poco comunicado y poco informado [...] Hacia mediados de los sesenta, la cobertura de la televisión era todavía muy limitada [...]⁹

Ese atraso en la cobertura televisiva contrastaba con el crecimiento acelerado de la población nacional y el ensanchamiento del proceso de urbanización. La tasa de crecimiento de la población —entre 1955 y 1972— fue de 3.6% en promedio anual y si en 1950 el 42% de la población habitaba en centros urbanos, para 1970 la urbanización alcanzaba ya al 58.7% de la misma (véase el anexo # 1).

⁸ AGUILAR MONTEVERDE, A., 1973. El proceso de acumulación del capital. En: *México: riqueza y miseria. Dos ensayos*. 6a. México: Editorial Nuestro Tiempo, p. 52

⁹ ORTIZ MENA, A., 1998. *El desarrollo estabilizador: reflexiones sobre una época*. México: El Colegio de México / Fondo de Cultura Económica, p. 230.

La concentración de la población en grandes ciudades abría la posibilidad de contar con audiencias cada vez más amplias. Aunado a una alta tasa de crecimiento poblacional (3.6%)¹⁰, la expulsión de la mano de obra del campo alimentaba la expansión de las metrópolis. Así, si en 1950 el 14.3% de los mexicanos se concentraba en localidades mayores a 100 mil de habitantes, para 1960 la proporción alcanzaba ya el 18.6% y en 1970 llegaba al 23.3% del total. En 1970 las urbes de México, Guadalajara y Monterrey concentraban ya el 23.3% de la población total del país, contra el 15.1% en 1950.¹¹

No obstante, todavía en 1970, más de tres cuartas partes de la población habitaba en ciudades menores a los 100 mil habitantes, lo que planteaba un reto para hacerles llegar el servicio de televisión. Los precarios datos sobre audiencia daban cuenta que, por ejemplo, el cuarto informe de gobierno del presidente Adolfo Ruiz Cortines (1956): “[...] había llegado a cerca de cuatro y medio millones de espectadores [...]”¹². En ese entonces la población total del país rondaba los 32 millones de habitantes, así el informe de gobierno, el acto político anual más importante para el país había sido sintonizado por el 12.5% de la población.

Uno de los mayores desafíos para la expansión del servicio televisivo era contar con el suficiente número de receptores con el fin de incentivar el consumo de la programación y con ello atraer a los anunciantes, lo que se traduciría en fuente de ingresos para las viejas y nuevas estaciones. En 1960, de acuerdo con las cifras censales, apenas el 6.2% de las viviendas del país contaban con televisor (véase el anexo # 2), lo que en términos absolutos se traducía en solamente 399 mil televisiones instaladas¹³. Para tener una idea comparativa puede decirse que, en ese mismo año, en los Estados Unidos —la cuna de la televisión comercial— existían alrededor de 44 millones de telehogares.¹⁴

No debe dejarse de mencionar que otro de los retos más importantes era ampliar la

¹⁰ Para el periodo 1955-1972.

¹¹ Las estadísticas sobre población se calcularon con base en INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA, 2010. *Estadísticas históricas de México 2009*. Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística y Geografía, cuadros: 1.1, 1.54, 1.62, 1.68.

¹² CASTELLOT, G., 1999. *La televisión en México 1950-2000*. México: EDAMEX, p. 108.

¹³ Otras fuentes mencionan que en 1963 existían un millón de aparatos funcionando. Véase: SÁNCHEZ RUIZ, E., 1983. *Capital accumulation, the State and television as informal education. case study of Mexico*. PHD Thesis. S.I.: Stanford University, p. 238.

¹⁴ ARRIAGA, P., 1980. *Publicidad, economía y comunicación masiva (México-Estados Unidos)*. México: Editorial Nueva Imagen, cuadro B. 1: Datos generales sobre la televisión en Estados Unidos, 1940-1977.

red de electrificación nacional. Aunque no existen datos precisos, es probable que más de la mitad del país no contara con acceso al servicio en 1960¹⁵. Además, como ya se mencionó en el capítulo anterior, en México existían dos zonas distintas de frecuencias eléctricas (50 y 60 ciclos). En 1972 se tomó la decisión de unificarlas a 60 ciclos y se creó el Comité de Unificación de Frecuencias (CUF) que, entre otros recursos, utilizó 500 millones de pesos para adaptar los aparatos de los usuarios de electricidad. El balance de la unificación de las frecuencias es sintetizado de la siguiente forma:

Los beneficios que se tienen, son: la facilidad para interconectar todos los sistemas eléctricos del país y formar un sistema único que constituya la red eléctrica nacional; el contar la industria manufacturera de equipo eléctrico, con líneas de producción a una sola frecuencia, elimina la fabricación de aparatos y equipos diseñados para diferentes ciclajes.¹⁶

El avance de la electrificación y el impulso que significó la realización de los Juegos Olímpicos de 1968 y el Mundial de Fútbol de 1970, condujeron a que en este último año 2.6 millones de hogares contaran con televisión, es decir, 6.5 veces más que en 1960. Pese a todo, en 1970 siete de cada diez viviendas carecían de televisión.

Si bien en los primeros años del servicio televisivo la demanda de aparatos se cubría por medio de importaciones, el gobierno federal otorgó desde mediados de los años 60 facilidades para la producción interna de aparatos. Entre 1955 y 1959 las autoridades habían eximido del pago de impuestos a 11 empresas que realizaron inversiones para manufacturar televisores¹⁷ y hacia 1962 existían ya unos 20 fabricantes de televisiones en México (véase el cuadro # 3.1), como General Electric, Philips, Philco, Motorola, Admiral, la mayoría, por supuesto, de origen estadounidense. La pionera en la producción de televisores fue Beckwith y Cía.¹⁸

¹⁵ En 1970, el 58.9% de los hogares tenía acceso al servicio. Véase el anexo # 2.

¹⁶ SECRETARÍA DE LA PRESIDENCIA, 1976. *Inversión pública federal 1971-1976*. México: Talleres Gráficos de la Nación, p. 27.

¹⁷ Por ejemplo, en la autorización para la exención de impuestos a Beckwith y Cía, S. A. de septiembre de 1955 se establece que si se cumplen con ciertas reglas se beneficiará con: exención total del pago de impuesto a la importación en algunos materiales; reducción del 30% del impuesto sobre la renta; exención total del impuesto del timbre y de la participación federal en el de ingresos mercantiles. Véase: SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, 1955. Autorización que exime de impuestos a Beckwith y Cía., S. A., conforme a la Ley de Fomento de Industrias de Transformación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 24 septiembre 1955, pp. 1-3. La lista completa de las empresas beneficiadas puede consultarse en el anexo # 10.

¹⁸ ARGOTIA ROIZ, M., 1963. *La industria electrónica en México fabricación de aparatos de radio y televisión*. Licenciatura. México: Universidad Nacional Autónoma de México. Facultad de Economía, p. 34.

Cuadro # 3.1	
Fabricantes de televisión en México, 1962	
Empresa	Marca comercial
Admiral de México, S. A.	ADMIRAL
Beckwitt y Cía, S. A.	BECKWITT
Construcciones Electrónicas, S. A.	PUNTO AZUL
Corp. Mercantil de México, S. A.	STROMBERG CARLSON
Corporación Nacional Distribuidora, S. A.	DUMONT
El Capitolio, S. A.	ZENITH
Electrónica Ceyen, S. A.	n. d.
Electrónica Crown, S. A.	n. d.
Emerson de México, S. A.	n. d.
Manufacturera General Electric, S. A. de C. V.	n. d.
Packard Bell de México, S. A.	PACKARD BELL
Philco, S. A.	PHILCO
Philips, S. A. de C. V.	PHILIPS
Radios y Refrigeradores Mexicanos, S. A.	n. d.
Radios y Televisores Modernos, S. A.	n. d.
Rivera, S. A. Motorola de México	MOTOROLA
Sky Line, S. A.	SKYMASTER
Teletécnica, S. A.	TELEFUNKEN
Televisión Continental, S. A.	n. d.
Televisión Servicio, S. A.	n. d.
n. d. No hay dato.	
Fuente: ARGOTIA ROIZ, M., 1963. <i>La industria electrónica en México fabricación de aparatos de radio y televisión</i> . Licenciatura. México: Universidad Nacional Autónoma de México. Facultad de Economía, pp. 35-36.	

¿Cuánto avanzó la producción interna de televisores para satisfacer la demanda nacional? Es difícil contar con una estadística homogénea para el periodo 1955-1972 que permita evaluar el consumo nacional aparente de televisores. Sin embargo, pueden destacarse, en primer lugar, que 1955 se produjeron 65 mil unidades y en 1972 el volumen llegó a 444 mil aparatos, lo que significa una tasa muy alta de crecimiento promedio: 12% al año (véase el cuadro # 3.2).

De otra parte, los múltiples cambios en la forma en que se registran las importaciones de televisores impiden valorar su peso en el consumo nacional. Sin embargo, desde el punto de vista de sus valores constantes es posible señalar que se mantienen en un monto muy bajo entre 1955 y 1971 y, es precisamente en 1972, cuando se registra un alza importante en su valor y llega a los casi 2 mil millones de dólares (véase el anexo # 9). Sin embargo, con el correr de los años, fenómenos como el contrabando pudieron haber alterado el comportamiento

de los componentes del consumo nacional aparente de televisores.

Cuadro # 3.2				
Producción nacional de televisores, 1955-1993				
(unidades) ^{1/}				
Año	Producción		Año	Producción
1955	65,000		1975	575,984
1956	95,000		1976	687,331
1957	80,000		1977	691,146
1958	83,680		1978	809,581
1959	60,000		1979	914,822
1960	80,000		1980	939,522
1961	95,000		1981	992,595
1962	90,000		1982	852,943
1963	114,837		1983	539,827
1964	152,746		1984	520,690
1965	186,975		1985	588,471
1966	263,056		1986	629,949
1967	274,301		1987	609,188
1968	360,212		1988	697,247
1969	403,368		1989	535,943
1970	423,981		1990	633,158
1971	401,225		1991	489,903
1972	444,377		1992	435,197
1973	497,144		1993	299,289
1974	530,225			

1/ Incluye tanto a color como blanco y negro.
Fuentes: elaborado con información de:
1955-1962: ARGOYTIA ROIZ, M., 1963. *La industria electrónica en México fabricación de aparatos de radio y televisión*. Licenciatura. México: Universidad Nacional Autónoma de México. Facultad de Economía, cuadro no. 7-bis.
1963-1964: NACIONAL FINANCIERA, 1981. *La economía mexicana en cifras*. México: Nacional Financiera, pp. 177-178.
1965-1986: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA, 2000. *Estadísticas Históricas de México tomo II*. Primera reimpresión. Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, pp. 534, 536.
1987-1993: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA, 2010. *Estadísticas históricas de México 2009*. Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística y Geografía, cuadros 11.20 y 11.21.

Otro de los problemas que pueden explicar los límites a que se enfrentó el crecimiento del servicio de televisión es el del precio de los receptores. Para tener una perspectiva, se

realizó un muestreo de precios de televisores a lo largo de varios años y se pudo establecer que a partir de 1952 y hasta principios de los años 60, el costo de un televisor pequeño (17", 19" y 21") osciló entre el equivalente a 330 y 450 salarios mínimos para las ciudades de México, Monterrey y Guadalajara (véase el anexo # 8). El alto precio de los receptores, acompañado de un crecimiento económico que expandía la economía y la demanda, pero concentraba el ingreso, puede explicar algunos de los problemas para el ensanchamiento del parque televisor entre la población nacional. Los precios relativos comenzaron a bajar de la cota de los 300 salarios mínimos diarios a partir de 1964, cuando se transmitieron los Juegos Olímpicos de Tokio. A partir de los años 60, la baja de los precios, la difusión de eventos deportivos relevantes: Juegos Olímpicos de Tokio –1964—, Mundial de Fútbol de Inglaterra –1966—, Juegos Olímpicos de México –1968— y Mundial de Fútbol de México –1970—, y el desenvolvimiento de la primera etapa de sistema de crédito para bienes durables –especialmente en tiendas departamentales—, contribuyeron a elevar la demanda de televisores y a la expansión de los telehogares. A la postre, las televisiones a colores comenzaron a comercializarse en 1968 y empezarían a diferenciarse los mercados de los receptores de televisión.

Pese a todos los problemas fue posible que se extendiera el número de estaciones de televisión en el territorio nacional. Si bien no es fácil saber cuántas entraron en operación entre 1955 y 1972, debido a la anarquía reinante en los registros estadísticos de la actividad televisiva, algunas fuentes oficiales datan en 72 el número de estaciones operando en el último año del periodo mencionado.¹⁹ En comparación con los países de América –exceptuando a Estados Unidos y Canadá—, México reportó el mayor número de estaciones instaladas –27.2% del total— en la etapa mencionada, seguido de Brasil 13.6% y de Perú 10% del total.²⁰ Sin embargo, los datos disponibles permiten documentar el otorgamiento de 60 concesiones entre 1955 y 1972 (véase el cuadro # 3.3).

El patrón de instalación de las nuevas estaciones en México buscó en primer lugar atacar a los grandes centros urbanos como Monterrey y Guadalajara, en donde se concesionaron 8 estaciones en el periodo señalado (1955-1972), a los que habría que añadir 2 canales más

¹⁹ NACIONAL FINANCIERA, 1981. *La economía mexicana en cifras*. México: Nacional Financiera, p. 366.

²⁰ Véase el anexo # 6.

en la Ciudad de México (véase el cuadro #3.3). Como consecuencia de la celebración de las Olimpiadas, el Mundial del Fútbol y la existencia de la red troncal de microondas, se otorgaron licencias para instalar emisoras a varias capitales del país (28) y en algunas de estas ciudades se construyeron dos o más estaciones (como es el caso de Mérida); también se buscó desarrollar la red en importantes centros urbanos como Tampico, Ciudad Juárez, Tijuana, Veracruz, Matamoros, Mazatlán, Ciudad Obregón y Tampico. Es de resaltar que la mayoría de las nuevas frecuencias se concesionaron en los estados del centro y norte de la República y que solamente 10 canales fueron licenciados en ciudades del sur del país (Veracruz, Coahuila, Acapulco, Tapachula, Tuxtla Gutiérrez, Campeche y Mérida).

Cuadro # 3.3			
Canales de televisión concesionados y que entraron en operación entre 1955 y 1972			
Ciudad y estado	Fecha 1ª concesión	Canal y siglas originales	Fecha inicio operación
1. Querétaro Qro.	26/11/51	3-XEZ	16/07/56
2. Querétaro, Qro.	26/11/51	6-XHZ	n. d.
3. Tampico, Tamps.	14/04/58	7-XHGO	21/03/58
4. Hermosillo, Son.	19/03/59	6-XEWH	06/05/59
5. Torreón, Coah.	08/04/59	4-XELN	Dic.-1958
6. Mexicali, B. C.	11/04/59	3-XHBC	07/10/57
7. Aguascalientes, Ags.	25/07/59	13-XHAG	n. d.
8. Guadalajara, Jal.	10/02/60	2-XEWO	mar-59
9. Cd. Juárez, Chih.	30/06/60	2-XEPM	n. d.
10. Tijuana, B. C.	06/08/60	12-XEWT	11/07/62
11. Guadalajara, Jal.	23/08/60	6-XEHL	22/09/60
12. Monterrey, N. L.	14/12/60	6-XET	20/01/61
13. Monterrey, N. L.	19/06/61	10-XHX	01/09/55
14. Colima, Col.	22/02/62	5-XHCC	25/02/62
15. Mérida, Yuc.	29/01/63	3-XHY	31/01/63
16. Chihuahua, Chih.	30/04/63	5-XERA	21/04/57
17. Veracruz, Ver.	27/07/63	2-XHFM	n. d.
18. Monterrey, N. L.	09/10/63	3-XEFB	18/07/58
19. Ensenada, B. C.	24/04/64	23-XHS	23/12/63
20. Matamoros, Tamps.	09/06/64	28-XHCR	n. d.
21. Culiacán, Sin.	11/09/64	3-XHQ	25/09/64
22. Las Lajas, Ver.	22/10/64	10-XHAI	n. d.
23. Las Lajas, Ver.	22/10/64	6-XHAJ	n. d.
24. Las Lajas, Ver.	22/10/64	8-XHAH	n. d.
25. Monterrey, N. L.	31/10/64	12-XHDG	24/02/68
26. Durango, Dgo.	13/11/64	11-XHA	n. d.
27. Chihuahua, Chih.	14/11/64	2-XHCH	17/03/68
28. México, D. F.	21/11/64	16-XHTC	n. d.

29. Coahuila de Zaragoza, Ver.	25/11/64	3-XHCV	n. d.
30. México, D. F.	23/06/67	8-XHTM	01/09/68
31. Zacatecas, Zac.	23/10/67	8-XHBD	n. d.
32 Tepic, Nay.	12/10/68	2-XHKG	12/10/68
33. Saltillo, Coah.	12/10/68	5-XHAE	1968
34. Colima, Col.	12/10/68	7-XHBZ	n. d.
35. Hermosillo, Son.	15/03/69	12-XHAK	n. d.
36. Campeche, Camp.	02/07/69	12-XHAN	n. d.
37. Tuxtla Gutiérrez, Chis.	02/07/69	8-XHTX	n. d.
38. Torreón, Coah.	02/07/69	11-XHO	n. d.
39. Mazatlán, Sin.	02/07/69	12-XHOW	n. d.
40. Los Mochis, Sin.	02/07/69	4-XHBS	n. d.
41. Acapulco, Gro.	02/07/69	4-XHAL	n. d.
42. León, Gto.	02/07/69	10-XHL	n. d.
43. Morelia, Mich.	02/07/69	10-XHKW	30/08/60
44. Mazatlán, Sin.	02/07/69	7-XHMZ	n. d.
45. Cd. Obregón, Son.	02/07/69	2-XHI	ago-65
46. Nuevo Laredo, Tamps.	02/07/69	11-XHBS	n. d.
47. Cd. Victoria, Tamps.	02/07/69	11-XHTK	n. d.
48. Tampico, Tamps.	02/07/69	4-XHD	n. d.
49. Mérida, Yuc.	02/07/69	9-XHTP	n. d.
50. La Paz, B. C. S.	02/07/69	10-XHK	03/06/68
51. Villahermosa, Tab.	02/07/69	13-XHLL	12/08/68
52. Saltillo, Coah.	02/07/69	7-XHAD	07/09/68
53. Guadalajara, Jal.	02/07/69	4-XHG	15/10/61
54. Puebla, Pue.	03/07/69	3-XHP	
55. Cd. Jiménez, Chih.	03/03/70	8-XHBU	n. d.
56. Zacatecas, Zac.	31/05/70	3-XHBQ	n. d.
57. Tapachula, Chis.	02/12/70	7-XHAA	1968
58. Guadalajara, Jal.	05/03/71	9-XHGA	08/03/71
59. Cd. Victoria, Tamps.	04/02/72	13-XHUT	n. d.
60. Mérida, Yuc.	n. d.	13-XHST	27/02/70
Fuente: elaboración propia con información del Instituto Federal de Telecomunicaciones e investigación directa.			

En resumen, hacia mediados de los años cincuenta el servicio de televisión se enfrentaba al reto de ampliar su cobertura, especialmente en un territorio en el que paulatinamente la población se concentraba en grandes ciudades. La expansión enfrentaba el reto de que cada vez un mayor número de hogares pudiera tener acceso a la electricidad y que la población estuviera en posibilidad de adquirir televisores. En teoría, si se había optado por la vía de un modelo comercial para la televisión abierta, debería ser el propio mercado el que resolviera los problemas señalados; en la realidad, se requirió tanto del concurso de los capitales privados junto con el poder del Estado, para impulsar el servicio televisivo, una

especie de capitalismo monopolista de Estado en este sector de la economía. Precisamente, al papel que le toca jugar al Estado en esta nueva etapa, nos referiremos enseguida.

3.2. El nuevo papel del Estado

En la etapa que se extiende entre 1955 y 1972, el Estado mexicano adoptó un papel más activo en la regulación del servicio televisivo e incluso pasó a convertirse en productor de señales y operador de canales. En efecto, durante este largo periodo que cubre los últimos años del gobierno de Adolfo Ruiz Cortines (1955-1958), los sexenios de Adolfo López Mateos (1958-1964) y Gustavo Díaz Ordaz (1964-1970), así como los primeros años del mandato de Luis Echeverría (1970-1972), se sentaron las bases de la nueva forma en que el Estado mexicano participaría en el desarrollo de la televisión. Para entender la manera en que el Estado se inserta en el proceso económico, vale la pena citar el siguiente párrafo en extenso:

Los dos sectores de que hablamos [empresas privadas y empresas públicas] no operan como dos canales independientes en la distribución de los recursos: se apoyan recíprocamente; y el Estado y los organismos y empresas estatales, sobre todo, respaldan directa y permanentemente a las empresas privadas nacionales y extranjeras a través de financiamientos, participaciones en su capital, subsidios y devoluciones de impuestos, inversiones de infraestructura, otorgamiento de garantías especiales, prestación de servicios técnicos gratuitos, cuantiosas compras en condiciones favorables para los proveedores y venta de bienes y servicios a precios que incluso suelen ser inferiores a los costos. En otras palabras, bajo el capitalismo de Estado éste se convierte en el principal instrumento de apoyo a la oligarquía nacional y en general a la burguesía, en el principal instrumento de movilización y encauzamiento de los recursos disponibles hacia las grandes empresas privadas y, en resumen, en un sostén insustituible del proceso de formación de capital [...].²¹

Bajo el manto del nuevo tipo de relación que se estaba gestando, el Estado mexicano contaba con una de sus armas más poderosas, la gestión de las concesiones, a la que nos referiremos más adelante, a lo que habría que añadir otros instrumentos, entre los que destaca la política de fomento. Así, la política del gobierno de Ruiz Cortines se caracterizó, en primer lugar, por el fomento a la producción de televisores, lo que acarreó los siguientes resultados:

[...] El desenvolvimiento de la construcción de aparatos tiene su origen en la política seguida por el gobierno para impulsar el desarrollo de diversas industrias y principalmente la substitución de importaciones, fomentando en este caso la fabricación de aparatos, aplicable en el futuro a la elaboración de componentes, o lo que es lo mismo, la formación del mercado para las partes. Para lograr lo anterior, el sector gubernamental

²¹ AGUILAR MONTEVERDE, A., 1975. La oligarquía. *La oligarquía, la burguesía y el estado*. 3a. México: Editorial Nuestro Tiempo, pp. 77-231.

controló la importación de radios y televisiones armados y concedió por medio de la ley de fomento de industrias de transformación exenciones de impuestos para todas aquellas empresas que estuvieran en aptitud de elaborarlos lo que trajo por consecuencia que todos aquellos que eran distribuidores y comerciantes en este ramo, comenzaran a interesarse en la producción de los mismos, culminando en 1955 con un número de 22 empresas dedicadas a esta actividad. En la actualidad [1962] existen 35 fabricantes en el ramo de aparatos para entretenimiento, lo que en comparación con el año de 1955 significa que el número de empresas casi se ha duplicado en el término de 7 años [...].²²

Este manejo de las exenciones de impuestos se complementó, entre otras medidas con la imposición de los aranceles y las cuotas a la importación de partes para la elaboración de televisores. Además, el Estado mantenía –al menos formalmente– el mecanismo de la autorización previa a las tarifas que, por el cobro de publicidad, aplicaban las estaciones televisoras.

Hasta aquí, la política mantenía un corte tradicional y discreto pero los cambios comenzaron a resentirse con la llegada de López Mateos, pues en 1959 da comienzo la operación del canal 11, mediante un permiso concedido al Instituto Politécnico Nacional, lo que significó la entrada de una institución pública a la producción y distribución de la señal televisiva.

XEIPN Canal Once, la televisora del Instituto Politécnico Nacional (IPN), comenzó sus transmisiones el 2 de marzo de 1959 desde un pequeño estudio con cámaras de circuito cerrado en el Casco de Santo Tomás, Ciudad de México [...] En un principio, la señal de la emisora llegaba a unas cuantas colonias de la Ciudad de México, y para ello se regalaron y colocaron a domicilio pequeñas antenas creadas por los técnicos de la televisora y estudiantes del IPN.²³

Más tarde el Estado avanzaría con mayor determinación en su intento de establecer una cadena de estaciones propia. Sin embargo, antes de que eso sucediera, la medida más significativa de la administración de López Mateos fue la emisión de la primera ley que regulaba específicamente a la actividad televisiva. El 19 de enero de 1960 se publica en el *Diario Oficial* la Ley Federal de Radio y Televisión.²⁴

²² ARGOYTIA ROIZ, M., 1963. *La industria electrónica...*, p. 34.

²³ CANAL ONCE, 2017. Sobre Canal Once. *Canal Once* [en línea]. [Consulta: 14 julio 2017]. Disponible en: <http://onctv-ipn.net/sobre-canal-once/>. Por cierto, el canal fue dirigido en sus inicios por Alejo Peralta y Díaz Ceballos, un conspicuo empresario que también fue funcionario público al grado de ser nombrado director general del Instituto Politécnico Nacional (IPN) por el presidente Ruiz Cortines el 20 de agosto de 1956. En calidad de director del IPN, Peralta se encargó de poner en funcionamiento el Canal 11. Por cierto, Peralta había sido alumno en la Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica de Walter Cross Buchanan, que, a su vez, fue nombrado Secretario de Comunicaciones y Obras Públicas en noviembre de 1955. Véase: SUÁREZ, L., 1992. *Alejo Peralta: un patrón sin patrones*. México: Editorial Grijalbo.

²⁴ SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN, 1960. Ley Federal de Radio y Televisión. *Diario Oficial de la*

3.2.1. La nueva ley y el manejo de las concesiones

El otorgamiento de las concesiones fue la principal arma del Gobierno Federal para determinar quién podía acceder o no a prestar el servicio de televisión en el país. Hasta 1960 el otorgamiento de las licencias y, en general, la operación de las estaciones de televisión era regulada por el *Decreto que fija las normas a que se sujetarán en su instalación y funcionamiento las estaciones radiodifusoras de televisión*²⁵ que fue emitido en febrero de 1950 y por otra serie de medidas secundarias y que, en realidad, dotaban de un alto grado de discrecionalidad al Ejecutivo Federal para fijar las reglas de operación en la actividad, entre otras, para el otorgamiento de las licencias.

La nueva legislación fijaría las reglas del juego para un servicio que durante la primera década de su existencia ¡careció de un régimen legal propio! Por su relevancia, vale la pena detenerse un momento en algunos aspectos del nuevo ordenamiento que reivindicaba, entre otras cosas que:²⁶

- “Corresponde a la Nación el dominio directo de su espacio territorial y, en consecuencia, del medio en que se propagan las ondas electromagnéticas. Dicho dominio es inalienable e imprescriptible”.
- El uso del espacio para difusión de los servicios de voz e imagen “[...] sólo podrá hacerse previo concesión o permiso que el Ejecutivo Federal otorgue [...]”.
- “[...] Es de jurisdicción federal todo lo relativo a la radio y la televisión”.
- Las concesiones “[...] se otorgarán únicamente a ciudadanos mexicanos o a sociedades cuyos socios sean mexicanos [...]”. Ninguna concesión podrá exceder los 30 años.
- Queda sujeto a la autorización de la autoridad el horario de transmisión de cada canal; la potencia de transmisión; las normas de funcionamiento técnico de las estaciones y, las tarifas para el cobro de servicios, entre los más

Federación. México, 19 enero 1960, pp. 1-8.

²⁵ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1950. Decreto que fija las normas a que se sujetarán en su instalación y funcionamiento las estaciones radiodifusoras de Televisión. *Diario Oficial de la Federación*. México, 2 noviembre 1950. pp. 5-6.

²⁶ Todas las citas están tomadas de SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN, 1960. *Ley Federal de Radio y Televisión...*

importantes.

- La creación del Consejo Nacional de Radio y Televisión, conformado por representantes del Estado, los empresarios del ramo y los trabajadores, para coordinar “[...] las actividades a que se refiere esta ley [...]”.

Fernando Mejía Barquera, quien realiza un análisis exhaustivo del marco en que nace la citada legislación, recuerda que “[...] a través de más de 15 años, los radiodifusores fueron creando la estrategia para llevar a cabo su proyecto de que se promulgara una ley específica para la radiodifusión. Asimismo, fueron desarrollando la fundamentación teórica y jurídica con que argumentarían sus posiciones. [...]”²⁷. Y estas fueron las que, sustancialmente, se impusieron a la larga. Entre las más importantes destacan:

- Desarrollar una ley específica, de tal forma que la radio y la televisión dejaran de estar regida por la Ley de Vías Generales de Comunicación y sus reglamentos.
- Dejar de considerar a la actividad como de servicio público —lo que, entre otras cosas implicaba, la regulación estatal de precios y tarifas— y, en cambio, establecer que se trata de un *servicio de interés público*, lo que permitiría que las compañías fijaran libremente sus precios.²⁸
- Eliminar la censura de contenidos y garantizar la libertad de expresión.
- Permitir que las concesiones pudieran ser renovadas a sus poseedores, lo que implicó eliminar la reversión de estas.²⁹
- Definir en el ámbito jurisdiccional que la regulación del servicio de radio y

²⁷ MEJÍA BARQUERA, F., 1981. *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (orígenes y desarrollo)*. Licenciatura. México: Universidad Nacional Autónoma de México. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, p. 576.

²⁸ Aunque en realidad, se mantuvieron los precios mínimos revisados por el gobierno, como se establece en el artículo 53 de la Ley y en los títulos de concesión que se emiten bajo su amparo.

²⁹ La reversión de la concesión significaba que, al final de esta, pasarían a dominio de la nación. Textualmente se establecía en el artículo 89 la Ley de Vías Generales de Comunicación lo siguiente: “[...] Las vías generales de comunicación que se construyan en virtud de concesión, con sus servicios auxiliares, sus dependencias y demás accesorios, son propiedad del concesionario, durante el término señalado en la misma concesión. Al vencimiento de ese término, las vías pasarán en buen estado, sin costo alguno y libres de todo gravamen, al dominio de la Nación, con los derechos de vía correspondientes, terrenos, estaciones, muelles, almacenes y demás bienes inmuebles. [...]”. SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1940. Ley de Vías Generales de Comunicación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 19 febrero 1940, p. 13.

televisión quedaba a cargo del Ejecutivo Federal.

Con la nueva reglamentación, se pudieron emitir las primeras concesiones (1963) ya que, por increíble que parezca, las estaciones que lo hacían hasta entonces operaban sin un título respectivo. Véase el cuadro # 3.4, donde se da cuenta de las fechas de emisión de los primeros títulos de las tres estaciones más importantes del país.

Cuadro # 3.4			
Fecha de emisión de los primeros títulos de concesión otorgados a las televisoras de la Ciudad de México			
Canal	Empresa que recibe la concesión	Fecha	Duración
5	Televisión González Camarena, S. A.	11 abril 1963	25 años
2	Televimex, S. A.	6 abril 1964	25 años
4	Televisión de México, S. A.	2 julio 1969	25 años

Fuente: SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1963. *Título de concesión a favor de Televisión González Camarena, S.A.* [en línea]. 30 abril 1963. México: s.n. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a4f5.pdf>.
 SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1963. *Título de concesión a favor de Televisión de México, S. A.* [en línea]. 10 mayo 1963. México: s.n. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a55c.pdf>.
 SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1964. *Título de concesión a favor de Televimex, S.A.* [en línea]. 10 abril 1964. México: s.n. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a37a.pdf>.

El otorgamiento de concesiones sufrió importantes ajustes, especialmente después de publicada la nueva ley. Entre 1955 y 1972 las licencias de televisión estuvieron bajo la jurisdicción de cinco secretarios que encabezaron la Secretaría de Comunicaciones³⁰, aunque Walter C. Buchanan, personaje cercano al grupo Ávila Camacho-O’Farrill³¹, tuvo una

³⁰ Carlos Lazo Barreiro (1 diciembre 1952 -- 5 noviembre 1955) – SCOP; Walter Cross Buchanan (6 noviembre 1955 – 30 noviembre 1958) – SCOP; Javier Barros Sierra (1 diciembre 1958 – 31 diciembre de 1958) – SCOP; Walter Cross Buchanan (1 enero 1959 – 30 noviembre 1964) – SCT; José Antonio Padilla Segura (1 diciembre 1964 – 30 noviembre 1970) – SCT, y Eugenio Méndez Docurro (1 diciembre 1970 – 30 noviembre 1976) – SCT.

³¹ La relación entre Buchanan y Telesistema Mexicano data de cuando el secretario trabajó en algunas empresas de O’Farrill. Es más, algunas versiones señalaban que incluso, ya en su etapa de secretario de Estado, recibía una “mensualidad” por parte de Telesistema. Un documento del servicio exterior del Departamento de Estado de los Estados Unidos señala: “El memorándum de la Embajada adjunto al aerograma de referencia indica que hay ‘información confiable’ disponible para respaldar el reporte de que ‘Telesistema Mexicana (sic) paga al Secretario de Comunicaciones Buchanan 100,000 pesos (\$ 8,000) mensuales para mantener a los independientes (estaciones de TV) fuera de la Ciudad de México’”. AMEmbassy, Mexico, D.F. to Department of State (1962). Airgram A-301, December 10, 1962, file 912.50/8-1562: General Records of the Department of State, U.S. National Archives.

estancia más longeva, casi 9 años al frente de la dependencia. Durante las casi dos décadas a que nos referimos, puede apreciarse una primera etapa en el desarrollo de la política de concesiones, misma que se extendió desde el surgimiento de Telesistema Mexicano hasta la aprobación de la Ley Federal de Telecomunicaciones en 1960.

Durante esta etapa el otorgamiento de licencias estaba sujeto al ya citado “Reglamento de las estaciones radiodifusoras comerciales, culturales, de experimentación científica y de aficionados”³² emitido en 1942 y que establecía básicamente que las licencias:

- Serían otorgadas por la SCOP a ciudadanos mexicanos o sociedades constituidas conforme a las leyes del país.
- Los interesados deberían realizar una solicitud ante la SCOP.
- La Secretaría estudiaría la solicitud y “[...] si la Secretaría lo estima pertinente, otorgará la concesión [...]”. Así de simple.

Bajo este esquema, insistimos, el secretario del ramo tenía un amplio margen de decisión discrecional sobre las solicitudes. Y un problema recurrente que se estaría presente a lo largo de varios años, es que ni siquiera se establecía una regla para dar a conocer las peticiones elevadas ante la autoridad. Rutinariamente comenzaron a aparecer en el Diario Oficial, como puede apreciarse en el anexo # 18, de tal forma que se pueden contabilizar 19 solicitudes presentadas entre 1955 y 1959. No es posible descartar que se hubieran presentado otras peticiones y que no fueran publicadas en el Diario Oficial, por ejemplo, la otorgada al canal 13 de Aguascalientes en 1959, no cubrió el requisito de su publicación en el *Diario Oficial*.

Además, dentro de este desorden orquestado por las decisiones discrecionales de la autoridad, no se sabe de las razones para no aprobar ciertas solicitudes; por qué existen canales que comenzaron a operar sin la emisión del título de licencia respectiva; o por qué finalmente se extendió la concesión a otra persona física o moral diferente a la que lo solicitó originalmente.

Como habíamos señalado, la promulgación de la nueva Ley Federal de Radio y Televisión en enero de 1960 estableció un nuevo régimen para el otorgamiento de las licencias y

³² SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1942. Reglamento de las estaciones radiodifusoras comerciales, culturales, de experimentación científica y de aficionados. *Diario Oficial de la Federación*. México, 20 mayo 1942, p. 4.

abrió una nueva etapa. Precisamente el título tercero del ordenamiento señalado se refiere a esta materia. Lo esencial de la nueva regulación puede ser resumido de la siguiente manera.

Artículo 13.- Las estaciones comerciales requerirán concesión.

Artículo 14.- Las concesiones se otorgarán exclusivamente a ciudadanos mexicanos o sociedades con socios mexicanos.

Artículo 16.- Las concesiones no podrán durar más de 30 años y podrán ser refrendadas al mismo concesionario.

Artículo 17.- Norma los requisitos de las solicitudes de concesión.

Artículos 30 y 31.- Establecen las causas de nulidad, caducidad y revocación de las concesiones.

Pero el artículo 19 es el más importante, pues refleja el espíritu de la nueva legislación, por ello vale la pena citarlo extensamente:

[...] se procederá a efectuar los estudios técnicos que correspondan, y si su resultado fuere favorable, la solicitud, con las modificaciones que acuerde la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, se publicará por dos veces [...] en el "Diario Oficial" [...] señalando un plazo de treinta días contados a partir de la última publicación, para que las personas o instituciones que pudieran resultar afectadas, presenten sus objeciones. Si transcurrido el plazo de referencia, no se presentaren objeciones, se otorgará la concesión, si además fuese procedente. Cuando se presenten objeciones, la Secretaría oírá en defensa a los interesados, les recibirá las pruebas que ofrezcan en un término de quince días y dictará la resolución que proceda en un plazo que no exceda de treinta, oyendo a la Comisión Técnica Consultiva establecida por la Ley de Vías Generales de Comunicación. Otorgada la concesión, se ordenará su publicación en el "Diario Oficial" de la Federación.³³

Pese a todo, se mantiene un excesivo poder discrecional de la autoridad para el otorgamiento de las licencias. Adicionalmente, ya cerca del fin del periodo presidencial de Gustavo Díaz Ordaz se publica un acuerdo³⁴ —julio de 1969— en el que se autoriza emitir nuevos títulos a los concesionarios de radio y televisión hasta por un periodo de diez años adicional al tiempo que faltare por transcurrir de la antigua concesión. Se trató, en la práctica, de un refrendo automático a todos los concesionarios. “De esta forma —glosa Mejía Barquera—, casi todas las estaciones de radio y televisión consiguieron ampliar la duración de sus

³³ SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN, 1960. Ley Federal de Radio..., pp. 2-3.

³⁴ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1969. Acuerdo por el que se autoriza a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes a expedir nuevos títulos de concesión a los actuales concesionarios en materia de radio y televisión. *Diario Oficial de la Federación*. México, 1 julio 1969. pp. 22-24.

concesiones por veinte años más”³⁵.

Con la existencia de la nueva legislación de 1960, el despliegue de la red de microondas y la aparición de nuevos capitales en la actividad, entre 1960 y 1972 se vivió un incremento significativo en las solicitudes de concesión de nuevas estaciones. El recuento de las solicitudes publicadas arroja un total de 59 en el periodo aludido. Además, la nueva legislación permitió poner un poco más de orden en el manejo de las solicitudes, de las que 38 procedieron (véase el anexo # 18).

Así, no dejaba de ser frecuente que la primera autorización se emitiera años después de que comenzaba a operar el inicio de la vigencia. Por poner un ejemplo, se le autorizó a Televisora de Yucatán –representada por Rómulo O’Farrill– la licencia del canal 3 de Mérida a partir del 29 de enero de 1963. El canal comenzó a operar solamente dos días después, pero el primer documento de licencia conocido y que se mantiene en el archivo, es del 6 de mayo de 1964. Otro canal de Mérida, el 13, comenzó a operar en 1970, pero en ningún documento se establece cuándo comenzó la vigencia de la primera licencia y el primer documento que se tiene en el archivo es la emitida en 1989.

También podía suceder que la estación comenzará a operar antes del inicio de la vigencia de la concesión. Junto con la inauguración de los juegos olímpicos en la Ciudad de México, el canal 2 de Villahermosa –concesionado a Clemente Serna– comenzó a transmitir el 12 de octubre de 1968, aunque la vigencia de su licencia en realidad comenzó el 2 de julio de 1969. Estos y otros ejemplos pueden observarse con mayor claridad en el ya citado anexo # 18.

Pero tal vez el caso que mejor pinte la discrecionalidad que acompañó al manejo de las concesiones es el del canal 8 de la Ciudad de México. Como se comprenderá, el mercado televisivo de la Ciudad de México ha sido el más importante del país desde que arrancó el servicio televisivo. En abril de 1967 se dio a conocer en el Diario Oficial la notificación de que la Corporación Mexicana de Radio y Televisión³⁶, había solicitado se le asignara el canal 8 de la Ciudad de México. Este era el procedimiento rutinario previo a la entrega de una concesión.

El detalle es que en el texto se aclara que la empresa había realizado la solicitud desde

³⁵ MEJÍA BARQUERA, F., 1981. *La industria de la radio...*, p. 652.

³⁶ Empresa manejada por la familia Aguirre que, a la sazón, también operaba varias estaciones de radio bajo el paraguas de Grupo Radio Centro.

¡el 24 de abril de 1949! y que se publicaba la misma en abril de 1967 debido a que además de que la empresa acataba todos los requisitos, al “[...] cumplimiento de la sentencia pronunciada en el juicio de amparo número 317/63 promovido Corporación Mexicana de Radio y Televisión [...]”³⁷. Este caso pinta en toda su dimensión a la política de concesiones, la que se organizó para elegir a los capitales que podían o no participar en la televisión. Se trataba de la política de un régimen político autoritario, con amplio margen de decisión y en la que varios de sus engranajes, favorecieron la consolidación del monopolio de la televisión mexicana. A la postre, como veremos más adelante, el canal 8 fue concesionado a otro solicitante y Corporación Mexicana de Radio y Televisión recibió la licencia del canal 13.

Las relaciones entre el Estado y los concesionarios no estaban, sin embargo, exentas de sobresaltos. En torno a las concesiones se desarrolló una disputa entre Telesistema Mexicano y la Secretaría de Comunicaciones –encabezada por Buchanan—, a lo largo del año 1962. Debido a diversas presiones de capitales que querían incorporarse a la actividad, las autoridades intentaron reorganizar la operación de los canales en la zona de la Ciudad de México.

En la prensa de la época se mencionaba a Guillermo Salas, Rafael Cutberto Navarro y Francisco Aguirre, como los principales interesados que intentaban entrar al mercado capitalino de televisión.³⁸ Por su parte, un telegrama de la embajada de Estados Unidos en México al Departamento de Estado de ese país señalaba como los principales intereses en juego a:³⁹

- Francisco Aguirre Jiménez: director de una cadena de estaciones de radio y propietario de varios restaurantes y cabarés.
- Rafael Cutberto Navarro: presidente de la cadena de estaciones de radio RCN (Radio Cadena Nacional).
- Guillermo Salas: director de varias pequeñas estaciones de radio y colaborador, durante varios años, de Azcárraga.

³⁷ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1967. Notificación relativa a la solicitud de concesión presentada por la empresa Corporación Mexicana de Radio y Televisión, S. A. de C. V., para instalar, operar y explotar una estación radiodifusora comercial de televisión en esta capital. *Diario Oficial de la Federación*. México, 12 abril 1967, p. 17.

³⁸ MAÑANA, 1962. Batalla por los canales de TV. *Mañana*. México, 30 junio 1962. pp. 5-6.

³⁹ AMEmbassy, Mexico, D.F. to Department of State (1962). Despatch 1571, June 22, 1962, file 912.50/6-2262: General Records of the Department of State, U.S. National Archives.

- Un grupo (no identificado) de banqueros e industriales de la Ciudad de México identificados con el PAN.

Los diferentes reportes omiten, incluso, señalar a los intereses del Grupo Monterrey que también buscaban una posición en la televisión de la Ciudad de México. Para hacer frente, entre otras cosas, a esas presiones, el gobierno en primer lugar decidió dejar atrás el propósito de otorgar el permiso de operar el canal 13 a la UNAM⁴⁰ y además intenta la reorganización de las concesiones de Telesistema en la capital del país. Habría que señalar que Telesistema se opuso permanentemente a la entrega de nuevas licencias en este territorio. Telesistema operaba ya los canales 2, 4 y 5, y además desde Paso de Cortés ocupaba las frecuencias 7 y 9 (repetidoras del 2 y el 4) en el Valle de México, que, además irradiaba su señal a varios estados del centro del país (especialmente los estados de Hidalgo, México, Puebla, Tlaxcala y Morelos). La Secretaría de Comunicaciones buscaba que las señales de los canales 7 y 9 fueran transmitidas desde estaciones instaladas en Las Lajas; Veracruz⁴¹ y así liberar dos canales para el Valle de México, adicionalmente al canal 13. Telesistema se amparó en contra de la disposición de la autoridad en junio de 1962⁴², sin embargo, ya en julio de ese año Emilio Azcárraga declaró: “haré lo que el gobierno disponga. No me pelearé con él”.⁴³ Y en efecto, el conflicto no pasó a mayores, ya que el 3 de septiembre de 1964 se expidió el título de concesión para el canal 7 y el 24 de septiembre de 1964 para el canal 9 a favor de Telesistema.

La Ley de la Radio y Televisión mantuvo así, el férreo control del otorgamiento de las concesiones televisivas en manos del ejecutivo federal. Adicionalmente la política estatal en materia de televisión sufriría algunos ajustes.

3.2.2. Impuestos y tiempo aire

La necesidad de dar un giro a la política estatal en la materia incluía no solamente una modernización del régimen de concesiones, sino también de los impuestos que gravaban a la

⁴⁰ Se trataba de que los dos últimos canales de dial —el 11 y el 13— se destinaran a las dos principales instituciones educativas en la capital: el IPN y la UNAM.

⁴¹ EL NACIONAL, 1962. Con razones técnicas queda demostrado que no se afectará a los televidentes. *El Nacional*. México, 22 junio 1962. pp. 1-8.

⁴² MAÑANA, 1962. Batalla por los canales...

⁴³ MAÑANA, 1962. Radio y TV. *Mañana*. México, 21 julio 1962. pp. 48.

actividad. En 1961, bajo el gobierno de López Mateos se emitió la “Ley del impuesto a las empresas que explotan estaciones de radio o de televisión”, en la que se establecía que las compañías pagarían un impuesto equivalente al 1.25% de sus ingresos brutos,⁴⁴ medida que originó roces con los empresarios de la radio y la televisión. Sin embargo, el mayor sobresalto se suscitó en diciembre de 1969, cuando se publica en el *Diario Oficial* lo que ahora llamamos la “miscelánea fiscal” y que se conoció entonces como la “Ley que establece, reforma y adiciona las disposiciones relativas a diversos impuestos” y en su artículo noveno, establecía un impuesto “[...] sobre servicios expresamente declarados de interés público por Ley, en los que intervengan empresas concesionarias de bienes de dominio directo de la Nación”.⁴⁵

Lo sustancial del nuevo ordenamiento gravaba con una tasa de 25% los pagos realizados a los concesionarios de los servicios públicos y que afectaba directamente a los concesionarios de la televisión. Después de varios meses de negociaciones con las autoridades⁴⁶, se publica un acuerdo en julio de 1969 en el que se informa que los concesionarios de radio y televisión “[...] podrán solicitar se les admita el pago de su importe con el doce y medio por ciento de tiempo diario de transmisión de cada estación”⁴⁷. El trueque era sencillo, en lugar de pagar dinero en función de los ingresos, se cedía una cuota fija del tiempo de programación, aparecía el tiempo oficial o tiempo de Estado.

Ortiz Mena explica la intención del nuevo reglamento y, en general de la política estatal, en estos términos: [...] Con los juegos olímpicos, se tomó la decisión de modernizar sustancialmente el sistema de telecomunicaciones en México y de desarrollar un marco regulatorio para los medios electrónicos de comunicación masiva que sirviera al interés público”.⁴⁸ Y explica en estos términos la estrategia del gobierno:

[...] era necesario diseñar una serie de acciones que permitieran al Estado disponer de

⁴⁴ SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, 1961. Ley del impuesto a las empresas que explotan estaciones de radio o de televisión. *Diario Oficial de la Federación*. México, 29 diciembre 1961. pp. 5.

⁴⁵ SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, 1968. Ley que establece, reforma y adiciona las disposiciones relativas a diversos impuestos. *Diario Oficial de la Federación*. México, 31 diciembre 1968. pp. 18-19.

⁴⁶ Véase la reseña y el análisis realizado por BARQUERA, F., 1981. *La industria de la...*, capítulo XI.

⁴⁷ SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, 1969. Acuerdo por el que se autoriza a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a recibir de los concesionarios de estaciones comerciales de radio y televisión, el pago del impuesto que se indica, con algunas modalidades. *Diario Oficial de la Federación*. México, 1 julio 1969. pp. 19.

⁴⁸ ORTIZ MENA, A., 1998. *El desarrollo estabilizador...*, p. 231.

parte de los tiempos de difusión de la radio y la televisión sin entrar en una confrontación con los dueños de las empresas del sector. La estrategia consistió en incluir en la Ley de Ingresos de 1969 un impuesto muy elevado sobre los ingresos de las empresas difusoras de radio y televisión. Una vez establecido este impuesto, podríamos negociar con estos medios que lo pagaran donando tiempo al aire para el gobierno [...].⁴⁹

Pero Ortiz Mena deja en claro, a contrapelo de las versiones que sostiene que el Estado buscó, de alguna manera, la estatización de medios electrónicos, lo siguiente: “[...] El presidente buscaba una regulación efectiva de los medios, aunque estuvo de acuerdo en que no se convirtieran en empresas controladas por el Estado”.⁵⁰ El Estado no solamente estaba dispuesto a respetar el régimen de inversión mayoritariamente privada en la televisión nacional, sino que se dispuso a emprender un programa de desarrollo de infraestructura que apoyara su desarrollo.

3.2.3. La red nacional de microondas

En este periodo 1955-1972, las relaciones entre el Estado y las principales empresas y empresarios de la televisión oscilaron entre la constante colaboración-confrontación-negociación. Dentro de este movimiento pendular se enmarca la acción gubernamental orientada a establecer las condiciones generales de infraestructura que permitiera la expansión del servicio televisivo en el país y especialmente el desarrollo de las cadenas, es decir, estaciones centrales –regularmente ubicadas en la Ciudad de México– que podían enviar su contenido a varias estaciones en el país, las que se convertían en meras repetidoras. Dicho de otra forma, la expansión del servicio televisivo requería de la inversión de recursos públicos en infraestructura, una solución a la que se recurrió frecuentemente a lo largo del “desarrollo estabilizador” para impulsar el desarrollo de diversas actividades económicas.

Desde mediados de los años 50, tal vez después de la creación de Telesistema Mexicano, las autoridades realizaron un estudio sobre la necesidad de una red nacional de televisión. El documento, publicado en el Anuario de la Radio y la televisión de 1957, señala la

⁴⁹ *Ibid.*, p. 232.

⁵⁰ *Ibid.*, p. 231. Los subrayados son míos. El propio Ortiz Mena señala que, en diciembre de 1968, cuando se presentó la iniciativa del nuevo impuesto, personalmente se lo comunicó a Miguel Alemán Valdés –“Yo era muy buen amigo de licenciado Alemán; de hecho, acostumbrábamos pasar juntos las cenas de fin de año en Acapulco”–el expresidente entendió la situación y se comprometió a compartirla con sus socios de la televisión “para evitar cualquier problema”, p. 233.

necesidad de crear una red de microondas y, además señala que la misma debería de alcanzar a todas las poblaciones de más de 5 mil habitantes⁵¹. De acuerdo con el censo de población de 1960, existían en el país 596 poblaciones con más de 5 mil habitantes, una pequeña parte (0.4%) de la fraccionada geografía poblacional que caracterizaba al país compuesta por 145,712 localidades.⁵²

De esta forma, fue el gobierno de Díaz Ordaz el que impulsó el trazo de la red, la que quedaba comprendida dentro del Programa Nacional de Telecomunicaciones 1965-1970:

El proceso de desarrollo económico y social del país, así como los avances tecnológicos --particularmente en materia de telecomunicaciones— indicaron la necesidad de ajustar la escasa oferta de servicios de comunicación a su gran demanda, procurando al mismo tiempo incrementar su eficiencia. [...] Como resultado de la política anterior, durante el periodo 1965-1970, se invirtieron cerca de 2 660 millones de pesos para integrar la infraestructura de los sistemas modernos de comunicación. Entre las obras realizadas destaca el sistema nacional de microondas, integrado por 65 estaciones terminales, 227 repetidoras y la estación terrena para comunicación internacional por satélites artificiales.⁵³

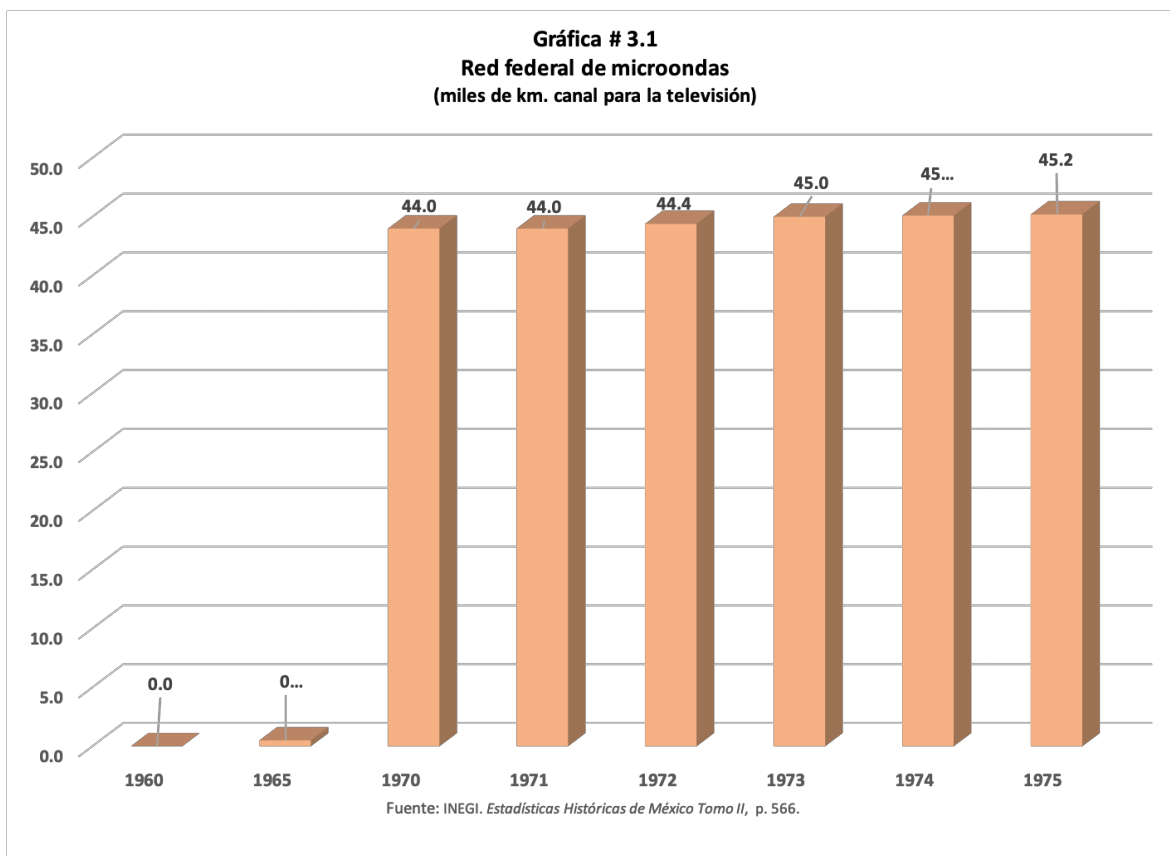
La inversión fue de 761.1 millones de pesos para el establecimiento de la red y sus estaciones terminales y repetidoras --13.3 mil kilómetros, 73 terminales y 211 repetidoras— y 46.5 millones de pesos para la edificación de la estación terrena en Tulancingo, Hidalgo. Dicho de otra forma, el 28.6% de la inversión pública federal en telecomunicaciones, bajo el gobierno de Díaz Ordaz se destinó al despliegue de la red nacional de microondas. Junto con la red, se inauguró en 1968 la Torre Central de Telecomunicaciones y la estación terrena de Tulancingo, esta última para las comunicaciones satelitales.⁵⁴ Hacia 1970 los canales de la red dedicados a transportar señales de televisión habían alcanzado, prácticamente, su máxima expansión: 44 mil kilómetros, como puede apreciarse en la gráfica # 3.1.

⁵¹ Anuario radio-televisión, s/f..., pp. 47-53.

⁵² SECRETARÍA DE INDUSTRIA Y COMERCIO, 1963. *VIII Censo general de población 1960. Localidades de la República por entidades federativas y municipios*. México: Talleres Gráficos de la Nación, p. 59.

⁵³ SECRETARÍA DE LA PRESIDENCIA, 1970. *Inversión pública federal 1965-1970*. México: Secretaría de la Presidencia, pp. 78-79.

⁵⁴ DÍAZ ORDAZ, G., 1969. Quinto Informe de Gobierno del presidente Gustavo Díaz Ordaz. *500 años de México en documentos* [en línea]. Disponible en: http://www.biblioteca.tv/artman2/publish/1969_86/Mensaje_del_Quinto_Informe_que_rindi_al_H_Congreso_294.shtml.



La inversión pública se transformó en una fuente de apoyo a la expansión territorial de la televisión mexicana, pues gracias a la instalación y despliegue del sistema de microondas se pudieron instalar estaciones de televisión en varias ciudades del país. Fue muy importante la expansión de esa red en especial ante la coyuntura de los Juegos Olímpicos de 1968 y del Mundial de Fútbol de 1970 que se celebraron en el país y que permitieron ampliar las audiencias para la televisión. El significado para el negocio televisivo de la nueva red lo sintetiza Aceves:

A fines de 1962, con la puesta en marcha del Sistema Nacional de Microondas, la posibilidad de crear cadenas nacionales de televisión se convirtió en un objetivo viable, que desde luego fue realizado por TSM [Telesistema Mexicano], el cual se colocó en una situación de privilegio frente a las modestas empresas que se habían constituido en algunas localidades del país. Los presupuestos publicitarios de los grandes anunciantes se abocaron hacia la empresa que les garantizaba una difusión nacional, “de frontera a frontera y de costa a costa”, en detrimento de aquellas cuya cobertura solo era regional.⁵⁵

⁵⁵ ACEVES GONZÁLEZ, F. de J., 2012. De la irrupción del sonido a la explosión de las imágenes. Una mirada al desarrollo histórico de la radio y la televisión en Jalisco: 1920-1960. *Comunicación y Sociedad*, vol.

El despliegue la infraestructura de microondas, correspondía con otro propósito: la transformación del Estado en un productor y distribuidor de señales televisivas por medio de sus propios canales. Parte de ese objetivo ya se había anunciado con la creación del canal 11 y da un paso adelante con el desarrollo del proyecto de la Telesecundaria. El rezago educativo era notorio al inicio de la administración de Díaz Ordaz⁵⁶, de tal forma que uno de los objetivos de las autoridades educativas era enfrentarlo utilizando varias herramientas, entre las que se encontraba la televisión. Desde 1965 se desarrolló un proyecto de alfabetización en el país que se apoyó en la televisión y desde 1966 inició la fase experimental de la Telesecundaria (que abarataba los costos, frente a la construcción de una escuela). Pero el proyecto educativo se convirtió en otra vertiente del entrelazamiento de los intereses públicos y privados en la televisión. La grabación del proyecto piloto se realizó en las instalaciones de Telesistema Mexicano y en enero de 1968 iniciaron formalmente los trabajos de la Telesecundaria que se transmitió por el canal 5 y su estación repetidora (canal 6 de Cerro de Las Lajas, destinado a servir a la zona de Xalapa, Veracruz y circunvecinas)⁵⁷. Todo indica que el tiempo de transmisión fue donado por Telesistema.

Incluso, como recuerdan de Noriega y Leach: “[...] La Ley Federal de Radio y televisión (1960) ya preveía que deberían transmitirse al menos 30 minutos diarios de programación de contenido educativo, cultural y social. El Estado se preparó para producirlos”⁵⁸. De hecho, ya para 1972, los programas producidos por el Estado ocuparon un total del 14.1% del tiempo de transmisión de los canales 2, 4 y 5 de la Ciudad de México, de acuerdo con una muestra que se realizó sobre una semana de transmisión (ver el anexo # 11).

Así, con el canal 11 y la Telesecundaria el Estado mexicano ganaba experiencia en el manejo de la televisión, pero en agosto de 1969 da un paso adelante: publica el acuerdo que mandata el establecimiento 37 canales que serían operados por la Secretaría de

Nueva época, no. 18, p. 36. * TSM: Telesistema Mexicano.

⁵⁶ Por mencionar un dato: a principios de los años sesenta el índice de analfabetismo alcanzaba al 37.8% de la población. Véase: JIMÉNEZ HIDALGO, J. de J., MARTÍNEZ JIMÉNEZ, R. y GARCÍA MANCILLA, C.D., 2010. *La telesecundaria en México: un breve recorrido histórico por sus datos y relatos*. México: Secretaría de Educación Pública, p. 25.

⁵⁷ *Ibid.*, pp. 36-37.

⁵⁸ DE NORIEGA, L.A. y LEACH, F., 1979. *Broadcasting in Mexico*. London: Routledge & Kegan Paul. Case studies on broadcasting systems, p. 31.

Comunicaciones y Transportes. El documento referido señala: “[...] independientemente de la existencia de estaciones de televisión comercial concesionadas, [es necesario que] el Poder Ejecutivo Federal cuente con estaciones de televisión dedicadas a difundir programas de índole cultural, educativo, instructivo, de capacitación y de información acerca de los acontecimientos nacionales e internacionales”⁵⁹.

Pese a que la disposición se publica a unos meses de terminar el sexenio de Díaz Ordaz, no se tiene noticia de lo que sucedió con ese plan.⁶⁰ Sin embargo, el gobierno posterior, de Luis Echeverría avanzó en los primeros años de su sexenio en el propósito de que el Estado tuviera una mayor injerencia directa en asuntos relacionados con los medios de comunicación y las telecomunicaciones y en noviembre de 1971 adquiere el 1.5% de las acciones del consorcio internacional INTELSAT (International Telecommunications Satellite Organization)⁶¹, que tendría la encomienda de lanzar un satélite y realizar transmisiones internacionales de comunicaciones, entre las que se encontraban las señales de televisión.

La tendencia que se perfilaba a una mayor intervención directa del Estado en la producción y distribución de señales de televisión se vio acelerada por la crisis política que se manifestó con toda fuerza en 1968, tras la represión al movimiento estudiantil. Como señala Mejía Barquera:

En este intento de superar la crisis política, los medios de difusión y en especial la radiodifusión tendrían una gran importancia, a grado tal de que [...], el Estado comienza, a finales de la década de los sesenta, a desarrollar una política tendiente a aumentar su influencia en la radio y la televisión en especial como emisor de mensajes, con la finalidad de conseguir una mayor difusión y penetración del discurso oficial entre el conjunto de la población.⁶²

El modelo de desarrollo de la televisión se estaba transformando. Ya para los primeros años de la década de los setenta nos encontramos cerca de que arranque la verdadera

⁵⁹ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1969. Acuerdo por medio del cual se destinan para el establecimiento de estaciones oficiales de televisión los canales 6 de la zona 2, 12 de la zona 3, 8 de la zona 4 y otros, así como en la franja fronteriza norte los canales 2 de Ensenada, B. Cfa., 5 de Cananea, Son., 8 de Hermosillo, Son, etc. *Diario Oficial de la Federación*. México, de agosto de 1969. pp. 6-7.

⁶⁰ Afirma Sánchez Ruiz que: “[...] En realidad, esta red oficial como tal nunca comenzó a funcionar, pero preparó el escenario para la creación en 1972 de la red de Televisión Cultural de México (TCM), por el presidente Luis Echeverría. [...]”. SÁNCHEZ RUIZ, E., 1983. *Capital accumulation...*, p. 261.

⁶¹ MEJÍA BARQUERA, F., 1987. 50 años de televisión comercial en México (1934-1984). En: *Televisa. El quinto poder*. 2. México: Claves Latinoamericanas, 1987, p. 33.

⁶² MEJÍA BARQUERA, F., 1981. *La industria de la radio...*, pp. 642-643.

participación directa del Estado en la producción y distribución de una señal televisiva propia, momento que coincidirá con el nacimiento de Televisa, lo que llevaría a que en el sector operaran dos grandes fuerzas, ambas dominantes en su segmento, es decir ambas monopólicas.

Mientras tanto, en el seno de los capitales privados, Telesistema Mexicano se transformaba en una gran empresa moderna, como veremos enseguida.

3.3. La primera fábrica de sueños y de dinero

Hasta antes del surgimiento de Telesistema Mexicano, los canales de televisión funcionaban bajo una lógica rentista: los dueños de las concesiones arrendaban estudios, ponían a disposición de sus clientes a los técnicos y las áreas de producción, y distribuían la señal producida por terceros, en su gran mayoría agencias de publicidad que, a su vez, actuaban como *brokers* y vendían el patrocinio de los programas a empresas y marcas específicas.

Los canales 2, 4 y 5 de la Ciudad de México, todos en manos de Telesistema Mexicano, constituían el principal “centro fabril” de la televisión mexicana. Ya en sus instalaciones de Televisión —inauguradas en 1952— operaban los tres canales, más los dos ubicados en Alzomoni que operaban como repetidoras de la señal generada en Televisión. Bajo el esquema rentista, sólo una parte de la producción era de manufactura nacional, especialmente los programas de noticias (producidos generalmente por periódicos) y los musicales y de entretenimiento (por las agencias de publicidad), lo que se complementaba con las películas, abastecidas tanto por estudios nacionales e internacionales.

En el segundo lustro de los años sesenta y ante una posible intensificación de la competencia por el ingreso de nuevos capitales a la actividad televisiva, los concesionarios, especialmente Telesistema, comenzaría a crear las condiciones para el control global del proceso de producción-distribución de las señales televisivas.

3.3.1. El montaje de la fábrica

El surgimiento de Telesistema dio pie a que, paulatinamente se registraría un cambio fundamental: la fábrica de sueños comenzaría a trabajar como tal, la producción comenzó a ser su responsabilidad directa. Uno de los indicadores de que el modelo de televisión estaba cambiando apareció a mediados de 1964, pues en julio se anuncia una reorganización del Consejo de Administración de Telesistema Mexicano. El cambio más significativo fue el

nombramiento de Emilio Azcárraga Milmo “El Tigre” —el hijo de Azcárraga Vidaurreta— como nuevo vicepresidente de programación, producción y ventas.⁶³ Dicho de otro modo, el eje del negocio quedaba en manos del heredero de la dinastía Azcárraga.

Al mismo tiempo Luis del Llano Palmer fue nombrado director de programación y producción, lo que implicaba que ahora el consorcio tomaría un papel protagónico en el diseño y organización de los contenidos. Al nombramiento de Del Llano se uniría el de Roberto Kenny al frente de la oficina de eventos especiales, encargado de la transmisión, entre otros, de los mundiales de fútbol y las olimpiadas. Este tipo de eventos eran de los de mayor importancia para la televisora y se complementarían con nuevas inversiones del grupo, como fue la compra del club de fútbol profesional “América” y la construcción del estadio de fútbol en la capital del país, el Estadio Azteca. Sobre estos dos nuevos brazos ofreceremos más información más adelante.

Bajo esta nueva estructura, la programación comenzó a desarrollarse bajo parámetros diferentes. De un lado, si bien se mantenía el abasto fundamental de la producción cinematográfica, se añadiría paulatinamente la provisión de contenido del extranjero, básicamente de programas seriados —las series grabadas— y de los dibujos animados. La fuente fundamental de esta oferta provendría de las grandes productoras de contenido televisivo de Estados Unidos. A partir de entonces se comienzan a bordar la compleja red de relaciones con las productoras estadounidenses como Walter Lanz, Hanna-Barbera, Warner Brothers, Anso, Bing Crosby, MGM, Desilu Productions, Walt Disney, Universal, Cavada, Arena Productions, Arness, Screen Gems, entre otras; y con las distribuidoras de la programación, básicamente las tres hermanas estadounidenses —ABC, NBC, CBS⁶⁴— y —en una cuantía mucho más reducida— la británica ITV⁶⁵.

Desde esta época se construyen los cimientos de la importante dependencia de la

⁶³ TELESISTEMA MEXICANO, 1964. *Televisión*, no. 18, p. 3.

⁶⁴ A estas alturas las tres hermanas dominaban un mercado de 541 estaciones en los Estados Unidos, aunque solamente poseían cinco estaciones cada una de las empresas y una extensa red de estaciones afiliadas. Véase: RADIO DAILY, 1964. *Radio annual and television yearbook 1964*. 29. Nueva York: Radio Daily, pp. 482 y ss.

⁶⁵ La información sobre productores y distribuidores extranjeros está elaborada con información de: IMDb - Movies, TV and Celebrities. IMDb [en línea], [sin fecha]. [Consulta: 28 julio 2017]. Disponible en: <http://www.imdb.com/>.

televisión mexicana del contenido extranjero, que en el futuro se fortalecerá todavía más a través de los programas deportivos y las películas. En el caso del cine, cabe hacer notar que:

[...]durante los primeros años de la década de 1960, tanto la disponibilidad del videotape como la combinación de Hollywood y las cadenas de televisión de EU hicieron posible la expansión al exterior de la industria estadounidense de producción de películas para la cual México se convirtió en un mercado importante. El criterio utilizado por Telesistema y sus anunciantes para seleccionar los seriales importados fueron sus ratings anteriores reportados en los Estados Unidos.⁶⁶

Se estaban estableciendo las bases de una verdadera subordinación estructural de la televisión mexicana respecto de la estadounidense.

Más tarde se incrementaría el papel de Telesistema en la producción de telenovelas y, tiempo después, en la producción de sus propios noticiarios. La producción de telenovelas por cuenta de la propia empresa --uno de los productos emblemáticos de Telesistema y, más tarde de Televisa—, había comenzado desde 1958, cuando se emitieron cuatro seriales de este tipo: “Senda prohibida” (50 capítulos), “Un paso al abismo” (3 capítulos), “Gutierritos” (50 capítulos) y “Más allá de la angustia” (3 capítulos). Pero en mayo de 1966 se produce un cambio fundamental, que a la postre daría un nuevo impulso a este tipo de producción por medio de la formación de Teleprogramas Acapulco, una compañía en coinversión entre Telesistema Mexicano, las concesionarias de los canales 2, 4 y 5 —Televimex, Televisión de México y Televisión González Camarena, respectivamente— y la estadounidense ABC. La parte mexicana concentraría el 75% del capital de la naciente productora y los estadounidenses el 25% restante.⁶⁷

Junto con la formación de la empresa hace su arribo Miguel Alemán Velasco como director de esta, lo que significa la aparición formal de la familia Alemán en la estructura de gestión de Telesistema.⁶⁸ A partir de entonces, se disiparon todas las dudas sobre el involucramiento de la familia del expresidente Alemán en Telesistema Mexicano.

El equipo de Alemán emprendería, como justamente señala Gutiérrez Espíndola, la “industrialización del melodrama”. Y la línea de producción comenzó a montarse y desarrollarse

⁶⁶ SÁNCHEZ RUIZ, E., 1983. *Capital accumulation...*, p. 266.

⁶⁷ TELESISTEMA MEXICANO, 1966. Teleprogramas Acapulco. *Televisión*, no. 40, pp. 13.

⁶⁸ TELESISTEMA MEXICANO, 1966. El licenciado Miguel Alemán Velasco inaugura oficina en Televisión. *Televisión*, no. 44.

al grado de que entre 1958 y 1972 –los años que cubre la existencia de Telesistema— se produjeron 286 telenovelas⁶⁹, un promedio de 20 programas de este tipo al año. Es importante señalar que el género televisivo tuvo su origen en Estados Unidos –conocida como *soap opera*— y que fueron precisamente las empresas de aquel país, destacadamente Colgate-Palmolive, la patrocinadora de las primeras producciones realizadas por Telesistema.⁷⁰

El último gran eslabón en la transformación de la fábrica audiovisual fue la producción de noticias. Como se señaló en el capítulo anterior, los periódicos eran los principales encargados de la producción de noticias en televisión.

Esto fue conveniente y necesario durante algunos años [explica Aurelio Pérez, importante funcionario de Telesistema], hasta que en 1969 fue preciso dejar a los periódicos su responsabilidad y asumir nosotros la nuestra.

En 1969, bajo la dirección del licenciado Miguel Alemán, se creo (sic) la Dirección de Noticieros de Telesistema Mexicano, con recursos muy limitados y con un tiempo de emisión no mayor de unos 15 minutos diarios [...].⁷¹

Es en la parrilla de programación en donde se sintetizan y se pueden apreciar los cambios en las emisiones. En 1955, cuando los tres canales de la Ciudad de México (2,4 y 5) operaban ya bajo el paraguas de la nueva empresa tenía una capacidad promedio de transmisión de 12 horas, cada uno. De acuerdo con una semana de muestra de las transmisiones durante ese año (puede apreciarse con detenimiento la muestra en el anexo # 11), se pudo establecer que más de la mitad del contenido común de los tres canales estaba compuesto por:

- Cine: 37.8%.
- Programas de comentarios y reportajes: 7.5%.
- Programas musicales: 6.7%.
- Programas de variedades y revista: 6.1%.

Dentro del primer grupo estamos hablando tanto de producciones nacionales como extranjeras. Para el canal 5, la producción cinematográfica, en sí misma, aportaba casi la

⁶⁹ El número se estableció con ayuda de la base de datos que existe en Wikipedia sobre telenovelas mexicanas. WIKIPEDIA, 2017. Anexo: Telenovelas de México. En: *Page Versión ID: 100559251, Wikipedia, la enciclopedia libre* [en línea]. Disponible en: https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Anexo:Telenovelas_de_M%C3%A9xico&oldid=100559251.

⁷⁰ GUTIÉRREZ ESPÍNDOLA, J.L., 1988. La industrialización del melodrama. (Historia y estructura de la telenovela mexicana). *Las Redes de Televisa*. México: Claves Latinoamericanas, p. 91.

⁷¹ CASTELLOT DE BALLIN, L., 1993. *Historia de la televisión en México: narrada por sus protagonistas*. México: Alpe, p. 115.

mitad (48.8%) de su programación. Fuera de las películas, la programación importada todavía tenía un peso poco significativo. Se trataba, sobre todo de los primeros programas de caricaturas y de series estadounidenses (“El Llanero Solitario”, “La vuelta del Zorro”, “El Retorno de Dick Tracy”).

Hacia 1973 la capacidad de transmisión no se había modificado mucho, 13 horas diarias, de acuerdo con la semana muestra que se analizó. Eliminando el tiempo que ocupaban los programas producidos por el Estado (que ocupan el 14.1% del tiempo de transmisión de los tres canales), la programación se había transformado y estaba más diversificada que en 1955.

Destacan por su importancia:

- Series de Estados Unidos: 15.0%.
- Cine: 14.7%.
- Noticias: 10.7%
- Telenovelas: 9.9%
- Caricaturas: 7.5%.

Estos cinco géneros de la programación concentraban casi el 58% de todo el tiempo de programación y son el reflejo de los cambios que sufrió Telesistema entre 1955 y 1972. El nuevo perfil de la programación se acercaba más al modelo que caracterizó a la televisión privada mexicana durante décadas. La expansión de la programación producida por Telesistema fue posible, en parte, gracias a los cambios técnicos que se introdujeron en la forma de producir el audiovisual, de manufacturar “los sueños”.

Uno de los principales retos técnicos era reproducir el sistema de cadenas de radio desarrollado por los Azcárraga a través de la W Radio y que consistía en producir centralmente y enviar las producciones a estaciones de provincia. Este mecanismo se convertirá en la característica de este periodo y será la manera predominante de expansión del propio grupo Televicentro y de la subordinación de los otros capitales. Esta forma de funcionamiento permitía que la mayoría de los costos fueran absorbidos por las estaciones centrales —ubicadas en la Ciudad de México—, que podrían ser amortizados gracias al importante mercado publicitario de la capital del país y la comercialización en canales fuera de la capital, permitían generar ganancias para Telesistema, junto con los ingresos que generaban la

venta del contenido a otros canales que no pertenecían al consorcio.

Lo que para el radio se lograba por medio de discos de vinilo, en los que se grababan los programas y la publicidad, para la televisión era más complicado. Sin embargo, como relata Castellot, en 1956 se logra la primera grabación de un kinescopio del cuarto informe de gobierno del presidente Adolfo Ruiz Cortines que se envía a Monterrey para su retransmisión en el canal 10 local.⁷² Todavía era una etapa en que se transmitía en blanco y negro, pero para elevar la capacidad productiva y, sobre todo, de distribución, se requería de una solución tecnológica más adecuada que el kinescopio. Castellot, testigo privilegiado de los primeros años de la televisión, da cuenta de estos avances:

- En 1959 se comienza a grabar en video tape, un sistema mucho más sencillo que el kinescopio. El primer informe del presidente López Mateos “[...] se graba en video tape para enviarlo posteriormente a Monterrey, Mexicali, Tijuana y Guadalajara [...]”.
- En septiembre de 1964 se logra enlazar a las ciudades de México, Guadalajara y Monterrey por medio de microondas. En total 25 estaciones de televisión —prácticamente todas las existentes— se vincularon para transmitir el último informe de gobierno del presidente López Mateos.
- En 1965 se realiza la primera transmisión en vivo de televisión intercontinental por satélite. Se trató del combate del boxeador mexicano, Vicente Saldivar, en Londres.
- En 1969, con la red nacional de microondas ya en funciones se logra enlazar 62 estaciones de televisión fuera de la capital para transmitir el informe presidencial de Gustavo Díaz Ordaz.

Otro de los logros técnicos relevantes fue la invención del apuntador electrónico (“chícharo”), por medio del cual se les dictaban los parlamentos a los actores, especialmente a los de las telenovelas, con la consecuencia de reducir el tiempo de producción.⁷³ Gracias a los

⁷² CASTELLOT, G., 1999. *La televisión en México...*, p. 107.

⁷³ Un testimonio de Manuel Lira, trabajador de la Unidad de Televisión Educativa y Cultural (UTE) del Estado, refiere lo siguiente: “En mis tiempos en UTEC [1978] vinieron unos productores ingleses a ver cómo hacíamos los programas de Telesecundaria. [...] Y por supuesto estos hombres no daban crédito a la cantidad de programas que hacíamos al año. Dijeron que éramos la Productora más grande del mundo. En

avances técnicos y a una mejor infraestructura –los estudios de Televisión— el consorcio comienza a producir como una fábrica, y el mejor ejemplo son las ya citadas telenovelas:

La producción telenovelistica mexicana inició en 1957; esta incorporó poco tiempo después, innovaciones tecnológicas que modificaron radicalmente sus condiciones de producción que, en términos generales, marcaría el perfil que conserva hasta la fecha. Estas innovaciones fueron el videotape y el apuntador electrónico.⁷⁴

A todos estos cambios habría que añadir el inicio de las transmisiones a color. “Oficialmente la televisión a color se inauguró con el Informe Presidencial del 1o. de septiembre de 1967. Nosotros la habíamos estrenado –dice Gabino Carrandi— la noche anterior, desde la Cámara de Diputados, con un especial de Telemundo el 31 de agosto de ese año”.⁷⁵ Como ya adelantamos, junto con los ajustes en la producción, comenzó a transformarse la comercialización del tiempo televisivo –probablemente— hacia los primeros meses de 1963. En el número 4 de la revista Televisión –editada por Telesistema— se anuncia la entrada del nuevo sistema de publicidad:

Los anuncios en forma rotativa colocados dentro de un grupo de los más espectaculares y emocionantes programas filmados, ofrecen indiscutibles ventajas, entre las cuales enumeraremos, la economía, la efectividad y la originalidad.⁷⁶

La entrada de la televisión a color fue el testimonio último que la nueva fábrica televisiva ya estaba funcionando, pero hacía falta todavía tomar el control de la principal fuente de ingresos del negocio televisivo: la publicidad.

3.3.2. Ajustes en el régimen publicitario

Los cambios en la operación de los canales de televisión, que implicaron el montaje y puesta en marcha de la producción bajo el mando de los concesionarios de estos, permitieron y exigieron ajustes al régimen publicitario.

La publicidad ha sido el principal renglón de ingresos en la televisión. Cuando las agencias rentaban los estudios y la infraestructura de los canales, también tenían bajo su control

buena medida esto se debe al apuntador electrónico, recurso que sólo existe en nuestro país [...]. DE LA LAMA, M. y DE LA LAMA, F., 2001. *Canal 13, vida pasión y gloria: apuntes para la historia de la televisión pública mexicana, 1972-1992*. México: Porrúa, pp. 302-303.

⁷⁴ GUTIÉRREZ ESPÍNDOLA, J.L., 1988. *La industrialización...*, p. 79.

⁷⁵ CARRANDI ORTIZ, GABINO. *Testimonio de la televisión mexicana*. México: Editorial Diana, 1986, p. 100.

⁷⁶ TELESISTEMA MEXICANO, 1963. Nuevo sistema para la publicidad en grandes series del canal 5. *Televisión*, no. 4, pp. 10-11.

el diseño de los planes publicitarios. Cuando los concesionarios tomaron el control de la publicidad se auxiliaron del *spot*⁷⁷—del espacio publicitario, en español— el que paulatinamente se transformó en la forma de publicidad predominante. Hacia 1964, el sistema de cobro del *spot* ya se había extendido a los canales 2 y 4. Por ejemplo, dentro de la “Novela de las 6:30” del canal 2, un *spot* (anuncio) de 20 segundos costaba mil 400 pesos.⁷⁸ Un territorio muy importante fue el de las telenovelas, donde se fue extendiendo el nuevo sistema de *spots*, ya que para “[...] los anunciantes las telenovelas representaban un gran escaparate y, aunque las agencias se retiraron poco a poco de la producción, las grandes firmas comerciales mostraron vivo interés de que sus anuncios aparecieran en aquellos horarios en los que las amas de casa se mantenían suspendidas en el hilo de cada episodio”.⁷⁹

A partir de que Telesistema tomó en sus manos la comercialización directa de sus espacios comerciales, el sistema de tarifas se fue haciendo más complejo. Así, si en las primeras etapas las cotizaciones variaban en función de la duración de los comerciales (60, 40, 30 y 20 segundos), del canal y el horario, en 1969 ya existían tarifas por canal, tiempo y clasificación del horario. Puede verse un ejemplo del esquema tarifario en el cuadro # 3.5.

Cuadro # 3.5			
Comparativo de los precios de los spots en los canales 2, 4 y 5 para el horario AAA, 1969			
Duración	Canal	Horario	Precio
60 s	2	20:00--23:15	13,470
	4	20:00--23:15	6,500
	5	19:57--23:15	4,500
50 s	2	20:00--23:15	11,225
	4	20:00--23:15	-----
	5	19:57--23:15	3,750
40 s	2	20:00--23:15	8,980
	4	20:00--23:15	4,330
	5	19:57--23:15	3,000
30 s	2	20:00--23:15	6,735

⁷⁷ Lo que coloquialmente conocemos como comerciales que duran entre 20 y 60 segundos y que se pueden insertar en las pausas que se realizan en la transmisión de programas o en los espacios que existen entre una emisión que termina y otra que comienza.

⁷⁸ TELESISTEMA MEXICANO, 1964. Excelentes programas a la disposición de nuestros anunciantes bajo el sistema de anuncios cortos en participación. *Televisión*, no. 17, pp. 10-11.

⁷⁹ ASOCIACIÓN NACIONAL DE LA PUBLICIDAD, 2006. *80 años de la publicidad en México*. México: ANP, p. 136.

	4	20:00--23:15	3,250
	5	19:57--23:15	2,250
20 s	2	20:00--23:15	4,490
	4	20:00--23:15	2,165
	5	19:57--23:15	1,500
Fuente: elaborado con información de TELESISTEMA MEXICANO, 1969. <i>Televicentro</i> , no. 66, varias páginas.			

Además, las tarifas se modificaban en función de si los anuncios cortos se insertaban durante los programas o en los cortes de programación, o si las marcas se convertían en patrocinadoras. A lo que había que añadir que, en este último caso, las cotizaciones eran diferentes para los programas nacionales y extranjeros. En fin, se creó una compleja estructura tarifaria acorde a los nuevos tiempos que vivía la televisión y a las necesidades de rentabilidad y de capitalización de Telesistema. El poder que adquiría esta nueva forma de comercialización se puede apreciar mejor, si se compara la evolución de las tarifas publicidad de Telesistema y la de la inflación en general (véase el cuadro # 3.6).

Cuadro # 3.6				
Comparativo de la evolución del precio de spots de 20 segundos de Telesistema y de los precios en general, 1964 y 1969				
Canal	Horario ^{1/}	Costo (pesos)		Variación
		1964	1969	
2	<16:00-18:00>	1,200	1,980	65.0%
	<18:00-20:00>	1,400	3,140	124.3%
	<20:00-23:15>	1,700	4,490	164.1%
4	<16:00-18:00>			
	<18:00-20:00>	1,200	1,590	32.5%
	<20:00-23:15>	1,350	2,165	60.4%
Inflación ^{2/}		24.2	27.5	13.6%
<p>1/ Se eligieron programas que se emitían en las respectivas franjas de horario. 2/ Se utilizó el índice de precios al mayoreo de la Ciudad de México (300 conceptos genéricos) con base 1978=100. Fuente: elaborado con información de INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA, 1986. <i>Estadísticas históricas de México, tomo II</i>. Primera reimpression. México: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, p. 760. TELESISTEMA MEXICANO, 1964. <i>Televicentro</i>, no. 17, varias páginas. TELESISTEMA MEXICANO, 1966 <i>Televicentro</i>, no. 44, varias páginas.</p>				

El despliegue de las nuevas estaciones de televisión y el ajuste en la forma en que se

comercializa la pantalla tienen como consecuencia el incremento del peso de Telesistema en el mercado publicitario nacional: “[...] Se estima que el 50 por ciento de los ingresos publicitarios totales de México (US \$ 310 millones en 1976) se destinaron a la televisión. Televisa recibió el 93 por ciento del total, mientras que el Canal 13 y las estaciones de televisión independientes restantes compartieron el 7 por ciento”.⁸⁰

Los ajustes en el terreno de la gestión de la publicidad no eliminaron el hecho de que esta era el vehículo de la relación económica empresarial entre las tres fuerzas dominantes en el mercado televisivo: las de las agencias de publicidad –las más importantes, de capital extranjero–, que se fueron adaptando a su papel más tradicional de intermediarios con las compañías que necesitaban anunciarse en televisión; las empresas anunciantes –también con fuerte presencia de capitales extranjeros–, y Telesistema. Entre estas tres fuerzas, más el concurso del Estado (que disponía de recursos para la infraestructura), se definía la parte sustancial de la vida de la televisión mexicana.

Si la nueva estructura empresarial había logrado tomar el control de la publicidad y de la producción de programas fue gracias a que en Telesistema se vivió en paralelo un ajuste importante en su estructura de gestión.

3.2.5. Los cambios en la estructura de gestión

El aumento en el control sobre la programación y la publicidad fue uno de los objetivos más importantes para Telesistema en esta etapa del desarrollo del monopolio de la televisión mexicana. Para lograr estos objetivos también eran necesarias inversiones y una reorganización administrativa. En marzo de 1962 se incrementa el capital social de Telesistema, que pasó de 12 a 20 millones de pesos. “[...] Aumentaron el capital y las acciones, pero el número de accionistas no se alteró”.⁸¹

La expansión de Telesistema, el desarrollo de nuevas funciones requirió de ajustes en la estructura de la gestión empresarial. Los antiguos canales individuales –2, 4 y 5–, con

⁸⁰ DE NORIEGA, L.A. y LEACH, F., 1979. *Broadcasting in Mexico...*, p. 51.

⁸¹ MEJÍA BARQUERA, F., 1998. Del canal 4 a Televisa. *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*. México: Revista Mexicana de Comunicación / Televisa, p. 39. Pérez Espino hace notar que en 1955 el capital de Telesistema era de 10 millones de pesos, si especificar fecha indica que se eleva a 12 millones y coincide en que en 1962 se eleva hasta 20 millones de pesos. PÉREZ ESPINO, E., 1979. El monopolio de la televisión comercial en México (El caso Televisa). En: *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 41, no. 4, pp. 1448.

sus respectivas estructuras administrativas —mayoritariamente familiares— se veían en la necesidad de transitar hacia una nueva forma de organización en donde, si bien era patente la presencia de importantes miembros de las familias fundadoras, también era necesario que se integraran funcionarios profesionales. Dentro de los ajustes que se realizan destaca el ingreso de Emilio Azcárraga Milmo —“El Tigre”—, al “[...] primer círculo de toma de decisiones en la empresa”.⁸² En 1964 se da a conocer que la presidencia del Consejo de Administración continua a cargo de Emilio Azcárraga Vidaurreta y la vicepresidencia en manos de Rómulo O’Farrill Sr.; se crean tres vicepresidencias a cargo de Emilio Azcárraga Milmo — el heredero de Azcárraga Vidaurreta—, Rómulo O’Farrill Jr. —el heredero de O’Farrill Sr.— y Fernando Díez Barroso —cuñado y mano derecha de Azcárraga Vidaurreta—.

De esta forma, Telesistema evoluciona a una estructura de gestión más acorde con el de la gran empresa moderna, como puede apreciarse en su organigrama de 1965 (véase el cuadro # 3.7). De 26 puestos relevantes que existían en Telesistema en 1965 solamente 6 estaban ocupados por miembros de las familias fundadoras (Azcárraga-O’Farrill) y un poco más tarde, como ya apuntamos, se integraría un representante de los Alemán. Sin embargo, en 1965 dos miembros de esas familias fundadoras, Fernando Díez Barroso y Rómulo O’Farrill Ávila —nieta del fundador de la dinastía— sufrirían un mortal accidente⁸³. No existe información de las personas que sustituyeron a ambos personajes en sus funciones dentro del Consejo y de la estructura de gestión de Telesistema.

Con una organización renovada, que se hacía paulatinamente cargo de los hilos de la producción y comercialización del negocio, los capitales de Azcárraga, O’Farrill-Ávila Camacho y Alemán, lograrían afianzar su hegemonía en la televisión abierta nacional. Fue necesario más de una década para forjar su modelo de empresa televisiva que le permitiría

⁸² MEJÍA BARQUERA, F., 1998. Del canal 4 a Televisa..., p. 40.

⁸³ De acuerdo con las notas de prensa: “[...] La avioneta, propiedad de la familia O’Farrill se estrelló momentos después de haber despegado en la Ciudad de México rumbo a Acapulco. Además de Fernando Díez Barroso y Rómulo O’Farrill Ávila Camacho, viajaban en la misma Marcia McKenzie, Donald McKenzie —gerente de la televisora estadounidense NBC en México— y Hubbard K. Gayle, Jr. y dos miembros de la tripulación. Fallecieron en el incidente Díez Barroso, O’Farrill y Marcia McKenzie —esposa del gerente de la NBC—. Salvó la vida Rómulo O’Farrill Jr. “que por razones de negocios tuvo que quedarse en tierra”. Al momento de fallecer Díez Barroso era vicepresidente de Telesistema y O’Farrill, director de promoción y prensa. EL SOL DE MÉXICO, 1965. En infortunado accidente aéreo, perecen los Sres. O’Farrill Ávila y Díez Barroso. *El Sol de México*. México, 13 noviembre 1965. pp. 1, 10.

extender su dominio en la propia actividad e incluso fortalecerse en otros negocios.

Cuadro # 3.7	
Organización de la estructura de gestión de Telesistema Mexicano, 1965	
Cargo	Persona
Presidente y Gerente General	Emilio Azcárraga Vidaurreta ^{1/}
Vicepresidente y Gerente de Ventas	Emilio Azcárraga Milmo ^{2/}
Vicepresidente Administrativo	Rómulo O'Farrill Jr. ^{2/}
Vicepresidente Ejecutivo (Películas, exportaciones y programas especiales)	Fernando Díez Barroso ^{2/, 3/}
Gerente de Promoción	Rómulo O'Farrill Ávila ^{2/}
Gerente General de Ventas	Ernesto Barrientos
Gerente de TV Matutina	Luis Escala Fernández
Gerente General Canal 5	Guillermo González Camarena
Gerente de Teleprogramas de México	René Anselmo
Gerente del Departamento de Videotape	Gerardo Lux
Gerente de Televisoras de Provincia	Héctor Balcázar Sdoia
Subgerente de Televisoras de Provincia	Carlos Nieto de Río
Subgerente de Ventas (Spots)	Emilio A. Camargo
Subgerente de Teleprogramas de México	Gerardo Lux
Director de Producción y Programación	Luis del Llano Palmer
Director de Eventos Especiales	Roberto Kenny
Director de Eventos Especiales	Aurelio Pérez
Director Técnico	Miguel Pereira Vergara
Director Técnico Canal 5	Tomás Tello
Director Administrativo	Antonio R. Cabrera
Director de Crédito y Cobranzas	Fernando Carrera Pérez
Director de Relaciones Públicas	Rafael Solana
Contralor General	Horacio de la Cueva
Auditor General	Antonio Azuela Rivera
Subdirector de Producción y Programación	Mario de la Piedra
Subdirector de Crédito y Cobranza	Conrado Lezama
1/ Fundador. 2/ Familias fundadoras. 3/ Cuñado de Emilio Azcárraga Vidaurreta y tío de Emilio Azcárraga Milmo. Fuente: TELESISTEMA MEXICANO, 1965. Ejecutivos y funcionarios de Telesistema Mexicano. <i>Televisión</i> , no. 27, pp. 6.	

3.4. La nueva estructura empresarial

El nacimiento de Telesistema Mexicano implicó la apertura de una nueva etapa de organización empresarial de la televisión mexicana que termina en 1972 y que incluye tanto a los intereses que confluyeron en Telesistema, como otros que se desarrollaron en esta fase. En los párrafos siguientes daremos cuenta de las peculiaridades de este proceso de

reconfiguración de la estructura empresarial que maduró en torno al negocio televisivo y que finalmente, volvió a trastocarse en los primeros años de la década de los años setenta.

3.4.1. Los grupos Azcárraga, O’Farrill-Ávila Camacho y Alemán

Aunque la literatura es escasa, es posible establecer que Telesistema Mexicano actuó como un coordinador, una especie de entidad de organización, de los tres canales que operaban en la Ciudad de México (2, 4 y 5), en todos sus aspectos, incluyendo instalaciones, producción y ventas (integración vertical). Estos tres canales se constituyeron en el eje de los negocios televisivos de las familias Azcárraga Vidaurreta, O’Farrill-Ávila Camacho y Alemán. Pero en paralelo, las familias citadas estaban desarrollando otros negocios –integración horizontal– que les dieron la pauta a la formación de verdaderos grupos empresariales.

En el caso de Emilio Azcárraga Vidaurreta, además de sentar las bases orgánicas Telesistema, enfrentó una larga etapa de reorganización de otros negocios. Todo indica que, ante la necesidad de capitalizar el negocio televisivo, Azcárraga tuvo que desprenderse en 1958 del remanente de sus acciones en los Estudios Churubusco –ya en 1952 había vendido parte de ellas– y en 1961 vendió sus acciones en Radio Programas de México a su socio, Clemente Serna.⁸⁴ En la radio además de operar la XEW –con sus repetidoras⁸⁵– y una posición en la compañía conjunta (con los O’Farrill) que operaba las estaciones XEQ-XEX, amplió su dominio en las estaciones metropolitanas en 1957 hacia las estaciones XERPM⁸⁶, XEB⁸⁷ y XEDF⁸⁸. Aunque en 1967, Azcárraga se desprende de las tres últimas estaciones señaladas.⁸⁹

Para ese entonces sus intereses abarcaban también a algunos hoteles en Acapulco

⁸⁴ Según señalan Fernández y Paxman sin ofrecer mayores pruebas. Véase: FERNÁNDEZ, C. y PAXMAN, A., 2001. *El Tigre: Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*. México: Grijalbo, pp. 89-90.

⁸⁵ El 18 de septiembre de 1972, en un anuncio dos planas a raíz del aniversario de la XEW, se reporta como miembros de la cadena a: XEW (Ciudad de México), XEWA (San Luis Potosí), XEWA (Monterrey), XEWK (Guadalajara) y XEWB (Veracruz). Véase: XEW La voz de la América Latina desde México. *El Sol de México*, 1972. México, 18 septiembre 1972. pp. 4C-5C.

⁸⁶ Actualmente opera con las siglas XEDTL y pertenece al Instituto Mexicano de la Radio (IMER).

⁸⁷ Actualmente pertenece al Instituto Mexicano de la Radio (IMER).

⁸⁸ Actualmente pertenece a Radio Fórmula.

⁸⁹ INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO (IMER), [sin fecha]. *Acerca de la XEB. La B grande de México* [en línea]. Disponible en: <http://www.imer.mx/xeb/acerca-de-la-xeb/>. Todo indica que las estaciones fueron a parar, en primera instancia, a su sobrino Rogerio Azcárraga Madero, actual presidente de Grupo Fórmula. Fernández y Paxman afirman que Azcárraga Madero se hizo de las estaciones hacia 1961. Véase: FERNÁNDEZ, C. y PAXMAN, A., 2001. *El Tigre...*, p. 90.

(Marriot, Ritz, Papagayo), pero lo más importante es el proceso de diversificación de los intereses de Azcárraga en actividades de entretenimiento. Es en el Distrito Federal donde comienza su incursión en el fútbol profesional. La primera operación fue la compra, en 1959, del equipo de primera división “América”: “[...] Adquirirá definitivamente el equipo Emilio Azcárraga Milmo, comprándolo a Isaac Bessudo –la operación se facilitó en función de los asuntos de negocios entre las empresas Telesistema Mexicano y Jarritos, propiedad de uno y otro, respectivamente [...]”⁹⁰. Azcárraga nombra gerente del equipo a Guillermo Cañedo de la Bárcena, dando inicio a una larga relación de negocios entre ambos personajes y a la mancuerna que dominó el fútbol profesional mexicano durante décadas.⁹¹ En 1966, se inaugura el Estadio Azteca –en el sur de la Ciudad de México– lo que consolidó la presencia de los Azcárraga y Telesistema en el fútbol mexicano.⁹²

La diversificación se extendió hacia la industria musical. Emilio Azcárraga Milmo firmó un acuerdo con la discográfica inglesa EMI para fundar Capitol de México en 1965. Sin embargo, precisamente debido a las deudas que acarreó el Estadio Azteca, Azcárraga tuvo que vender su posición a un familiar.⁹³ Poco antes del término de esta etapa Telesistema decide la adquisición (1972) de la más influyente revista dedicada a la televisión: Tele Guía.⁹⁴ En el

⁹⁰ GALINDO ZÁRATE, J. y HERNÁNDEZ E., G.A., 2008. *Historia general del fútbol mexicano 1927-2007*. México: Editorial Televisa, p. 125. De acuerdo con un reciente reporte de prensa la operación se cifró en 425 mil pesos equivalentes a 34 mil dólares de la época. En la actualidad el valor del equipo llega a 174.8 millones de dólares. En el caso del valor de la operación de compra véase: CARRERA, T., 2016. Revelamos el documento con la cantidad de compra del América. *ESPN.com.mx* [en línea]. [Consulta: 20 marzo 2018]. Disponible en: http://www.espn.com.mx/futbol/mexico/nota/_/id/2815268. Para el valor actual del equipo véase: PÉREZ, I., 2018. Los 50 equipos de fútbol más valiosos de América en 2018. *Forbes México* [en línea]. [Consulta: 15 agosto 2018]. Disponible en: <https://www.forbes.com.mx/50-equipos-de-futbol-mas-valiosos-de-america-en-2018/>.

⁹¹ Cañedo fue presidente de la Federación Mexicana de Fútbol durante diez años (1960-1970), también fue vicepresidente de la FIFA (Federación Internacional de Fútbol) y accionista de Televisa.

⁹² El fútbol llegó a ser de tal relevancia para Azcárraga que se involucró para obtener la sede de la copa mundial de 1970: “[...] el Presidente de la República, Adolfo López Mateos, y Emilio Azcárraga Milmo, adoptan, sin saberlo, causas semejantes. El primero consigue los Juegos Olímpicos de 1958, y el segundo comienza la construcción del Estadio Azteca: Un proyecto majestuoso, con la mira puesta en la obtención de la sede de la Copa del Mundo de 1970. Para lograr el objetivo, su colaborador Guillermo Cañedo desarrolla una estrategia a fin de conseguir los votos necesarios y proteger, además, a México en las competiciones internacionales con la creación de una nueva zona en el Fútbol mundial para México, Norte y Centroamérica: CONCACAF”. GALINDO ZÁRATE, J. y HERNÁNDEZ E., G.A., 2008. *Historia general del fútbol ...*, p. 134.

⁹³ FERNÁNDEZ, C. y PAXMAN, A., 2001. *El Tigre...*, p. 112.

⁹⁴ *Ibíd.* p. 171. El primer número de la revista apareció en enero de 1952 fue fundada y dirigida por Carlos Amador.

ramo editorial, la inversiones se dirigen a la formación de Editorial Provenemex que, es posible, comenzaría su operación antes de la adquisición de Tele Guía.⁹⁵ Es probable también que, Provenemex se transformará posteriormente en Editorial Televisión, conocida como Edivisa.

La diversificación se extendió a la producción de televisores con marca Majestic. La operación de la planta estuvo hacia mediados de los años 60 a cargo de Guillermo González Camarena⁹⁶. Pero probablemente el proyecto más importante de los Azcárraga además de la televisión en México fue el desarrollo de una cadena de televisión en español en los Estados Unidos. La familia ya había comenzado su incursión en el mercado de ese país desde principios de los años 50 cuando arranca —junto con los O’Farril-Ávila Camacho— la estación XELD en Matamoros para repetir la señal de las cadenas estadounidenses en el sur de Texas y, adicionalmente, se hacen del canal 6 (XETV) en Tijuana.

Sin embargo, el paso más significativo se registra en 1961 cuando en unión de Emilio Nicolás, Frank Fouce Sr., René Anselmo y Julian Kaufman adquieren la estación KCOR —canal 41— en San Antonio Texas.⁹⁷ La asociación de los empresarios mencionados daría pie a la creación de varias empresas, entre las que destacaban Spanish International Communications Corporation (SICC), que controlaba a las estaciones adquiridas o fundadas y la Spanish International Network (SIN) que tenía, entre otras funciones. “[...] Proporcionar la programación a las estaciones concesionarias, vender tiempo para anuncios comerciales y servir como representante de ventas de las estaciones en español”.⁹⁸ En 1962 la red se extiende hacia Los Ángeles (KMEX, canal 34) y hacia Fresno —California— (KFTC, canal 21) y en 1963 se une un canal en Miami (WLT). Sería hasta 1972 cuando la SICC y la firma Trans-Tel se fusionan, y como resultado de la operación se suma una estación en Nueva York (WXTV, canal 41) a la red.⁹⁹

⁹⁵ En la existencia de la editorial concuerdan tanto el texto de Fernández y Paxman como el reporte: FUNDINGUNIVERSE, [sin fecha]. History of Editorial Television, S.A. de C.V. *Funding Universe* [en línea]. [Consulta: 16 agosto 2017]. Disponible en: <http://www.fundinguniverse.com/company-histories/editorial-television-s-a-de-c-v-history/>.

⁹⁶ CHIMAL, C., 2017. *Fábrica de colores. La vida del inventor Guillermo González Camarena*. México: Fondo de Cultura Económica. La ciencia para todos, 248, posición 987.

⁹⁷ UNIVISION.COM, 2015. Nuestra Historia en Univision San Antonio. *Univision* [en línea]. [Consulta: 5 febrero 2017]. Disponible en: <http://www.univision.com/san-antonio/nuestra-historia-en-univision-san-antonio>.

⁹⁸ BENASSINI FÉLIX, C., 1989. Televisa en Estados Unidos. *Chasqui*, no. 31, p. 32.

⁹⁹ SINTV, 2017. Timeline. *Spanish International Network Television* [en línea]. Disponible en: <http://www.sintv.org/>.

Pese a todo, las estaciones operadoras locales, no lograron prosperar y generar ganancias —transmitía en UHF, lo que exigía adquirir un aditamento para captar la frecuencia en los receptores comunes—; había dificultades para la transmisión en cadena; la mayoría de la publicidad era local; e incurrieron en abultadas deudas con SIN. Así, hacia finales de la década de los años sesenta, la aventura de los Azcárraga y de Telesistema en Estados Unidos enfrentaba serios problemas.

El grupo O’Farrill-Ávila Camacho, por su parte mantuvo, al menos hasta 1962, la distribución de los automóviles ingleses Sunbeam, Singer y Hillman-Minx por medio de Automotriz O’Farrill.¹⁰⁰ Al mismo tiempo mantiene sus intereses en el ensamblaje de los autos Packard. El grupo también mantenía su dominio en Publicaciones Herrerías, que además de editar el diario matutino *Novedades*, publicó el vespertino *Diario de la Tarde* y un centenar de títulos de tiras cómicas, historietas, fotonovelas, etc. Según algunos reportes, los O’Farrill-Ávila Camacho llegaron a tener intereses en una compañía de aviación¹⁰¹ y, hacia principios de los años setenta miembros de la familia ocupaban posiciones en los consejos de administración de algunas instituciones financieras: la vicepresidencia del Banco de Puebla; vocal titular y suplente en el Banco Hipotecario, Fiduciario y de Ahorros; vocal propietario y suplente en la Financiera Internacional.¹⁰²

La huella de los negocios de la familia Alemán es más difícil de seguir, toda vez que ha estado parcial o totalmente oculta. El expresidente Miguel Alemán Valdés tuvo una propensión hacia las inversiones inmobiliarias lo que lo llevó a participar en la lotificación de lo que sería las colonias Polanco y Rancho Nuevo, en la Ciudad de México. Adicionalmente adquirió terrenos en donde se asentaría Ciudad Satélite, en la zona conurbada de la ciudad.¹⁰³ El expresidente ocupó desde 1961 y hasta su fallecimiento (1983) la presidencia del Consejo

¹⁰⁰ BENNETT, D.C. y SHARPE, K.E., 2014. *Transnational Corporations versus the State: The Political Economy of the Mexican Auto Industry* [en línea]. S.l.: Princeton University Press. Princeton Legacy Library.

¹⁰¹ BEATTY, J.F., 1953. Television fiesta style. *Broadcasting Telecasting*, p. 83. Beatty no menciona el nombre de la firma.

¹⁰² ASOCIACIÓN DE BANQUEROS DE MÉXICO, 1974. *Anuario Financiero de México, ejercicio 1973*. México: ABM, pp. 675-676, 896-898, 1003-1004.

¹⁰³ El propio Alemán Valdés aborda el tema de los negocios inmobiliarios en sus memorias y tiene mucho cuidado de no mencionar prácticamente nada de la televisión. Véase: ALEMÁN VALDÉS, M., 1986. *Remembranzas y testimonios*. 2a. México: Editorial Grijalbo, pp. 129-132.

Nacional de Turismo —un organismo, patrocinado por el sector público y el sector privado— que promovía las inversiones turísticas hacia México. Algunas fuentes lo ligan a la construcción de hoteles en Acapulco y específicamente en la edificación del Hotel Hilton en la Ciudad de México junto con el empresario constructor Miguel Suárez¹⁰⁴.

Adicionalmente algunos autores establecen que existía una sociedad de la familia Alemán con el empresario de origen italiano Bruno Pagliai, que a su vez mantenía intereses en Tubos de Acero de México (TAMSA)¹⁰⁵ —la principal productora y abastecedora de tubo para la industria petrolera en México— y, un poco más tarde en la metalúrgica Aluminio S. A.

En los tres casos mencionados, es posible advertir una tendencia hacia la diversificación y la creación de grupos. Sin embargo, la aparición de Telesistema no implicó, como ya mencionamos una dilución de los intereses de las familias Azcárraga, O’Farrill-Ávila Camacho y Alemán en la televisión, es más, el capital de las tres familias rebasaba a las inversiones involucradas en Telesistema a tal grado de que Alonso Aguilar Monteverde señala que las tres estirpes formaban parte de las más grandes fortunas de México a mediados de los años 60, un grupo conformado por 25 familias.¹⁰⁶ Sin embargo, estas fortunas tenían a la televisión como el eje articulador de sus relaciones de negocios.

3.4.2. La articulación alrededor de la televisión

Telesistema Mexicano, logró convertirse en un diversificado consorcio de televisión. En primer lugar, contaba con Televicentro, el sitio central ubicado en la Ciudad de México, donde se encontraban los estudios y los transmisores de los tres canales del consorcio y sus dos repetidoras cercanas.

Además de la producción, Telesistema fue desarrollando diversas empresas especializadas en diversos eslabones del negocio televisivo, siguiendo un modelo de integración vertical. Como se mencionó más arriba, se integró una compañía especializada en la producción de telenovelas, Teleprogramas Acapulco. Por su parte, Teleprogramas de México,

¹⁰⁴ NIBLO, S.R., 2001. *Mexico in the 1940s: Modernity, Politics, and Corruption* [en línea]. 2a. Wilmington: Scholarly Resources, p. 290.

¹⁰⁵ BRIZ GARIZURIETA, M., 2002. *El Consejo mexicano de hombres de negocios: surgimiento y consolidación*. México: Universidad Nacional Autónoma de México. Colección Posgrado, 19, p. 82.

¹⁰⁶ AGUILAR MONTEVERDE, A., 1973. *El proceso de acumulación del capital...*, pp. 52, 67.

fundada hacia 1955, para surtir de programas grabados a los afiliados a Telesistema, extendió su comercialización de videotapes a empresas televisoras hispanohablantes que operaban fuera de México¹⁰⁷.

El desarrollo de nuevas estaciones fue muy importante. Para coordinar las relaciones con las estaciones propias y las afiliadas, es decir, las que pertenecían a terceros pero que recibían programación de Telesistema se fundó en 1959 la filial Televisión de la Provincia¹⁰⁸. Adicionalmente se fueron fundando otras sociedades anónimas con el objetivo de solicitar nuevas concesiones (véase el anexo # 18). Así, a su red, además de las dos repetidoras ubicadas en la zona central del país (Altzomoni, Estado de México, canales 7 y 9), añadieron dos licencias para transmitir en la zona del bajío y occidente (Cerro del Zamorano, Querétaro, canales 3 y 6), y tres más para comenzar a transmitir en la zona central oriental y el Golfo de México (Cerro de Las Lajas; canales 6, 8 y 10).¹⁰⁹ Estas nuevas estaciones se instalaban ya bajo el concepto de repetidoras de cadenas. Por ejemplo, el título de concesión del canal 7 instalado en Altzomoni, Paso de Cortés estado de México, establece que es: “[...] estación televisora enlazada permanentemente al canal 4 del Distrito Federal”¹¹⁰. Desde ese sitio enviaría su señal a las ciudades de Puebla y de Cuernavaca.

La condición del enlace permanente también sobresale en el título otorgado al canal instalado en el Cerro del Zamorano para retransmitir el canal 4 a las ciudades de Querétaro y Celaya¹¹¹ y el canal 2 a las mismas ciudades.¹¹² También se integrarían a las cadenas las

¹⁰⁷ DE NORIEGA, L.A. y LEACH, F., 1979. *Broadcasting in Mexico...*, p. 22.

¹⁰⁸ “Este departamento se encarga de resolver problemas técnicos, administrativos, de ventas en especial, de programación, tráfico, disponibilidad de tiempos y en general de atender todos aquellos casos relacionados directa e indirectamente con las televisoras de nuestra provincia, tanto las que se encuentran operando, como aquellas que están por salir al aire”. NOVEDADES, 1959. Nuevo departamento en Telesistema muy útil a televisoras foráneas. *Novedades*. México, 28 octubre 1959. pp. 2C.

¹⁰⁹ La información sobre las concesiones proviene fundamentalmente de: INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES, 2016. Registro público de concesiones. *IFT Instituto Federal de Telecomunicaciones* [en línea]. Disponible en: <http://ucsweb.ift.org.mx/vrpc/>.

¹¹⁰ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1964. *Título de concesión a favor de «Televisión Paso de Cortés»*, S.A. [en línea]. 24 junio 1964. México: s.n. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a7d6.pdf>.

¹¹¹ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1964. *Título de concesión a favor de Televisión de Guanajuato*, S.A. [en línea]. 5 octubre 1964. México: s.n. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a9c0.pdf>.

¹¹² SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1964. *Título de concesión a favor de Televisora del Centro*, S.A. [en línea]. 12 octubre 1964. México: s.n. Disponible en:

tres estaciones que se instalaron en el Cerro de Las Lajas, Veracruz y que difundirían su señal hacia la zona de Xalapa. El propio Telesistema Mexicano logra que se le concesione, a la empresa o a sus accionistas alrededor de 15 canales (véase el cuadro # 3.8).

Cuadro # 3.8			
Algunas concesiones otorgadas a Telesistema, 1955-1972			
Año ^{1/}	Ciudad	Canal	Siglas
1959	Mexicali	3	XHBC-TV
1959	Hermosillo	6	n. d.
1960	Guadalajara	2	XEWO-TV
1960	Tijuana	12	XEWT-TV
1961	Monterrey	10	XHX-TV
1963	Monterrey	2	XEFB-TV
1964	Las Lajas	6	XHAJ-TV
1964	Las Lajas	8	XHAH-TV
1964	Las Lajas	10	XHAI-TV
1967	Zacatecas	8	XHBD-TV
1969	Guadalajara	4	XHG-TV
1969	Tampico	4	XHD-TV
1969	Acapulco	4	XHAL-TV
1969	Acapulco	2	XHAP-TV
1970	Ciudad Jiménez	8	XHBU-TV
1/ Año de inicio de vigencia de la concesión.			
Fuente: elaborado con información del anexo # 18.			

Guadalajara fue una ciudad en la que se experimentó la nueva fuerza de Telesistema y como enfrentaba el asunto de la “competencia”. En 1952 se constituye Televisora de Occidente, una empresa en la que Azcárraga poseía el 45% de las acciones; Clemente Serna el 15%; el radiodifusor de Aguascalientes, Pedro Rivas, otro 10% y, el radiodifusor tapatío, Manuel López Díaz, el 5%. La composición accionaria de la compañía se modificó, precisamente, después de que nació Telesistema, así esta firma pasó a controlar el 20% de la estación tapatía y las familias Azcárraga y O’Farrill el 40% restante, cada una.¹¹³ Más tarde en 1958, Telesistema crea Televisora de Guadalajara, para operar otro canal y en 1960 inaugura las instalaciones de Televicentro para albergar la operación de los dos canales.

Televisora de Guadalajara, canal 2, comenzaría a operar en marzo de 1959 y

<http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a9a3.pdf>.

¹¹³ ACEVES GONZÁLEZ, F. de J., 2012. De la irrupción..., p. 31-33.

Televisora de Occidente, canal 4, en 1961. Pese a todo, comenzó a enfrentar una competencia en esa ciudad encabezada por el radiodifusor local Alejandro Díaz Guerra y el industrial Salvador López Chávez¹¹⁴ que encabezaron un grupo para crear Televisión Tapatía, canal 6. Las dos fuerzas, de los empresarios locales, por un lado y de Telesistema, del otro, se habrían de confrontar:

[...] la disputa en que se enfrascaron las televisoras locales por controlar el todavía limitado auditorio tapatío, representó una lucha sin cuartel, caracterizada sin embargo por una profunda desigualdad [...] Intentando sobrevivir, Televisión Tapatía estableció un acuerdo comercial con el monopolio televisivo, en lo referido a la venta de tiempo para anuncios publicitarios, mediante un contrato de participación. Este acuerdo le permitió acceder a las partidas presupuestales de los grandes anunciantes nacionales, situación que se tradujo en una “milagrosa” recuperación económica en unos pocos años [...]. El precio que tuvo que pagar fue el de su subordinación [...].¹¹⁵

Telesistema, encabezada por Emilio Azcárraga Vidaurreta, puso en marcha todo su arsenal para salir victoriosa es su enfrentamiento por el mercado tapatío. Como enumera Francisco Aceves, sus armas incluyeron: la posibilidad de retransmitir sus programas producidos en la capital del país, decretando un boicot contra todo artista que se presentara en el canal competidor, el pirataje de conductores locales y el gran apoyo que representó el arranque de la red de microondas para poder avanzar en la comercialización nacional de la publicidad, en detrimento de los canales que solamente tenían un alcance local.¹¹⁶

Telesistema había puesto a prueba una de sus estrategias: hostigar a las estaciones locales en los mercados en que le interesaba tener presencia y que a la larga las compraba, se unía a ellas como accionista o se convertían en clientes para la difusión de la programación del consorcio televisivo, como apuntaremos más adelante.

A la red propia habría que añadirse el establecimiento del canal 6 en Hermosillo, en el que se realiza una asociación con los hijos de su hermano Raúl Azcárraga —hermano de Emilio— para crear la Televisora de Hermosillo en 1959: “Los hijos de Raúl Azcárraga Vidaurreta —Raúl, Julio, Aurora, Socorro y Consuelo Azcárraga Reyes Retana— detentan el

¹¹⁴ López Chávez fue miembro de la familia fundadora de Calzado Canadá en 1940 y que llegó a convertirse en una de las empresas más importantes en la manufactura del calzado. Véase: MARISCAL, M., 2015. Rinden homenaje al fundador de Calzado Canadá, Salvador López Chávez. *La Crónica de Hoy - Jalisco* [en línea]. [Consulta: 24 julio 2018]. Disponible en: <http://www.cronicajalisco.com/notas/2015/51112.html>.

¹¹⁵ ACEVES GONZÁLEZ, F. de J., 2012. De la irrupción..., p. 36-37.

¹¹⁶ *Ibid.*, p. 35-36.

50% del canal y el otro 50% Telesistema Mexicano. Inició transmisiones con un transmisor de segunda mano desechado por Telesistema Mexicano”.¹¹⁷ Posteriormente, esta asociación familiar amplió sus operaciones al canal 2 de Ciudad Obregón, que comenzó sus operaciones en 1965.

El control de otros canales tomó, sin embargo, diferentes rutas. Dentro del círculo de las estaciones propias quedó muy pronto el canal 7 (XHGO) de Tampico. Fundado originalmente por Gilberto Ochoa Salinas, un destacado deportista olímpico sin experiencia en los medios de comunicación. El canal logra ponerse en funcionamiento en 1958, pero tres años después su fundador muere en un accidente y la concesión pasa, finalmente, a manos de Telesistema.¹¹⁸

Telesistema siguió creciendo por medio de asociaciones con inversionistas locales en poblaciones fuera de la Ciudad de México y de afiliaciones que quedaban bajo la supervisión de Televisoras de Provincia.¹¹⁹ Ejemplo de las coinversiones son las que establecen con las familias García Lavín y Quintanilla García entre otros.

Telesistema forja una alianza duradera con la familia García Lavín. Andrés —el fundador de la dinastía— trabajó varios años en las empresas de Rómulo O’Farrill, hasta que se traslada a Yucatán y obtiene varias concesiones de televisión en el sureste de México.¹²⁰ Dentro de ellas se incluyen los canales 3 y 9 de Mérida, 12 de Campeche y 7 de Tapachula.

¹¹⁷ RAMÍREZ MONTES, J., 2001. *Propuesta para la realización de prácticas profesionales supervisadas a estudiantes de la licenciatura de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sonora en Telemax*. Licenciatura. S.I.: Universidad de Sonora, p. 14-15.

¹¹⁸ *Gilberto Ochoa Salinas 14/sep/16* [en línea], 2106. Disponible en: <https://muchosdocpr.blogspot.com/2016/09/gilberto-ochoa-salinas-14sep16.html>.

¹¹⁹ A la tercera convención de Televisoras de Provincia en diciembre de 1963 asistieron: Mario Quintanilla, XEFB-Canal 3 y XHX-Canal 10, Monterrey; Ernesto R. Chapa, XERA-Canal 11, Chihuahua; Raúl Azcárraga, XEWH-Canal 6, Hermosillo; Víctor Sirgo Palacios, XELN-Canal 4, Torreón; Nono Arsú, XEWT-Canal 12, Tijuana; Andrés García Lavín, XHY-Canal 3, Mérida, y Mario Rincón, XEWO- Canal 2, Guadalajara. TELESISTEMA MEXICANO, 1963. En Guadalajara, II convención de Televisoras de Provincia. *Televicentro*, no. 11, pp. 2-3.

¹²⁰ Es interesante destacar que el origen del primer canal, el 3 de Mérida, en 1963, está marcado por un claro tinte político. Gonzalo Castellot lo explica así: “Por aquellos días se endiosaba en cuba (sic) la imagen de Fidel Castro Ruz, quien apenas unos años antes había llegado a la cabeza del Gobierno cubano tras su revolución. [...] La CMQ de La Habana siempre había sido una muy potente difusora y televisora a través del Canal 3 y su sonido de radio, e imagen y sonido en televisión, se disfrutaban con claridad absoluta en los estados de Campeche y Yucatán. [...] “Buscando evitar que hubiera influencias doctrinarias ajenas a nuestra idiosincrasia, se pidió consejo a don Rómulo [O’Farrill] sobre cuál sería la solución y tras consultarlo él, a su vez, con los técnicos, se llegó a la conclusión de que si se instalaba un Canal 3 en la Península se evitarían imágenes ajenas”. CASTELLOT, G., 1999. *La televisión en...*, p. 136.

El propio Andrés García Lavín evocó su relación con Telesistema, durante una entrevista en los siguientes términos:

Me asocié con don Emilio Azcárraga Vidaurreta, el abuelo del actual Emilio Azcárraga Jean, con el 51% de acciones. La inversión en aquel entonces fue como de siete millones de pesos. Iniciamos con 60 empleados y con producciones propias como las hacemos actualmente. Ahorita tenemos en televisión como 150 empleados directos, poco más o menos, aquí en Mérida.¹²¹

La familia García Lavín también diversificó sus intereses a la operación de estaciones de radio, periódicos y sitios de noticias y actualmente opera bajo la bandera del Grupo Sipse.¹²²

En Monterrey, el empresario radiofónico local Mario Quintanilla García se asocia a mediados de los años cincuenta, en primer momento con Azcárraga y posteriormente extiende el vínculo con Telesistema, para la instalación en esa ciudad del canal 10¹²³ y más tarde del canal 3 y del canal 5 en Saltillo. En León, Guanajuato, el empresario local Francisco Galindo Romero comienza a operar el canal 10 en marzo de 1968 en coparticipación con Telesistema.¹²⁴

Otra variante es el sistema de afiliaciones, como la que establece el empresario sinaloense Francisco Madero Herrera y Telesistema. Madero Herrera forjó un grupo de negocios diversificado que actualmente incluye distribuidoras de gas, un hotel, desarrollos residenciales, distribuidora de autos, producción y distribución de materiales de construcción, agroindustria y una red de canales de televisión. Hoy en día las empresas se organizan en torno al Grupo Alerta que opera básicamente en el estado de Sinaloa.¹²⁵ Entre 1955 y 1974 Madero logra hacerse de tres concesiones para operar otros tantos canales (3 de Culiacán - XHQ, 12 de Mazatlán - XHOW y 4 de Los Mochis - XHBS). Cuando menos el canal que operaba en

¹²¹ OREA, M., 2004. Gigantes del sureste. *Latitud 21*, vol. 2, no. 19.

¹²² Véase la página del grupo en: <http://sipse.com>.

¹²³ Todo indica que desde 1955 la asociación fructificó con la instalación de ese canal bajo las siglas XHNL. No existen datos de esta concesión en los archivos oficiales, aunque posteriormente aparece la concesión para el canal 10 bajo las siglas XHX. Para datos sobre el origen de empresarial de Quintanilla y su relación con Azcárraga, véase: *XEFB Radio y Televisión de Monterrey (Don Mario Quintanilla García)* [en línea], 2016. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=h6jK28M4Gpg>.

¹²⁴ PÉREZ-WILSON, I.J., 2009. *Influir, impactar, crear cultura: estrategias de investigación de la televisión abierta mexicana (TAM) para el estudio de las audiencias amas de casa*. Maestría. Tlaquepaque: Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente, p. 18.

¹²⁵ Véase: GRUPO ALERTA. *Corporativo Alerta* [en línea], [sin fecha]. Disponible en: <http://www.corporativoalerta.com/>.

Culiacán se encontraba como parte de la red de afiliadas a Telesistema. Del inicio de la relación entre Madero y Azcárraga da cuenta la Directora de Finanzas del Grupo Alerta, Dora Alicia Sánchez Chávez, que comentó al diario *Noroeste*:

Un día [Francisco Madero Herrera] comentó con su suegro que lo que faltaba era vender aparatos de televisión, “pero mientras no haya una televisora no podemos vender, le dijo”. Ese fue el momento en que el empresario pensó en abrir una televisora; un plan que logró concretar tiempo después gracias a la amistad que su suegro tenía con Javier Salcido y quien en ese entonces era el secretario particular del director de Televisa, Emilio Azcárraga Milmo.¹²⁶

A la extensa red de poder y relaciones de Telesistema se une Clemente Serna. Viejo socio de los Azcárraga en el negocio radiofónico por medio de la empresa Radio Programas de México. Serna logra que en 1968 se le otorgue la concesión del canal 13 de Villahermosa, Tabasco (XHLL) en una asociación con los empresarios radiofónicos locales Fernando y Baltasar Pazos de la Torre y en 1972, la estación acaba siendo arrendada a Telesistema.¹²⁷ Otro caso más es el de la familia Meneses que, como mencionamos más arriba tiene su origen empresarial en la radio de Ciudad Juárez, amplía sus negocios a un canal de televisión local y, posteriormente, logra otra concesión en la misma ciudad en 1960. Los dos canales que operaban en la década de los años sesenta (5-XEJ y 2-XEPM) estaban afiliados a la red de Telesistema.

Alejandro O. Stevenson Torrijos, es también un empresario de la radio que sentó sus reales en varios estados del norte del país, logró obtener dos franquicias: el canal 11 de Durango –afiliado a Telesistema— y el canal 11 de Torreón, que operaba de forma independiente. Por su lado, el empresario radiofónico Rafael Tijerina Carranza, que había logrado desde los inicios de los años 50 una concesión para operar en canal de televisión Nuevo Laredo, pasó a ser afiliado de Telesistema y adicionalmente, en 1969, la adjudicataria de su sucesión, Ramona Esparza González, logra una nueva concesión para operar otro canal en esa ciudad, que operó de forma independiente.

El semillero de la radio comercial siguió dando frutos. Esta vez en la persona de Daniel

¹²⁶ ZAMORA, L., 2013. Don Pancho Madero: un genio en los negocios - Periódico *Noroeste*. *Noroeste* [en línea]. Disponible en: <http://www.noroeste.com.mx/pub/820203>.

¹²⁷ RNCO, [sin fecha]. *XHLL Televisión de Tabasco*. [en línea]. Disponible en: <http://www.rnco.com.mx/>.

Schacht Pérez, que poseía estaciones de radio en Xalapa y Minatitlán, Veracruz, y obtiene la concesión para operar un canal de televisión en Coatzacoalcos, mismo que se afilia a Telesistema. Un afiliado más fue el canal 23 de Ensenada, fundado por Antonio Suárez Reyes, locutor radiofónico que hizo carrera en esa ciudad de Baja California.¹²⁸ Francisco King, radiodifusor de la ciudad de La Paz, Baja California Sur, obtiene la franquicia del canal 10 en esa ciudad, que también se afilia a Telesistema.¹²⁹ Cierra el círculo de radiodifusores que emigraron a la televisión José Martínez Ramírez que inicia las transmisiones del canal 10 (XHKW-TV)¹³⁰ en Morelia y que hacia finales de la década de los años 60 ya está afiliado a Telesistema.

Se puede establecer como hipótesis que la amplia presencia en la radio de la familia Azcárraga y el establecimiento de su red de afiliados en todo el país, les permitió entrar en contacto con los radiodifusores que se transformaron en empresarios de la televisión y, gracias a ello, establecer una red de afiliadas en diferentes ciudades del país, ahora para la televisión.

Fuera del círculo radiodifusor, el empresario lagunero José Ángel Ortiz y su yerno, Víctor Silva Palacios, ponen a funcionar en diciembre de 1958¹³¹ el canal 4 (XELN) en Torreón, que años más tarde aparecerá dentro del grupo de afiliadas a Televisión de la Provincia. De esta forma Telesistema, ya sea por vía directa o indirecta, tenía una red desplegada en las principales ciudades del país. Su sistema de repetidoras construido desde mediados de los años 50 había fructificado en 1968, pocos meses antes de la inauguración de los Juegos Olímpicos, en 39 estaciones de televisión propiedad de Telesistema o de terceros (véase el cuadro # 3.9). Esta extensa red le permitía a Telesistema Mexicano actuar como el corazón de la televisión comercial en México. Finalmente habían fructificado los esfuerzos

¹²⁸ LAMADRID MORENO, L.M., 2012. Canal 23, una historia de esfuerzo y entrega...que se fue - El Vigía. *El Vigía* [en línea]. Disponible en: <http://www.elvigia.net/el-valle/2012/2/12/canal-historia-esfuerzo-entregaque-71695.html>.

¹²⁹ DAVIS, E., [sin fecha]. *El señor King*. S.l.: s.n, p. 15.

¹³⁰ Alguna referencia a Martínez Ramírez puede encontrarse en: PODER JUDICIAL DE MICHOACÁN, 2008. *Lo relevante - Nace en Morelia Max Noticias, una opción de información y entretenimiento para los Morelianos* [en línea]. Disponible en: <http://www.tribunalmmm.gob.mx/tribunalm/lorelevante/relevante2008/abril/Nace.htm>.

¹³¹ CARABAZA GONZÁLEZ, J. y EWALD MONTAÑO, I., 1992. *Historia de los medios de comunicación en Coahuila*. s/l: Universidad Autónoma de Coahuila, Coordinación General de Estudios de Postgrado e Investigación, Escuela de Ciencias de la Comunicación, p. 189.

por extender la influencia y los negocios de Telesistema a varias poblaciones del país, como lo señalan De Noriega y Leach:

La expansión de la televisión en la provincia realmente se puso en marcha en los años 1960 cuando TSM instaló la mayoría de sus estaciones. Pero, con el advenimiento de la red de microondas, y con el objetivo de proveer de una cobertura nacional a los Juegos Olímpicos, la mayoría de esas estaciones se convirtieron en repetidoras. En 1968, eran 37. **TSM se convirtió en la primera red en el país**, principalmente con las repetidoras del canal 2.¹³²

Pese a la hegemonía de los capitales articulados en torno a Telesistema, existían otros intereses que emergieron durante la etapa de la rápida expansión de la economía mexicana y que tenían como objetivo entrar al negocio televisivo.

Cuadro # 3.9			
Red de Telesistema Mexicano, febrero 1968			
Siglas	Canal	Lugar	Condición
XEW-TV	2	Distrito Federal	Filial
XHTV-TV	4	Distrito Federal	Filial
XHGC-TV	5	Distrito Federal	Filial
XEQ-TV	9	Paso de Cortés	Filial
XEX-TV	7	Paso de Cortés	Filial
XEZ-TV	3	El Zamorano	Filial
XHZ-TV	6	El Zamorano	Filial
XHAH-TV	8	Las Lajas	Filial
XHAI-TV	10	Las Lajas	Filial
XHAJ-TV	6	Las Lajas	Filial
XHG-TV	4	Guadalajara	Filial
XEWO-TV	2	Guadalajara	Filial
XHGO-TV	7	Tampico	Filial
XEW-TV ^{1/}	13	Aguascalientes	Filial
XEWH-TV	6	Hermosillo	Coinversión
XHY-TV	3	Mérida	Coinversión
XHTP-TV	9	Mérida	Coinversión
XEFB-TV	3	Monterrey	Coinversión
XHX-TV	10	Monterrey	Coinversión
XHI-TV	2	Ciudad Obregón	Afiliada
XHCV-TV	3	Coahuila	Afiliada
XHQ-TV	3	Culiacán	Afiliada
XEPM-TV	2	Ciudad Juárez	Afiliada
XEJ-TV	5	Ciudad Juárez	Afiliada
XHA-TV	11	Durango	Afiliada
XHS-TV	23	Ensenada	Afiliada

¹³² DE NORIEGA, L. y LEACH, F., 1979. *Broadcasting in Mexico...*, p. 23. (énfasis nuestro)

XEHL-TV	6	Guadalajara	Afiliada
XHK-TV	10	La Paz	Afiliada
XHKW-TV	10	Morelia	Afiliada
XEFE-TV	2	Nuevo Laredo	Afiliada
XELN-TV	4	Torreón	Afiliada
XHFI-TV ^{2/}	5	Chihuahua	n. d.
XHBC-TV	3	Mexicali	n. d.
XHJMA-TV ^{3/}	---	Parral	n. d.
XEWT-TV	12	Tijuana	n. d.
XHIA-TV ^{3/}	---	Torreón	n. d.
XHL-TV	10	León	n. d.
XHMZ-TV	7	Mazatlán	n. d.
<p>1/ Sus siglas definitivas fueron XHAG-TV. 2/ Sus siglas originales eran XERA-TV. 3/ No existe registro en los archivos oficiales de estos canales. Fuente: TELESISTEMA MEXICANO, 1968. <i>Televicentro</i>, no. 58, pp. cuarta de forros e investigación directa.</p>			

3.4.3. La alternativa a Telesistema

Hacia mediados de los 60 el sistema solar de la televisión mexicana giraba alrededor de Telesistema —su astro rey—, pero eso no implicaba que no existieran otras fuerzas que también intentarían tener un importante papel en el negocio. De hecho, las nuevas concesiones, especialmente en la Ciudad de México, como ya habíamos señalado, eran muy apetecidas por diversos grupos empresariales entre los que figuraban Francisco Aguirre Jiménez (Grupo Radio Centro), Manuel Barbachano (Telecadena), Rafael Cutberto Navarro (RCN), Guillermo Salas (Núcleo Radio Mil), Bernardo Garza (Grupo Monterrey), por citar los más importantes. Sobresale en este grupo la iniciativa de Francisco Aguirre Jiménez. Este empresario se inició en los negocios de medios electrónicos de comunicación en 1956 cuando adquirió cuatro estaciones de radio y funda el Grupo Radio Centro.¹³³ Como se señaló más arriba, desde 1949 había solicitado una concesión para operar un canal de televisión, “[...] pero por diferentes motivos, razones técnicas y socioeconómicas del país, no se habían otorgado concesiones [...]”.¹³⁴ Lo cierto es que, ante la publicación de la convocatoria para licenciar el canal 8 en la Ciudad de México, que se publica en febrero de 1963¹³⁵, Aguirre se ampara y logra la

¹³³ CASTELLOT DE BALLIN, L., 1993. *Historia de la televisión en México...*, p. 278.

¹³⁴ *Ibíd.*, p. 281.

¹³⁵ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1967. Notificación a los que se consideren afectados con la solicitud de Corporación Mexicana de Radio y Televisión, S. A. de C. V., para instalar, operar

suspensión provisional.¹³⁶

Después de varios alegatos, en 1967 se publica la convocatoria para concesionar dos canales de televisión en la Ciudad de México: el 8 y el 13.¹³⁷ En la primera notificación que se publica en el *Diario Oficial de la Federación* en abril de 1967, en la que se informa que Corporación Mexicana de Radio y Televisión —la sociedad controlada por Aguirre— había solicitado una licencia, se señala literalmente:

En atención a que la solicitante cumplió con todos los requisitos que para el efecto señalaban los Artículos 6, 7 y 8 del Reglamento de Estaciones Radiodifusoras Comerciales, Culturales, de Experimentación Científica y de Aficionados¹³⁸ de la Ley de Vías Generales de Comunicación y en cumplimiento a la sentencia pronunciada en el juicio de amparo número 317/63 promovido por Corporación Mexicana de Radio y Televisión, S. A. de C. V., en el Juzgado Segundo de Distrito en Materia Administrativa en el Distrito Federal, se formula la presente notificación.¹³⁹

Finalmente, la concesión del canal 13 es otorgada con fecha 24 de junio de 1967. El canal realiza su primera transmisión oficial el primero de septiembre de 1968, el día del informe del “señor Presidente de la República” y sus transmisiones regulares se inician con la inauguración de los Juegos Olímpicos el 12 de octubre del mismo año. De acuerdo con la misma versión de los familiares de Aguirre, la estación prosperó rápidamente, pero ante la necesidad recursos para ampliar sus operaciones Aguirre decidió vender el 49% de las acciones de la empresa a Alejo Peralta, alrededor de 1970¹⁴⁰. Sin embargo, hacia 1972, Peralta decide vender sus acciones a la Sociedad Mexicana de Crédito Industrial (Somex) —para entonces, un banco de inversión del Estado— y en 1972 el Gobierno Federal adquiere la totalidad de las acciones del canal 13. La aventura de los Aguirre en la televisión había

y explotar una estación radiodifusora comercial en esta capital. *Diario Oficial de la Federación*. México, 12 abril 1967. pp. 17.

¹³⁶ SOSA PLATA, G. y ESQUIVEL VILLAR, A., 1997. El proyecto radiofónico de E. Guillermo Salas Peyró. *Las mil y una radios: una historia, un análisis actual de la radiodifusión mexicana*. S.I.: McGraw-Hill, p. 74.

¹³⁷ Por cierto, la empresa de Televisión de México, S. A., que formaba parte de Telesistema Mexicano, se ampara en 1967 contra la intención de concesionar dos nuevos canales en la Ciudad de México, aunque su iniciativa no prospera ante tribunales. Véase: SOSA PLATA, GABRIEL y ESQUIVEL VILLAR, ALBERTO. *El proyecto radiofónico...*, p. 97.

¹³⁸ El Reglamento dejó de tener vigencia cuando se emitió la Ley Federal de Radio y Televisión en enero de 1960.

¹³⁹ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1967. Notificación a los que se consideren afectados con la solicitud de Corporación..., p. 17.

¹⁴⁰ CASTELLOT DE BALLIN, L., 1993. *Historia de la televisión...*, p. 283.

terminado cuatro años después.¹⁴¹

Por su parte, el caso del canal 8 de la Ciudad de México, concesionado en la misma fecha que el canal 13, a la empresa Fomento de Televisión Nacional, S. A. de C. V., fue un tanto diferente. Originalmente Fomento de Televisión Nacional estaba encabezada por el empresario radiofónico Guillermo Salas Peyró, que comenzó su incursión radiofónica en 1950 cuando encabeza un grupo que adquiere la estación radiofónica de la capital del país XEOY. Por cierto, Adrián Lajous y José Sáenz acompañaron a Salas como accionistas.¹⁴²

En 1967 recibe la concesión para operar el canal 8 en la Ciudad de México, pero con una condición expresada personalmente por el presidente Gustavo Díaz Ordaz. Para mayor precisión, vale la pena hacer una larga cita en la que Salas Peyró se refiere a este asunto:

En realidad, la concesión a mí me fue otorgada, pero el señor presidente Díaz Ordaz en alguna ocasión me llamó para pedirme que hiciera partícipe de la concesión a los señores Garza Sada, de Monterrey; a Barbachano, a los Alarcón y a otro más. El argumento que me dio el presidente Díaz Ordaz era que por un lado él tenía un compromiso con los Señores de Monterrey por haberle ayudado en su primera etapa de gobierno; que se había sentido un tanto desangelado por los inversionistas y que los únicos que habían "jalado" con él habían sido los señores de Monterrey; y como ellos tenían interés en tener un canal de televisión, pues que me pedía que los incorporara en la concesión. En otra entrevista me dijo que había otros interesados que se habían sentido un tanto marginados por la concesión otorgada, esto es, Barbachano Ponce y Alarcón, y que también los absorbiera. Consecuentemente, aquello fue muy difícil, una sociedad muy difícil de manejar al extremo que comenzaron a vender y los señores de Monterrey a comprar. Entonces llegó un momento dado en el que yo me sentí aislado y también vendí parte de mis acciones a aquellos señores de Monterrey. Todavía durante algunos años más me quedé con un porcentaje del entonces Canal 8.¹⁴³

De esta forma peculiar se crea el grupo de control del canal 8. La participación de los intereses del Grupo Monterrey recaía en los consorcios Cervecería (hoy FEMSA) e HYLSA (hoy

¹⁴¹ De acuerdo con una versión de otro de los hijos de Aguirre Jiménez, Francisco Aguirre Gómez – actualmente presidente del consejo de Grupo Radio Centro–, el afán a “estatizar” explica que el canal pasara a manos del Estado. “De 1967 a 1972 manejamos Canal 13 y las concesiones para toda una cadena. Estábamos en el proceso de instalación e integración. Había una tendencia a estatizar. Los resultados fueron desastrosos. Esto nos ocurrió en el 72, a escasos dos años del Gobierno de Luis Echeverría. Yo les decía a mis amigos, ‘tengan cuidado, esto viene en serio’. Hubiera sido también Telesistema Mexicano (los afectados), pero ellos lograron salvarse cuando nos lo quitaron fue una etapa de frustración”. Véase: GUERRERO, V. y ACEVES, R., 2014. Toma el control de Radio Centro. *Reforma* [en línea]. [Consulta: 19 agosto 2017]. Disponible en: <http://www.reforma.com/aplicacioneslibre/articulo/default.aspx?id=174934&md5=9bac3db87bc4218df4ca0bd612d3415a&ta=0dfdbac11765226904c16cb9ad1b2efe>.

¹⁴² SOSA PLATA, G. y ESQUIVEL VILLAR, A., 1997. *El proyecto radiofónico...*, p. 74.

¹⁴³ *Ibíd.*, pp. 97-98.

Alfa), con múltiples conexiones familiares y de negocios en común. Además de su involucramiento en el canal 8, los intereses regiomontanos lograrían adjudicarse las concesiones del canal 6 en Monterrey, el canal 3 de Puebla y el canal 13 de Ciudad Victoria, Tamaulipas, incluso antes del nacimiento del citado canal 8.

El tercer afluente dependía del empresario cinematográfico Manuel Barbachano Ponce, guionista y director de cine que produjo más de dos decenas de películas entre 1953 y 1992.¹⁴⁴ Barbachano ingresó al negocio televisivo con la concesión, en 1964¹⁴⁵, del canal 2 de Chihuahua junto con el empresario local Gerardo Heim. Posteriormente, en 1970, funda el canal 13 de Mérida.¹⁴⁶ Por su parte, Gabriel Alarcón Chargoy comerciante de origen que transitó hacia la exhibición cinematográfica y de ahí a franquiciatario de la tarjeta de crédito Diners Club y fundador, en 1955, del periódico *El Heraldo de México*, que circulaba en la capital del país.¹⁴⁷

Quedó constituido, así, un variopinto de inversionistas que bajo el paraguas de Televisión Independiente de México (TIM) y, especialmente, el canal 8 de la Ciudad de México, se enroló en el negocio televisivo.

No queda en claro cuál fue la forma en que se estableció la relación entre TIM y Fomento de la Televisión Nacional. Según Pérez Espino, en 1969 el capital inicial de TIM estaba repartido en 1969 entre Bernardo Garza Sada (Cervecería-Hylsa), 38 millones de pesos y 40 millones de pesos que aportó Fomento de la Televisión. Para 1972, poco antes de que TIM se uniera a Telesistema esa relación se había alterado al punto de que Garza Sada aparecería como aportante de 50 millones de pesos y Fomento de la Televisión de 42 millones de pesos del capital de TIM.¹⁴⁸

En cualquier circunstancia, el canal más importante de la nueva agrupación era el 8,

¹⁴⁴ Véase: IMDB, [sin fecha]. Manuel Barbachano Ponce. *IMDb* [en línea]. [Consulta: 29 octubre 2017]. Disponible en: <http://www.imdb.com/name/nm0053168/>.

¹⁴⁵ RASCÓN, F., 1968. Un nuevo canal de televisión fue puesto en servicio en Chihuahua. *El Nacional*. México, 18 marzo 1968. pp. 3.

¹⁴⁶ MAPE SPORTS, 2012. *La historia de XHST-TV Canal 13 (2005)* [en línea]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=xZiBluFgCx8>.

¹⁴⁷ GOMEZ, E. y ORTEGA, J.A., [sin fecha]. Gabriel Alarcon Chargoy. *Durango Net* [en línea]. [Consulta: 29 octubre 2017]. Disponible en: <http://www.durango.net.mx/homeInterno2.asp?seccion=biografias/biografiasDetalle.asp&id=142>.

¹⁴⁸ PÉREZ ESPINO, E., 1979. El monopolio de la televisión..., p. 1450.

que emitía su señal desde la Ciudad de México y que comenzó operaciones formales el primero de septiembre de 1968, el día del informe presidencial de Díaz Ordaz. Además de los canales en las ciudades de México y Monterrey, la red de TIM, como se conocía popularmente al grupo, también obtuvo la concesión para operar el canal 9 de Guadalajara que inició operaciones en marzo de 1971.¹⁴⁹

Todo indica que TIM amplió su embrionaria red por medio del sistema de afiliación. Así, el canal 2 de Veracruz (XHFM-TV), que fue licenciado originalmente al empresario radiofónico veracruzano, Carlos Ferráez M.¹⁵⁰, se unió a TIM. Otro caso es el del canal 7 de Saltillo (XHAD-TV) que comenzó a operar en septiembre de 1968 gracias a la inversión del empresario radiofónico Alberto Jaubert Agüero y otros socios locales, y que se unió a la red de TIM. De acuerdo con algunas versiones, en 1969 había suspendido sus emisiones debido a problemas económicos.¹⁵¹ A pesar de todo, la red de TIM fructificó en 1971 en ocho canales, como puede verse en la tabla # 3.10.

Cuadro # 3.10			
Red de canales de TIM, 1971			
Ciudad	Canal	Siglas	Concesionario
México	8	XHTM-TV	Fomento de Televisión Nacional, S. A. de C. V.
Veracruz	2	XHFM-TV	Carlos Ferráez M.
Torreón ^{1/}	2	XHIA-TV	José M. Acosta Castañeda.
Puebla	3	XHP-TV	Televisión de Puebla, S. A. de C. V.
Monterrey	6	XET-TV	Televisión del Norte, S. A.
Saltillo	7	XHAD-TV	Alberto Jaubert
Guadalajara	9	XHGA-TV	Televisión Independiente de Jalisco, S. A.
Tampico ^{2/}	9	XHFW	Flores y Flores, S. en N.C. de C.V.

1/ No existe registro de este canal en los archivos oficiales.
2/ No está claro cuando fue otorgada la primera, pero todo indica que comenzó a funcionar en 1973.
Fuente: elaborado con información de: EL INFORMADOR, 1971. Mayor potencia, mejor imagen. *El Informador*. Guadalajara, 17 julio 1971, p. 82; INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES, 2016. Registro público de concesiones. *IFT Instituto Federal de Telecomunicaciones* [en línea]. Disponible en: <http://ucsweb.ift.org.mx/vrpsc/>; PÉREZ ESPINO, E., 1979. El monopolio de la televisión..., p. 1451; e investigación directa.

¹⁴⁹ EL INFORMADOR, 1971. Sociales. *El Informador*. Guadalajara, 9 marzo 1971. pp. 8-C.

¹⁵⁰ La historia de Ferráez en los medios es una más de las que está por escribirse. Todo indica que fue el fundador del actual Grupo Avanzado (http://www.avanzado.com.mx) que opera en Veracruz. Existe una galería fotográfica de Ferráez en: Don Carlos Ferráez Matos. *Don Carlos Ferráez Matos* [en línea], [sin fecha]. Disponible en: <http://www.carlosferraezmatos.com/>.

¹⁵¹ CARABAZA GONZÁLEZ, J. y EWALD MONTAÑO, I., 1992. *Historia de los medios de comunicación en Coahuila...*, p. 136.

Queda por establecerse cuál fue el papel de Barbachano Ponce para fortalecer la red de TIM. En apariencia Telecadena, la empresa de Barbachano Ponce llegó a operar 12 canales (véase el anexo # 21) y aportó 5 canales a la red de TIM, pero en realidad no existen registros de las concesiones otorgadas en 11 de los casos. Dicho de otra forma, no es posible establecer quiénes eran los propietarios de los canales afiliados a Telecadena.

Pese a todo con TIM se constituyó otro núcleo que formaba parte del monopolio de la televisión en México. Esta nueva agrupación, que operaba 8 canales quedó finalmente bajo el control directo del Grupo Alfa, una vez que el Grupo Monterrey se había fraccionado en varias controladoras y después de que se fueron apartando los otros socios de TIM. Fuera de la hegemonía de Telesistema, y de la irrupción de TIM existían otros canales que operaban aisladamente y de los que daremos cuenta enseguida.

3.4.4. Los canales independientes

El monopolio de la televisión abierta mexicana hacia finales de los años setenta estaba claramente comandado por Telesistema y su red de afiliados. TIM había logrado ocupar un lugar relevante, pero secundario. En este contexto, solamente sobrevivían algunos canales aislados que operaba de forma independiente. Los que tenían esta condición eran:

- El canal 5 de Colima (XHCC) que fue adjudicado a Televisión de Colima, S. A. y que comenzó a operar en 1962. Todo indica que la figura relevante fue el ex-funcionario y empresario Alejo Peralta, quien posteriormente regalaría la concesión al líder sindical y locutor de la televisión Gonzalo Castellot.¹⁵² Más adelante, el nuevo dueño afilió la estación a la red de Telesistema.
- Jesús D. González comenzó sus actividades como empresario de la radio en Monterrey en 1933. Años después logró que le adjudicaran la concesión del canal 12 (XHDG-TV) en esa ciudad e inició transmisiones en febrero de 1968.¹⁵³

¹⁵² CASTELLOT, G., 1999. *La televisión en...*, pp. 241-243.

¹⁵³ Puede leerse una semblanza de Jesús D. González en: CIRCULO DE JALISCO PERIODISTAS EN ACTIVO. Jesús Dionisio González. *Círculo de Editores de Jalisco MEXICO* [en línea], 2012. Disponible en: <https://circulodejalisco.wordpress.com/2012/07/30/jesus-dionisio-gonzalez/>. El legado de González fue el Grupo Multimedios que actualmente opera canales de televisión, estaciones de radio y la red de periódicos de Milenio. Véase: <http://www.multimedios.com/> y <http://www.milenio.com/>.

Al parecer, en algún momento, este canal se afilió a la red de TIM.

- En Tepic, comienza a operar el canal 2 (XHKG-TV). Concesionado a Roberto Mondragón González funciona hasta 1983 como repetidora. No obstante, se carece de información para saber si estaba ligado a la red de Telesistema o de TIM.¹⁵⁴

La escasa diversificación de concesionarios locales independientes a finales de los años 70 exhibe plenamente el alto grado del control en la televisión mexicana, el que incluso adquiriría un nivel mayor hacia 1972, cuando las dos agrupaciones más importantes del monopolio televisivo—Televisa y TIM— adoptan nuevas estrategias ante el agotamiento del modelo económico que empieza a exhibir sus más graves deficiencias y ante la necesidad pendiente de llevar la televisión, ahora sí, a todo el territorio nacional.

3. 4. Hacia la creación de Televisa

En septiembre de 1972 falleció en Houston, Texas, Emilio Azcárraga Vidaurreta a la edad de 77 años. Su muerte jugó un papel relevante en el proceso de reorganización de la estructura empresarial de la televisión mexicana. El resorte que impulsó la creación de Televisión Vía Satélite (Televisa). Fernández y Paxman recrearon el siguiente pasaje que abona a esta idea:

La muerte de Don Emilio marcó mucho más que el fin de una era. En el funeral, Bernardo Garza Sada del Grupo Monterrey, el poder detrás de TIM, escogió un momento oportuno para acercarse a Azcárraga Milmo. Ofreció sus condolencias, le dio un abrazo, y dijo: “¿Cuándo acabamos con esta chingadera?” Azcárraga contestó: “Ahorita mismo”. Buscaron una habitación cerca de la capilla para hablar a solas y allí las dos familias y sus lugartenientes formaron un equipo de trabajo para que preparara el proyecto de fusión. Ya con la aprobación implícita que el presidente Echeverría había dado en Los Pinos en junio, la muerte de don Emilio eliminaba el último obstáculo para la creación de una superpotencia de medios masivos y el retorno de la televisión mexicana a un estado de monopolio.¹⁵⁵

Se trataba, en suma, de un acuerdo entre los dos barones que gobernaban la parte sustancial de la televisión abierta mexicana: Emilio Azcárraga Milmo, que heredaba el trono

¹⁵⁴ “El 7 de marzo de 1983 XHKG deja de ser repetidora y se convierte en canal local”. Véase: Empresa. *XHKG Televisión de Nayarit* [en línea], [sin fecha]. [Consulta: 28 agosto 2017]. Disponible en: <http://xhkg.tv/web/empresa/>.

¹⁵⁵ FERNÁNDEZ, C. y PAXMAN, A., 2001. *El Tigre: ...*, pp. 181-182. Eugenio Garza Sada, el patriarca del Grupo Monterrey moriría asesinado el 17 de septiembre de 1973.

de Telesistema y Bernardo Garza Sada, mandamás de TIM. En realidad, el monopolio, entendido como el predominio de la gran empresa existía desde hacía varios años en la televisión. Pero la creación de Televisa implica una concentración de mayor poder en cuatro de las familias oligárquicas más importantes de México: Azcárraga, Ávila Camacho-O’Farrill, Alemán y Garza Sada.

En varios escritos se alude a que la fusión, fue el resultado de los problemas financieros que estaban encarando ambas televisoras ante la competencia en que estaban enfras-cadas. Pero, sin negar que existiera cierto grado de “competencia”, reto o animadversión, no existen datos fidedignos al respecto de las complicaciones financieras —al menos no los hemos encontrado— y cuesta trabajo creer que TIM con un pequeño grupo de poco más de una decena de estaciones, pudiera significar un gran reto para la diversificada estructura de Telesistema.¹⁵⁶

Por añadidura, Telesistema y las familias que se unían en torno a este consorcio, tenían otras fuentes de ingresos además de la televisión abierta, ya que mantenían importantes negocios en otros ramos de los medios (radio, producción musical, periódicos, por mencionar algunos) e incluso —como ya hemos mencionado— habían iniciado su diversificación hacia actividades conexas como el manejo de equipos de futbol y la operación de arenas deportivas.

TIM, no había logrado tal diversificación. Es más, antes de que se acordara la fusión, el empresario radiofónico Guillermo Salas Peyró ya había abandonado su participación en la empresa, manteniendo un pequeño número de acciones. Todo indica que Barbachano también se había marchado y que la participación de Alarcón no era realmente significativa. Así, el manejo y la suerte de TIM estaba ligada ya a la del Grupo Monterrey¹⁵⁷ y al apoyo que recibía de uno de los consorcios industriales más importantes en ese entonces: Grupo Alfa.¹⁵⁸

¹⁵⁶ Podría considerarse que la competencia de TIM afecta el corazón de la fábrica de Telesistema, los canales del Distrito Federal, centro de la generación de las ganancias para el consorcio. Pero esta es solamente una hipótesis que sería necesario comprobar. Sobre la competencia TIM-Telesistema véase: PÉREZ ESPINO, E., 1979. *El monopolio de la televisión...*, p. 1452.

¹⁵⁷ Señala Alejandro Sada, exfuncionario del Grupo Monterrey en la época, a propósito del cambio en el grupo de control de TIM: “[...] El Grupo Alfa Monterrey [...] fue comprando y comprando acciones, al grado que en un momento ellos eran los que mandaban”. CASTELLOT DE BALLIN, L., 1993. *Historia de la televisión...*, p. 334.

¹⁵⁸ Existen versiones de personajes de la industria de la televisión de que, ese abundante dinero originado en el Grupo Alfa, permitía a los hijos de Garza Sada —supuestamente involucrados en la operación de

Pese a todo existen testimonios de que sí existían algunos problemas financieros, debido a que la competencia que emprendió TIM provocó:

[...] que bajaran los precios de venta y subieron los costos de operación, porque los artistas [...] que no tenían a dónde ir, de repente recibieron ofertas que no había soñado y subieron el precio. Por otro lado, a los clientes que antes no tenían más que un solo camino, se le empezaron a ofrecer descuentos, lo que se traducía en menos dinero y con esas dos cosas el Canal 8 perdía, a sabiendas, mucho dinero, se dice que de ochenta a cien millones de pesos al año, que en aquel entonces era mucho dinero. La situación de Telesistema, la que se le había afectado en costos y precios de venta, también se empezó a poner difícil [...] ¹⁵⁹.

Sin desestimar el grado de afectación financiera que podrían sufrir ambas compañías, la fusión parecería responder a cuestiones de más largo alcance, propiamente estratégicas. En primer lugar, a la reorganización del Grupo Monterrey en varias empresas. De hecho, las acciones de Televisa producto de la fusión quedaron en la cartera del Grupo Alfa, que nacería en 1974.¹⁶⁰ Es muy probable que un negocio que requería una importante inyección de dinero, como era la televisión, significara un lastre potencial para Alfa que, desde su nacimiento, emprendió un impresionante proceso de expansión en el área industrial, que más tarde fue frenado y condujo a su estrepitosa caída en 1982. Telesistema, por su parte, enfrentaba un reto muy importante: contar con los suficientes recursos para que ahora sí, ya terminada la red de microondas y en los albores de la era satelital, emprender la tarea de crear cadenas nacionales de los tres canales que poseía en la Ciudad de México hasta antes de la fusión (2, 4 y 5).

Algunos autores, como Francisco Hernández atribuyen la respuesta unificada de los dos grupos empresariales al riesgo de una nacionalización. Textualmente señala:

En 1973 el panorama era poco halagador, además de las pérdidas económicas, los concesionarios tenían otra poderosa razón para preocuparse: el riesgo de nacionalización

TIM— adquirir sin ton ni son costosas producciones extranjeras o contratar a estrellas televisivas de Telesistema. Pero hace falta un trabajo adicional para documentar estas aseveraciones.

¹⁵⁹ CASTELLOT DE BALLIN, L., 1993. *Historia de la televisión...*, p. 334.

¹⁶⁰ “Un grupo de empresarios encabezados por Don Roberto Garza Sada funda ALFA, a fin de administrar sus intereses en diversos negocios. La empresa fue constituida con tres subsidiarias: Hojalata y Lámina (acero), Empaques de Cartón Titán (cartón) y Draco (minería)”. ALFA, 2010. ALFA - Nuestra Compañía - Historia. *Alfa* [en línea]. Disponible en: <http://www.alfa.com.mx/NC/historia.htm>. Todavía, en 1977, cuando ya se había fundado Televisa, en ese entonces el Grupo Industrial Alfa reportaba como empresas que consolidaba en sus estados financieros —subsidiarias— a las siguientes empresas. Muchas de las cuales eran propietarias de concesiones de televisión: Fomento de la Televisión Nacional, S.A.; Televisión Independiente de México, S.A.; Televisión del Norte, S.A.; Televisión Independiente de Jalisco, S.A.; Televisión de Puebla, S.A.; Televisión del Golfo, S.A., S.A., y Teleproductora Independiente de México, S.A. Véase: GRUPO INDUSTRIAL ALFA, 1978. *Informe anual 1977*. Monterrey: Grupo Industrial Alfa, p. 20.

de la industria de la televisión por parte del gobierno. Ante este escenario, los concesionarios intentaron alcanzar algunos acuerdos, pero Azcárraga Vidaurreta no era partidario de llegar a ningún tipo de arreglo con la competencia. Sin embargo, con la muerte de éste, acaecida el 23 de septiembre de 1972, las circunstancias cambiaron.¹⁶¹

De nuevo aparece el “fantasma” de la nacionalización, ahora bajo el gobierno de Echeverría, que había ascendido al poder en 1970. Como ya señalamos, el Estado mexicano fue modificando sus instrumentos de política hacia la televisión y, desde el gobierno de Díaz Ordaz, quedó en claro que intervendría directamente en la producción y distribución de señales. De hecho, el gobierno de Echeverría dio un impulso importante a la participación del estado en la economía. En el caso de los impresos desde de marzo de 1972 interviene a la llamada Cadena García Valseca, editora de los periódicos “El Sol”¹⁶²; en el caso del cine la participación estatal se incrementó con la creación de las productoras Corporación Nacional Cinematográfica (CONACINE), Corporación Nacional Cinematográfica de los Trabajadores y el Estado I y II (CONACITE I y II); adquirió los Estudios Churubusco y fundó la Cineteca Nacional. Sobre el periodo de Echeverría y a propósito del cine mexicano, García Riera señaló: “[...] Ocurriría durante su gestión algo único en el mundo: la virtual estatización del cine nacional en un país no gobernado por comunistas”.¹⁶³

En los primeros años del gobierno de Echeverría, la crisis política y los problemas económicos empeoraron y también las fricciones entre el propio Estado y algunos segmentos empresariales que, en ciertas etapas se agudizó como la que culminó el 17 de septiembre de 1973 con el asesinato de Eugenio Garza Sada —tras ser secuestrado— y que en parte provocó que, desde ese año, detuviera sus inversiones el sector privado. El recenso de movimientos armados, polarizó la situación política en el país; Echeverría adoptó un discurso nacionalista y a nivel internacional uno tercermundista, tratando de crear contrapesos y conciliar

¹⁶¹ HERNÁNDEZ LOMELÍ, F., 2004. *Innovaciones en la industria mexicana de la televisión*. Doctorado. Guadalajara: Universidad de Guadalajara. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, pp. 193-194. La investigadora estadounidense Elizabeth Mahan coincide con este punto de vista y afirma: “La fusión de TIM y TSM fue un movimiento para evitar la compra del canal 8 por parte de SOMEX u otra agencia estatal, lo que podría haber alterado el equilibrio en la industria de la televisión lo suficiente como para que el gobierno amenazara a TSM”. MAHAN, E., 1985. Mexican Broadcasting: reassessing the Industry-State relationship. *Journal of Communication*, vol. 35, no. 1, p. 63.

¹⁶² BORREGO E., S., 2010. *Cómo García Valseca fundó y perdió 37 periódicos y cómo Eugenio Garza Sada trató de rescatarlos y perdió la vida*. 6ª. edición. México: Autor, p. 90.

¹⁶³ GARCÍA RIERA, E., 1998. Breve historia del cine mexicano, primer siglo 1897-1997. México: Instituto Mexicano de Cinematografía, p. 278.

posiciones, las políticas iban de la conciliación a la medición de fuerzas, entre ellas se difundieron la incluso algunas amenazas de nacionalización de empresas estratégicas por parte de algunos personajes del gobierno –que documenta el propio Francisco Hernández–, pero no se conoce ninguna iniciativa documental o discursiva seria sobre un plan de expropiación de la televisión comercial¹⁶⁴.

En realidad, en el caso concreto de la televisión, una declaración pública respecto a la nacionalización correspondió a un asesor de la Secretaría de la Presidencia, Alfredo Leal Cortés, que al finalizar una conferencia tuvo un diálogo con algunos periodistas presentes. La nota periodística del asunto consigna:

Por último, en la plática con los reporteros demandó ‘un control definitivo de la televisión por el Estado’ y reconoció que 12.3 por ciento del tiempo que corresponde al Estado es insuficiente. [...] ‘Cuando habla de un control definitivo ¿a qué se refiere?’, se le preguntó. [...] ‘Planteo una nacionalización de la televisión’.¹⁶⁵

¿Existía un real antagonismo entre el gobierno y los empresarios televisivos? ¿El discurso radical de Echeverría conduciría finalmente a acciones extremas como la nacionalización? Fernández Christlieb realiza un análisis de los enfrentamientos y contradicciones entre los empresarios de los medios y el gobierno en 1972. Reconoce que el plan de modernización que emprendió la administración de Echeverría en materia de medios “[...] se vio obstaculizado por un sector privado que demostró una vez más su fuerza para transformar un conflicto adverso en una serie de medidas favorables [...]”¹⁶⁶ y añade como evaluación al saldo de los enfrentamientos:

[...] podemos decir que la incertidumbre acerca de que si los concesionarios conservarían o no sus privilegios se disipa con la aparición del Reglamento a la Ley Federal de Radio y Televisión publicado [...] el 4 de abril de 1973. El nuevo reglamento no altera de manera sustancial el procedimiento utilizado en el uso de las concesiones. Las críticas hechas tanto por el Presidente de la República, como por funcionarios públicos y por particulares, no son tomadas en cuenta.¹⁶⁷

¹⁶⁴ Luis Suárez, uno de los cronistas del mandato de Echeverría, asegura: “[...] Echeverría demuestra pronto que no se propone quiméricamente arrasar con los empresarios ni derrumbar el sistema tan articulado entre los intereses privados y el Estado regulador, sino depurarlo, reorientarlo [...]”. SUÁREZ, L., 1979. *Echeverría rompe el silencio: vendaval del sistema*. México: Editorial Grijalbo, p. 196.

¹⁶⁵ CARBALLO, M. A. (1971). Nacionalización de radio y TV, plantea un funcionario de la Presidencia. México: *Excelsior*, 15 de noviembre de 1971, pp. 1A-16A-26A.

¹⁶⁶ FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, F., 2001. *Los medios de difusión masiva en México*. 13a. reimpresión. México: Juan Pablos, p. 145.

¹⁶⁷ *Ibíd.*, pp. 134-135.

Un día después de la tronante declaración del asesor referido más arriba, se publicó otra nota con el encabezado “Nacionalizar la TV, es muy complejo, declaró ayer LE”. En el texto se reproducen declaraciones del propio presidente Echeverría que durante un breve careo con la prensa después de inaugurar una unidad de salud y “a la pregunta de si sería posible nacionalizar la televisión”, contestó:

Ese es un problema muy complejo. Cada país tiene problemas propios que tiene que abordar. Yo pienso que en México debemos emplear cada vez más eficientemente el tiempo que como impuesto pagan las estaciones, como se ha venido haciendo por la Comisión de Radiodifusión, con programas culturales. Se destina también un buen número de horas a los programas educativos.¹⁶⁸

Por si no fuera suficiente, el propio Echeverría al rendir su informe en 1972, en su segundo año de gobierno y cuando las fricciones con los empresarios de medios alcanzaron un punto álgido, aclaró su posición en un largo pasaje de su discurso que vale la pena reproducir:

En semanas recientes, se intensificó el debate en torno a la radio y la televisión.

Es manifiesta la preocupación por fortalecer los derechos de la sociedad mexicana sobre esos medios y garantizar el correcto cumplimiento de las funciones que tienen asignadas.

La conducta del Gobierno de la República en la materia se rige por la estricta observancia del orden jurídico.

El régimen de la radio y televisión es reflejo de nuestro sistema de economía mixta.

Al Estado corresponde velar por el cumplimiento de los objetivos que la Ley señala a las empresas concesionarias del espacio aéreo.

Estamos obligados a exigir que la imagen que llega a millones de niños y adultos, no deforme los valores de nuestra convivencia, y que los adelantos de tecnología no se utilicen para fomentar servidumbres intelectuales.

El Gobierno ha asumido, además el manejo directo de algunas estaciones de radio y canales de televisión y participa con los concesionarios privados en el aprovechamiento del tiempo de transmisión que la legislación le otorga, con el fin de contribuir a mejorar la calidad de las transmisiones.

Los servicios de difusión deben ser más nacionales en su contenido, ofrecer mejores oportunidades de cultura una veraz información y sano entretenimiento.

Es corresponsabilidad de los concesionarios y del Gobierno darles la dignidad que nuestro pueblo merece.

No pretendemos lesionar ningún derecho, pero las medidas reglamentarias, ya en estudio, harán lo necesario para salvaguardar el interés superior del país.¹⁶⁹

¹⁶⁸ Nacionalizar la TV, es muy complejo, declaró ayer LE. México: *Excelsior*, 16 de noviembre de 1971, p. 22A.

¹⁶⁹ ECHEVERRÍA ÁLVAREZ, L., 1972. Segundo Informe de Gobierno del presidente Luis Echeverría Álvarez. *500 años de México en documentos* [en línea]. [Consulta: 7 octubre 2017]. Disponible en: http://www.biblioteca.tv/artman2/publish/1972_83/Segundo_Informe_de_Gobierno_del_presidente_Luis_Ec_1210.shtml. Los subrayados son míos.

El balance del enfrentamiento entre el gobierno de Echeverría y los empresarios de los medios lo realiza Granados Chapa en estos términos:

[...] se tejó toda una campaña que parecía destinada, por lo menos, a una radical reforma legislativa que obligara a la radiodifusión privada al cumplimiento estricto de su responsabilidad social. Todo fue, sin embargo, sólo fuego de artificio. La querrela, aparente o real, entre Estado y medios electrónicos se resolvió en una victoria para éstos [...].¹⁷⁰

De esta manera, si bien el surgimiento de Televisa no podría estar ligado al temor a una “expropiación”, si parece responder a una realidad inocultable: el capital, a medida que crece, tiende a centralizarse, los negocios individuales desaparecen y se fusionan en unidades empresariales de mayor envergadura. Y parece que esta ley económica volvió a operar en el caso que estamos señalando.

A la postre, lo que sucedió, es que el servicio televisivo y el funcionamiento del monopolio se reorganizó en dos grandes cuerpos empresariales: de un lado, un consorcio encabezado por cuatro de las más importantes familias empresariales del país –Televisa– y de otro lado, por la red de organismos y empresas que tejería el Estado mexicano a partir del gobierno de Luis Echeverría. De esta nueva etapa daremos cuenta en el próximo capítulo de nuestro trabajo.



¹⁷⁰ GRANADOS CHAPA, M.Á., 1981. 1970-1976: un sexenio de comunicación. *Connotaciones*, vol. 1, p. 26.

4.- Reorganización y expansión del monopolio en la televisión mexicana (1973-1993)

“Somos soldados del PRI y del presidente”.

"México es un país de una clase modesta muy jodida, que no va a salir de jodida. Para la televisión es una obligación llevar diversión a esa gente y sacarla de su triste realidad y de su futuro difícil".

Emilio Azcárraga Milmo, “El Tigre”.

Televisa, la más importante empresa en la historia de la televisión mexicana nació en 1973, al inicio de uno de los periodos más inquietantes de la historia contemporánea del país y con el enorme reto de, ahora sí, llevar la televisión a todos los rincones de la geografía nacional.

Televisa será la protagonista central de este capítulo en el que analizamos las características de la expansión del servicio televisivo entre 1973 y 1993. Se trata de dos décadas de un importante desarrollo de la gestión estatal de la televisión, fundamentalmente por medio de dos vías: el otorgamiento de las concesiones --es en este período cuando se conceden el mayor número de licencias en la historia de México-- y a la expansión de la actividad del Estado como productor audiovisual y operador de canales de televisión, al grado de que crea dos cadenas.

Analizamos también la forma en que Televisa se transforma en un consorcio que se diversifica en diversos negocios mediáticos y comienza su incursión en algunos servicios de telecomunicaciones. Por si fuera poco, esta diversificación se acompaña de una importante expansión en el extranjero. En el punto culminante de esta etapa Televisa se convierte en una empresa que comienza a cotizar sus acciones en bolsa de valores, lo que genera dos consecuencias inmediatas: un ajuste en la estructura del control de la compañía y una reorganización de la gestión de esta.

Finalizamos el análisis dando cuenta de la manera en que Televisa organiza el aparato de televisión abierta más importante del país y uno de los más importantes de habla hispana. Cerramos esta parte con el recuento de los aliados de Televisa en el negocio de la televisión y de algunos que se mantuvieron al margen de esta fuerza central del monopolio de la televisión. Con esta sección concluimos el análisis histórico del desarrollo del monopolio de la televisión abierta en México.

4.1. La expansión del servicio

A lo largo de las décadas que se iniciaron en los años setenta del siglo XX, la economía mexicana transitó por una de sus fases más convulsas. Los problemas y limitaciones que arrastró a lo largo de los años y que reflejaban el agotamiento del llamado modelo de “sustitución de importaciones”, se hacían presentes y quedaron, simbólicamente, resumidas en la devaluación del peso frente al dólar en 1976, dejando atrás dos décadas de estabilidad cambiaria. La economía mundial también entró en una fase de crecientes problemas que se sintetizaron en la quiebra de los acuerdos de Breton Woods que habían dotado de cierto orden al área capitalista desde la posguerra.

Paradójicamente, para la televisión mexicana, este lapso fue el de una importante expansión, aunque en términos generales existía un ambiente macroeconómico poco favorable, que acompañó a la consolidación del monopolio televisivo en el país. Entre 1973 y 1993, la economía reportó un crecimiento medio anual de 3.7% y la expansión del PIB por habitante fue de apenas 1.4%. A lo largo de este periodo, durante tres años, el PIB real registró un descenso: 1982, 1983 y 1986. Existen dos grandes fases o subperiodos a lo largo de estas dos décadas: por un lado, desde 1973 hasta 1982-83, que se caracterizó por la etapa final del modelo desarrollista y que culminó en una severa crisis económica; y, por otro, entre 1983 y 1993 cuando comenzó a desarrollarse el modelo neoliberal en medio de una verdadera fase de estancamiento de la economía nacional.

Más allá de los vaivenes en la situación económica, la población del país mantuvo su expansión entre 1972 y 1993, si bien a una tasa de 2.2% anual, más modesta que en años previos. Los programas estatales para moderar el crecimiento de la población tuvieron éxito, pero la propia dinámica económica y social empujaba cada vez más habitantes hacia las ciudades. De esta forma se fortaleció el núcleo central de la demanda televisiva, de forma tal que si en 1970, el 58.7% de los habitantes vivían en ciudades, para 1990 alcanzaba ya al 83.6% del total y en las urbes crecía a tasas superiores al 4.4%, en promedio anual (véase el anexo # 1). Desde 1970 y, al menos, hasta 1995, la cuarta parte de la población del país estaba concentrada en tres zonas metropolitanas: la Ciudad de México, Guadalajara

y Monterrey.¹ La población no solamente crecía y se concentraba en grandes ciudades, sino que además las viviendas donde moraban se equipaban cada vez más para recibir la señal televisiva. La demanda potencial de la televisión abierta seguía creciendo.

En los inicios de esta nueva etapa, fue necesario resolver los problemas ocasionados por la existencia de dos frecuencias eléctricas del país que, provocaban, entre otros factores, que los electrodomésticos tuvieran que producirse con dos normas diferentes de consumo eléctrico (50 y 60 ciclos)², lo que obstaculizaba la creación de un sistema interconectado nacional de electricidad, lo que a su vez impedía el propio crecimiento de esta importante actividad económica.³ En las décadas de los años 70 y 80 del siglo XX, se aceleró la electrificación: si en 1970 el 58.9% de las viviendas del país contaba con energía eléctrica, en 1990 se alcanzó la cota del 87.5% del total de las mismas. En 20 años, se dio acceso a la energía eléctrica a diez millones de hogares. Esto fue una de las condiciones para que el número de viviendas con televisión creciera a un ritmo similar –10 millones– y pasaran de representar el 31.2% del total en 1970 al 78.0% en 1990 (véase el anexo # 2).

No obstante, debe de hacerse notar que más de 2 millones de viviendas ocupadas carecían de acceso a la energía eléctrica en 1990, lo que significaba un obstáculo a la expansión del servicio televisivo. Como un rasgo más del desarrollo desigual que ha caracterizado a la economía mexicana, existían entidades con un mercado rezago en el acceso al servicio eléctrico: Chiapas (33.1% de los hogares sin servicio), San Luis Potosí (27.0%), Veracruz (25.6%), Oaxaca (23.9%), Hidalgo (22.7%) y Guerrero (21.6%).⁴ A lo largo de los años,

¹ Cifras estimadas a partir de INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA, 1990. *Estadísticas Históricas de México tomo I*. 2a. Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, pp. 24, 27, 28 y de INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA, 2010. *Estadísticas históricas de México 2009*. Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística y Geografía, cuadros 1.1, 1.54, 1.62 y 1.68.

² De hecho, para mitigar los problemas ocasionados por la existencia de dos frecuencias, el gobierno decretó que, a partir de 1968, los equipos y aparatos eléctricos que se comercializaban en el país deberían operar indistintamente en 50 y 60 ciclos.

³ En 1972 el Gobierno Federal decreta la creación del Comité de Unificación de Frecuencia para atender, básicamente, las necesidades de los hogares ante la propuesta unificación. Véase: SECRETARÍA DE INDUSTRIA Y COMERCIO, 1972. Decreto por el que se crea el Comité de Unificación de Frecuencia, como organismo descentralizado, de servicio público, con personalidad jurídica y patrimonio propio. *Diario Oficial de la Federación*. México, 11 mayo 1972. pp. 2-3.

⁴ Estimaciones elaboradas con base en: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA, [sin fecha]. Censo General de Población y Vivienda 1990. Consulta interactiva de datos. *INEGI* [en línea]. Disponible en: http://www.inegi.org.mx/est/lista_cubos/consulta.aspx?p=pob&c=5.

la estadística censal ha sido inconsistente, razón por la que no es posible realizar una serie de tiempo con hogares con acceso a la televisión, los llamados telehogares. No obstante, con base en diferentes fuentes, es posible reconstruir los datos sobre la evolución de los telehogares mexicanos (véase cuadro # 4.1).

Cuadro # 4.1		
Penetración de la televisión en las viviendas, 1970, 1980, 1994		
Año	Viviendas con televisión	Porcentaje
1970	2,589,051	31.2%
1980	7,484,325	63.9%
1994	14,500,000	78.0%
Fuente: elaborado con información del anexo # 2.		

Así, pese a todos los esfuerzos –sobre todo de las inversiones destinadas a la Red Federal de Microondas y el establecimiento de estaciones de televisión durante las Olimpiadas (1968) y el Mundial de Fútbol (1970)— al inicio de los años 70 una buena porción de los hogares mexicanos, casi 7 de cada 10, carecía del acceso al servicio de televisión. Se abría así una oportunidad para la expansión del servicio televisivo, como nunca lo había hecho antes y uno de sus primeros condicionantes era la existencia de una oferta suficiente de televisores. Precisamente en la década de los años 80 se aceleró la producción interna de estos aparatos (véase en el cuadro # 3.2), debido entre otros factores al soporte de la autoridad a los productores locales, el que se apoyaba en la antigua Ley de Fomento de la Industria de Transformación de 1946.⁵ La cúspide en la producción se alcanzó en 1981, cuando se llegó a casi un millón de unidades y, a partir de entonces, comenzó una declinación constante. Sin embargo, estos datos no tienen, necesariamente, una correlación directa con el consumo, si se toma en cuenta que no se cuenta con indicadores de importación y exportación de televisores –para obtener el consumo nacional aparente— y el amplio margen que contrabando de estos aparatos que existía en México hasta antes de la firma del Tratado de Libre Comercio en 1994.

De cualquier forma, todas las condiciones antes descritas, propiciaron un importante auge en el desarrollo de la televisión mexicana que, además, también tenía la oportunidad

⁵ SECRETARÍA DE LA ECONOMÍA NACIONAL, 1946. Ley de fomento de industrias de transformación. *Diario Oficial de la Federación. México*, 9 febrero 1946. pp. 5-7.

de registrar una expansión geográfica sin precedentes, gracias al otorgamiento de nuevas concesiones.

Establecer cuál era el alcance territorial real de la televisión mexicana no es cosa sencilla, debido a la ausencia de información oficial sobre el tema, a las dificultades por carecer de datos sobre las estaciones auxiliares —son estaciones más modestas ligadas a una estación principal y que forman parte de una misma concesión—⁶, a lo que habría que añadir un importante proceso de conurbación, que sumaba poblaciones a las zonas metropolitanas más importantes del país y en las que ya operaba una o varias estaciones televisivas. No obstante, es posible tener un acercamiento al asunto con ayuda de las cifras censales. En 1970 las estaciones concesionadas abarcaban cuando menos a 43 ciudades y zonas metropolitanas que acumulaban 20.6 millones de habitantes, el 42.8% del total y para 1995 la cobertura creció hasta alcanzar 165 ciudades y sus zonas metropolitanas con una estación concesionada local, lo que permitió que la población cubierta llegara a 44.2 millones de habitantes, el 48.5% del total del país.⁷

Para lograr diseminar las señales de televisión se realizó un importante esfuerzo de inversión, pero a medida que crecía la cobertura, tendía a cubrirse cada vez más los territorios con menor densidad de población. Es por lo que, a pesar de que aumentó sensiblemente la cobertura absoluta —en los hechos más que se duplicó en número de ciudades—, en términos relativos no muestra un gran avance pues una mayor proporción de la población vivía en las ciudades que ya gozaban de cobertura previa.

⁶ Para tener una idea de la importancia debe de mencionarse que en 1993 operaban 41 estaciones complementarias de televisión, lo que presentaba, más o menos, una séptima parte de todas las estaciones concesionadas en el país. Véase: SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 2002. *Anuario estadístico 2002*. México: Secretaría de Comunicaciones y Transportes, p. 171.

⁷ Estimaciones realizadas con base en: SECRETARÍA DE INDUSTRIA Y COMERCIO, 1973. *IX Censo general de población 1970. Localidades por entidad federativa y municipio con algunas características de su población y vivienda*. México: Talleres Gráficos de la Nación; INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA, [sin fecha]. *Censo General de Población...*; SECRETARÍA DE DESARROLLO SOCIAL, CONSEJO NACIONAL DE POBLACIÓN CONAPO e INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA, 2012. *Delimitación de las zonas metropolitanas de México 2010*. México: s.n.; INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA, 2010. *Estadísticas históricas de México 2009*, Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística y Geografía, cuadro 1.54 y ss.; INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES, 2016. Registro público de concesiones. *Instituto Federal de Telecomunicaciones* [en línea]. Disponible en: <http://ucswb.ift.org.mx/vrpc/>.

En todo caso, este despliegue sólo puede explicarse por una jauja en las concesiones: si entre 1950 y finales de 1972 se habían otorgado 70 licencias, entre 1973 y 1993 el Estado emitió 426 concesiones para operar canales de televisión en el país, es decir, 6 veces lo que se había concedido hasta 1972. Fue un verdadero reparto del espectro para transmitir material audiovisual gratuito, una distribución que, esencialmente, definió un estado de las cosas vigente hasta 2016, cuando se realizó una subasta de canales de televisión. Ello posibilitó la creación de cuando menos dos redes de televisión para Televisa y dos más para el gobierno federal, las que a la postre, con su privatización, darían pie al surgimiento de TV Azteca y 42 licencias más –similares, en número a las que se emitieron entre 1955 y 1972— a empresas independientes. La evolución de las concesiones otorgadas por etapas puede apreciarse en cuadro # 4.2.

Cuadro # 4.2	
Evolución de las concesiones otorgadas de televisión abierta, 1950-1993	
(número)	
Periodo	Concesiones
1950-1955	10
1956-1972	60
• Telesistema	20
• Otros	40
1973-1993	426
• Televisa	162
○ Televisión de la Provincia	95
○ Radiotelevisora de México Norte	62
○ Otras	9
• Gobierno	44
○ Corporación Mexicana de Radio y Televisión	7
○ Gobierno Federal	1
○ Tele-Radio Nacional	36
• Privatización y surgimiento de TV Azteca	178
○ Compañía Mexicana de Televisión de Occidente	10
○ Corporación Televisiva de la Frontera Norte	5
○ Corporación Televisiva del Noroeste ^{1/}	22
○ Compañía de Televisión de la Península	7
○ Impulsora de Televisión del Centro	5
○ Impulsora de Televisión del Norte ^{2/}	14
○ Televisora Mexicana del Sur ^{3/}	12
○ Televisión Olmeca	3
○ Televisión Azteca ^{4/}	100
• Independientes	38

1/ En el caso de 4 concesiones se trata de un cambio en el propietario de una concesión que ya existía a favor de un organismo del Gobierno Federal.
 2/ En el caso de 1 concesión se trata de un cambio en el propietario de una concesión que ya existía a favor de un organismo del Gobierno Federal.
 3/ En el caso de 1 concesión se trata de un cambio en el propietario de una concesión que ya existía a favor de un organismo del Gobierno Federal.
 4/ En el caso de 31 concesiones se trata de un cambio en el propietario de una concesión que ya existía a favor de un organismo del Gobierno Federal.
 Fuente: elaboración propia con base en el anexo: Listado maestro de las concesiones de televisión, 1950-1995.

Más adelante, profundizaremos sobre los alcances del otorgamiento de las concesiones, por ahora baste decir que, al amparo de ellas, se realizó también un importante proceso de inversión. Entre 1971 y 1993 los activos fijos destinados al servicio se incrementaron 3.5 veces, si se toma en cuenta solamente a las empresas privadas que operaba en el sector. Si se añade que, en ese periodo, aparece y se diversifica la televisión concesionada en manos del Estado, los activos fijos crecieron 3.7 veces en el lapso aludido (véase el cuadro # 4.3). Las inversiones totales –tomando en cuenta la evolución de los activos— sumaron casi 600 millones de dólares, lo que permitió establecer más de 300 nuevos establecimientos televisivos y emplear a 19 mil nuevas personas.

Cuadro# 4.3							
Evolución de algunos indicadores censales del servicio de televisión, 1971, 1993							
(miles de pesos)							
Concepto	1971	1993			Tasa de crecimiento media anual (%)	Analíticas (Variación en veces)	
	Televisión privada 1/	Televisión privada 2/	Radio y televisión pública 3/	Total		(b/a)	(d/a)
	(a)	(b)	(c)	(d)		(e)	(f)
Establecimientos	73	486	104	590	25.72	6.7	8.1
Personal ocupado total	3,758	22,814	4,780	27,594	23.05	6.1	7.3
Remuneraciones totales al personal ocupado	211,884	1,243,144	93,371	1,336,515	22.12	5.9	6.3
Activos fijos netos 4/	578,516	2,033,458	124,199	2,157,657	11.43	3.5	3.7
Ingresos brutos totales	1,069,134	6,348,236	146,271	6,494,507	22.44	5.9	6.1
1/ Clasificado como: Clase 8123 Estaciones televisoras, repetidoras y en circuito cerrado.							
2/ Clasificado como: Clase 941105 Producción, transmisión y repetición de programas de televisión, servicios privados.							
3/ Clasificado como: Clase 941203 Emisiones públicas de radio y televisión.							
4/ En 1971 se trata de activos fijos brutos y en 1993 de activos fijos netos.							
Fuentes: elaborado con información de: SECRETARÍA DE INDUSTRIA Y COMERCIO, 1974. VI Censo de servicios							

1971. México: Talleres Gráficos de la Nación, p. 94; INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA, 1994. XI Censo de Servicios. Primera reimpresión. Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, pp. 88-89.

De esta forma, pese a todos los obstáculos, desigualdades y contradicciones la televisión abierta se abrió paso con celeridad y para lograrlo contó con la participación directa del propio Estado que, pese a tener contradicciones y enfrentamientos con los empresarios privados, contribuyó a mantener el esquema monopólico que presidía el desarrollo del servicio televisivo.

4.2. La gestión estatal de la televisión

La crisis política generada a partir del movimiento estudiantil del 68 y los claros síntomas de agotamiento de la forma en que se desenvolvía el capitalismo mexicano desde mediados de los años 50, aunado a la crisis mundial de los años setenta, fueron los factores que impulsaron un cambio en la manera en que el Estado establecía su relación con los diferentes eslabones de la sociedad mexicana y en la economía misma. La respuesta fue un intento de mantener y profundizar la participación del Estado en la economía, una respuesta estatista a la crisis, manteniendo los rasgos de esa compleja relación en la que el Estado y las fuerzas privadas más poderosas determinaban el rumbo de la economía y a la que se le bautizó eufemísticamente como “economía mixta”.

Dentro de esta estrategia, las fuerzas hegemónicas dentro del Estado mexicano decidieron, sin afectar esencialmente al gran capital privado que operaba en la actividad, incurrir de manera directa en la producción y distribución de señales televisivas abiertas e incluso montar una red apoyada en concesiones que se otorgaron a organismos paraestatales y, junto con ello, reorganizar su política en materia televisiva. Sin embargo, como veremos más adelante, esta forma de operación estatal que se extendió entre 1973 y 1982, bajo los gobiernos de los presidentes Echeverría y López Portillo se modificó sustancialmente cuando el país entró en la profunda crisis de deuda, y tomó el poder el presidente De la Madrid, quien representa la transición hacia un régimen neoliberal que alcanzaría su culminación con el gobierno de Salinas de Gortari, cuando se decidió que el Estado debía desprenderse de la parte sustancial de sus activos productivos y dentro de ellos, de su aparato de televisión abierta.

4.2.1. El surgimiento de la televisión del Estado

La gestión de las concesiones se mantuvo como una de las armas más poderosas con las que el Estado regulaba la marcha del servicio televisivo. Como se mencionó más arriba, entre 1973 y 1993 se otorgaron más de 400 licencias; nunca en la historia del país había sucedido algo así y nunca más ha vuelto a suceder.

Pese a todo bajo las gestiones de Echeverría y López Portillo se continuó con la inercia de otorgar pocas concesiones a los empresarios privados y, al mismo tiempo extender la red en manos del Estado. Aunque todavía existían deficiencias en las normativas y desorden en el otorgamiento de las licencias —lo que era visible cuando algún canal comenzaba a operar antes de que se emitiera el permiso respectivo—, se puede señalar que entre 1973 y días antes del fin del mandato de López Portillo en noviembre de 1982 solamente se había entregado 16 concesiones individuales a igual número de empresas (véase el anexo # 22). Se dio entrada a otros capitales que pugnaban por incursionar en el negocio televisivo — como Vázquez Raña— o algunos intereses locales que ya estaban presentes en la actividad, como Pedro Meneses Hoyos, el pionero de la televisión en Ciudad Juárez y Arnoldo de la Cabada y José de Jesús Partida Villanueva, ambos con antecedentes en la operación de empresas radiofónicas.

Sin embargo, en los últimos días del gobierno de López Portillo, específicamente el 22 de noviembre, ocurre un hecho sinigual: se publica en el *Diario Oficial*⁸ el acuerdo por el que Televisión de la Provincia, S. A. —filial de Televisa— fue seleccionada para recibir la concesión para operar 95 canales de televisión en 24 entidades del territorio nacional,⁹ (véase anexo # 23). El 9 de diciembre del mismo año, ya bajo el mandato del presidente Miguel de

⁸ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1982. Acuerdo por el que se designa a la empresa Televisión de la Provincia, S. A. de C. V., para que continúe el procedimiento de obtención de concesión para operar y explotar la red de estaciones de televisión que operan en diversas poblaciones del país. (Primera notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 29 noviembre 1982. pp. 62-75.

⁹ De hecho, las “gestiones” de Televisa para obtener más frecuencias habían comenzado unos meses antes, como comenta el propio López Portillo en su bitácora sobre sus actividades del 17 de marzo de 1980: “[...] Hoy en la mañana desayuné con Azcárraga, O’Farrill y Miguel Alemán Velasco. Quieren convertir en *holding* a Televisa, pero quieren concesiones ampliadas, garantizadas por más tiempo; entran en grande a la producción cinematográfica; pero a condición de que el Estado construya cines y se los alquile. En fin, peticiones muy especiales”. LÓPEZ PORTILLO, J., 1988. *Mis tiempos. Biografía y testimonio político*. México: Fernández Editores, p. 942.

la Madrid, se emite la segunda notificación de este aviso¹⁰. De un plumazo se hacía el reparto de concesiones más abultado de la historia de México para un solo concesionario: Televisa, lo que le permitió a la empresa más que duplicar el número de canales que operaba en el país y extenderse por todo el territorio nacional (véase el Mapa # 4.1).¹¹



Así, pese a todo e incluso a las contradicciones que surgieron entre Televisa y los gobiernos de Echeverría y López Portillo¹², en especial con el primero, el poder del consorcio

¹⁰ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1982. Acuerdo por el que se designa a la empresa Televisión de la Provincia, S. A. de C. V., para que continúe el procedimiento de obtención de concesión para operar y explotar la red de estaciones de televisión que operan en diversas poblaciones del país. (Segunda notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 9 diciembre 1982. pp. 32-41.

¹¹ Todos los canales concesionados se encuentran activos en la actualidad. Véase el anexo # 23.

¹² De acuerdo con un amplio reportaje aparecido en el semanario *Proceso* en agosto de 1984, las nuevas concesiones habrían sido fruto de convenio entre Televisa y el Gobierno Federal para que la empresa privada construyera 44 estaciones terrenas (suponemos que de señal satelital) y Televisa instalaría otras tantas estaciones de televisión asociadas a las estaciones terrenas que operaría directamente. El reportaje señala, citando a otro documento oficial que: “[...] La administración de José López Portillo, inopinadamente, amplió el número de emisoras a 95 ‘mediante un acuerdo de intención verbal’, que nunca fue ratificado por escrito. [...]”. RODRÍGUEZ CASTAÑEDA, R., 1984. Estaciones clandestinas, acuerdos violados, todo se le arregla. *Proceso* [en línea]. México, 25 agosto 1984. Disponible en:

privado en la televisión abierta se mantuvo y se ensanchó como no había sucedido antes. Sin embargo, también es necesario reconocer que, bajo los gobiernos de estos dos presidentes, se desarrolló una estrategia para fortalecer la televisión pública.

Lo esencial de esta estrategia puede quedar resumida en palabras de Enrique González Pedrero, director de canal 13 —en su etapa estatizada— entre 1973 y 1976:

Desde el triunfo de la Revolución y, dentro del régimen de economía mixta, la acción del Estado Mexicano ha sido el principal instrumento para ir logrando la justicia social frente a la economía de mercado. Del mismo modo, en el campo de la televisión, en donde el ‘mercado libre de ideas’ había conducido a la formación de grandes consorcios que cancelaban en la realidad la libre competencia, la intervención estatal se ha orientado a restablecer el equilibrio entre la libertad individual y la responsabilidad social en el uso de los medios masivos de comunicación.¹³

El planteamiento de González Pedrero es coherente con el discurso que se plantea hasta 1982 por los gobiernos priístas: el “nacionalismo revolucionario” y la “economía mixta”, que sería abandonado explícitamente por el gobierno de Carlos Salinas; a los argumentos, se sumaba la política económica que acompañaba a esa perspectiva. El ideario que se postulaba establecía que los gobiernos del PRI eran herederos del ideario de la Revolución Mexicana, lo que se traducía en la fórmula de la economía mixta en donde la intervención de Estado sería una fuerza impulsora y guía de todo el desarrollo económico. Los últimos estentores de este discurso se propalaron gracias a los recursos petroleros que se descubrieron al inicio del mandato de López Portillo, pero hacia 1982 comenzaría a sufrir una transformación, como consecuencia de la severa crisis que enfrentaba la economía mexicana, lo que incluiría un profundo cuestionamiento del modelo desarrollista.

Como apuntamos en el capítulo anterior, desde el gobierno de Díaz Ordaz se fue modificando la política estatal frente a la televisión, utilizando más recursos y volviéndose más sofisticada. En rigor, las acciones estatales nunca supusieron un riesgo a la existencia de Telesistema Mexicano y, posteriormente, para Televisa, pero eso no quiere decir que no existieran conflictos, contradicciones e incluso, caminos propios en función de los determinados intereses y necesidades del propio Estado. Durante el gobierno de Luis Echeverría, el

<https://www.proceso.com.mx/139328/estaciones-clandestinas-acuerdos-violados-todo-se-le-arregla>.

¹³ GONZÁLEZ PEDRERO, E., 1976. 1979, El estado en la televisión. Una experiencia mexicana: canal 13. *Memoria Política de México* [en línea]. Disponible en: <http://www.memoriapoliticademexico.org/Textos/6Revolucion/1976ETV.html>.

Estado y sus agencias desplegaron una variedad de instrumentos y estrategias que marcaban un nuevo camino: a pesar de no cuestionar el predominio de Televisa en la televisión comercial, el Estado incrementaría su presencia en el servicio de televisión en el país, una política que se extiende hasta los primeros años del mandato de Miguel de la Madrid.

Como parte de esa estrategia, entre 1973 y 1982 se mantuvieron viejos instrumentos de la política económica, como el otorgamiento de franquicias y reducciones de impuestos a las empresas productoras de televisores;¹⁴ la actualización de los cobros sobre los derechos por la exhibición de películas en la televisión, que se emitió en 1974.¹⁵ Otro renglón de ajuste fue el de la propia regulación en el funcionamiento del servicio televisivo, lo que ocasionó tensiones con los concesionarios privados. Entre las medidas más importantes destacan: 1) nuevas reglamentaciones sobre el sector de comunicaciones; 2) creación de instrucciones para supervisar, regular y mediar entre el sector de la radio y televisión y el gobierno; y 3) creación de agencias e instituciones involucradas directamente en la producción y distribución de contenidos televisivos. Dentro de esta estrategia resalta:

- **1973**, abril: se publica el reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión —aprobada desde 1960— en materia de la regulación de contenidos que se exhiben en la pantalla chica. Entre otras disposiciones, se incluye la obligación de las estaciones de transmitir 30 minutos diarios del material proporcionado por la Secretaría de Gobernación (tiempo del Estado); regula los trámites para solicitar la autorización para transmitir programas directamente desde el extranjero, concursos y sorteos, transmisiones en otros idiomas, películas; la clasificación de los programas; las reglas de la propaganda comercial, y el establecimiento del Consejo Nacional de Radio y Televisión.¹⁶

¹⁴ Como fue el caso de la compañía Televisión del Distrito Federal, S. A. Véase: SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, 1974. Resolución particular número 1-I-37 relativa a la empresa Televisión del Distrito Federal, S. A., del Municipio de Calpulalpan, Tlax. *Diario Oficial de la Federación*. México, 13 mayo 1974. pp. 3-4.

¹⁵ SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN, 1974. Decreto que establece las tarifas para el cobro de derechos a la Industria Cinematográfica y los relativos a la transmisión en televisión. *Diario Oficial de la Federación*. México, 20 diciembre 1974. pp. 2-3.

¹⁶ SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN, 1973. Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica, relativo al contenido de las transmisiones en radio y televisión. *Diario Oficial de la Federación*. México, 4 abril 1973. pp. 2-9.

- **1973**, julio: se crea la Subsecretaría de Radiodifusión en la SCT con las múltiples encomiendas —entre otras— de aprobar las solicitudes de concesiones y permisos; autorizar el inicio de operaciones; intervenir en todos los cambios de propiedad de las estaciones; operar técnicamente el Canal 11; producir y difundir los programas de radio y televisión destinados a las redes que opera la Secretaría; establecer y operar las estaciones televisión oficiales.¹⁷
- **1974**, marzo: se acuerda delegar en la Subsecretaría de Radiodifusión de la SCT la facultad para hacer apercibimientos y notificaciones por violaciones a la Ley Federal de Radio y Televisión.¹⁸
- **1975**, noviembre: se establece una revisión a las tarifas de pago al servicio de conducción de señales de televisión a larga distancia que proporciona el Gobierno Federal a través del Sistema Federal de Telecomunicaciones. Los cargos anteriores habían sido establecidos en 1968 y en 1971.¹⁹
- **1976**, enero: se da a conocer que el Gobierno Federal recibiría solicitudes para concesiones del servicio de televisión por cable.²⁰
- **1976**, mayo: se somete a consulta pública el anteproyecto de la norma técnica para la instalación y operación de estaciones de televisión en blanco y

¹⁷ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1973. Acuerdo por el que la Subsecretaría de Radiodifusión dependiente de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, será el órgano auxiliar del Secretario del Ramo en el despacho de asuntos que en materia de radiodifusión sean competencia directa de dicha Secretaría de Estado. *Diario Oficial de la Federación*. México, 23 julio 1973.

¹⁸ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1974. Acuerdo por el que se delega en el C. Subsecretario de Radiodifusión la facultad de hacer apercibimientos y notificaciones relacionadas con violación a la Ley Federal de Radio y Televisión y a la Ley de Vías Generales de Comunicación, en lo que corresponda al área de radiodifusión, así como para imponer las sanciones correspondientes. *Diario Oficial de la Federación*. México, 27 marzo 1974.

¹⁹ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1975. Decreto por el que se sujeta al pago de cuotas el servicio a larga distancia de conducción de señales de televisión (imagen y sonido) que proporciona el Gobierno Federal a través del Sistema Federal de Telecomunicaciones. *Diario Oficial de la Federación*. México, 3 noviembre 1975. pp. 30-34.

²⁰ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1976. Aviso en el que se hace del conocimiento del público en general, que dentro de los planes de trabajo de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, la Dirección General de Telecomunicaciones aceptará durante el año de 1976, solicitudes para el otorgamiento de concesiones para los servicios de música continua, localización de personas y televisión por cable. *Diario Oficial de la Federación*. México, 22 enero 1976. pp. 14. El mismo aviso volvió a publicarse en febrero de 1977.

negro y a color,²¹ y se publica en enero de 1977.²²

- **1976**, noviembre: se acuerda que la Dirección General de Telecomunicaciones de la SCT sea la única facultada para establecer cadenas o enlaces de televisión.²³
- **1977**, julio de: se publica el reglamento interior de la Secretaría de Gobernación²⁴ en el que se da cuenta de la creación de la poderosa Dirección General de Radio Televisión y Cinematografía (RTC) que, entre otras funciones, bajo el mandato del presidente López Portillo, tendría un papel fundamental en el manejo del canal 13, ya estatizado.²⁵

Una parte de la estrategia gubernamental se empeñó a en poner al día la legislación que regulaba el funcionamiento de la televisión. Sin embargo, una de las iniciativas más importantes fue el de la creación de diversos organismos públicos que tenían una injerencia directa, ya sea en la producción o en la distribución de programas televisivos. Si bien desde años atrás (1959) ya estaba transmitiendo el canal 11 y es probable que ya se hubieran inaugurado algunas emisoras dependientes de los gobiernos de los estados o de las universidades públicas estatales²⁶, es un hecho que a partir de los años 70 se multiplican diversas instancias de producción televisiva por parte del Gobierno Federal lo que es congruente con la necesidad, que destacaba González Pedrero, de impulsar una mayor presencia del Estado en este medio de comunicación.

²¹ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1976. Aviso sobre la elaboración de un proyecto de Normas Técnicas para la instalación y operación de estaciones de radiodifusión de televisión monocromática y el color (banda VHF y UHF). *Diario Oficial de la Federación*. México, 10 mayo 1976. pp. 9-10.

²² SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1977. Normas técnicas para la instalación y operación de estaciones de radiodifusión de televisión monocroma y en color (bandas de VHF y UHF). *Diario Oficial de la Federación*. México, 18 enero 1977. pp. 38-69.

²³ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1976. Acuerdo que dispone que la Dirección General de Telecomunicaciones, es la única dependencia facultada para establecer cadenas o enlaces de televisión dentro del territorio nacional. *Diario Oficial de la Federación*. México, 6 diciembre 1976. pp. 5-6.

²⁴ SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN, 1977. Reglamento interior de la Secretaría de Gobernación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 6 de julio de 1977. pp. 2-8. Véanse especialmente las páginas 6 y 7.

²⁵ Se pueden leer varios testimonios del papel de RTC en el manejo de la televisión estatal, especialmente del canal 13, en el libro: DE LA LAMA, M. y DE LA LAMA, F., 2001. *Canal 13, vida pasión y gloria: apuntes para la historia de la televisión pública mexicana, 1972-1992*. México: Porrúa.

²⁶ Todavía falta escribir una historia del desarrollo de la televisión no comercial en México, en especial de los organismos y televisoras puestas en funcionamiento por los gobiernos estatales y las universidades o instituciones de educación superior establecidas fuera de la Ciudad de México.

En ese sentido, en 1972 se pone en marcha la llamada Televisión Rural de México, que implicaba la instalación de una red de estaciones emisoras en zonas rurales no cubiertas por la televisión comercial y, sobre todo, que se aprovechara la existencia de la red nacional de microondas en poder del Gobierno Federal.²⁷ La estrategia también estuvo dirigida a incrementar la capacidad del propio Estado para hacer llegar a la población los “mensajes oficiales” que buscaban contribuir a amortiguar el cuestionamiento, el descontento y la falta de credibilidad patente desde el movimiento estudiantil de 1968.

Junto con el desarrollo de la red de Televisión Rural, otra de las alternativas fue aumentar la capacidad de producción de programas televisivos por parte del propio gobierno y que podían ser diseminados en los tiempos concesionados gracias a los llamados tiempos oficiales. Para la realización, producción y distribución de esos contenidos (programas, reportajes, noticias etc.) se crea el organismo público descentralizado Productora Nacional de Radio y Televisión en 1977²⁸ y, prácticamente al mismo tiempo, se le otorga a la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía el encargo principal de vigilar los contenidos que se transmitían en diversos medios, incluyendo a la televisión.²⁹ Más tarde, en 1981, Televisión Rural de México se transforma en Televisión de la República Mexicana (TRM) para ampliar la cobertura de la señal de la televisión pública a todo el país, no solamente a las zonas rurales, sino para abarcar las urbanas y suburbanas.³⁰ Vale la pena resaltar que el nuevo organismo produciría sus propios contenidos y emitiría, estos u otros programas regionales producidos por otras entidades y organismos públicos, a través de su propia red de estaciones transmisoras. Al mismo tiempo, el nuevo organismo operaba con la convicción de que la programación no podría tener fines comerciales o ser objeto de la comercialización, es decir que se debería producir televisión sin fines de lucro.

²⁷ SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1972. Decreto que autoriza a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, para que ejecute el plan y los proyectos de televisión rural del Gobierno Federal. *Diario Oficial de la Federación*. México, 2 mayo 1972. pp. 20-21.

²⁸ SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN, 1977. Decreto por el que se crea el organismo público descentralizado denominado Productora Nacional de Radio y Televisión. *Diario Oficial de la Federación*. México, 4 julio 1977. pp. 2-3.

²⁹ SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN, 1977. Reglamento interior ..., pp. 6-7.

³⁰ SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN, 1981. Decreto por el que se crea un sistema nacional de televisión que se denominará Televisión de la República Mexicana (TRM). *Diario Oficial de la Federación*. México, 3 febrero 1981. pp. 4-5.

El activismo del Estado comprendió también el rescate de las concesiones de televisión. Apoyado en la Ley Federal de Radio y Televisión, el gobierno de Echeverría emprende la práctica incautación de las estaciones que habían dejado de operar, especialmente en noviembre de 1975. Las consecuencias de la declaratoria incluyen: el rescate de la concesión, el traspaso de todos los bienes al Estado y una indemnización para el propietario. La lista de las concesiones revocadas puede verse en el anexo # 19. En realidad, se logró el rescate de 10 canales, todos ubicados fuera de la capital del país: tres en Chihuahua, dos en Sonora y Sinaloa y uno en Coahuila, Nayarit y Querétaro, respectivamente. El efecto práctico de la medida fue limitado, en virtud de que solamente tres señales se volvieron parte de lo que más tarde sería la red de repetidoras del canal 13.

Es rescate de las concesiones se acompañó de una política de declaración de canales de televisión susceptibles de explotación (véase el anexo # 20) y que, al menos bajo los mandatos de Echeverría y López Portillo tuvieron un éxito limitado. Entre 1973 y 1974 se anunció la posibilidad de concesionar dos nuevos canales, uno de los cuáles fue a parar, años más tarde, al propio gobierno y el otro a la empresa privada Televisión de Michoacán. Adicionalmente, entre 1977 y 1980, se anunció la posibilidad de concesionar 16 canales, pero solamente cuatro acabaron en manos del propio sector público, dos en inversionistas privados y 10 no fueron licenciados, o al menos no existe información para saber si realmente lo fueron.

Independientemente del recuento de acciones realizadas por el sector público, su iniciativa más importante fue la operación directa de redes de producción y distribución de señales audiovisuales. Así, el 15 de marzo de 1972³¹ la Corporación Mexicana de Radio y Televisión, S. A. que operaba el canal 13 de la capital del país, pasó a manos de la entidad financiera paraestatal Sociedad Mexicana de Crédito Industrial, S. A. (Somex)³²:

³¹ Véase: SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN, 1978. Acuerdo por el que la Secretaría de Hacienda y Crédito Público realizará los actos que legalmente procedan a efecto de extinguir el Fideicomiso para la Operación del Canal 13 de Televisión, constituida por dicha Secretaría como fideicomitente único del Gobierno Federal en la Sociedad Mexicana de Crédito Industrial, S. A., con fecha 9 de marzo de 1972. *Diario Oficial de la Federación*. México, 27 enero 1978. pp. 2.

³² La Sociedad Mexicana de Crédito industrial, S. A. (Somex) fue un banco de inversión fundado en 1941. En 1963 es virtualmente nacionalizado por el gobierno ante la práctica situación de quiebra que enfrentaba. Hacia 1969 y 1970 estrecha sus vínculos con el Banco Mexicano con lo que virtualmente queda constituido el Grupo Somex. De esta forma, Somex fue fruto de la unión del banco de depósito Banco Mexicano (fundado en 1932) y el banco de inversión Sociedad Mexicana de Crédito Industrial (fundada en 1941).

La adquisición de Canal 13 por parte de la Federación representó un cambio en la política gubernamental. Después de más de veinte años de actividad privada en este campo, por primera vez el Estado participaba directamente en la televisión nacional. Se reconocía así la importancia política del mensaje televisado y se cobraba plena conciencia del riesgo que suponía no disponer de un vehículo para hacer llegar al pueblo un mensaje de integración nacional mientras que recibían en un bombardeo publicitario, los mensajes de la sociedad de consumo.³³

Más allá del alegato ideológico, todo indica que se tomó la determinación de crear una red paralela al enorme despliegue con que contaba Televisa. Sin embargo, desde sus primeras épocas se dejó en claro que: “[...] la función de Canal 13 no sería la obtención de utilidades sino la realización de objetivos políticos, económicos y culturales [...]”.³⁴ Enrique González Pedrero, quien asumió la dirección del canal entre 1974 y 1976, señaló cuál sería la estrategia para el canal 13: nuevo diseño de la estructura de la empresa; incremento en la capacidad de producción; reorganización de la programación del canal; construcción de nuevos estudios en el sur de la Ciudad de México; la comercialización como fuente principal del financiamiento; desarrollo de las relaciones comerciales internacionales, y desarrollo de una red nacional, que cubría todo el territorio nacional.

El Canal 13 nunca se propuso arrebatarse el mercado publicitario a los concesionarios privados, lo que no impidió que, en los primeros años de su actividad como empresa pública, logrará avanzar en la comercialización de la pantalla, como señala González Pedrero:

En lo relativo a la venta de tiempo, durante los últimos dos años se han realizado operaciones por más de ochenta y seis millones de pesos. Es decir, después de una disminución en las ventas durante los años 1972 y 1973, provocada por el cambio de propiedad y los primeros ensayos de la televisión pública, la empresa ha venido casi duplicando anualmente sus ventas.³⁵

Lo esencial empero, era desarrollar una red nacional y el objetivo se logró de la siguiente forma:

Durante más de dos años nos hemos esforzado por extender nuestra señal a todas las regiones del país sin guiarnos por su potencialidad comercial. Canal 13, antes limitado en su cobertura al Distrito Federal, se extiende ahora a más de 3.8 millones de TV-hogares distribuidos en más de 383 localidades de 26 estados de la República a través

Véase: CENTRO DE INFORMACIÓN Y ESTUDIOS NACIONALES, 1982. *La Organización Somex*. septiembre 1982. S.l.: s.n.

³³ GONZÁLEZ PEDRERO, E., 1976. 1979 El estado en la televisión...

³⁴ *Ibidem*.

³⁵ *Ibid*. El propio funcionario aclara que: El tiempo comercial —del canal— se mantiene en la mitad del permitido por la legislación vigente en 1976.

de 25 estaciones repetidoras.³⁶

En los primeros años posteriores a la “estatización” del Canal 13 la estrategia gubernamental para el despliegue de su red televisiva se apoyó en la concesión de nuevos canales a la Corporación Mexicana de Radio y Televisión, S. A. y a una nueva sociedad, Tele-Radio Nacional, S. A. que, aparentemente operaba como filial de la Corporación.³⁷

Apenas un año después de su estatización, comenzó la asignación de diversas concesiones a las empresas públicas hasta sumar, bajo el mandato de Echeverría, 12 estaciones para desarrollar la red del canal 13, aunque no es posible establecer cuántas estaciones entraron realmente en operación. Posteriormente, durante el gobierno del presidente López Portillo, y más específicamente en 1980, se conceden 29 licencias, en su mayoría a Tele-Radio Nacional, S.A. y en menor medida para Corporación Mexicana de Radio y Televisión, S. A. Como señalamos más arriba, es posible que algunas estaciones no entraran en operación. De acuerdo con el *Directorio de la Administración Pública* de 1985, la red del Canal 13 sumaba 25 estaciones –incluyendo la estación central en el D. F.— (cuadro # 4.4), un poco más de la mitad de todas las concesiones otorgadas a las empresas públicas hasta 1985.³⁸

Cuadro # 4.4 Canales de la red de Corporación Mexicana de Radio y Televisión, S. A. de C. V. (canal 13), 1985					
Ciudad	Estado	Canal	Siglas	Concesionario original	Situación actual
Aguascalientes (Cerro	Ags.	4	XHJCM	n. d.	Repetidora

³⁶ *Ibidem.*

³⁷ No se encontraron antecedentes de esta empresa entre los diversos directorios de organismos y empresas estatales de la época. La primera vez que se notifica (1975) que Tele-Radio Nacional será acreedora de una concesión registra como su domicilio a Porfirio Díaz No. 35, México, D. F. Las notificaciones que se emiten a partir de 1977 reportan como dirección de la compañía Periférico Sur No. 4121, México, D. F., la misma dirección oficial de la Corporación Mexicana de Radio y Televisión. Véase: SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1975. Notificación relativa a la solicitud de concesión presentada por Tele-Radio Nacional, S. A., para instalar, operar y explotar una estación televisora comercial en la banda de VHF que operará el canal 4 en el Cerro de Tzontehuitz, Chis. Primera Publicación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 27 enero 1975. pp. 12-13 y SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1977. Notificación a la empresa Corporación Mexicana de Radio y Televisión, S.A. de C.V., para que continúe el procedimiento de concesión para operar y explotar el canal 4 en Tepic, Nay. *Diario Oficial de la Federación*. México, 24 junio 1977. pp. 9.

³⁸ No deja de ser sintomático un importante desorden en la gestión de concesiones, que en el caso de una buena cantidad de las estaciones operadas por el canal 13 en ese entonces, se manifiesta en que no existan los títulos de concesión originales.

de Los Gallos)					canal 13
Campeche	Camp.	5	XHGE	n. d.	Repetidora canal 13
Chihuahua (Cerro de La Velardeña)	Chih.	4(+)	XHIT	Corporación Mexicana de Radio y Televisión, S. A. de C. V.	Repetidora canal 13
Cerro de Tzontehuitz	Chis.	4	XHAO	Tele-Radio Nacional, S. A.	Repetidora canal 13
Colima (Cerro Nevado de Colima)	Col.	9	XHKF	Tele-Radio Nacional, S. A.	Repetidora canal 13
México	D. F.	13	XHDF	Corporación Mexicana de Radio y Televisión, S. A. de C. V.	Estación central canal 13
Durango	Dgo.	7	XHDB	Tele-Radio Nacional, S. A.	Repetidora canal 13
Acapulco	Gro.	10	XHIE	Tele-Radio Nacional, S. A.	Repetidora canal 13
Iguala (Cerro Tuxpan)	Gro.	2	XHIR	Tele-Radio Nacional, S. A.	Repetidora canal 13
Celaya (Cerro Culiacán)	Gto.	12	XHMAS	n. d.	Repetidora canal 13
Cerro Santa Fe	Jal.	13	XHJAL	n. d.	Repetidora canal 13
Cuernavaca	Mor.	13	XHCUR	n. d.	Repetidora canal 13
Tepic (Loma de La Batea)	Nay.	4	XHAF	Corporación Mexicana de Radio y Televisión, S. A. de C. V.	Repetidora canal 13
Ixtepec (Cerro Palma Sola)	Oax.	12	XHIG	Tele-Radio Nacional, S. A.	Repetidora canal 13
Oaxaca (Cerro El Fortín)	Oax.	11	XHDG	n. d.	Repetidora canal 7
Puebla	Pue.	6	XHTI	n. d.	Inoperativa
Querétaro (Cerro El Cimatarío)	Qro.	9	XHTQ	n. d.	Inoperativa
San Juan del Río (Cerro El Tepozán)	Qro.	12	XHGTO	n. d.	Inoperativa
Culiacán	Sin.	13	XHBL	n. d.	Inoperativa
Hermosillo (Cerro La Campana)	Son.	10	XHEH	n. d.	Inoperativa
Nogales	Son.	2	XHFA	n. d.	Repetidora canal 13
San Luis Potosí (Cerro de Los Caballos)	S. L. P.	11	XHDD	n. d.	Repetidora canal 13
Cerro de Las Lajas	Ver.	13	XHIC	Tele-Radio Nacional, S. A.	Repetidora canal 13
Coatzacoalcos (Cerro de Agua Dulce)	Ver.	11	XHBE	n. d.	Repetidora canal 13
Mérida	Yuc.	11	XHDH	Tele-Radio Nacional, S. A.	Repetidora canal 13
Fuente: elaborado con información PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA, 1985. <i>Directorio de la Administración Pública</i>					

4.2.2. Hacia la privatización

Finalmente, los empeños de los gobiernos de Echeverría y López Portillo habían fructificado y habían logrado llevar al Estado a participar directamente en el medio de comunicación más importante en ese momento: la televisión. Sin embargo, el desarrollo de organismos públicos productores y distribuidores se había hecho sin una vertebración central y se requería consolidar los esfuerzos en torno a una gran empresa del sector público.

A pesar de que la severa crisis de la economía mexicana de 1982 comenzó a generar un cambio severo en la estrategia económica del Estado mexicano, especialmente en lo que concierne a su participación directa en la actividad económica, fue posible alcanzar a consolidar un organismo público único operador de la televisión abierta del sector público e incluso logró consolidar dos grandes redes nacionales. En marzo de 1983, en plena crisis económica, el gobierno del presidente Miguel de la Madrid acuerda constituir el Instituto Mexicano de la Televisión (Imevisión) y edificar las dos redes nacionales señaladas.³⁹

Esta fue sin duda, la medida más importante del gobierno de De la Madrid en materia de televisión, pero antes de volver a ello, habría que decir que se tomaron también algunas medidas regulatorias adicionales que vale la pena mencionar:

- **1983**, febrero: se publica el decreto del acuerdo relativo a la asignación de canales de televisión (rango 14-69) en la frontera con los Estados Unidos.⁴⁰ En esta franja se constituyó un importante mercado para la televisión de los dos países. El acuerdo asignaba 87 canales a la parte estadounidense y 124 a la mexicana.

³⁹ SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN, 1983. Decreto por el que se crea el organismo público descentralizado denominado Instituto Mexicano de Televisión. *Diario Oficial de la Federación*. México, 25 marzo 1983, pp. 6-9. Ese mismo día se publicaron los decretos que crearon el Instituto Mexicano de la Radio (IMER) y el Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine), lo que en la práctica significó una reorganización del grueso de los medios de comunicación operados por el Gobierno Federal.

⁴⁰ SECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIORES, 1983. Decreto de Promulgación del Acuerdo relativo a la Asignación y utilización de Canales de Radiodifusor para Televisión en el Rango de Frecuencias de 470-806 MHz, (Canales 14-69), a lo largo de la Frontera México-Estados Unidos. *Diario Oficial de la Federación*. México, 28 febrero 1983. pp. 3-13.

- **1986**, enero: se crea el Comité Asesor del Consejo Nacional de Radio y Televisión. El Comité estaría conformado por un representante de ANUIES, UNAM, IPN, Colegio Nacional, CONACYT y Consejo de la Publicidad y tendrá como principales funciones analizar el desempeño de la radio y la televisión y auxiliar con opiniones al Consejo en asuntos relacionados con sus funciones.⁴¹ No existe registro de que el Comité funcionara.
- **1990**, octubre: se publica el Reglamento de Telecomunicaciones, que tendría una influencia indirecta sobre el desarrollo de la televisión —especialmente por las definiciones sobre conceptos, servicios y redes de telecomunicaciones— y que reglamentaba la Ley de las Vías Generales de Comunicación de 1940!⁴²

El principal empeño de la nueva administración, pese a todo, fue la creación de dos grandes redes estatales de televisión, lo que se conocería como los canales 7 y 13. Para este fin se recurrió de nueva cuenta a la declaración de canales de televisión susceptibles de explotación. En 1990 se anunció la posibilidad de concesionar 79 canales. De ese total, 70 licencias se usaron para montar la red del naciente canal 7 de Imevisión, 5 para fortalecer la red del canal 13, solamente uno fue otorgado al sector privado, uno más fue utilizado para poner en operación el canal 22 del Distrito Federal y una concesión más no se utilizó. Adicionalmente, en noviembre de 1993 se emitieron nuevas declaratorias en las que se anunciaron la posibilidad de concesionar 5 canales en Chiapas, 3 en Tabasco y uno en Baja California. Uno de los canales en Chiapas fue concesionado a Televisa en 1993; otros 4 fueron permitidas al gobierno del estado de Chiapas⁴³; el gobierno estatal de Tabasco, bajo la figura de concesión, recibió tres canales, y uno más fue entregado al empresario Arnoldo Cabada de la O. en 1994.

⁴¹ SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN, 1986. Decreto por el que se crea el Comité Asesor del Consejo Nacional de Radio y Televisión con el Carácter de órgano consultivo del propio Consejo. *Diario Oficial de la Federación*. México, 30 enero 1986. pp. 2-3.

⁴² SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1990. Reglamento de Telecomunicaciones. *Diario Oficial de la Federación*. México, 29 octubre 1990. pp. 24-50.

⁴³ Falta por escribir la historia de la construcción del sistema de canales de televisión en manos de gobiernos estatales y de instituciones de educación superior que operaron bajo el amparo del régimen de permisos. Al respecto del tema véase: REBEIL CORELLA, M.A., 1991. Sistemas televisivos regionales: los inicios de la independencia del centralismo. *Las redes de Televisa*. Primera reimpresión. México: Claves Latinoamericanas, pp. 285-307.

Además de la concesión de canales, había que unir⁴⁴, bajo el manto de Imevisión, los recursos y estructuras de los diversos organismos y empresas públicos que estaban involucrados en diversos aspectos de la televisión estatal:⁴⁵

- Corporación Mexicana de Radio y Televisión, S. A.
- Televisión de la República Mexicana (TRM).
- Canal 8 de Monterrey.
- Productora Nacional de Radio y Televisión (PRONARTE).
- Teleproductora del Distrito Federal.

Incluso bajo el gobierno de Carlos Salinas de Gortari, en 1991, se crean 7 empresas públicas que recibieron 78 concesiones para operar igual número de canales (véase el anexo # 24). Los nombres de las compañías fueron:

- Compañía de Televisión de la Península, S. A. de C. V.
- Compañía Mexicana de Televisión de Occidente, S. A. de C. V.
- Corporación Televisiva de la Frontera Norte, S. A.
- Corporación Televisiva del Noroeste, S. A. de C. V.
- Impulsora de Televisión del Norte, S. A. de C. V.
- Televisión Olmeca, S. A. de C. V.
- Televisora Mexicana del Sur, S. A. de C. V.
- Televisión del Centro, S. A. de C. V.

Todo indicaba que la meta de crear una poderosa red de televisión abierta bajo la jurisdicción del Gobierno Federal: el objetivo trazado desde los gobiernos de Echeverría y López Portillo se convertía, finalmente, en una realidad. Pero esta nueva dotación de canales, más que la coronación de la meta señalada implicaba exactamente lo contrario, en realidad, fue

⁴⁴ En 1985 se decreta la desaparición de Productora Nacional de Radio y Televisión y de Televisión de la República Mexicana. Debe de tomarse en cuenta que los recursos de ambos organismos habían sido traspasados a Imevisión al momento de su fundación, Véase: SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN, 1985. Decreto por el que desaparece el Organismo Público Descentralizado denominado Productora Nacional de Radio y Televisión. *Diario Oficial de la Federación*. México, 22 octubre 1985. pp. 2 y SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN, 1985. Decreto por el que desaparece el Sistema Nacional de Televisión, denominado Televisión de la República Mexicana (TRM). *Diario Oficial de la Federación*. México, 22 octubre 1985. pp. 3.

⁴⁵ SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN, 1983. Decreto por el que se crea el organismo público descentralizado denominado Instituto Mexicano...

el primer paso para iniciar la privatización de los canales públicos que culminó en 1993.

A partir de la llegada de Carlos Salinas al poder, en 1988, el discurso dominante desde el Estado comenzó a abreviar de los postulados del neoliberalismo, en principio pensado para justificar las duras políticas de ajuste que se aplicaron desde 1982 y en un segundo momento, precisamente bajo Salinas, para dar rienda suelta a las reformas que se impulsaron desde los organismos internacionales, ya como un recetario de políticas públicas conocidas bajo el nombre del Consenso de Washington y que incluían de manera destacada las privatizaciones y el libre comercio. De esta forma, la política estatal en materia de televisión daría un giro de 180 grados y a partir del gobierno de Salinas se dio impulso definitivo a la privatización de empresas públicas y se decidió que el Estado se desprendería también de la mayoría de sus activos en los medios de comunicación.⁴⁶

La estrategia de privatización comprendía la creación de la empresa Televisión Azteca, S. A. de C. V. (TV Azteca) a la que, junto con las empresas que eran parte de la cadena de Imevisión (señaladas más arriba), se le traspasaron la mayoría de las concesiones operadas por el Estado y, además, en dos sendos paquetes se le entregan otras 100 concesiones a lo largo de 1993 (véase el anexo # 25). En julio de 1993 Ricardo Benjamín Salinas Pliego y socios que se agruparon entorno a la empresa Radiotelevisora del Centro, S. A. de C. V. y desembolsaron 642 millones de dólares para hacerse acreedores de la red en control de TV Azteca y las demás subsidiarias del Estado que se privatizaron.⁴⁷

Pero la privatización no solamente consideraba la venta de los activos televisivos

⁴⁶ El paquete completo de la privatización de medios estatales incluía a la televisión y al periódico El Nacional; la Compañía Operadora de Teatros, que operaba diversas salas cinematográficas y Estudios América, un estudio cinematográfico.

⁴⁷ TV AZTECA, 1997. *Oferta pública mixta de 18'145,152 Certificados de Participación Ordinarios no Amortizables (CPOS)*. México: TV Azteca, p. F-9. El paquete de medios que se privatizó incluía, además de los activos televisivos a la Compañía Operadora de Teatros, S. A. de C. V., operadora de cines y a Estudios América, S. A. de C. V. Véase: SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, 1993. Bases de licitación para la adquisición de los títulos representativos del capital social de las sociedades: Televisión Azteca, S. A. de C. V., Impulsora de Televisión del Centro, S. A. de C. V., Corporación Televisiva de la Frontera Norte, S. A. de C. V., Impulsora de Televisión del Norte, S. A. de C. V., Corporación Televisiva del Noroeste, S. A. de C. V., Compañía de Televisión de la Península, S. A. de C. V., Compañía Mexicana de Televisión de Occidente, S. A. de C. V., Televisión Olmeca, S. A. de C. V., Televisora Mexicana del Sur, S. A. de C. V., Impulsora de Televisión de Chihuahua, S. A., Periódico El Nacional, S. A. de C. V., Compañía Operadora de Teatros, S. A. de C. V., y Estudios América, S. A. de C. V., en lo sucesivo denominadas conjuntamente el Paquete. *Diario Oficial de la Federación*. México, 24 mayo 1993. pp. 2-6.

estatales sino profundizaba la presencia de la gran empresa privada en la televisión abierta. Bajo esta lógica, Televisa recibe también siete concesiones individuales adicionales, entre 1985 y 1993, para operar igual número de canales, lo que le permitirá densificar su red de repetidoras en la zona norte del país (véase el anexo # 22). Entre 1973 y 1993 Televisa había recibido casi un centenar de concesiones, con ello pudo afianzar su predominio dentro de la televisión abierta en México. Como si no fuera suficiente, justo antes de que el Estado resolviera deshacerse de su red televisiva, el consorcio privado recibe en 1993 la concesión de un paquete adicional de 62 estaciones (véase anexo # 26) diseminadas en todo el territorio nacional. Las nuevas licencias son adjudicadas a la subsidiaria Radiotelevisora de México Norte, S. A. de C. V. y a Televisa le permite consolidar su estructura funcional organizada en torno al canal 2 —su emisora más importante— y su red nacional de repetidoras; el canal 5 y su red nacional de repetidoras; el canal 9 y su red multirregional de repetidoras; además de varias estaciones locales, entre las que se encontraba el canal 4 de la Ciudad de México. De esta manera, Televisa tiene una enorme deuda con José López Portillo y Carlos Salinas, los presidentes que le permitieron tejer esa enorme red de canales de televisión abierta en todo el país.

Una vez que los intereses que gobernaban a la televisión mexicana quedaron unificados en torno a Televisa, no existía en el panorama un grupo que pudiera confrontar ese poderío. No obstante, durante los veinte años que reseñamos en este apartado, también se otorgaron licencias a otras agrupaciones empresariales, básicamente regionales (véase el anexo # 22).

Es notorio que el mayor reparto de concesiones a nuevos participantes se realiza bajo los gobiernos de Miguel de la Madrid y Carlos Salinas, pues bajo los regímenes de Echevarría y López Portillo, los empeños gubernamentales más relevantes estaban enfocados en fortalecer la red gubernamental de televisión y, en menor medida, a la propia Televisa. Pese a la intención de permitir la entrada de nuevos capitales a la televisión abierta, a lo largo de dos décadas que cubre el periodo entre la creación de Televisa y la privatización de las redes estatales, la diversificación de las concesiones fue escasa. Más bien el Estado —con la aprobación de los principales intereses que predominaban en la industria televisiva— fortaleció la presencia de la más importante compañía privada de televisión y, al mismo tiempo, creó una importante red propia que en menos de diez años terminó en manos de TV Azteca. Esta

última y Televisa serían los dos consorcios del monopolio de la televisión que predominarían durante las próximas dos décadas.

En síntesis, como nunca lo había hecho y como nunca más lo volvería a hacer, el Estado mexicano desplegó durante más de una década una importante suma de recursos y herramientas para intervenir de manera directa e indirecta en la televisión mexicana. Cuando al fin parecía culminar el proyecto gubernamental, la crisis nacional y el cambio en la correlación de fuerzas mundiales y nacionales, con su giro hacia el neoliberalismo, contribuyeron a que el Estado abandonara el proyecto que tanto esfuerzos y recursos habían costado y se orientara a la privatización de las empresas públicas y, con ello, a la organización del monopolio de la televisión abierta nacional en torno a dos empresas privadas.

Televisa, la empresa privada más importante y con más experiencia aceleró entre 1973 y 1993, su conversión en un consorcio convergente, como veremos enseguida.

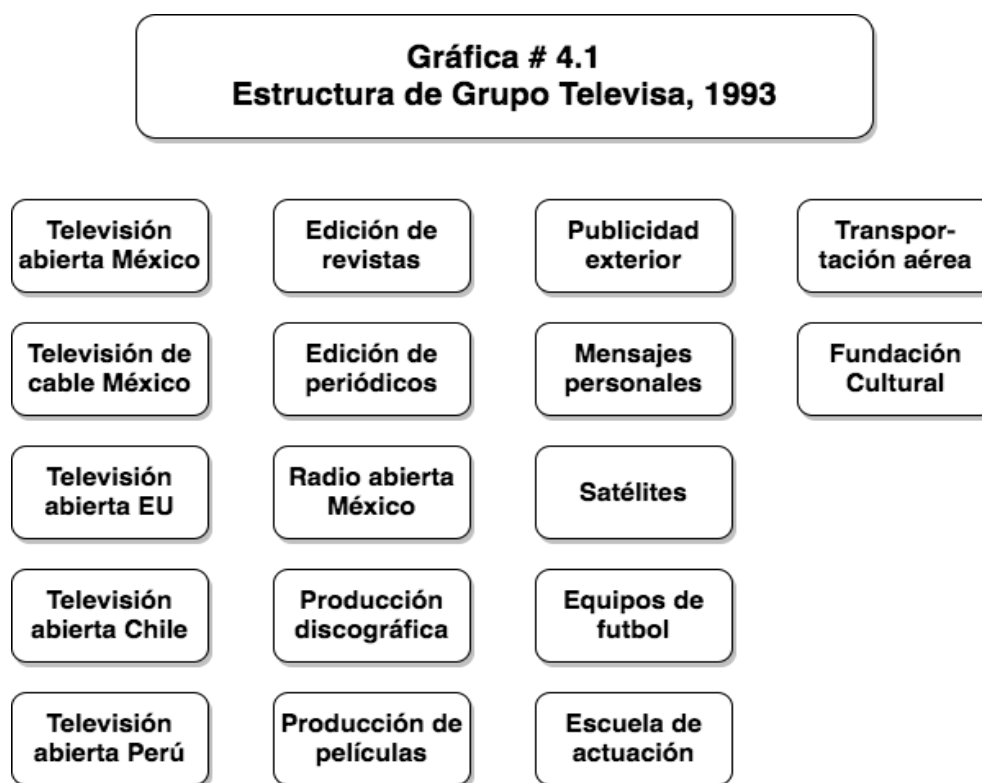
4.3. Televisa: la consolidación de un consorcio convergente

Al finalizar el año de 1993 el Grupo Televisa se había consolidado como el principal consorcio de medios de México y contaba con un peso relativamente importante en la constelación internacional de empresas mediáticas. En términos históricos, los orígenes del grupo se centraban a la operación de la radio; a partir de los años 50 la televisión abierta, gana terreno al grado de que cuando se constituye formalmente Televisa, es ya la principal actividad del grupo y, finalmente, entre 1973 y 1993 la compañía se transforma plenamente en un grupo multimediático. Por grupo multimedia se entiende a la agrupación que es capaz de producir contenidos por medio de diferentes soportes (texto escrito, sonido, imágenes) y que bajo un mismo mando opera diversas divisiones y compañías filiales especializadas en medios de comunicación y el entretenimiento (televisión, radio, cine, periódicos, etcétera).

En términos históricos y como hemos señalado en capítulos anteriores, los capitales de Azcárraga, O’Farrill-Ávila Camacho y Alemán que se conjuntaron para crear Telesistema se diversificaron en la propia televisión abierta –con más canales— y paulatinamente se extendieron hacia otros negocios. La creación de Televisa abrió una posibilidad doble: la de poner la mayoría de los negocios conjuntos en medios y entretenimiento bajo un paraguas empresarial común y, al mismo tiempo, impulsar el propio proceso de diversificación. Ya

desde 1980 (véase el anexo # 15) el consorcio estaba estructurado en diez grandes divisiones: televisión, radio, exportaciones, publicaciones, espectáculos, inmobiliarias, televisión por cable, cinematografía, discos y cultura.

Pese a las difícil e inestable situación económica que se enfrentó en el país durante los años ochenta, Televisa logró salir a flote, crecer y fortalecerse al grado de que hacia 1993, la estructura de negocios de Televisa era un ejemplo de un consorcio multimedia maduro que operaba en varios segmentos de medios y entretenimiento⁴⁸ (véase la gráfica # 4.1):



Fuente: elaborado con información de GRUPO TELEVISIA, 1993. Oferta pública secundaria de 30'900,000 Certificados de Participación Ordinarios no amortizables (CPOs) cada uno de los cuales ha sido emitido sobre una acción de la Serie A, una acción de la Serie L y una acción de la Serie D con un importe total de N\$3,077'640,000 M. N. México: Grupo Televisa.

⁴⁸ La parte sustancial de este resumen proviene de GRUPO TELEVISIA, 1993. *Oferta pública secundaria de 30'900,000 Certificados de Participación Ordinarios no amortizables (CPOs) cada uno de los cuales ha sido emitido sobre una acción de la Serie A, una acción de la Serie L y una acción de la Serie D con un importe total de N\$3,077'640,000 M. N. México: Grupo Televisa.*

Las operaciones de cada división eran:

- Televisión abierta en México: cuatro canales en la Ciudad de México, estaciones repetidoras en todo el país y algunos canales locales.
- Televisión por cable en México: la empresa Cablevisión, que contaba con la concesión para operar en la zona metropolitana de la Ciudad de México.
- Televisión abierta fuera de México:
 - Estados Unidos: 25% de las acciones de la cadena Univisión. Resultado de la asociación de Televisa con un grupo de inversionistas estadounidenses encabezados por Jerrold Perenchio y la firma venezolana Venevisión, controlada esta última por Gustavo Cisneros.
 - Chile: el 49% del capital de la empresa Red Televisión Megavisión, S. A., propietaria de 32 estaciones en ese país.
 - Perú: controla 76.42% de la Compañía Peruana de Radiodifusión, S. A. que opera 10 estaciones de televisión propias y 5 asociadas, así como estaciones de radio.
- Revistas: Grupo América que edita más de 115 títulos en México y varios países de América Latina.
- Periódico: el 75% por ciento del periódico metropolitano *Ovaciones*.
- Producción discográfica: propietaria de Discos y Cintas Melody, Discos América y Musivisa.
- Radio abierta: 14 estaciones en las ciudades de México, Guadalajara y San Luis Potosí.
- Producción y distribución de películas: producción de películas para ser exhibidas en las salas cinematográficas y en canales de televisión. En el ámbito de la distribución, además de hacer lo propio con sus producciones, era la distribuidora exclusiva de Warner Brothers en México y también distribuía algunas de las producciones en Touchstone Pictures y Walt Disney Productions, ambas subsidiarias de Walt Disney Company.
- Publicidad exterior: 37% del capital de Vendor, S. A., la empresa más grande

en su ramo en el país, en ese entonces.

- Mensajes personales: 50% del capital de la empresa Comunicaciones MTEL, SA de CV que ofrece el servicio comercial bajo la marca “Skytel”.
- Satélites: participación del 50% en el capital de PanAmSat L. P., que provee servicios satelitales.
- Equipos de futbol: propietaria de las franquicias América y Necaxa, equipos de primera división que tienen su sede en la Ciudad de México.
- Transportación aérea: 21% del capital de Transportes Aeromar, S. A. de C. V.

Para 1993 la compañía se había convertido en uno de los consorcios más importantes de México. Si hubiera participado en la consulta que año con año realiza una revista de negocios, Televisa hubiera ocupado el lugar entre las 20 empresas más importantes de México. Ese año sus ingresos sumaron 5.9 mil millones de pesos –1.8 mil millones de dólares—, administraba activos que superaron los 3 mil millones de dólares, generó utilidades cercanas a los 250 millones de dólares y daba empleo a 23 mil personas (véase el cuadro # 4.5).

Más adelante detallaremos la forma en que se articuló y evolucionó el segmento de la televisión abierta, eje central del desarrollo del consorcio hasta 1993. Por ahora analicemos las características de los otros segmentos. El servicio de televisión por cable, que operaba desde 1969, desarrolla aceleradamente su red de suscriptores entre 1973 y 1993. Para tener una idea de esa expansión: si en 1989 Cablevisión contaba con 89 mil suscriptores, en septiembre de 1993 suman 216.2 mil abonados.⁴⁹

En el caso de la televisión fuera de México debe destacarse el constante empeño de Televisa para tener una presencia en la televisión en español en Estados Unidos. A partir de 1975 la Spanish International Network prosigue su expansión en Estados Unidos creando nuevos canales en español, como es el caso del canal 14, KDTV, en San Francisco, California, y el canal 33, KTVW, en Phoneix, Nevada. El crecimiento de la cadena se vio interrumpido cuando en una investigación desarrollada por la Federal Communications Commission (FCC) de Estados Unidos en 1986 determinó que Televisa violaba la ley que prohibía la propiedad de extranjeros sobre estaciones de televisión locales. La compañía

⁴⁹ GRUPO TELEVISA, 1993. *Oferta pública secundaria...*, p. 75.

mexicana vendió su subsidiaria estadounidense a Hallmark Cards y la empresa se renombró como Univision. Televisa quedó como uno de los principales proveedores de la programación de Univision (alrededor de la mitad).⁵⁰

Cuadro # 4.5					
Indicadores financieros de Televisa, 1990-1993					
(miles de pesos de diciembre de 1993)					
Concepto	1990	1991	1992	1993	1993 dólares
Activos	4,972,900	6,348,500	7,947,745	10,695,812	3,280,924
Pasivos	3,509,900	3,834,800	4,642,538	6,793,385	2,083,860
Capital	1,463,000	2,513,700	3,305,207	3,902,427	1,197,063
Empleados	17,400	17,500	21,200	23,000	
Ventas	2,805,900	3,423,548	4,569,398	5,981,471	1,834,807
Televisión	2,143,708	2,475,089	2,989,292	3,547,816	1,088,287
Publicaciones	67,342	77,190	437,124	997,320	305,926
Audio	266,561	300,187	341,446	382,590	117,359
Televisión por cable	75,759	193,836	265,300	357,850	109,770
Otros negocios	249,725	377,246	536,236	695,895	213,465
Costo de ventas	1,818,223	1,665,840	2,211,522	2,858,285	876,775
Gastos de administración	521,897	761,726	896,689	1,199,278	367,877
Gastos de venta	244,113	220,909	342,192	431,179	132,263
Depreciación y amortización	244,113	194,156	206,159	228,112	69,973
Utilidad de operación	-18,300	580,917	912,836	1,264,617	387,919
Costo integral del financiamiento	-95,401	-313,101	-162,494	-128,453	-39,403
Otros gastos y productos, neto	-22,447	-123,788	-36,433	68,696	21,072
Provisiones	159,936	402,631	364,023	441,962	135,571
Participación en resultados de subsidiarias y otras inversiones	16,835	-3,795	-9,369	34,593	10,611
Partidas extraordinarias	0	-176,564	-18,464	-56,725	-17,400
Interés minoritario	-2,806	-10,832	-15,181	-28,996	-8,894
Operaciones descontinuadas	-482,615	-32,476	-9,775	-19,924	-6,112
Utilidad neta del año	-610,400	391,508	694,951	811,360	248,883
Tipo de cambio: 3.26 pesos por dólar.					
Fuente: elaborado con información de: GRUPO TELEVISA, 1993. Oferta pública secundaria..., p. 35; GRUPO TELEVISA, 1994. Informe anual 1993. México: Grupo Televisa, p. 5; GRUPO TELEVISA, 1994. Estados financieros 1993. México: Grupo Televisa, p. 6.					

Desde años atrás, Televisa se había propuesto participar en el mercado de la televisión

⁵⁰ RODRIGUEZ, A., [sin fecha]. Encyclopedia of Television - Univision. Museum of Broadcast Communications [en línea]. [Consulta: 4 febrero 2017]. Disponible en: <http://www.museum.tv/eotv/univision.htm> y SINTV, 2017. Timeline. Spanish International Network Television [en línea]. [Consulta: 4 febrero 2017]. Disponible en: <http://www.sintv.org/>.

en español en los Estados Unidos y encuentra el camino para ampliar su presencia en él. De esta forma, en 1979 se asocia con empresarios de ese país para lanzar redes de televisión por cable, obviamente, de producciones en español. Pero la reivindicación para Televisa llegó en diciembre de 1992, cuando unida al inversionista estadounidense Jerrold Perenchio y a la venezolana Venevisión —controlada por la familia Cisneros— logran comprar Univision por 500 millones de dólares de los que, la empresa mexicana, colaboró con 33.3 millones.⁵¹

La estrategia de la expansión en el mercado internacional de la televisión se reforzó con la adquisición del 49% de la empresa chilena Red Televisiva Megavisión, S. A., mediante el desembolso de 7 millones de dólares.⁵² La emisora chilena —conocida como Megavisión— tuvo su origen en una de las últimas privatizaciones ordenadas por el régimen dictatorial de Augusto Pinochet que decidió vender la concesión del canal 9 de la televisión al empresario local Ricardo Claro Valdés.⁵³ La nueva señal comenzó a transmitirse en 1990 y Televisa arribó como accionista en diciembre de 1991.⁵⁴ Un año más tarde adquiere el 76% del capital de la Compañía Peruana de Radiodifusión, S. A. mediante el pago de 7.7 millones de dólares, con lo que —virtualmente—, adquiriría el control de la empresa.⁵⁵ Todo indicaba, de esta manera, que el grupo mexicano se encaminaba a convertirse en una auténtica empresa multinacional de la televisión.⁵⁶

En el segmento de la radio comercial abierta, además de las 8 estaciones que Televisa manejaba en el país —más dos repetidoras— sumó a su acervo 6 estaciones más de la ciudad de Guadalajara que eran propiedad del empresario tapatío Alejandro Díaz Romo.⁵⁷ El total de las estaciones que el grupo operaba en 1993 puede apreciarse en el cuadro # 4.6.

⁵¹ GRUPO TELEVISA, 1993. *Oferta pública secundaria...*, p. 67. Además, Televisa y Venevisión firmaron un contrato para proveer programación a la firma estadounidense por 25 años.

⁵² GRUPO TELEVISA, 1993. *Oferta pública secundaria...*, p. 70.

⁵³ MONCKEBERG, M.O., 2011. *Los magnates de la prensa: concentración de los medios de comunicación en Chile*. Santiago de Chile: Penguin Random House Grupo Editorial Chile.

⁵⁴ Más tarde, en 1999, Televisa vendería sus acciones de la empresa.

⁵⁵ GRUPO TELEVISA, 1993. *Oferta pública secundaria...*, p. 70.

⁵⁶ Dentro de esta tendencia se encuentra la firma de un convenio para realizar coproducciones con la firma australiana News Corp. y con la compañía estadounidense DCI para coproducir una canal para la televisión de paga (Discovery Channel). *Ibíd.*, pp. 64-65.

⁵⁷ CORONADO PONCE, A.R., 2004. *La radiodifusión familiar en México y su inserción en la dinámica de concentración de medios: un estudio de caso en Guadalajara*. Maestría. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, p. 97.

La avidez de extender sus negocios a otras actividades de entretenimiento y de comunicación condujo a que, además de operar Cintas y Discos Melody, en 1991 creara el sello Discos América y en 1992 a Musivisa. De esta forma, al terminar 1993 alcanzaba el tercer lugar en el volumen de ventas de discos fonográficos en México.⁵⁸ Si bien su operación en la publicación de revistas se había circunscrito históricamente al territorio nacional, la propensión multinacional de la empresa en esta etapa de su desarrollo se volvió a expresar por medio de la compra de Grupo América en 1992. Se trató, probablemente de la operación más importante en el mundo de las revistas en español hasta ese entonces. Mediante el pago de 130 millones de dólares logró el control de una empresa que publicaba 130 millones de ejemplares anuales, por medio de 115 títulos que se distribuían en 7 países de América Latina y en Estados Unidos.⁵⁹

Cuadro # 4.6	
Estaciones de radio de Grupo Televisa, 1993	
Estación	Ciudad
XEW-AM ^{1/}	Ciudad de México
XEX-AM	Ciudad de México
XEQ-AM	Ciudad de México
XEW-FM	Ciudad de México
XEX-FM	Ciudad de México
XEQ-FM	Ciudad de México
XEWA-AM ^{2/}	San Luis Potosí
XEWK-AM	Guadalajara
XELT-AM	Guadalajara
XEBA-AM	Guadalajara
XEZZ-AM	Guadalajara
XEBA-FM	Guadalajara
XEHL-AM	Guadalajara
XEHL-FM	Guadalajara
1/ Tiene una repetidora en Veracruz: XEWB. 2/ Tiene una repetidora en Monterrey, mismas siglas. Fuente: GRUPO TELEVISA, 1993. <i>Oferta pública secundaria...</i> , pp. 72-73.	

No todas las iniciativas en materia de medios impresos coronaban con éxito. Acaso el mejor ejemplo sea el del periódico deportivo *The National*. Azcárraga tenía un interés

⁵⁸ GRUPO TELEVISA, 1994. *Informe anual 1993*. México: Grupo Televisa, p. 27.

⁵⁹ GRUPO TELEVISA, 1993. *Oferta pública secundaria...*, pp. 70-71.

personal en crear un diario deportivo nacional en Estados Unidos y comprometió al grupo con inversiones de 100 millones de dólares. El proyecto fracasó en junio de 1991 apenas 16 meses después de haber iniciado las operaciones.⁶⁰ En el mercado local también sufrió descalabros, pues Televisa fundó el periódico de economía y negocios *Summa* que solamente sobrevivió entre 1994 y 1995.⁶¹

Más allá de sus descalabros, gracias a sus operaciones en la televisión abierta, la televisión de paga, el radio y la edición de revistas, el peso de Televisa en el mercado publicitario nacional era muy importante. En adición, sus operaciones publicitarias se complementaban con una coinversión con el grupo regiomontano Multimedios Estrellas de Oro para operar la empresa de publicidad exterior Vendor, que en 1993 administraba 5 mil 300 unidades de anuncios exteriores, de los que 30% se ubicaban en la Ciudad de México.⁶²

En el ámbito del entretenimiento sumó a un equipo más de la primera división profesional de fútbol: el Necaxa. Esta franquicia estaba en manos de empresarios españoles hasta que Televisa la adquirió en 1982.⁶³ Con esta compra Televisa afianzó su influencia y su poderío en el manejo del fútbol soccer profesional en el país y sobre la primera división profesional del deporte. La participación de Televisa en actividades deportivas se complementa con:

- La operación del Estadio Azteca, uno de los más grandes del mundo⁶⁴ que, además de albergar los juegos del América y Necaxa, era usado por el Cruz Azul, un equipo profesional patrocinado por la cooperativa productora de cemento del mismo nombre.

⁶⁰ JONES, A.S., 1991. The National sports daily closes with today's issue. *The New York Times* [en línea]. New York, 13 junio 1991. Disponible en: <https://www.nytimes.com/1991/06/13/business/the-media-business-the-national-sports-daily-closes-with-today-s-issue.html>.

⁶¹ Summa se va, Televisa recorta, El Fronterizo dice adiós, "El Universal" despide personal... *Proceso.com* [en línea], 1995. Disponible en: <https://www.proceso.com.mx/292052/summa-se-va-televisa-recorta-el-fronterizo-dice-adios-el-universal-despide-personal>.

⁶² GRUPO TELEVISIA, 1993. *Oferta pública secundaria...*, p. 79. Televisa poseía en 37% del capital de la empresa. Posteriormente, en 1998, la firma fue vendida a la estadounidense Outdoor Systems por 216 millones de dólares. Véase: OUTDOOR SYSTEMS, 1998. Form 10-K, Annual report pursuant to section 13 or 15(d) of the Securities Exchange Act of 1934 for the fiscal year ended December 31, 1998. *U.S. Securities and Exchange Commission* [en línea]. [Consulta: 1 noviembre 2017]. Disponible en: <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/874534/0000950153-99-000311.txt>, p. 17.

⁶³ IGARTÚA, J.C., 2015. III.HISTORIA DEL CLUB NECAXA. *La Catedral Rojiblanca* [en línea]. Disponible en: <https://lacatedralrojiblanca.com/historia/capitulo-iii/148-iii-historia-del-club-necaxa>.

⁶⁴ 110 mil asistentes sentados.

- Mediante la renta de la Plaza de Toros México, Televisa promovía corridas en el DF y en otras plazas del país.⁶⁵
- Históricamente, además, manejaba a la selección mexicana de fútbol profesional y era la fuerza hegemónica dentro de la Federación Mexicana de Fútbol.

Adicionalmente, la empresa produjo el 32% y el 55% de las películas mexicanas estrenadas en 1992 y 1993. La presencia de la familia Azcárraga en la industria fílmica mexicana ha sido una constante, pero hacia finales de la primera mitad de la década de los años 90 del siglo veinte, su influencia llegaba también a la distribución de producciones propias y en los estudios de Hollywood en el país.⁶⁶

El consorcio, pese a tener su gran base de operaciones en el ámbito de los medios masivos —especialmente la televisión— comienza en esta etapa a convertirse en una compañía convergente. Dicho de otra forma, además de operar en la producción de contenidos y algunas redes asociadas a ello —las redes de radio, televisión y televisión de paga—, transita hacia la operación de redes de telecomunicaciones o multipropósito. Bajo esta lógica se asocia en 1991 con la compañía canadiense Mobile Telecomunicaciones Technologies Corp. para operar un sistema de mensajes electrónicos especializados que operaba la empresa Comunicaciones MTEL, S. A. de C. V. con el nombre comercial de Skytel.⁶⁷ La concesión le abría la puerta a Televisa al promisorio —en ese entonces— mercado de mensajes personales. Pero la operación más importante en esta ruta de transformarse en una empresa convergente fue la inversión de 200 millones de dólares que realizó en 1992 para comprar el 50% de PanAmSat, una compañía estadounidense operadora de satélites. En diciembre de 1993 se informaba que en 1995 la firma operaría cuatro satélites —en ese entonces solamente tenía uno en órbita—, lo que la convertiría en “[...] la única red privada global de comunicaciones vía satélite en el mundo”.⁶⁸ El socio de Televisa en esta compañía

⁶⁵ GRUPO TELEVISA, 1993. *Oferta pública secundaria...*, p. 78.

⁶⁶ *Ibid.*, p. 79.

⁶⁷ El título de concesión para operar el servicio fue otorgado por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes el 3 de diciembre de 1991. Véase: SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1991. *Servicio de Radiolocalización Móvil de Personas, Título de Concesión, Comunicaciones MTEL, S. A. de C. V.* [en línea]. 3 diciembre 1991. México: s.n. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/0902526480027fa8.pdf>. Registro Público de Concesiones: 0902526480027fa8.

⁶⁸ GRUPO TELEVISA, 1993. *Oferta pública secundaria...*, p. 79.

era Reynold “Rene” V. Anselmo, el viejo amigo de la familia Azcárraga, quien le ayudó a construir la Spanish International Network (SIN) en Estados Unidos.⁶⁹

En las postrimerías de 1993 y frente al umbral de que entrara en operación una nueva empresa de televisión abierta con dos redes nacionales –TV Azteca– y de que se signara un Tratado de Libre Comercio entre México y Estados Unidos, Televisa transitaba por la ruta que la convertiría en una empresa multinacional de televisión abierta, conglomerada en diversas operaciones de información y entretenimiento y en la ruta de convertirse en un consorcio convergente. Esa amplia red de operaciones se acompañó de una estructura de gestión más compleja, digna de una gran empresa moderna. En el informe anual de la compañía de 1993 se consignan 26 puestos en la cúpula ejecutiva de la misma, de los que solo 5 son ocupados por miembros de las familias fundadoras (véase el cuadro # 4.7).

Destacan Emilio Azcárraga Milmo en la presidencia del grupo y su sobrino, Alejandro Burillo Azcárraga, en la vicepresidencia ejecutiva. El grupo se completa por el hijo de Azcárraga, Emilio Azcárraga Jean; otro sobrino, Emilio Díez Barroso Azcárraga; y el nieto de Miguel Alemán Valdés, expresidente de México y fundador del grupo, Miguel Alemán Magnani. Las relaciones de parentesco pueden apreciarse con mayor claridad en el anexo # 16. También es sobresaliente la presencia de viejos ejecutivos con años de servicio en la compañía como Alejandro Sada Olivares, Jorge Kanahuati Gómez, Alejandro Quintero Ramírez, Othón Vélez Carrreño, Ernesto Barrientos Reyes, Guillermo Cañedo de la Bárcena –y el hijo de este Guillermo Cañedo White–, Amalia Gómez Zepeda y Aurelio Pérez. No obstante, como se puede observar en el cuadro # 4.7, se trata de una directiva que en sus puestos operativos se ha profesionalizado, es decir, sus funcionarios son especialistas del departamento que dirigen.

Después de colocar sus acciones en la bolsa de valores de México (1991) y Estados Unidos (1993) el consorcio finalmente se abrió al escrutinio –cuando menos– de los inversionistas y logró el acceso a un abanico más amplio de opciones financieras y de negocios, por lo que requirió de una nueva constelación de fuerzas y alianzas que se expresó en la reorganización de su Consejo de Administración. Además, el nuevo consejo, reflejaría los cambios que había

⁶⁹ JOHNSTON, D.C., 1995. Rene Anselmo, 69, the founder of a satellite network, is dead. *The New York Times* [en línea]. 21 septiembre 1995. Disponible en: <http://www.nytimes.com/1995/09/21/obituaries/rene-anselmo-69-the-founder-of-a-satellite-network-is-dead.html>.

sufrido el grupo de accionistas de la empresa a lo largo de casi dos décadas.

Cuadro # 4.7				
Funcionarios de Grupo Televisa, 1993				
Nombre	Apellido paterno	Apellido Materno	Cargo	Años de servicio ^{1/}
Emilio	Azcárraga	Milmo	Presidente del Consejo de Administración y Presidente del Grupo	41
Alejandro	Burillo	Azcárraga	Vicepresidente del Consejo de Administración y Vicepresidente Ejecutivo del Grupo	13
Alejandro	Sada	Olivares	Vicepresidente Corporativo del Grupo	20
Félix José	Araujo	Ramírez	Presidente de Telesistema Mexicano	8
Justino	Compeán	Palacios	Presidente de Morning Glory Productions	12
Lawrence W.	Dam		Presidente de Univisa, Inc.	n. d.
Jorge	Kanahuati	Gómez	Vicepresidente de Expansión y Presidente de Cablevisión	22
Alejandro	Quintero	Ramírez	Presidente del Grupo de Publicidad, Radio, Discos y Doblaje	20
Arturo	Stieglitz	López	Presidente Ejecutivo de Univisa, Inc.	
Othón	Vélez	Carreño	Presidente de Televisión	37
Miguel	Alemán	Magnani	Vicepresidente de Comunicación Corporativa	5
Emilio	Azcárraga	Jean	Vicepresidente de Programación de Televisión	3
Ernesto	Barrientos	Reyes	Vicepresidente de Operaciones de Televisión Locales	20
Guillermo	Cañedo	de la Bárcena	Vicepresidente de Asuntos Oficiales, Legales e Internacionales	22
Guillermo	Cañedo	White	Vicepresidente de Planeación Estratégica y Relaciones Bursátiles	3
José Alberto	Ciurana	Macías	Vicepresidente de Estaciones Transmisoras	3
Rafael	de Haro	Lebrija	Vicepresidente de Ventas	11
Emilio	Díez Barroso	Azcárraga	Vicepresidente de Noticieros y Eventos Especiales	17
Alejandro	Gayou	Almada	Vicepresidente Administrativo	15
Amalia	Gómez	Zepeda	Vicepresidente de Coordinación	42
Jorge	Eduardo	Murguía	Vicepresidente Administrativo en San Ángel	9
Aurelio	Pérez	Sánchez	Vicepresidente de Información	24
Pablo	Torres	Guerrero	Vicepresidente de Finanzas	12
Roberto	Yaber	Jiménez	Vicepresidente Administrativo en Chapultepec	12
Jacobo	Zabludovsky	Kraves	Vicepresidente de ECO	17
Fco. Javier	Mondragón	Alarcón	Asesor Legal y Prosecretario	2

1/ Años en el puesto.
n. d. No hay dato.
Fuente: elaborado con información de GRUPO TELEvisa, 1993. Oferta pública secundaria..., pp. 96-97 y GRUPO TELEvisa, 1994. Informe anual 1993. México: Grupo Televisa, p. 64.

Con la fundación de Televisa, quedaron bajo un mismo paraguas empresarial los canales 2, 4, 5 y 8 y sus repetidoras en todo el país. La estructura de la nueva propiedad quedó distribuida en 75% de acciones para las familias fundadoras de Telesistema Mexicano –Azcárraga, O’Farrill y Alemán—y el 25% para el Grupo Alfa, encabezado por la familia Garza Sada.⁷⁰ El cuadro # 4.8 resume la forma en que quedaron distribuidas los títulos del nuevo consorcio:

Cuadro # 4.8				
Distribución del capital de Televisa en agosto de 1973				
Accionista	Representante	Serie	Monto (pesos)	%
Telesistema Mexicano, S.A.	Rómulo O’Farrill	A	151,875,000	75.0%
Televisión Independiente de México, S.A.	Eduardo López Franco	n. d.	46,625,000	23.0%
Fomento de Televisión Nacional	Eduardo López Franco	B	4,000,000	2.0%
Total			202,500,000	100.0%

Nota: el monto está en pesos corrientes.
Fuente: elaborado con información de PÉREZ ESPINO, E., 1979. El monopolio de la televisión comercial en México (El caso Televisa). *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 41, no. 4, p. 1456.

En 1982, la economía nacional vivió una situación crítica, y el Grupo Alfa enfrentó, por su parte, una severa crisis financiera,⁷¹ y se vio obligado a vender el 25% de sus acciones en Televisa,⁷² las que pasaron a los antiguos dueños de Telesistema. Para ese entonces la figura relevante en el consorcio era Emilio Azcárraga Milmo, el hijo del fundador.

De nueva cuenta se abre un periodo de varios años en el que las acciones de la empresa quedaron en manos de las familias fundadoras y que se extienda hasta que Televisa debuta en la Bolsa Mexicana de Valores. Se fijó el 10 de diciembre de 1991 para el inicio de la cotización de las acciones de la compañía que fueron colocadas en el mercado por las

⁷⁰ HERNÁNDEZ LOMELÍ, F., 2004. *Innovaciones en la industria mexicana de la televisión*. Doctorado. Guadalajara: Universidad de Guadalajara. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, p. 126 y Televisa se agiganta con la participación de Alfa. *Proceso.com* [en línea], 1980. Disponible en: <http://www.proceso.com.mx/128595/televisa-se-agiganta-con-la-participacion-de-alfa>.

⁷¹ Alfa tuvo que vender Admiral y Philco, empresas productoras de televisores y electrodomésticos. Véase: MARTÍNEZ ASSAD, C., 1984. Auge y decadencia del Grupo Monterrey. *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 46, no. 2, pp. 17-30. Como refiere Martínez Assad, Alfa incluso recibió un préstamo de Banobras por 12 mil millones de pesos, mediante un procedimiento irregular, amañado.

⁷² Martínez Assad señala que solamente vendió la mayoría de su paquete de acciones en Televisa.

casas de bolsa Acciones y Valores de México⁷³ y Ábaco.⁷⁴ La oferta de acciones, además de permitir que Televisa incursionara de manera abierta en los mercados de capitales, fue el medio que se utilizó para una reorganización de los accionistas de la empresa. De tal manera que mediante la colocación:⁷⁵

- La familia de Rómulo O'Farrill –una de las fundadoras– vende su participación en el consorcio.
- La familia Alemán se deshace de alrededor del 7% de su participación en la empresa y mantiene 11% en manos del nieto del fundador de la dinastía: Miguel Alemán Magnani.
- Algunas acciones pasan a manos de dos de los hijos (José Antonio y Guillermo Cañedo White) de uno de los colaboradores más cercanos de Azcárraga: Guillermo Cañedo de la Bárcena.
- Además, Carmela Azcárraga –hermana de Emilio Azcárraga Milmo— transfiere su participación –16% del total de las acciones— a su hijo Alejandro Burillo Azcárraga.

Un ajuste adicional se registra en 1993, pues en diciembre se registra una nueva colocación de acciones de la compañía, en el mercado mexicano y en el de Nueva York. La empresa ingresa a La Meca de los mercados de valores, por medio de una operación en la que algunos de sus accionistas lograron recuperar parte de su inversión. La colocación se realizó en diciembre (1993) y fue encabezada en México por un sindicato capitaneado por la casa de bolsa Acciones y Valores de México –ya para entonces parte del Grupo Financiero Banamex Accival— y en Estados Unidos por la firma de corretaje Goldman, Sachs & Co.⁷⁶ Al final de esta serie de operaciones, la estructura del control accionario del consorcio quedó distribuida de la manera en que se explica en el cuadro # 4.9. La mayoría de las acciones

⁷³ En ese entonces, los principales accionistas de Acciones y Valores de México, conocida como Accival, ya habían adquirido el paquete de acciones que les daba el control del Banco Nacional de México.

⁷⁴ BOLSA MEXICANA DE VALORES, 1992. *Anuario bursátil 1991*. México: Bolsa Mexicana de Valores, p. 93.

⁷⁵ GRUPO TELEVISA, 1991. *Oferta pública primaria de 8'000,000 de acciones Serie L, de voto y otros derechos corporativos limitados, sin expresión de valor nominal representativas del 2.6% del capital social con un valor de \$305,600'000,000*. México: Grupo Televisa, p. 10.

⁷⁶ GRUPO TELEVISA, 1993. *Oferta pública secundaria...*, p. 118.

quedan distribuidas en las tres familias Azcárraga, y notoriamente en Emilio Azcárraga Milmo (23.6% del total de las acciones), sus viejos aliados –los Alemán— y los aliados emergentes: los Cañedo White.⁷⁷

Cuadro # 4.9		
Composición de los accionistas de Grupo Televisa, diciembre de 1993		
Accionistas	Acciones	Participación
<i>Totales</i>	<i>927,000,000</i>	<i>100.00%</i>
Familias Azcárraga Milmo	218,788,411	23.60%
Familia Burillo Azcárraga	102,986,423	11.11%
Familia Díez Barroso Azcárraga	154,994,984	16.72%
Familia Alemán	87,282,750	9.42%
Familia Cañedo White	41,696,525	4.50%
Otros, incluye bolsa	321,250,908	34.65%
Fuente: elaboración propia con base en datos de Grupo Televisa, S. A., <i>Oferta pública secundaria...</i> , pp. 98-99.		

Entre 1991 y 1993 se produjo un quiebre histórico, se había roto el grupo de control que se había formado desde mediados de los años 50 y que nunca más –al menos hasta ahora—volvería a reunirse. De esta forma, la conformación del Consejo de Administración que habría de gobernar el desarrollo de Televisa quedó establecida con base en una nueva gama de fuerzas y de alianzas (cuadro # 4.10).

Ocho asientos del Consejo quedaron destinados al grupo de control de la compañía, encabezado por Emilio Azcárraga Milmo, quien moriría cuatro años después; tres lugares a aliados nacionales, entre los que destaca Bernardo Garza Sada, presidente del Grupo Alfa y antiguo socio de Televisa; Fernando Senderos, presidente del Grupo DESC, uno de los conglomerados más importante del país en ese entonces, y el presidente de la empresa de bebidas Pedro Domecq, Antonio Ariza Alducín, que era una importante anunciante en los medios del consorcio.

⁷⁷ La composición accionaria volvería a alterarse después del fallecimiento de Emilio Azcárraga Milmo en 1997.

Cuadro # 4.10			
Miembros del consejo de administración de Grupo Televisa, 1993			
Nombre	Ocupación	Años consejero	Relación
<i>Titulares serie A</i>			
Emilio Azcárraga Milmo	Presidente del Consejo de Administración y Presidente del Grupo	38	Familia fundadora
Emilio Azcárraga Jean	Vicepresidente de Programación de Televisión	3	Familia fundadora
Alejandro Burillo Azcárraga	Vicepresidente del Consejo de Administración y Vicepresidente Ejecutivo del Grupo	11	Familia fundadora
Miguel Alemán Magnani	Vicepresidente de Comunicación Corporativa	3	Familia fundadora
Emilio Díez Barroso Azcárraga	Vicepresidente de Noticieros y Eventos Especiales	3	Familia fundadora
Fernando Díez Barroso Azcárraga	Inversionista	21	Familia fundadora
Guillermo Cañedo White	Vicepresidente de Planeación Estratégica y Relaciones Bursátiles	3	Nuevos accionistas
José Antonio Cañedo White	Presidente de Desarrollo Axis	3	Nuevos accionistas
Bernardo Garza Sada	Presidente de Grupo Industrial Alfa	11	Ex accionista
Alejandro Sada Olivares	Vicepresidente Corporativo del Grupo	20	Funcionario de Televisa
Othón Vélez Carreño	Presidente de Televisión	1	Funcionario de Televisa
Antonio Ariza Alducín	Director General de Pedro Domecq, México	1	Relaciones nacionales
Fernando Senderos Mestre	Presidente y Director General de DESC	1	Relaciones nacionales
Juan Abello Gallo	Presidente de Grupo Torreal, España	1	Relaciones internacionales
Gustavo A. Cisneros Rendiles	Presidente de Venevisión	1	Relaciones internacionales
Ricardo Claro Valdés	Presidente de Megavisión	1	Relaciones internacionales
Manuel Jorge Cutillas Covani	Presidente del Consejo de Administración de Bacardí International, Ltd.	1	Relaciones internacionales
<i>Suplentes serie A</i>			
Justino Compeán Palacios	Presidente de Telesistema Mexicano	1	Funcionario de Televisa
Miguel Ángel Couchonal Miranda	Director Legal. Oficina de la Vicepresidencia Ejecutiva	3	Funcionario de Televisa
Rubén Fuentes Colín	Director Administrativo. Oficina de la Presidencia.	3	Funcionario de Televisa
Amalia Gómez Zepeda	Vicepresidente de Coordinación	21	Funcionario de Televisa
Jorge Vargas Díez Barroso	Vicepresidente de Planeación y Desarrollo de Noticieros y Eventos	3	Funcionario de Televisa

	Especiales		
Francisco Javier Mondragón Alarcón	Prosecretario	2	Funcionario de Televisa
Julio Barba Hurtado	Asesor Legal	3	
Julio C. Treviño Acué	Abogado independiente	3	
<i>Elegidos por accionistas de la serie L</i>			
Roberto Hernández Ramírez	Presidente del Grupo Financiero Banamex Accival	1	Grupo colocador de acciones
Jaime E. Yordán	Partner, Goldman, Sachs & Co.	1	Grupo colocador de acciones
Fuente: elaboración propia con base en datos de GRUPO TELEVISIA, 1993. <i>Oferta pública secundaria...</i> , pp. 95-96.			

Otro anunciante importante y relevante miembro del grupo internacional de negocios de origen cubano era Bacardí y Cía., encabezado por Manuel Jorge Cutillas Covani –nieto del fundador de la empresa— quien ocupaba otro lugar en el Consejo; además tenían sendos asientos Ricardo Claro Valdés, Presidente de Megavisión, empresa en la que Televisa detentaba el 49% del capital; y Gustavo A. Cisneros Rendiles, uno de los empresarios venezolanos más prominentes, dirigente de Venevisión –la “Televisa venezolana” — y socio de la mexicana en Univision de Estados Unidos, y el inversionista español Juan Abello Gallo⁷⁸. Cabe destacar que además ocupaban un lugar, cada uno, en representación de los accionistas de la serie L de la empresa –con derechos limitados—, Roberto Hernández, presidente del Grupo Financiero Banamex y Jaime E. Yordán, socio de la firma estadounidense de corretaje Goldman Sachs. A la sazón, estas dos instituciones encabezaron los sindicatos que colocaron en bolsa las acciones de Televisa en 1993.

Emilio Azcárraga Milmo estuvo al frente del Consejo Administración desde 1973 (incluyendo al nuevo Consejo), con la excepción del lapso que va de agosto de 1986 a julio de 1987 en el que la presidencia quedó en manos de Miguel Alemán Velasco.⁷⁹ A partir de los años noventa, la diversificación operativa, el fortalecimiento de su estructura de gestión, el ajuste de su grupo de control, la nueva conformación de su consejo de administración y su arribo a los mercados de valores –nacional e internacional— colocó a Televisa en la palestra de los principales consorcios mundiales de medios de comunicación (véase el cuadro # 4.11).

⁷⁸ La familia Abello organiza actualmente sus inversiones por medios de la firma Torreal. Véase: TORREAL, 2008. *Torreal*. [en línea]. Disponible en: <http://www.torreal.com/index.html>.

⁷⁹ FERNÁNDEZ, C. y PAXMAN, A., 2001. *El Tigre: Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*. México: Grijalbo. pp. 302-308.

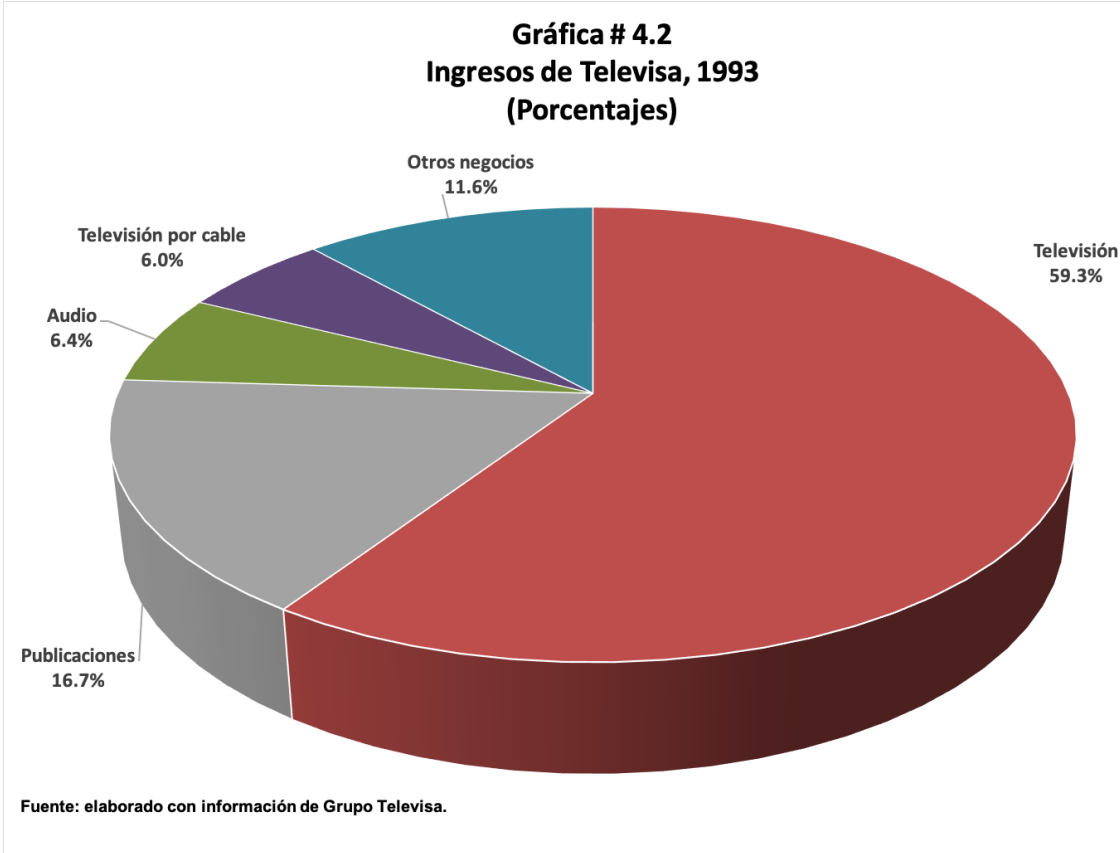
Cuadro # 4.11		
Ventas de algunos grupos internacionales de medios y entretenimiento, 1994		
(millones de dólares)		
Empresa	País	Ventas
CBS	Estados Unidos	11,564.0
Walt Disney	Estados Unidos	8,529.2
Time Warner	Estados Unidos	6,581.0
Thorn EMI	Reino Unido	6,456.2
Capital Cities / ABC	Estados Unidos	5,673.7
Times Mirror	Estados Unidos	3,714.2
Gannett	Estados Unidos	3,641.6
Reader's Digest Assn.	Estados Unidos	2,868.6
Knight-Ridder	Estados Unidos	2,451.3
New York Times	Estados Unidos	2,019.7
Tribune	Estados Unidos	1,952.5
Dow Jones	Estados Unidos	1,931.8
Grupo Televisa	México	1,834.8
Washington Post	Estados Unidos	1,498.2
E.W. Scripps	Estados Unidos	1,259.5
Fuente: elaborado con información de: FORTUNE, 1994. 500 The world's largest service corporations. <i>Fortune</i> , vol. 4, no. 130, pp. 150-151 y FORTUNE, [sin fecha]. Fortune 500: 1994 Archive Full List 1-100. <i>Fortune</i> [en línea]. Disponible en: http://archive.fortune.com/magazines/fortune/fortune500_archive/full/1994/1.html .		

El consorcio mexicano se colocaba en las grandes ligas de la actividad mundial de medios y entretenimiento, lo que no solamente implica un incremento en su prestigio empresarial, sino también permitió ampliar sus oportunidades para participar en el movimiento internacional de bienes y capitales de este segmento de la actividad económica. Gracias a esta fuerza logró mantener su posición como el tronco central del monopolio de la televisión en México, una estructura de control compartida hasta entonces con Imevisión –príncipe consorte más bien modesto—. Pero pese a su evidente diversificación, el centro de gravitación de Grupo Televisa se encontraba –todavía— en el funcionamiento de la televisión abierta, lo que analizaremos enseguida.

4.4. El poder de la máquina de sueños

Televisa podía presumir en 1993 que se había transformado en el principal consorcio mediático de lengua hispana en el mundo y de la importante red de negocios que tejió y maduró con plenitud a principios de los años noventa. Pese a todo, la televisión abierta se

mantenía como su principal fuente de liquidez, al grado de que, en 1993, casi 60 de cada 100 pesos que se facturaban tenían su origen en la “fábrica de sueños” (véase la gráfica # 4.2).



La compañía mexicana se había transformado, también, en la más grande productora de televisión en español en el mundo.⁸⁰ Ese poder de generación de riqueza tenía su base en un importante aparato de producción y distribución televisiva, y en la operación de la añeja estructura de cadenas nacionales de televisión (de los canales 2, 4 y 5) y de algunas señales locales. Para 1993, se trataba de un conglomerado de 230 canales de televisión que en su conjunto alcanza a prácticamente a toda la población del país; emite señal prácticamente las 24 horas de los 365 días del año y, tiene una enorme participación en el mercado, al menos en el de la Ciudad de México.

Pese a la abrumadora importancia de ese aparato técnico y empresarial, Televisa se

⁸⁰ GRUPO TELEVISIA, 1993. *Oferta pública secundaria...*, p. 3.

aprestaba a reforzar su poder en la televisión abierta, de tal forma que, con las 62 concesiones recibidas en diciembre de 1993, pensaba construir la cuarta red nacional, lo que requería una inversión de 120 millones de dólares.⁸¹ El equipo de televisión sería adquirido en España a un costo de hasta 50 millones de dólares que serían financiados por el Gobierno de ese país.⁸²

Con este andamiaje, Televisa era la fuerza más importante del monopolio de la televisión abierta, a tal grado que controlaba el 84% de la audiencia de la zona metropolitana de la Ciudad de México, una de las más grandes del mundo. Incluso, gracias a ese poder y a la complacencia y respaldo de las autoridades, podría dedicar un canal entero —en esa enorme zona metropolitana— para transmitir repeticiones de su producción (el canal 9) y de paso alzar una barrera a los intentos de entrada de nuevos capitales en esta zona del país (véase el cuadro # 4.12).

Cuadro # 4.12				
Indicadores operativos de la televisión de Televisa, 1993				
Concepto	Canal 2	Canal 5	Canal 4	Canal 9
Telehogares	14,000,000	10,000,000	12,000,000	4,000,000
% cobertura nacional	96%	68%	79%	22%
Estaciones propias	136	23	11	1
Participación mayoritaria	4	1	9	0
Participación minoritaria	5	1	2	0
Independientes	3	8	26	0
Totales	148	33	48	1
Participación en el mercado ^{1/}	47%	18%	7%	12%
Programación	Producción propia	Producción extranjera	Producción propia / producción extranjera	Repeticiones de producción propia
Horario de programación	7 días / semana 24 horas / día	7 días / semana 24 horas / día	7 días / semana 24 horas / día	7 días / semana 24 horas / día
1/ Promedio de participación dentro del mercado de televisores encendidos de la Ciudad México. Fuente: GRUPO TELEVISIA, 1994. <i>Informe anual 1993...</i> , p. 14.				

La estrategia del consorcio, que se coronó hacia finales de 1993 con la obtención de

⁸¹ *Ibid.*, p.57. Finalmente, la cuarta cadena no se construyó y los canales se redistribuyeron entre solamente tres cadenas.

⁸² El crédito sería a ocho años y cobraría un interés de 5.5% anual. *Ibidem.*

las 62 concesiones adicionales, tenía como objetivo contar con una presencia muy relevante en prácticamente todo el país y, muy especialmente, con una participación de varias de sus redes en las principales ciudades. Al respecto véase el cuadro # 4.13 en la que se resume la presencia de las estaciones de Televisa en las principales zonas metropolitanas.

Cuadro # 4.13 Presencia de los canales de televisión de Televisa en las 10 primeras ciudades y zonas metropolitanas del país, 1990			
Ciudades o zonas metropolitanas	Población total	Porcentaje población total	Canales de Televisa
Ciudad de México ^{1/}	15,047,685	18.5%	XEW-TV canal 2 XHTV-TV canal 4 XHGC-TV canal 5 XEQ-TV canal 9
Guadalajara	3,003,868	3.7%	XEWO-TV canal 2 XHG-TV canal 4 XHGA-TV canal 9 XHGUE-TV canal 21
Monterrey	2,671,715	3.3%	XET-TV canal 6 XHX-TV canal 10 XEFB-TV canal 3 XHMOY-TV canal 22
Puebla	1,057,454	1.3%	XHP-TV canal 3
León	983,050	1.2%	XHL-TV canal 11 XHLGT-TV canal 2 XHLEJ-TV canal 25
Torreón	878,289	1.1%	XELN-TV canal 4 XHO-TV canal 11 XHTOB-TV canal 40
Ciudad Juárez	798,499	1.0%	XEPM-TV canal 2 XHJUB-TV canal 56 XHJCI-TV canal 32
Tijuana	750,309	0.9%	XETV-TV canal 6 XEWTV-TV canal 12 XHUAA-TV canal 57
San Luis Potosí	658,712	0.8%	XHSLT-TV canal 2 XHSLA-TV canal 27
Acapulco	653,973	0.8%	XHAL-TV canal 4 XHAP-TV canal 2 XHACZ-TV canal 12
1/ Zona metropolitana. Fuentes: elaborado con información de INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES, 2016. Registro público de concesiones. <i>IFT Instituto Federal de Telecomunicaciones</i> [en línea]. [Fecha de consulta: 28 de mayo de 2017]. Disponible en: http://ucsweb.ift.org.mx/vrpc/ ; INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA, 2010. <i>Estadísticas históricas de México 2009</i> . Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística y Geografía, cuadro 1.54, e INSTITUTO NACIONAL			

DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA, [sin fecha]. XI Censo general de población y vivienda 1990. *Instituto Nacional de Estadística y Geografía* [en línea]. [Consulta: 17 abril 2017]. Disponible en: <http://www.beta.inegi.org.mx/proyectos/ccpv/1990/default.html>.

De esta forma, Televisa podría cubrir a la tercera parte del país con dos de sus redes nacionales —siempre el canal 2 y frecuentemente el canal 5— y además también contar con estaciones locales en algunas de las principales ciudades. Esta no era una situación común hacia 1993. Si bien ya había caído el Muro de Berlín, comenzaban a dismantelarse las redes de televisión pública de las naciones exsocialistas y avanzaba el programa de privatizaciones en prácticamente todos los países del mundo, Televisa tenía una posición privilegiada en el espectro mundial de la televisión. En los Estados Unidos, por ejemplo, la nación en que la televisión abierta en manos de empresas privadas alcanzaba el máximo de desarrollo, existían cuatro grandes cadenas —ABC, NBC, CBS y Fox— y no todas ellas poseían estaciones en las principales zonas metropolitanas de ese país (véase el cuadro # 4.14).

Esta enorme suma de licencias en su poder le permitió a Televisa que, por ejemplo, el canal 2 —el más importante— y sus 147 repetidoras lograran un alcance del 96% de los hogares con aparatos de televisión del país.⁸³ Adicionalmente, la posesión de concesiones se complementaba con una importante capacidad de producción. Televisa contaba con dos unidades de producción en la Ciudad de México, los estudios de Televisión y de Televisa San Ángel. En su conjunto controlaba 17 estudios y 18 unidades de control remoto para abastecer a sus cadenas en todo el país, sin menoscabo de contar con 24 estudios y 14 unidades remotas en las estaciones locales.⁸⁴

La programación que se distribuye por parte de los canales ancla —2, 4 y 5— tenía cuatro grandes afluentes: la producción acumulada de Televisa; su capacidad de producción anual en vivo; la adquisición de contenidos por parte de terceros, especialmente de proveedores extranjeros; y las películas que abastecen los estudios cinematográficos nacionales. A su vez, las estaciones locales sumaban a todas estas fuentes, su propia producción

⁸³ GRUPO TELEVISA, 1994. *Informe anual 1993...*, p. 15.

⁸⁴ GRUPO TELEVISA, 1993. *Oferta pública secundaria...*, pp. 64-65. Debe recordarse que con el terremoto que afectó a la Ciudad de México, resultaron gravemente dañadas las instalaciones centrales de la empresa ubicadas en Doctor Río de la Loza, entre las que se encontraban varios estudios y una torre de transmisión. No obstante, el consorcio logró superar esta situación.

local. El esquema de la producción-distribución del sistema de cadenas, que tanto éxito le produjo a Televisa, puede apreciarse de mejor manera en la gráfica # 4.3.

Cuadro # 4.14
Propietarios de las estaciones de televisión de los 10 principales mercados de EU, 1993

Ciudad	TV hogares	Repetidoras CBS		Repetidoras NBC		Repetidoras ABC		Repetidoras Fox	
		Canal	Dueño	Canal	Dueño	Canal	Dueño	Canal	Dueño
New York	6,760,400	WCBS	CBS	WNBC	NBC	WABC	ABC	WNYW	FOX
Los Ángeles	4,962,300	KCBS	CBS	KNBC	NBC	KABC	ABC	KTTV	FOX
Chicago	3,023,600	WBBM	CBS	WMAQ	NBC	WLS	ABC	WFLD	FOX
Filadelfia	2,659,700	WCAU	CBS	KYW	Otro	WPVI	ABC	WTFX	Otro
San Francisco-Oakland-San José	2,236,700	KPIX	Otro	KRON	Otro	KGO	ABC	KTVU	Otro
Boston	2,121,400	WHDH	Otro	WBZ	Otro	WCVB	Otro	WFXT	Otro
Washington	1,812,500	WUSA	Otro	WRC	NBC	WJLA	Otro	WTTG	FOX
Dallas-Ft. Worth	1,803,200	KDFW	Otro	KXAS	Otro	WFAA	Otro	KDAF	FOX
Detroit	1,728,000	WJBK	Otro	WDIV	Otro	WXYZ	Otro	WKBD	Otro
Atlanta	1,483,400	WAGA	Otro	WXIA	Otro	WSB	Otro	WATL	Otro

BROADCASTING PUBLICATIONS, 1993. Broadcasting & Cable Yearbook 1993. Section C Television. *AmericanRadioHistory.com* [en línea]. Disponible en: <http://www.americanradiohistory.com/Archive-BC-YB/Broadcasting-1993-Yearbook-Page-Range-Guide.htm>.

A lo largo de 1992 la producción propia suma 38 mil horas de programación anual en sus cuatro canales principales (como ya se había señalado, prácticamente 24 horas diarias por cada canal).⁸⁵ El contenido en vivo elaborado en casa se complementa con una robusta videoteca que acumula 100 mil horas de programación⁸⁶ –más de tres años continuos de transmisión– y la compra de programación en el extranjero –esencialmente estadounidense– la que aportó el 25% de la transmisión⁸⁷ en sus cuatro canales (9.5 mil horas anuales, aproximadamente). Por su parte, las estaciones locales, además de contar con el aprovisionamiento del contenido de los canales nacionales, poseían una capacidad propia de producción de 18 mil horas anuales⁸⁸. En síntesis, la “fábrica de sueños” se acompañó de un eficiente esquema de producción y de distribución que buscaba utilizar al máximo

⁸⁵ GRUPO TELEVISIA, 1993. *Oferta pública secundaria...*, p. 63.

⁸⁶ GRUPO TELEVISIA, 1994. *Informe anual 1993...*, p. 18.

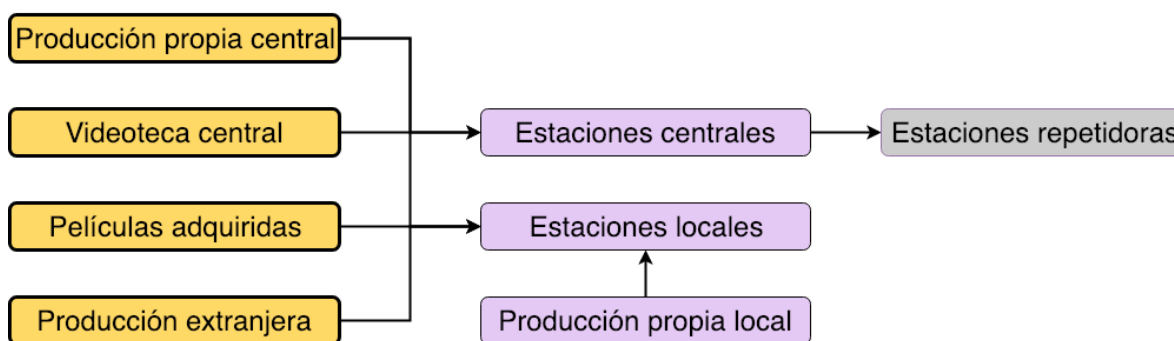
⁸⁷ GRUPO TELEVISIA, 1993. *Oferta pública secundaria...*, p. 65.

⁸⁸ *Ibid.*, p. 63.

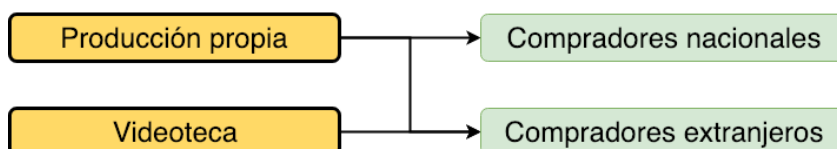
posible el contenido propio producido. Ejemplo de ese uso intensivo de los programas producidos por Televisa son “*El chavo del ocho*” y “*Siempre en domingo*”, no solamente consumido –hasta la saciedad– en la Ciudad de México sino exhibidos prácticamente en todo el país y en el extranjero.

Gráfica # 4.3
Televisa: esquema de distribución de la producción, 1993

Distribución en las cadenas propias



Distribución para clientes externos



Fuente: elaboración propia.

El análisis de la programación de los cuatro canales centrales de Televisa –2, 4, 5 y 9–, nos permite revelar otros aspectos centrales de su modelo de hacer televisión. Para hacer este examen se construyó una muestra con la información de 7 días de programación, de los cuatro canales, durante la primera semana de marzo de 1973 y 1993. Es necesario resaltar, en principio, que entre 1973 y 1993, la transmisión de las cuatro señales pasó de 51 a 75 horas diarias. Sin embargo, si no se considera la programación de ECO Internacional⁸⁹ la transmisión

⁸⁹ ECO nació en 1988 y fue pensado como “[...] un servicio internacional de información y entretenimiento que transmite las 24 horas del día”. GRUPO TELEvisa, 1993. *Oferta pública secundaria...*, p. 63. En 1993, una parte del servicio se transmitía por el canal 4, utilizando, en promedio semanal, 11 horas diarias de la

llegó a 64 horas diarias por parte de los cuatro canales, un avance del 25% en la capacidad de emisión y que implicaba el uso del 75% del llamado tiempo comercial, que va de las 6 de la mañana a las 12 de la noche. Pese a todo el poderío de la capacidad productiva de Televisa en 1993, casi la mitad de toda la programación transmitida (44.7%) por sus cuatro canales tenía una fuente externa —no considerando la producción de ECO Internacional—, básicamente películas (23.2% del tiempo total), series (12.3%) y caricaturas (9.2%), (véase el anexo # 11). La producción propia tenía como principal fuente a las noticias (9.7% del tiempo), las telenovelas (9.0%) y los programas deportivos (7.2%). Por su parte, el Gobierno Federal, utilizando el llamado “tiempo de Estado”, contribuía con el 8.3% del tiempo de la programación de una semana en los canales de Televisa. Así los seis géneros comentados, más los programas gubernamentales, ocupaban el 79% del tiempo de transmisión de los cuatro canales.

El cine, tanto nacional como extranjero, ha sido un abastecedor permanente de contenido para la empresa televisiva. En la semana que se seleccionó, se exhibieron 52 cintas en los cuatro canales de Televisa. La mitad correspondieron a producciones extranjeras —la enorme mayoría con más de cinco años de haberse estrenado—, en su gran mayoría estadounidenses provenientes del circuito de los estudios de Hollywood. La otra mitad, mexicanas, abastecidas básicamente de la vieja producción cinematográfica mexicana —21 de las 26 películas tenían más de diez años de estrenadas— y solamente dos producidas por Televisa.

Televisa desarrolló, a lo largo de la historia, un esfuerzo importante por impulsar la producción propia, en especial por desarrollar una forma especial de producir telenovelas, lo que más arriba señalamos como la “industrialización del melodrama”, al grado de que en 1993 contaba con tres escuelas para la formación de actores, y también de técnicos.⁹⁰ Sin embargo, a lo largo de sus desarrollo, y especialmente desde los años 60, es notoria su dependencia constante y orgánica —propriadamente estructural— de la programación externa, especialmente de la que tiene su fuente en Estados Unidos, sobre todo en tres géneros principales: los programas seriados (series), los dibujos animados y las películas. El viejo esquema de importación

programación de ese canal. En abril de 2001 dejó de producirse este servicio. Véase: GRUPO TELEVISA, 2002. *Informe anual que se presenta de acuerdo con la circular 11-33 de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, por el año terminado el 31 de diciembre de 2001*. México: Grupo Televisa, p. 27.

⁹⁰ GRUPO TELEVISA, 1993. *Oferta pública secundaria...*, p. 63.

de contenido diseñado a lo largo de los años 60 se mantenía esencialmente intacto.⁹¹

En el anexo # 12, puede apreciarse que entre 1973 y 1993 los principales proveedores de las series –uno de los géneros más demandados— eran los cuatro “*networks*” estadounidenses, es decir las cuatro firmas más importantes de televisión abierta en ese país: ABC, NBC, CBS y Fox. En el caso de las caricaturas, además de la tradicional fuente de abasto de las productoras estadounidenses, se diversificó hacia los dibujos animados japoneses. Hasta este punto Televisa había mantenido una larga relación comercial con firmas estadounidenses como Hanna-Barbera Productions, Warner Bros., Saban International y Walt Disney Company (véase anexo # 13). La adquisición de derechos de dibujos animados permitió, por ejemplo, transmitir durante años las series de cortos *Merry Melodies* y *Looney Tunes*, conocida en México como *Fantasías animadas de ayer y hoy*, producida entre 1931 y 1969.

Una parte importante del abastecimiento de la programación emitida en sus cadenas y de la que se vendía a terceros era los programas grabados. A lo largo de varias décadas Televisa había logrado acumular una fuente invaluable de contenidos, al grado de que si se sumaba el valor de los derechos de transmisión más el de las películas y programas en inventario sumaban mil 66 millones de pesos en 1993, equivalentes a 343 millones de dólares y que representaban casi el 10% de los activos totales de la compañía.⁹²

Gracias a su inventario, Televisa tenía la posibilidad de incursionar con mayor fuerza en los mercados internacionales. Podía distribuir su producción en las empresas de Estados Unidos, Perú y Chile en las que participaba como accionista, a lo que habría que sumar las ventas a otras televisoras extranjeras y a las pocas mexicanas que escapaban a su control total. El licenciamiento de sus producciones a terceros sumó 35 mil horas⁹³ y 46 mil horas en 1993. Para este último año las exportaciones de programación llegaban a 85 países.⁹⁴

⁹¹ En un estudio sobre la situación en 1983 se afirma: “Cuando se compara con la situación en 1973, parece que la estructura se ha mantenido más o menos igual. México y Argentina, por ejemplo, importaron, entonces como ahora, aproximadamente tres cuartas partes de sus programas extranjeros de los Estados Unidos”. Y con base en el mismo estudio puede calcularse un dato más revelador: las productoras de Estados Unidos aportaron el 35% del tiempo total transmitido por las televisoras de América Latina en 1983. Véase: VARIS, T., 1986. Trends in international television flow. *International Political Science Review*, vol. 7, no. 3, p. 237, 242 y 243.

⁹² GRUPO TELEVISA, 1994. *Estados financieros 1993...*, pp. 4, 16.

⁹³ GRUPO TELEVISA, 1993. *Informe anual 1992*. México: Grupo Televisa, p. 18.

⁹⁴ GRUPO TELEVISA, 1993. *Oferta pública secundaria...*, p. 70.

Aunque no se cuenta con cifras concretas, el producto estrella de exportación eran las telenovelas, las que con su contribución permitían financiar la adquisición de series, caricaturas, películas y eventos deportivos en el exterior. Sin embargo, es probable que se exagere el éxito financiero de la exportación de telenovelas, toda vez que es posible que la empresa estuviera sujeta a una constante presión por obtener moneda extranjera para hacer frente a los pagos de los derechos de la programación que se adquiría en el extranjero, así como a la inversión en equipo y tecnología. Al menos es posible establecer que las cuentas corrientes de la compañía en divisas reportaban déficits en moneda extranjera equivalentes a 423.6 millones de pesos en 1992 y 487.5 millones de pesos en 1993, equivalentes al 9.3% y 8.1% en los dos años mencionados, respectivamente.⁹⁵

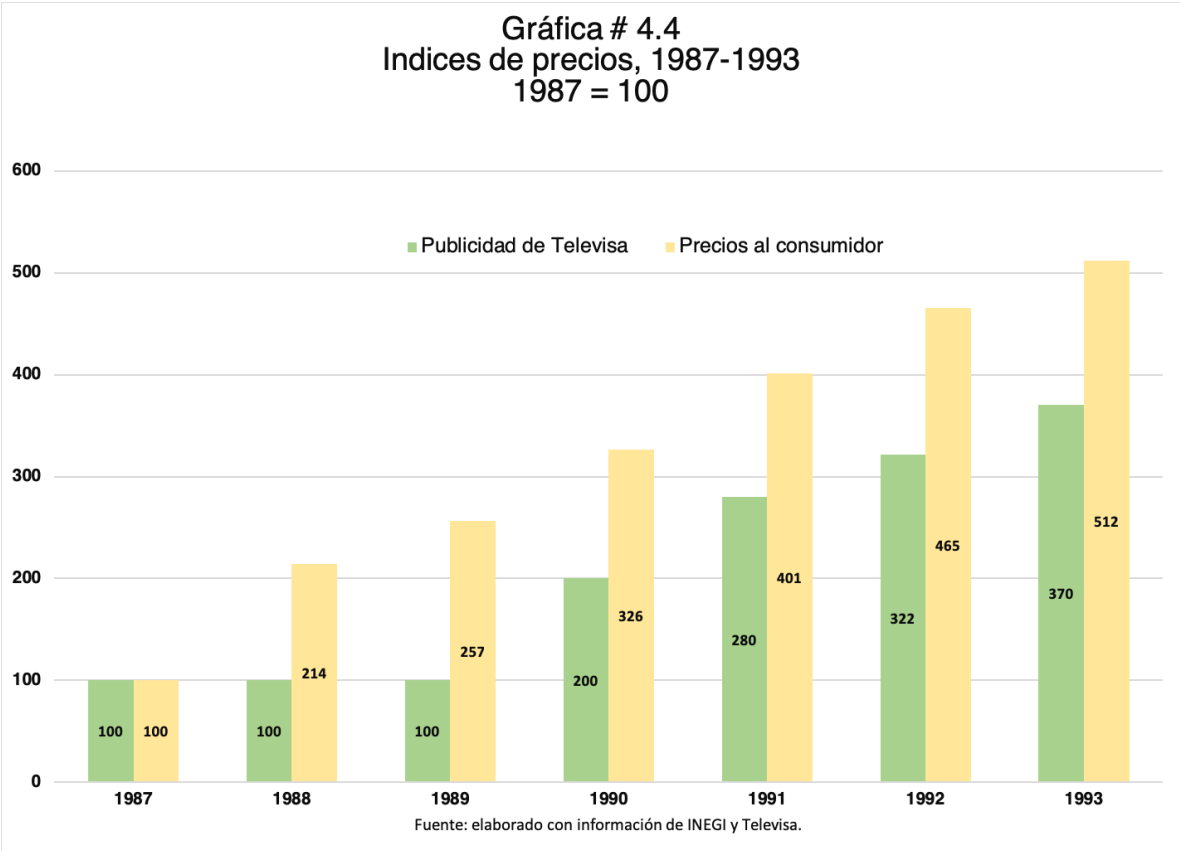
Gracias a su diversificación y, sobre todo, al despliegue de las redes de los canales que controla, Televisa llegó a tener un peso decisivo en el mercado publicitario nacional. No existen estadísticas históricas completas y sistemáticas sobre la evolución de la publicidad en el país. Sin embargo, con base en los reportes de ingresos por parte de Televisa y de la información de la contabilidad nacional, puede estimarse que entre 1990 y 1993, los ingresos de la compañía —compuesto mayoritariamente por ventas de espacios comerciales en televisión—, representaron el 42% —en promedio— de la publicidad total nacional.⁹⁶ Es más, la propia Televisa señalaba en su informe anual correspondiente al año 1992 que: “En 1992, las ventas netas de publicidad en televisión de Grupo Televisa representaron, según estimaciones de la Compañía, el 80% del total de los gastos de publicidad de televisión en México y alrededor de 60% de todos los gastos de publicidad en el país”.⁹⁷ Gracias a este peso y a su larga experiencia en el mercado publicitario, contaba con una importante ventaja para negociar los precios de la publicidad y las formas de pago. Televisa creó el “Plan Francés” por medio del cual los

⁹⁵ Los cálculos se realizaron con base en GRUPO TELEvisa, 1993. *Estados financieros 1992*. México: Grupo Televisa, p.19 y GRUPO TELEvisa, 1994. *Estados financieros 1993...*, p. 32.

⁹⁶ Los cálculos se realizaron con base en INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA, 2000. *Sistema de cuentas nacionales de México, Cuentas de bienes y servicios, 1988-1999, tomo I*. Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, cuadro 101. De acuerdo con otras fuentes, se podría estimar que Televisa concentraba el 54% de la publicidad total nacional en 1993. Véase: MERCAMÉTRICA EDICIONES, 1995. *Manual para selección de medios publicitarios*. 17a. México: Mercamétrica Ediciones, pp. 30-31.

⁹⁷ GRUPO TELEvisa, 1993. *Informe anual 1992...*, p. 18.

clientes depositaban en efectivo o en documentos de largo plazo el monto total de su publicidad anual a adquirir en los meses de octubre y noviembre, con la condición de que las tarifas vigentes desde el primero de enero del año siguiente se mantendrían sin cambios. Sin embargo, los años de alta inflación terminaron por afectar al desempeño de la compañía, al menos en el periodo 1987-1993, como puede apreciarse en la gráfica # 4.4.



Su capacidad para contar con señales en las principales ciudades del país y su alcance en las audiencias televisivas, le permitían al consorcio aplicar una política diferencial de precios, que podía adaptarse a los mercados en los que era prácticamente el único participante –generalmente en algunas de las ciudades del interior del país– y, por otra parte, convertirse en el principal beneficiario del importante mercado de la Ciudad de México, en la que contaba con cuatro canales –más que ningún otro grupo–, los que fijaban sus tarifas por encima de las de la competencia (véase el cuadro # 4.15). La diferenciación era clara al punto de ubicar en una categoría especial a los dos canales de tenían redes nacionales –

repetidoras en todo el país—, el canal 2 y el canal 5, que cobraban tarifas sustancialmente más altas que la de las estaciones locales del resto del país.

Cuadro # 4.15					
Costo de espacio (spot) de 60 segundos en canales de televisión abierta en los programas del horario AAA, 1995					
(pesos corrientes)					
Ciudad	Estado	Siglas	Canal	Afiliación	Costo
Aguascalientes	Ags.	XHAG-TV	13	Televisa	708 ^{1/}
Ensenada	B.C.	XHS-TV	23	Televisa	1,068
Mexicali	B.C.	XHBC-TV	3	Televisa	5,250
Tijuana	B.C.	XEWT-TV	12	Televisa	5,298
Tijuana	B.C.	XHBJ-TV	45	Otro	2,000
La Paz	B.C.S.	XHK-TV	10	Televisa	1,074
Cd. Acuña	Coah.	XHKW-TV	58	Televisa	228
Piedras Negras	Coah.	XHPN-TV	3	Televisa	1,200
Saltillo	Coah.	XHRCG-TV	7	Televisa	2,106
Torreón	Coah.	XHIA-TV	2	Otro	1,369
Torreón	Coah.	XHOAH-TV	9	Otro	2,304
Colima	Col.	XHCC-TV	5	Televisa	1,050 ^{2/}
Tuxtla Gutiérrez	Chis.	XHDY-TV	5	Televisa	1,830
Chihuahua	Chih.	XHAUC-TV	9	Televisa	2,304
Cd. Juárez	Chih.	XEJ-TV	5	Televisa	2,880
Cd. Juárez	Chih.	XEIJ-TV	44	Otro	2,628
Cd. Juárez	Chih.	XHJUB-TV	56	Televisa	2,880
Parral	Chih.	XHMH-TV	12	Televisa	1,362
México	D.F.	XEW-TV	2	Televisa	495,000
México	D.F.	XH-TV	4	Televisa	39,000
México	D.F.	XHGC-TV	5	Televisa	345,000
México	D.F.	XHIMT-TV	7	Otro	22,200
México	D.F.	XEQ-TV	9	Televisa	87,000
México	D.F.	XEIPN-TV	11	Otro	31,000
México	D.F.	XHDF-TV	13	Otro	33,000
México	D.F.	XEIMT-TV	22	Otro	18,000
Durango	Dgo.	XHA-TV	10	Televisa	1,056
Durango	Dgo.	XHND-TV	12	Televisa	1,056
León	Gto.	XHL-TV	10	Televisa	11,112
León	Gto.	XHLGG-TV	6	Televisa	6,660
Acapulco	Gro.	XHAL-TV	4	Televisa	1,338
Guadalajara	Jal.	XHG-TV	4	Televisa	14,700
Guadalajara	Jal.	XEDK-TV	6	Otro	12,765
Guadalajara	Jal.	XHGA-TV	9	Televisa	14,700
Morelia	Mich.	XHBG-TV	13	Televisa	1,830
Cuernavaca	Mor.	XEX-TV	8	Televisa	7,698
Tepic	Nay.	XHKG-TV	2	Televisa	1,374
Tepic	Nay.	XHTFL-TV	5	Televisa	1,374

Monterrey	N.L.	XEFB-TV	2	Televisa	12,780
Monterrey	N.L.	XHAW-TV	12	Televisa	12,780
Oaxaca	Oax.	XHOB-TV	3	Televisa	1,848
Puebla	Pue	XHP-TV	3	Televisa	5,262
Querétaro	Qro.	XHZ-TV	5	Televisa	6,390
Cancún	Q. R.	XHCCU-TV	13	Televisa	1,302
Chetumal	Q. R.	XHLQR-TV	7 y 10	Otro	994
Cd. Valles	S.L.P.	XHUVSL-TV	8	Televisa	690
San Luis Potosí	S.L.P.	XHDE-TV	13	Televisa	1,842
Culiacán	Sin.	XHO-TV	3	Televisa	2,106
Mazatlán	Sin.	XHMZ-TV	7	Televisa	1,590
Cd. Obregón	Son.	XHI-TV	2	Televisa	2,130
Hermosillo	Son.	XEWH-TV	6	Otro	2,000
Hermosillo	Son.	XHAK-TV	12	Televisa	2,400
Villahermosa	Tab.	XHTVL-TV	9	Televisa	3,954
Cd. Victoria	Tam.	XHVTU-TV	7	Televisa	1,530
Matamoros	Tam.	XHAB-TV	7	Televisa	1,740
Nuevo Laredo	Tam.	XEFE-TV	2	Televisa	1,362
Reynosa	Tam.	XHRIO-TV	2	Otro	1,310
Tampico	Tam.	XHGO-TV	7	Televisa	1,848
Tampico	Tam.	XHFW-TV	9	Televisa	1,608
Tampico	Tam.	XHTAO-TV	6	Televisa	5,280
Mérida	Yuc.	XHY-TV	3	Televisa	1,584
Mérida	Yuc.	XHST-TV	13	Otro	1,495
Veracruz	Ver.	XHAI-TV	9	Televisa	8,268
Zacatecas	Zac.	XHBO-TV	3	Televisa	708 ^{1/}
1/ Tiempo AA o A.					
Fuente: MERCAMÉTRICA EDICIONES, 1995. <i>Manual para selección de medios...</i>					

El poder monopólico le permitía a Televisa llevar a la práctica la gestión de los precios, eliminando en los hechos al mercado. Por ejemplo, en la Ciudad de México el *spot* de 60 segundos en el canal 2⁹⁸ tenía un costo de 495 mil pesos, mientras que el canal 13 –recientemente privatizado en ese entonces— aplicaba una tarifa de 33 mil pesos por el mismo espacio. Televisa podía, en la práctica, fijar el precio de la publicidad en el mercado de la televisión debido a todos sus elementos de poder y control descritos hasta aquí, a lo que habría que añadir su fuerza dentro de la audiencia televisiva. Los cuatro canales del consorcio atrajeron el 89% de la audiencia promedio entre 1991 y 1993. Destaca el canal 2, que por sí mismo, concentra el 50% de la audiencia promedio en ese mismo período.⁹⁹

⁹⁸ Debe señalarse que en el año 1991 el canal 2 aportó el 55% de las ventas de publicidad por televisión de Televisa. Véase: GRUPO TELEVISIA, 1992. *Informe anual 1991*. México: Grupo Televisa, p. 2.

⁹⁹ Cálculos elaborados con base en GRUPO TELEVISIA, 1992. *Informe anual 1991...*, pp. 1-2; GRUPO

Pero la publicidad también jugó otro papel, el de relacionar a Televisa con las principales agencias de publicidad, generalmente filiales de consorcios extranjeros y servir de ventana para que las grandes empresas de bienes de consumo y algunas de bienes duraderos –entre las que destacan firmas extranjeras— ofrezcan sus productos al televidente mexicano. Al respecto de la presencia de agencias de publicidad extranjera puede verse el cuadro # 4. 16.

Cuadro # 4.16	
Algunas de las grandes agencias internacionales de publicidad con presencia en México, 1970-1973	
Matriz	Subsidiaria mexicana
J. Walter Thompson Company	Walter Thompson de México
Mc Cann Erickson Inc.	Mc Cann Erickson-Stanton
Compton Advertising, Inc.	Publicidad Ferrer
D’Arcy-Mac Manus & Masius	Publicidad D’Arcy
Ogilvy & Mather, Inc.	Panamericana de Publicidad
Leo Burnett Company Inc.	Leo Burnett-Novas
Doyle, Dane & Bernbach Inc.	Doyle, Dane & Bernbach de México
Needham, Harper & Steers Adv. Inc.	Romero Needham
Young & Rubicam International Inc.	Young & Rubicam
Norman, Craig & Kummen Inc.	Arellano NCK, Publicidad
Fuente: BERNAL SAHAGÚN, V.M., 1983. <i>Anatomía de la publicidad en México: monopolios, enajenación y desperdicio</i> . 6a. edición. México: Editorial Nuestro Tiempo, p. 105.	

A lo largo de los 20 años que reseñamos, además del propio gobierno, otras agrupaciones televisivas recibieron 38 concesiones de televisión abierta (véase el anexo # 22). De esta manera, además de las estaciones independientes que ya operaban, se lograron consolidar algunos pequeños intereses regionales, todos con diverso grado de relación con Televisa.

Sobresale el caso de Andrés García Lavín, quién fue colaborador del grupo O’Farrill-Ávila Camacho y partió a Yucatán a establecer un grupo de medios –periódicos, estaciones de radio y de televisión— en alianza con Televisa¹⁰⁰. Hasta antes de la creación de este

TELEVISIA, 1993. *Informe anual 1992...*, pp. 16-17, y GRUPO TELEVISIA, 1994. *Informe anual 1993...*, p. 14. Los datos de la audiencia se refieren a los encendidos o share, es la audiencia de un canal comparado con la audiencia de los televisores que estaban encendidos. No es un indicador de rating, pues este se refiere a la audiencia de un canal, comparada con todos los hogares que tengan televisión, estén o no encendidos. Puede obtenerse más información sobre las mediciones de audiencias en los medios de comunicación en: GONZÁLEZ LOBO, M.Á. y CARRERO LÓPEZ, E., 2008. *Manual de planificación de medios*. 5a. Madrid: ESIC Editorial.

¹⁰⁰ De acuerdo con García Lavín: “Me asocié con don Emilio Azcárraga Vidaurreta, el abuelo del actual Emilio Azcárraga Jean, con el 51% de acciones. La inversión en aquel entonces fue como de siete millones de pesos. Iniciamos con 60 empleados y con producciones propias como las hacemos actualmente.

consorcio, en 1973, García Lavín ya operaba cuatro canales de televisión a lo que añadió una concesión más en Cancún. A la larga incluso algunas de las concesiones obtenidas fueron revendidas a Televisa (Campeche y Tapachula) y actualmente dos de los canales de la familia García Lavín en Mérida repiten al canal 2 y el 9 de Televisa.¹⁰¹

Existe también una añeja cercanía entre lo que ahora se conoce como Televisoras Grupo Pacífico y Televisa. Como ya mencionamos en el capítulo anterior, esta relación se remonta a la fundación del propio consorcio sinaloense, el que no recibió ninguna concesión adicional entre 1973 y 1993, a las tres que ya operaba.

Lo que ahora conocemos como Grupo Multimedios, mantuvo una relación de relativa cercanía con Telesistema Mexicano que se fue estrechando después de la creación de Televisa. Multimedios operaba su canal central en Monterrey, pero entre 1973 y 1993 habría recibido hasta cinco concesiones adicionales lo que, en la práctica lo transformó en un grupo regional de televisión.¹⁰²

Personajes políticos ligados al mundo de la comunicación gubernamental, o familiares de ellos, fueron acreedores de concesiones. Es el caso de Rodolfo Landeros¹⁰³, que recibió dos concesiones en Baja California. Al menos una de ellas fue rápidamente entregada a Televisa para su operación y las dos concesiones fueron adquiridas por este consorcio. La relación con Televisa no era pasajera:

Landeros y el señor Emilio Azcárraga Milmo (q.e.p.d.) eran muy amigos y compañeros de ideas políticas; así que el licenciado Landeros decide asociarse con Azcárraga para que la gente del grupo Televisa Radio se hiciera cargo operativamente de sus dos empresas en Mexicali: la ya repetidora del canal 5 y la radiodifusora, apenas en proyecto y construcción [...].¹⁰⁴

Ahorita tenemos en televisión como 150 empleados directos, poco más o menos, aquí en Mérida". OREA, M., 2004. Gigantes del sureste. *Latitud 21*, vol. 2, no. 19.

¹⁰¹ Puede obtener más información sobre los intereses de García Lavín en los medios en: GRUPO SIPSE, a. Nuestra historia. Sipse.com [en línea]. Disponible en: <http://sipse.com/grupo-sipse/historia>.

¹⁰² En la actualidad Multimedios opera un conjunto de estaciones regionales de televisión, varias estaciones de radio y un grupo de diarios bajo el sello de *Milenio*. Véase: GUTIÉRREZ, L., 2013. Haciendo historia en la comunicación. *45 aniversario Multimedios Televisión*, pp. 8-9.

¹⁰³ Trabajó en el área de comunicación del PRI y fue Jefe de Prensa de la Presidencia de la República. Véase: MARABOTO, M., 2015. Jefes de Prensa: de Los Pinos ¿adónde? *Forbes México* [en línea]. [Consulta: 2 noviembre 2017]. Disponible en: <https://www.forbes.com.mx/jefes-de-prensa-de-los-pinos-adonde/>.

¹⁰⁴ AVILÉS MUÑOZ, P., 2006. La última concesión en Mexicali, 90.7. Historia y testimonio. *Los medios de comunicación en Baja California*. México: Universidad Autónoma de Baja California / Miguel Ángel Porrúa, pp. 265-266. A mayor abundamiento, el presidente de la Fundación Teletón, Fernando Landeros

Hasta aquí el caso de los grupos empresariales notoriamente ligados con Televisa. Pero otros intereses también estaban en juego. Dentro del conjunto de políticos devenidos en empresarios televisivos está el de Manuel Alonso Muñoz, director de comunicación social bajo la presidencia de Miguel de la Madrid¹⁰⁵. Todo indica que su hijo, Miguel Alonso Coratella, es la figura que está detrás de la empresa que recibió la concesión para operar dos estaciones: una en Tijuana en 1981¹⁰⁶ y otra en Sabinas, Coahuila –que posteriormente vendería—, y que se sumaron a la que, ya poseía en Matamoros. Hasta ahora, las estaciones de Alonso en Tijuana y Matamoros sirven de repetidoras del consorcio estadounidense Entravision para difundir su señal en las poblaciones de Estados Unidos colindantes con nuestro país: Mc Allen (Texas) y San Diego (California)¹⁰⁷.

La lista de personajes del mundo de los negocios televisivos con nexos en la política incluye a Alfonso Esper Bujaidar, yerno del ex gobernador de Tamaulipas, Enrique Cárdenas González¹⁰⁸, y empresario de la construcción¹⁰⁹, quien recibe una concesión para operar un canal en Ciudad Valles, San Luis Potosí. También existen indicios de que otro funcionario ligado al área de comunicación social de la Presidencia, Fausto Zapata, logró obtener en 1975 una licencia para operar el entonces canal 13 de San Luis Potosí. Finalmente, el canal quedaría en manos del empresario local José Morales Reyes.¹¹⁰ Dentro del rubro de las licencias otorgadas a familias que tienen conexión directa con el ámbito político se encuentra

Verdugo, es hijo de exgobernador de Aguascalientes. La Fundación mantiene una estrecha relación con Televisa.

¹⁰⁵ MARABOTO, M., 2015. Jefes de Prensa...

¹⁰⁶ Véase: NBC launching new Telemundo San Diego O&O. *TVNewsTalk.net* [en línea], [sin fecha]. [Consulta: 3 junio 2017]. Disponible en: <http://forums.tvnewstalk.net/index.php?threads/nbc-launching-new-telemundo-san-diego-o-o.15855/>.

¹⁰⁷ ENTRAVISION, [sin fecha]. All TV Stations. *Entravision* [en línea]. [Consulta: 6 junio 2017]. Disponible en: <http://www.entravision.com/tv/all-tv-stations/>.

¹⁰⁸ Cárdenas González, prosperó en la radio comercial. En la actualidad sus estaciones operan bajo el paraguas de la Organización Radiofónica Tamaulipeca (ORT), dirigida por su hijo, Enrique Cárdenas del Avellano, político y diputado priista. Sobre la ORT véase: ORT RADIO, 2016. Empresa. *ORT Radio* [en línea]. [Consulta: 6 junio 2017]. Disponible en: <http://ort.com.mx/empresa>.

¹⁰⁹ CHÁVEZ, 2015. Alfonso Esper Cárdenas, el mirrey potosino. *La Jornada San Luis* [en línea]. [Consulta: 6 junio 2017]. Disponible en: <http://lajornadasanluis.com.mx/opinion/alfonso-esper-cardenas-el-mirrey-potosino/>.

¹¹⁰ TOUSSAINT, F., 1991. Partidismo priista. *Proceso.com* [en línea]. [Consulta: 7 junio 2017]. Disponible en: <http://www.proceso.com.mx/157758/partidismo-priista>. Puede verse también: LA JORNADA SAN LUIS, 2017. Reconoce el gobernador trayectoria de José Morales Reyes. [en línea]. Disponible en: <http://lajornadasanluis.com.mx/boletin/reconoce-gobernador-trayectoria-jose-morales-reyes/>.

la cedida en 1991 a Hilda Graciela Rivera Flores para operar una estación en Ciudad Acuña, Coahuila. Rivera fue esposa del exdirigente sindical universitario Evaristo Pérez Arreola, quien fue presidente municipal de la localidad entre 1991 y 1993.¹¹¹ Dentro del grupo de familias de políticos convertidas en empresarios de la televisión se debe incluir a los Moreno Valle. Javier, hijo del exgobernador de Puebla y ex Secretario de Salud, se adjudicó una licencia para operar el canal 40 en la Ciudad de México, aunque posteriormente se la arrebataría Ricardo Salinas Pliego, el dueño de Televisión Azteca.¹¹²

Diversos empresarios que tenían su origen en la radio comercial también incursionaron o reforzaron su presencia en la televisión comercial abierta, destacan:

- José de Jesús Partida Villanueva¹¹³ que obtuvo licencias para operar canales en Chiapas (2) y Chihuahua.
- Mario Enrique Mayans Concha, que opera lo que ahora se conoce como Grupo Cadena –radio y televisión en Baja California¹¹⁴— y que recibió la aprobación para operar un canal en Tijuana.
- Arnoldo Cabada de la O. se inició en la televisión en el canal 5 de Ciudad Juárez¹¹⁵. Obtiene en 1980 y 1994, dos licencias para operar sendas estaciones Ciudad Juárez (Chihuahua) y Piedras Negras (Coahuila), respectivamente.
- Dentro de los radiodifusores que transitaron hacia la televisión se encuentra la familia Quiñonez Armendáriz, la que recibió una licencia para operar el canal 4 de Oaxaca en 1988.
- En Michoacán, la familia Martínez Morales –también diversificada en la radio

¹¹¹ H. AYUNTAMIENTO DE ACUÑA, [sin fecha]. Coahuila-Acuña. *Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México* [en línea]. [Consulta: 5 junio 2017]. Disponible en: <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM05coahuila/municipios/05002a.html>.

¹¹² Moreno valle estuvo casado con Gina Diez Barroso Azcárraga, está última ligada a la estirpe que ha dominado Televisa. Sobre esta relación y los problemas de Moreno valle con Salinas Pliego véase: Insólita unión. *Proceso* [en línea], 2005. Disponible en: <https://www.proceso.com.mx/195050/insolita-union>.

¹¹³ Existen muy pocas referencias sobre la trayectoria de este empresario. Véase: Acerca de Extremo XHVF. *Extremo Gruperio 103.1 FM* [en línea], 2014. [Consulta: 12 de febrero de 2017]. Disponible en: <http://www.extremovillaflores.com/index.php/acerca-de-extremo-xhvf>.

¹¹⁴ La conformación actual del grupo puede verse en: GRUPO CADENA, [sin fecha]. Cadena Noticias. *Cadena Noticias* [en línea]. Disponible en: <https://cadenanoticias.com>.

¹¹⁵ Historia Don Arnoldo Cabada de la O. *44HD el canal de las noticias* [en línea], [sin fecha]. Disponible en: <http://canal44.com/historia-don-arnoldo-cabada-de-la-o/>.

y edición de una revista¹¹⁶— acumuló una nueva autorización para operar un canal televisivo en Morelia.

- La familia Vargas, fundadora del consorcio mediático MVS (Multivisión) y que inició su incursión en la radio, logró una licencia para un canal en Hermosillo.
- Cierra este grupo el ya citado Pedro Meneses, también empresario de la radio y precursor de la televisión en Ciudad Juárez, que obtuvo una nueva concesión para operar un canal de televisión en Hidalgo del Parral, Chihuahua.

Además de los empresarios radiofónicos que extendieron su área de influencia a la televisión, existe los casos de la familia Valladares y de Remigio Ángel González González¹¹⁷. Los Valladares, que tienen su ámbito de operación en San Luis Potosí, lograron la adjudicación de un canal de televisión en esa ciudad; González González, por su parte, ha realizado una buena parte de su carrera empresarial fuera del país, construyendo un grupo mediático con presencia en América Latina y a partir de 1980 logró que se le concesionaran tres canales en la zona sur del país.

El propio gobierno se asignó la frecuencia del canal 22 en la Ciudad de México. Si bien a su arranque formó parte de Imevisión, un poco antes de la privatización se convirtió en un canal operado directamente por el Gobierno Federal.¹¹⁸

Más allá de la diversificación que entrañó las nuevas licencias concedidas, lo cierto es que estos nuevos canales gravitaban alrededor del eje del sistema monopólico: Televisa. Esta empresa fue la principal beneficiaria del reparto del espectro entre 1973 y 1993. La hegemonía del consorcio capitalino se construyó, en parte, gracias a uno de sus elementos más firmes: la proveeduría de programación a varios de los canales en los que no tenía una propiedad directa. El consorcio se había encumbrado a tal grado que en 1994 ocupaba el

¹¹⁶ La familia opera bajo el paraguas de Grupo Marmor. Además de los dos canales de televisión abierta, maneja la estación de radio TOP 91.5 FM, la revista *Déjate Ver* y un sitio de internet. Véase: Historia - TOP 91.5 FM. *TOP 91.5 FM* [en línea], [sin fecha]. Disponible en: <http://www.top915.fm/historia/>.

¹¹⁷ AROCHE AGUILAR, E., 2017. El magnate de los medios en Centro y Sudamérica extiende su red de televisión por México. *Animal Político* [en línea]. Disponible en: <https://www.animalpolitico.com/2017/08/el-magnate-de-los-medios-en-centro-y-udamerica-extiende-su-red-de-television-por-mexico/>.

¹¹⁸ Puede consultarse una semblanza del canal 22 en: TELEVISIÓN METROPOLITANA, [sin fecha]. Canal 22. *Canal 22* [en línea]. Disponible en: <http://www.canal22.org.mx/>.

lugar 15 dentro de las 500 empresas más grandes de México¹¹⁹. La clasificación se realiza en función de las ventas de los diferentes consorcios. Televisa solamente era superada por Pemex, las empresas automotrices –Chrysler, General Motors—, los grandes grupos comerciales –Cifra, Comercial Mexicana y Gigante—, los grandes grupos de base industrial –Vidro, Carso, Cemex, Visa, Alfa—, la constructora ICA y Telmex, recientemente privatizada.

A escala internacional, la familia Azcárraga, consolidada ya como el centro del poder de Televisa, figuraba en el lugar 39 dentro los millonarios más importantes del planeta, con una fortuna que oscilaba alrededor de 3.7 mil millones de dólares, de acuerdo con una clasificación realizada por la revista *Fortune*¹²⁰. De acuerdo con esa misma fuente, en 1993, los Azcárraga era la familia más adinerada en el país.

Así, al finalizar 1993, el monopolio de la televisión abierta en México se aprestaba a entrar a una nueva etapa, inaugurada con la firma del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá, con una estructura en la que predominaba Televisa y las redes estatales habían pasado a otro consorcio de alcance nacional: Televisión Azteca.



El largo camino iniciado en los años 50 había logrado encumbrar a las familias fundadoras de Televisa –Azcárraga, O’Farril-Ávila Camacho y Alemán— en el pináculo de la estructura empresarial mexicana y como uno de los interlocutores y fuerzas que tenían importante influencia en el rumbo político del país. A partir de 1993 se comenzó a construir un nuevo poder por medio de Televisión Azteca que nació, todo parece indicarlo así, bajo el amasíato de fracciones oligárquicas –representada por la familia Salinas Pliego— y de las que operaban desde el aparato de Estado, los Salinas de Gortari.

La televisión, desde su nacimiento, se convirtió rápidamente en un aparato de reproducción de la ideología dominante y un espacio en el que intentaron imponer sus intereses

¹¹⁹ EXPANSIÓN, 1995. Las 500 empresas más importantes de México. *Expansión*, p. 204.

¹²⁰ FORTUNE, 1993. The billionaires. *Fortune* [en línea]. [Consulta: 3 noviembre 2017]. Disponible en: http://archive.fortune.com/magazines/fortune/fortune_archive/1993/06/28/78018/index.htm. Carlos Slim, el mexicano mejor clasificado, después de los Azcárraga, ocupaba el lugar 68 con una riqueza estimada en 2.9 mil millones de dólares.

diversas fracciones de la clase hegemónica, entre otras cosas, porque también se transformó en una abundante fuente de negocios. No debe pasarse por alto la incursión, por ejemplo, del llamado Grupo Monterrey, primero a través de la Cervecería Cuauhtémoc y después por el grupo Alfa, para tener una porción del territorio televisivo.

Pero la relación entre las fracciones que operan en el mundo de los negocios y las que también tienen acceso al poder político, ha sido compleja a lo largo de la historia televisiva. Si bien Alemán logró un acuerdo con Azcárraga y O’Farrill-Ávila Camacho para conformar Telesistema Mexicano, desde la llegada de López Mateos al poder la relación entre el Estado y Telesistema Mexicano fue transitando hacia un ensanchamiento de la autonomía relativa. En medio de los graves problemas que comenzaba a enfrentar la economía mexicana y de la crisis del sistema político —que exhibió el movimiento estudiantil de 1968—, la reorganización que intentó Echeverría llevó consigo un mayor distanciamiento de la gran televisora, sin que ello implicara tampoco una ruptura.

Si bien Echeverría tuvo incluso animadversión respecto a la televisión privada e incluso prácticamente no se le otorgaron más que algunas nuevas concesiones a Telesistema, también es cierto que bajo su gobierno se logra un acuerdo entre los grupos Azcárraga-O’Farrill-Ávila Camacho-Alemán y Garza Sada-Garza Lagüera para crear uno de los aparatos más poderosos en la historia de la televisión moderna: Televisa. Si bien el Estado no contaba con la reglamentación necesaria para impedirlo, pero parece no haber puesto mayor objeción a la creación de esa poderosa organización.

Echeverría no se propuso destruir a la televisión privada, más bien su objetivo era crear un contrapeso al poder de la iniciativa privada, con la creación de una red televisiva estatal, lo que además le permitía crear, expresar y difundir su propio discurso, sin tener que depender o negociar con los empresarios. Por ello, fue bajo su mandato cuando comenzó el impulso hacia la creación de una televisión de Estado, que se mantendría hasta que De la Madrid consolida los esfuerzos con la fundación de Imevisión.

La grave crisis política que se extendió entre 1968 y 1971 dio cuenta de que si bien, el aparato televisivo era funcional para el desarrollo de la ideología dominante, era insuficiente. El Estado podía y debía difundir directamente su ideología como medio de consenso y

legitimación. Así, desde el escaparate de la televisión *oficial*, la fracción dominante en el aparato de Estado expresaría su propia visión de las cosas y sus aspiraciones que, no siempre coincidía con las de Televisa y sus aliados.

Sin embargo, los cambios en la economía mundial, la profunda crisis que enfrentaba el aparato productivo y la abrupta caída del bloque socialista, alteraron radicalmente la correlación de fuerzas y las grandes posiciones políticas y se dio paso a un nuevo “consenso” neoliberal que colocaba al mercado como principal distribuidor de recursos, demandando la reducción del Estado y en particular su distanciamiento de la actividad económica directa, para dejarlas a la iniciativa privada, lo que entre otras consecuencias, dio manga ancha a las privatizaciones. El capitalismo intentaba afinar su maltrecho funcionamiento y para ello se dispuso a engullir un importante número de activos que fueron puestos a disposición del capital privado en, prácticamente, todo el mundo. Así, pese a todo el desorden, la duplicidad y la falta de recursos, en el momento en que el Estado habría logrado construir dos redes nacionales de televisión, estas fueron entregadas al capital privado como parte de las reformas que se realizaron bajo la concepción neoliberal que caracterizó al gobierno de Carlos Salinas.

Nuevas fracciones oligárquicas habían irrumpido en la vida nacional –Carlos Slim, por ejemplo— y reclamaban su espacio en diversos segmentos de negocios. Así, la llegada de Salinas Pliego a Televisión Azteca abría una nueva etapa en la historia de la televisión mexicana. Esta nueva etapa es motivo suficiente para emprender el relato de la fase contemporánea del monopolio de la televisión en México. Pero esa, será otra historia.



5. En conclusión

El objetivo más importante de nuestra investigación era demostrar que el capital monopolista dominó desde su origen al servicio de la televisión abierta en México, es decir, fue la fuerza económica más importante desde que nació la televisión abierta a mediados del siglo XX y que su poderío se extendió hasta finales de la centuria, durante todo el periodo que cubre nuestra investigación.

Para la investigación era muy relevante distanciarnos de las caracterizaciones tradicionales del monopolio, que en términos mundanos considera a la categoría como algo atemporal, y que se resume simplemente en el predominio de una empresa o de unas pocas empresas en una actividad económica específica. Para el que esto escribe, el monopolio, el capital monopolista, es una categoría histórica y, en esa medida ha ido modificando su naturaleza económica y sus formas de funcionamiento y reproducción.

El monopolio capitalista, propiamente de la etapa imperialista, finca su poderío en dominar ampliamente alguna etapa del proceso social de reproducción o alguna de ella, especialmente el de la producción. Por ello fue muy importante dejar en claro que, si bien en los primeros años de su desarrollo la televisión mexicana encaró problemas para contar con una importante base de producción, a la larga el poder del monopolio televisivo se basó en el desarrollo de esa capacidad de producción, en la construcción de lo que eufemísticamente se conoce como *la máquina de sueños*. Estudios, transmisores, unidades de edición, repetidoras y un amplio catálogo técnico y humano se fueron concatenando para desarrollar una importante capacidad productiva y sentar las bases estructurales para reproducir su condición de monopolio, modificando su organización y adaptándola a los desafíos que enfrentó en cada etapa, pero logrando retener el control de la mayoría de los medios de producción televisiva en un puñado de capitales.

Fue relevador encontrar que, sin embargo, en su primera etapa el control de la producción estaba en manos de las agencias de publicidad y que los dueños de las concesiones e instalaciones actuaban como rentistas, situación que a la postre pudo ser modificada cuando se fundó Telesistema Mexicano y se crearon las condiciones para tomar el control de la “fábrica de sueños”.

Otro aspecto esencial de la dinámica del capital monopolista es su relación con el Estado. Desde que instauró su dominio como forma preponderante, se ha vinculado con el propio aparato estatal —más allá de fricciones y desacuerdos serios— que se ha convertido en una palanca y en una estructura de apoyo para el desenvolvimiento del capital monopolista, a tal grado que puede hablarse de un capitalismo monopolista de Estado.

De esta forma dimos cuenta de como el capital monopolista dominó en la televisión mexicana desde sus primeros años. Lo hizo a través de unas cuantas empresas, que tuvieron la capacidad de crecer y diversificarse, de ampliar sus redes, y que constantemente tendían a confluir en una sola gran empresa.

Nuestra segunda hipótesis intentaba corroborar la existencia de la gran empresa como eje del funcionamiento del capital monopolista.

Dimos cuenta de que la forma organizativa más en esta actividad ha sido el de la gran empresa, la sociedad por acciones que tiene como característica la producción y distribución masiva, mediante el control de los principales productos y su distribución: los programas y la publicidad; la absorción y fusión de competidores; el empleo de grandes masas de trabajadores; la elaboración y distribución de una amplia gama de productos; la capacidad para operar en varias localidades o países (mercados) a la vez; el contar con un centro de mando único, con una administración profesional que coordina la actividad de las diferentes unidades; la capacidad de manejar o administrar los precios; el establecimiento de jerarquías administrativas y de la implantación de una administración profesional; la diferenciación creciente entre la dirección profesional y los accionistas. Logramos dar evidencias de que, las principales empresas de la televisión mexicana se apegaron a estas características.

Si bien no químicamente pura, la gran empresa moderna se fue constituyendo en la forma de organización ideal para el desarrollo del capital monopolista en la televisión abierta mexicana, su forma más acaba es la estructura y funcionamiento de Televisa en 1993. A través de las grandes empresas se logró una integración vertical y horizontal; se desarrolló una importante capacidad de producción y distribución del producto; se encontraron las vías adecuadas para financiar la actividad; se desplegó una importante capacidad de inventiva y de adaptación tecnológica; se hizo del control de la mayoría de las concesiones que se han

otorgado; en una palabra, fue capaz de dominar las diferentes fases del proceso de reproducción del capital. En prácticamente todos estos aspectos se brindan evidencias de que eso sucedió con la televisión mexicana.

La tercera hipótesis se refería a la relación televisión-Estado. Para prestar el servicio de la televisión abierta en el país se requiere de una autorización de las autoridades por medio de un contrato de concesión. El dominio de las concesiones fue un factor estratégico para que el capital monopolista ocupara un lugar privilegiado en la geografía de la televisión mexicana, para poder acercarse a sus mercados más importantes —especialmente las grandes ciudades—, para establecer barreras de entradas a la actividad y, fue un puente permanente de relación con el Estado mexicano.

Mención aparte mereció el análisis de la actividad, la regulación y la política estatal en materia de la televisión abierta. Desde un inicio el Estado mexicano logró establecer el estatuto regulador de esta actividad y definir su papel esencial para preservar los intereses generales del capital en la televisión abierta. Esto no impidió que, a su vez, durante un lapso relativamente amplio el Estado mexicano cobijara y apoyara la formación de una sólida estructura empresarial que gobernaría los destinos de la televisión abierta y en la que se asentaban los capitales de las familias Azcárraga, O’Farrill-Ávila Camacho y Alemán. Se tejió así una suerte de alianza histórica funcional en la que la televisión privada servía de espacio diseminador de la ideología dominante y de los contenidos regulados por el Estado y en la que, gracias a ello, el propio Estado tenía el papel de preservar las reglas del juego que permitían el predominio de los intereses del capital monopolista nacional. A lo largo del tiempo, y como demostramos en la disertación, esta relación no estaba exenta de contradicciones y desacuerdos, lo que incluso llevó a que a finales de los años 60 a que el Estado mexicano emprendiera el camino para desarrollar su propia red de televisión abierta, lo que generó fricciones con el capital privado. A la postre, la propia red estatal no significó un daño a la operación del monopolio privado y en el colmo de la paradoja, cuando la red estatal alcanzó su mayor grado de desarrollo, fue privatizada, en concordancia con los vientos neoliberales que soplaron fuerte en los años 90 del siglo XX. Precisamente el desarrollo de la red estatal de televisión es un aspecto que no habíamos

contemplado al iniciar la investigación. Dimos cuenta de su origen y dinámica, y de la forma en que fue sepultada en las primeras etapas del ciclo neoliberal.

En cuanto a la relación con el capital privado, fue importante descubrir que, desde los primeros momentos, el Estado y la burguesía mexicana se reservaron para sí la explotación de los servicios de radiodifusión —dentro de los que se encuentra la televisión— pese a peticiones y presiones de capitales del extranjero, que intentó participar por medio de inversiones directas en la televisión abierta sobre todo en la etapa previa al arranque del servicio.

Al mismo tiempo, el incremento en la capacidad de producción de la televisión mexicana, la condujo a una constante dependencia de las importaciones de producciones extranjeras, especialmente de las que se generan en los Estados Unidos, lo que ha generado una situación de verdadera dependencia estructural de la televisión abierta nacional respecto a la del país vecino. De esa forma es como penetró el capital extranjero. Dimos cuenta de las parrillas de programación en diversas épocas que ratifican esta afirmación. Y no se trata solamente de la compra del contenido, sino también del equipo operativo e incluso de algunos de los formatos con los que se producen contenido en el país. Esa estrecha relación, se acentúa aún más, si se toma en cuenta el interés de diversas fracciones del monopolio mexicano —notoriamente Azcárraga— por penetrar desde los años 50 en el mercado estadounidense de la televisión en español.

Por si no bastara, existía una fuerte presencia de capitales extranjeros las compañías responsables de canalizar la publicidad a la televisión —y en sus etapas tempranas de la propia producción—, eran especialmente agencias de publicidad estadounidenses y entre los principales anunciantes han estado presentes, a lo largo de la historia, las transnacionales extranjeras productores de bienes de consumo masivo y de algunos bienes duraderos (como los enseres domésticos y los automóviles). De esta forma, establecimos la múltiple articulación entre capital extranjero y capital nacional en torno al negocio de la televisión abierta mexicana.

Por último, era muy importante dibujar la forma en que se estructuraban los capitales que participaban en el negocio de la televisión, tanto los dominantes como —los que pensábamos— estaban subordinados a las fuerzas hegemónicas.

En el caso de los capitales que han formado la fuerza dominante del monopolio de la televisión abierta en México desde los años 50, pudimos establecer la organización y redes de las familias Azcárraga, O’Farrill-Ávila Camacho y Alemán y, adicionalmente de otras fortunas de gran calado que tuvieron a la postre una presencia efímera en la actividad —como el grupo Monterrey—o de menor tamaño como los de las familias Aguirre (Radio Centro). Se trataba de no repetir lo que ya se conocía, el predominio de las esas familias, sino de avanzar en el conocimiento en la forma en que se desplegaron sus intereses tanto en la televisión como en los diversos negocios en que fueron incursionando a medida que crecía su influencia en el mercado audiovisual. A lo largo de la tesis logramos establecer que las tres familias y sus respectivos capitales lograron establecer una alianza duradera para ejercer el control del negocio televisivo hasta finales de los años 80 del siglo XX; tuvieron la suficiente habilidad para adaptarse a las diferentes circunstancias y sortear diversos obstáculos y a lo largo de cinco décadas lograron forjar un compromiso duradero con las diferentes fracciones que se ocupaban del Estado mexicano, notoriamente con el Ejecutivo. En buena para alcanzar este objetivo se contó con que tanto un miembro de la familia Ávila Camacho como de la de Alemán, habían ocupado la presidencia de la República y eran parte de la llamada “familia revolucionaria”.

Por otro lado, dimos cuenta de que esta expansión no estuvo exenta de dificultades y contradicciones. De un lado, el afán de control que ejercía el grupo formado por las familias Azcárraga, O’Farrill-Ávila Camacho y Alemán, se convirtió en un obstáculo permanente para el ingreso de nuevos capitales a la actividad, incluso de capitales regionales y, en ese sentido, propiciar un más acelerado despliegue de estaciones a lo largo de todo el país, lo que finalmente se consigue entre los años 80 y 90 del siglo XX.

Si bien era muy importante adentrarse en el funcionamiento del núcleo central del monopolio de la televisión en México, nuestro objetivo era conocer el origen y el alcance de todas las fortunas e intereses que, pese a relaciones y obstáculos, lograron participar a la actividad. Para ello fue de gran utilidad la elaboración de una base de datos con la información básica de 496 estaciones y que nos permitió la caracterización de los grupos e intereses que operaban al margen o con algún grado de relación con el núcleo central del

monopolio. Pudimos dar cuenta de que estos capitales nunca pusieron en peligro el poder del núcleo monopólico y que, en no pocas ocasiones, se integraba funcionalmente con este. Esta relación es de la mayor relevancia, pues el capital monopolista acumula tal poder que incluso influye en la dinámica de los capitales que formalmente no forman parte de su estructura, por ello consideramos que el capital monopolista es dominante en la industria televisiva, pues subordina a su funcionamiento y dinámica al resto de capitales, como quedó demostrado en diversos pasajes de nuestra disertación.

Pese al esfuerzo realizado, quedaron varios pendientes en el camino. La ausencia de información económica sistemática sobre el sector económico de la televisión abierta y las empresas que participaban en él es una constante para el largo periodo que se extiende entre 1950 y 1990, lo que sin duda plantea una limitación para el análisis en términos históricos. Nos referimos a todo tipo de información, desde la financiera hasta la propiamente productiva. Queda pendiente pues, para las nuevas investigaciones de la economía y de los medios de comunicación, la búsqueda de información que arroje más luz sobre diversas temáticas.

La reciente creación del Registro Público de Concesiones por parte del Instituto Federal de Telecomunicaciones permitió conocer el grado de desorden y falta de criterios en la emisión y refrendo de las concesiones para prestar servicio de televisión en el país. Este desorden, sin duda, fue el telón de fondo necesario para que se ejerciera el enorme poder discrecional del estado para determinar quien sí y quien no podía ingresar a proveer el servicio de la televisión abierta. Creemos que la información que reunimos en la base de datos aludida en párrafos arriba contribuirá a entender la dinámica en el otorgamiento de concesiones, pero todavía hará falta indagaciones adicionales para avanzar en este propósito.

Pese a que la televisión abierta logró, a la postre, convertirse en un servicio auténticamente nacional, sorprende la ausencia de investigaciones sobre el origen histórico de las estaciones que operan en las diversas ciudades y estados de la República. Pese a la atención que ha suscitado la televisión entre los investigadores académicos, es notoria la ausencia de historias locales o regionales de la televisión. La única notoria excepción es la de Jalisco, gracias al trabajo que han desarrollado diversos investigadores que realizan su labor en Guadalajara. Al lado de la investigación sobre la aparición y desarrollo de las estaciones de

televisión se echan mucho de menos las indagaciones sobre el origen de los capitales que han participado en los medios de comunicación —especialmente en la televisión— en las diversas entidades y regiones de la geografía nacional.

También es muy limitado el conocimiento de la evolución histórica de la publicidad en México, el desempeño empresarial de la propia actividad y sus efectos económicos generales, especialmente en el caso que nos ocupó: en la televisión abierta. Esta es otra veta abierta para futuras investigaciones históricas.

En fin, el monopolio no es solamente la forma dominante del capital que ha acompañado y gobernado la historia de la televisión abierta en México, aunque más de una vez, el discurso oficialista ha insistido en la posibilidad de incentivar la libre competencia para generar una idílica televisión mexicana de mayor calidad. Pase a todos los buenos deseos, la libre competencia está históricamente enterrada desde hace más de un siglo y en la televisión mexicana nunca ha existido este régimen y, todo lo indica así, seguirá siendo un coto en el que prevalecerá el interés del capital monopolista privado mexicano, sobre todo en la medida de que el Estado contribuya a preservar esa condición.

Enero de 2019.



6. Anexos

Listado maestro de las concesiones de televisión, 1950-1955. Puede consultarse en el sitio: <https://wp.me/p1baHV-9f>



Anexo # 1					
Indicadores de la población, 1950-1990					
Concepto	1950	1960	1970	1980	1990
Total	25,791,017	34,923,129	48,225,238	66,846,833	81,249,645
Urbana	10,983,483	17,705,118	28,308,556	44,299,729	67,959,721
Rural	14,807,534	17,218,011	19,916,682	22,547,104	13,289,924
Porcentaje	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Urbana	42.6%	50.7%	58.7%	66.3%	83.6%
Rural	57.4%	49.3%	41.3%	33.7%	16.4%
Tasas medias anuales de crecimiento		3.1%	3.3%	3.3%	2.0%
Urbana		4.9%	4.8%	4.6%	4.4%
Rural		1.5%	1.5%	1.2%	-5.1%

Fuente: elaborado con información de, INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA, 1990. *Estadísticas históricas de México, tomo I*. 2ª. edición. Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, p. 33. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA, 1992. *Resumen general. XI Censo general de población y vivienda, 1990*. Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, p. 708.



Anexo # 2					
Indicadores de viviendas, electricidad y acceso a la televisión, 1950-1990					
Concepto	1950	1960	1970	1980	1990
Viviendas totales	5,259,208	6,409,096	8,286,369	12,074,609	16,197,502
Del total					
- Con acceso a energía eléctrica	n. d.	n. d.	4,876,745	9,037,717	14,172,814
- Con televisión	n. d.	399,294	2,589,051	7,484,325	12,634,052
Respecto a las viviendas totales					
- Con acceso a energía eléctrica	n. d.	n. d.	58.9%	74.8%	87.5%
- Con televisión ^{1/}	n. d.	6.2%	31.2%	62.0%	78.0%
<p>1/ El número absoluto y el porcentaje de 1990 es el estimado para 1994. Fuente: elaborado con información de SECRETARÍA DE INDUSTRIA Y COMERCIO, 1963. <i>Anuario estadístico de los Estados Unidos Mexicanos 1960-1961</i>. México: Secretaría de Industria y Comercio, pp. 117, 122-123. SECRETARÍA DE INDUSTRIA Y COMERCIO, 1973. <i>Anuario Estadístico de los Estados Unidos Mexicanos 1970-1971</i>. México: Secretaría de Industria y Comercio, pp. 173, 175-177, 180-181. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA, 1990. <i>Resumen General del X Censo General de Población y Vivienda, 1980</i>. 1a. reimpresión. Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, pp. 1581, 1769. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA, 1992. <i>Resumen general. XI Censo general de población y vivienda, 1990</i>. Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, p. 708. MERCAMÉTRICA EDICIONES, 1995. <i>Manual para selección de medios publicitarios</i>. 17a. México: Mercamétrica Ediciones, p. 6.</p>					



Anexo # 3		
Intereses en la radio mexicana, 1923-1927		
Estación	Inicio de operaciones	Propietarios
<i>Secretarías de estado y organismos gubernamentales</i>		
JH	1923	Secretaría de Guerra y Marina
CYZ	1923	Establecimientos Fabriles y Militares
CYA	1923	Secretaría de Hacienda ^{1/}
XICE	1923	Estado de Chihuahua
CZE	1924	Secretaría de Educación Pública
<i>Partidos u organizaciones políticas</i>		
n. d.	1923	Confederación Regional Obrera Mexicana
n. d.	1924	Partido Cívico Progresista
n. d.	1924	Centro Pro Calles en Oaxaca
<i>Comercial</i>		
TND	1921	Constantino Tárnavá
CYL	1923	Raúl Azcárraga y El Universal Comercial
CYB	1923	El Buen Tono, S. A.
	1923	Periódico El Mundo
CYX	1924	Periódico Excélsior
I-R	1924	Fábrica Nacional del Vestuario
XEY	1924	n. d.
XEKAF	1925	José Ríos del Río
CYJ	1925	General Electric
CYH	1925	High Life
n. d.	1926	Leopoldo M. Díaz (Toluca)
XIX	1926	Francisco Morales Andrade
CYH	1928	Constantino Tárnavá
<i>Experimentales y culturales</i>		
LCMR	1923	Liga Central Mexicana de Radio Experimental
FAM	1924	Escuela de Aviación
I-O	1924	Manuel Zetina
RYF	1926	Federico Zorrilla Buendía y otros radioaficionados (Oaxaca)
JA	1926	Unión de Radioexperimentadores Mexicanos
XC-51	1926	Departamento de Aviación Experimental
CYI	1926	n. d. (Michoacán)
XIAJ	1927	Andrés de Matienzo
Fuente: elaborado con información de VELÁZQUEZ ESTRADA, R., 1983. El nacimiento de la radiodifusión mexicana. <i>Estudios de Historia Moderna y Contemporánea de México</i> , vol. 9, pp. 152-154.		



Anexo # 4		
Red de afiliadas de Radio Programas de México en el extranjero, 1950		
Siglas	Ciudad	País
YSR	San Salvador	El Salvador
HRN	Tegucigalpa	Honduras
YNOW	Managua	Nicaragua
TIGPH	San José	Costa Rica
HOC	Panamá	Panamá
HOK	Colón	Panamá
YV5RA	Caracas	Venezuela
YV5RG	Caracas	Venezuela
YV1RF	Maracaibo	Venezuela
YV1RK	Maracaibo	Venezuela
HCQR	Quito	Ecuador
HC2AJ	Guayaquil	Ecuador
OAX4F	Lima	Perú
HJCH	Bogotá	Colombia
HJCS	Bogotá	Colombia
HJDA	Medellín	Colombia
HJDQ	Medellín	Colombia
HJAH	Barranquilla	Colombia
HJAN	Barranquilla	Colombia
HJEB	Cali	Colombia
HJER	Cali	Colombia
CX14	Montevideo	Uruguay
HIN	Montevideo	Uruguay
CX18	Trujillo	República Dominicana

Fuente: elaborado con información de RADIO DAILY, 1950. *The 1950 Radio Annual. Radio Daily*. New York: Radio Daily, p. 1261.



Anexo # 5

Evolución de la regulación a las estaciones de radio, 1926-1942

1926: El presidente Plutarco Elías Calles emite la Ley de Comunicaciones Eléctricas en donde ya se reconoce la existencia de las estaciones de radio.

1931: El presidente Pascual Ortiz Rubio emite la Ley sobre Vías Generales de Comunicación y Medios de Transporte. El capítulo VI del Libro Quinto está dedicado a las “Instalaciones radiodifusoras, comerciales, de experimentación y comerciales.

1932: Se realiza la reforma a la Ley sobre Vías Generales de Comunicación y Medios de Transporte y se renombra como Ley de Vías Generales de Comunicación. Se mantienen esencialmente los mismos postulados regulatorios para la radio.

1933: Bajo el gobierno de Abelardo L. Rodríguez se emite el Reglamento del Capítulo VI del Libro Quinto de la Ley de Vías Generales de Comunicación, lo que constituye la primera legislación específica en materia de la operación de las estaciones de radio. También se emite la Ley de Impuestos a las Estaciones Radiodifusoras.

1936: Bajo el gobierno de Lázaro Cárdenas se publica el nuevo Reglamento de las estaciones radioeléctricas comerciales, culturales, de experimentación científica y de aficionados, que abrogó el reglamento de 1933.

1940: Después de un largo proceso legislativo, el gobierno cardenista logra que se apruebe una nueva Ley de Vías Generales de Comunicación. De nueva cuenta el Capítulo VI del Libro Quinto está dedicado a “Instalaciones radiodifusoras comerciales, culturales, de experimentación científica y de aficionados”. Además, la nueva legislación abroga a la Ley de Vías Generales de Comunicación de 1932.

1942: En mayo el presidente Manuel Ávila Camacho expide un nuevo Reglamento de las estaciones radiodifusoras comerciales, culturales, de experimentación científica y de aficionados que sustituye al de 1936.

Fuentes: SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1926. Ley de Comunicaciones Eléctricas. *Periódico Oficial. Gobierno del Distrito Norte de Baja California*. Núm. 27, núm. 28, núm. 29, núm. 30. Mexicali, 30 septiembre 1926, 10 de octubre de 1926, 20 de octubre de 1926, 30 de octubre de 1926, varias páginas.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1931. Ley sobre Vías Generales de Comunicación y Medios de Transporte. *Diario Oficial de la Federación*. México., 30 agosto 1931. pp. 1-78.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1932. Ley de Vías Generales de Comunicación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 28 septiembre 1932. pp. 1-60.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1933. Reglamento del Capítulo VI del Libro Quinto de la Ley de Vías Generales de Comunicación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 10 julio 1933. pp. 112-118.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1936. Reglamento de las estaciones radioeléctricas comerciales, culturales, de experimentación científica y de aficionados. *Diario Oficial de la Federación*. México, 30 diciembre 1936. pp. 6-13.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1940. Ley de Vías Generales de Comunicación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 19 febrero 1940. pp. 1-54.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1942. Reglamento de las estaciones radiodifusoras comerciales, culturales, de experimentación científica y de aficionados. *Diario Oficial de la Federación*. México, 20 mayo 1942. pp. 4-15.

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, 1933. Ley de Impuestos a las Estaciones Radiodifusoras. *Diario Oficial de la Federación*. México, 10 julio 1933. pp. 106-107.



Anexo # 6			
Evolución internacional de las estaciones de televisión, 1955-1972			<i>Parte 1</i>
País	1955	1960	1972
Albania			1
Alto Volta			1
Arabia Saudita	1	2	9
Argelia	1	4	13
Antigua			1
Argentina	7	8	34
Australia	6	16	159
Austria	6	16	248
Azores	1	1	1
Bangladesh			1
Barbados			1
Bélgica	4	6	21
Bermuda	1	2	2
Bolivia	1		1
Brasil	19	20	58
Bulgaria	1	4	27
Canadá	32	56	348
Checoslovaquia	4	10	196
Chile	2	3	23
China		7	30
Chipre		1	2
Colombia	7	8	16
Corea del Norte			3
Corea del Sur		6	39
Costa de Marfil			2
Costa Rica		2	11
Cuba	21	26	22
Dinamarca	8	8	30
Ecuador		1	8
Egipto		2	19
El Salvador	1	3	2
Emiratos Árabes Unidos			1
Eritrea	1	1	n. d.
España	6	9	674
Estados Unidos	405	505	1,001
Etiopía			2
Filipinas	2	4	16
Finlandia	1	15	72
Francia	19	51	1,488
Gabón			2
Ghana			5
Grecia			12
Groenlandia	3	3	2
Guadalupe			2
Guatemala	1	2	3

Anexo # 6			
Evolución internacional de las estaciones de televisión, 1955-1972			<i>Parte 2</i>
Haití		1	1
Hawái	5	7	n. d.
Holanda	6	7	16
Honduras		1	6
Hong Kong			5
Hungría	1	6	12
India		1	1
Indonesia			6
Irak	1	2	4
Irán		2	13
Irlanda		1	22
Islandia	1	1	60
Israel			23
Italia	78	354	1,148
Jamaica			8
Japón	22	108	797
Kenia			5
Kuwait		1	3
Líbano		2	8
Liberia			4
Libia	1	1	2
Luxemburgo	1	1	5
Malasia			9
Marruecos	8		19
México	13	21	97
Mónaco	1	1	2
Mongolia			1
Nicaragua		2	7
Níger			1
Nigeria		2	9
Noruega	1		408
Nueva Zelanda		1	90
Pakistán			4
Panamá	2	4	13
Paraguay			1
Perú		4	32
Polonia	4	16	51
Portugal	2	5	33
Puerto Rico	4	8	11
Qatar			1
Reino Unido	22	35	282
República Democrática Alemana	10	40	368
República Democrática de Vietnam			1
República de Vietnam			6
República del Congo			1
República Dominicana	1	4	8

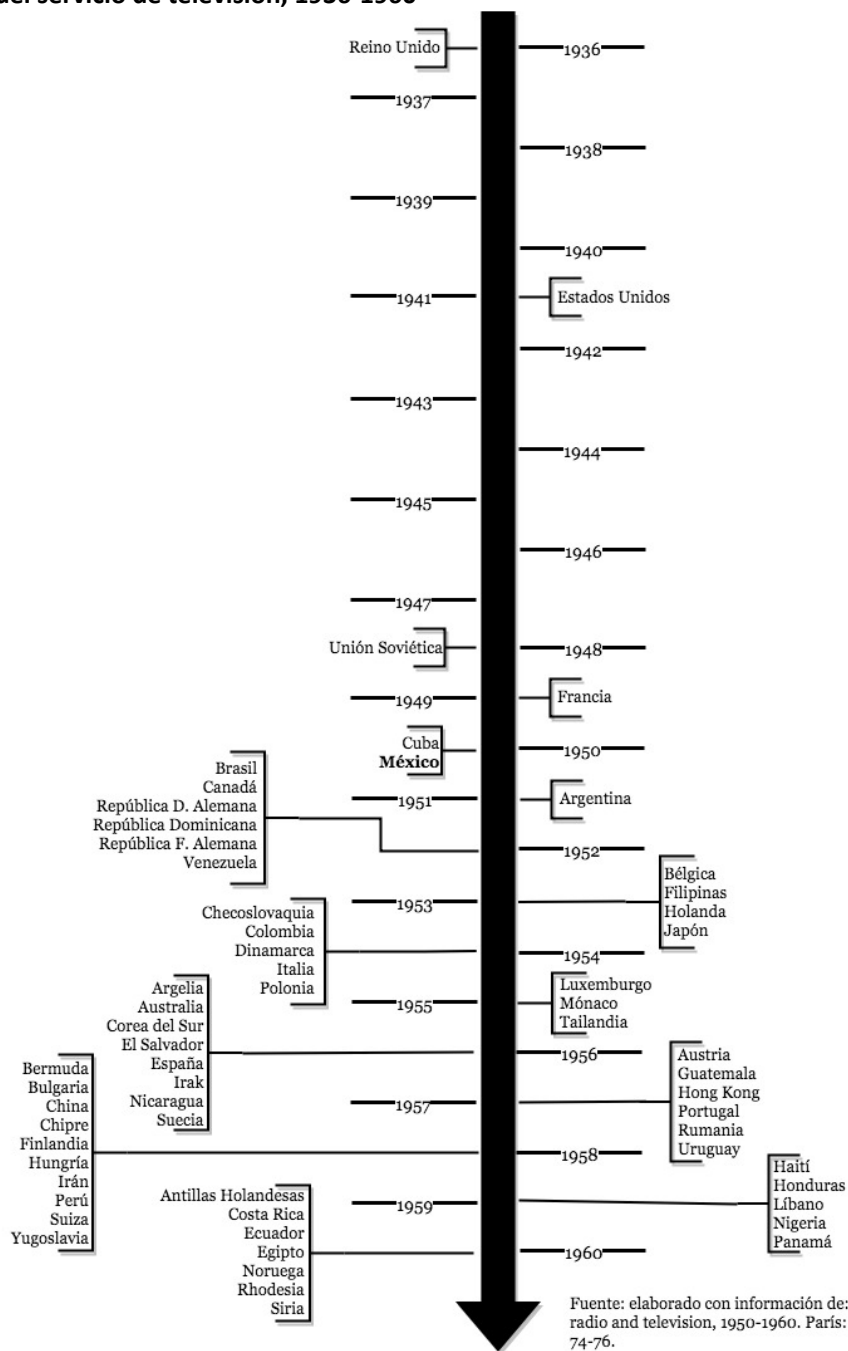
Anexo # 6			
Evolución internacional de las estaciones de televisión, 1955-1972			<i>Final</i>
República Federal Alemana	44	158	2,282
Rhodesia			2
Rumania	1	2	35
Senegal			1
Sierra Leona			1
Singapur			2
Siria		2	5
Sudán		1	1
Suecia	5	34	264
Suiza	12	12	331
Surinam			1
Tailandia	1	2	9
Taiwán			7
Trinidad y Tobago			2
Túnez	1		7
Turquía	1	1	3
Uganda			6
Unión Soviética	29	233	564
Uruguay	1	1	13
Venezuela	9	15	31
Yemen			5
Yugoslavia	1	11	165
Zaire			1
Zambia			3
TOTAL	850	1,913	11,954

Fuente: elaborado con información de:
FOREING BROADCAST INFORMATION SERVICE, 1960. *Broadcasting stations of the world* [en línea]. Sixteenth edition, part IV. Washington: Foreign Broadcast Information Service. Disponible en: <http://www.americanradiohistory.com/Archive-FBIS/1960/FBIS-1960-P1V.pdf>.
FOREING BROADCAST INFORMATION SERVICE, 1972. *Broadcasting stations of the world* [en línea]. Thirteenth edition, part IV. Washington: Foreign Broadcast Information Service. <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=mdp.39015033366777;view=1up;seq=3>.
RADIO DAILY, 1955. *Radio annual and television yearbook, 1955*. New York: Radio Daily, pp. 871-965.
RADIO DAILY, 1961. *Radio annual and television yearbook, 1961*. New York: Radio Daily, p. 742.
UNITED STATES BUREAU OF THE CENSUS, 1973. *Statistical abstract of the United States 1973*. 94. Washington: United States Bureau of the Census, p. 407.



Anexo # 7

Inicio del servicio de televisión, 1936-1960



Fuente: elaborado con información de: UNESCO. Statistics on radio and television, 1950-1960. París: UNESCO, 1963, pp. 74-76.

Fuente: elaborado con información de: UNESCO, 1963. Statistics on radio and television, 1950-1960. París: UNESCO, pp. 74-76.



Anexo # 8**Algunos precios de los televisores, 1951-1972
(pesos corrientes)***Parte 1*

Año	Marca	Modelo	Tamaño	Precio	Tipo	Precios equivalentes en salarios mínimos diarios		
						CDMX	MTY	GDL
1951	Silverstone	n.d.	17" (43 cm)	\$2,995	B/N	883		
1952	Silverstone	n.d.	17" (43 cm)	\$2,995	B/N	447		
1955	Emerson	n.d.	17" (43 cm)	\$2,995	B/N	374		
1955	Emerson	1104	21" (53 cm)	\$3,595	B/N	449		
1955	Philco	n.d.	21" (53 cm)	\$3,995	B/N	499		
1956	Silverstone	n.d.	17" (43 cm)	\$3,095	B/N		489	
1958	Packard-Bell	2181-21	21" (53 cm)	\$3,995	B/N	333		
1958	General Electric	Portátil	14" (35.5 cm)	\$2,360	B/N	197		
1958	General Electric	n.d.	21" (53 cm)	\$2,929	B/N	244		
1959	Majestic	S-25	21" (53 cm)	\$2,990	B/N			412
1959	Philips	Bruselas	17" (43 cm)	\$3,895	B/N		473	
1959	Philips	Consola Venecia	21" (53 cm)	\$5,795	B/N		703	
1960	Philips	Consola Montecarlo 110	21" (53 cm)	\$5,995	B/N	413		
1960	Philips	Montecarlo 110	21" (53 cm)	\$4,795	B/N	331		
1960	Philips	Consola Venecia 110	21" (53 cm)	\$5,795	B/N	400		
1960	Philips	Consola Trianon 110	21" (53 cm)	\$6,695	B/N	462		
1960	Silvertone	Consola 110	21" (53 cm)	\$4,495	B/N	310		
1960	Silvertone	n.d.	17" (43 cm)	\$2,995	B/N	207		
1961	Philco	3700	19" (48 cm)	\$3,695	B/N	255		
1961	Admiral	Comet-19	19" (48 cm)	\$3,895	B/N			446
1961	General Electric	n.d.	17" (43 cm)	\$3,700	B/N			423
1961	General Electric	n.d.	17" (43 cm)	\$3,700	B/N		388	
1962	Silvertone	n.d.	17" (43 cm)	\$2,795	B/N		256	
1963	S/m	n.d.	19" (48 cm)	\$2,995	B/N		275	
1963	Admiral	n.d.	19" (48 cm)	\$3,595	B/N		330	
1963	Philco	n.d.	19" (48 cm)	\$3,240	B/N			310
1964	Philco	3510	19" (48 cm)	\$3,375	B/N	157		
1965	Phillips	Berna	19" (48 cm)	\$3,995	B/N		193	
1966	S/m	n.d.	19" (48 cm)	\$3,750	B/N		155	
1966	Phillips	Cadiz	19" (48 cm)	\$3,495	B/N		144	
1966	S/m	Falcon	19" (48 cm)	\$2,995	B/N			135
1966	S/m	Dinamic	19" (48 cm)	\$3,295	B/N			148
1967	Phillips	Comodoro	23" (58 cm)	\$4,295	B/N		177	
1967	S/m	Imperial	19" (48 cm)	\$2,495	B/N		103	
1967	Philco	3010	19" (48 cm)	\$2,775	B/N		114	

Anexo # 8**Algunos precios de los televisores, 1951-1972
(pesos corrientes)**

Parte 2

Año	Marca	Modelo	Tamaño	Precio	Tipo	Precios equivalentes en salarios mínimos diarios		
						CDMX	MTY	GDL
1967	Philco	3010	19" (48 cm)	\$2,775	B/N			125
1967	Philco	3010	19" (48 cm)	\$3,095	B/N			139
1968	Phillips	Cadete	19" (48 cm)	\$3,495	B/N		127	
1968	Philco	6210	n. d.	\$8,885	n. d.	315		
1968	Admiral	n.d.	19" (48 cm)	\$7,995	Color	283		
1968	Sears Silver-tone	n.d.	19" (48 cm)	\$2,088	B/N	74		
1968	Sears Silver-tone	n.d.	19" (48 cm)	\$2,188	B/N			86
1969	Philco	5101	19" (48 cm)	\$7,595	Color	269		
1969	Phillips	Deimos	19" (48 cm)	\$3,495	B/N	124		
1970	Phillips	Copérnico	23" (58 cm)	\$4,095	B/N		130	
1970	Admiral	Titanic	19" (48 cm)	\$2,895	B/N		92	
1970	S/m	n.d.	19" (48 cm)	\$6,595	Color		209	
1970	Sears Silver-tone	n.d.	19" (48 cm)	\$2,088	B/N		66	
1970	S/m	n.d.	19" (48 cm)	\$1,998	B/N		63	
1970	S/m	n.d.	19" (48 cm)	\$2,298	B/N		73	
1970	S/m	n.d.	19" (48 cm)	\$5,998	Color		190	
1971	S/m	n.d.	19" (48 cm)	\$2,088	B/N		66	
1971	S/m	n.d.	19" (48 cm)	\$2,488	B/N		79	
1971	Phillips	Asia	19" (48 cm)	\$3,295	B/N		105	
1971	Admiral	n.d.	19" (48 cm)	\$2,895	B/N		92	
1971	Philco	3040	19" (48 cm)	\$3,095	B/N		98	
1972	S/m	n.d.	19" (48 cm)	\$3,985	B/N		107	
1972	Phillips	Asia	19" (48 cm)	\$3,488	B/N		94	

Anexo # 8**Algunos precios de los televisores, 1951-1972***Final*

Metodología: se recopilaron precios de televisores en las ciudades de México, Monterrey y Guadalajara. Se compararon los precios con los salarios mínimos vigentes de la ciudad en que se vendía el aparato.

n. d. No hay dato.

S/m Sin modelo.

Fuentes: elaborado con información de:

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA, 2010. *Estadísticas históricas de México 2009*. Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística y Geografía, cuadro 6.3.

El Informador, 1959. Guadalajara, 23 diciembre 1959. pp. 20.

EL INFORMADOR, Guadalajara, 23 diciembre 1959. pp. 20; 23 de enero de 1961, p. 3; 29 de abril de 1961, p. 3; 19 de diciembre de 1963, p. 7-A; 3 de mayo de 1966, p. 6-A; 30 de agosto de 1967, p. 8-A; 22 de mayo de 1968, p. 12-A.

EL PORVENIR, Monterrey, 29 de noviembre de 1956, p. 3; 22 de noviembre de 1959, p. 5; 29 de enero de 1961, p. 8; 7 de noviembre de 1962, p. 7; 5 de mayo de 1963, p. 10; 17 de diciembre de 1963, p. 10; 20 de noviembre de 1965, p. 10; 15 de febrero de 1966, p. 12-A; 6 de noviembre de 1966, p. 12-A; 23 de julio de 1967, p. 14-A; 17 de noviembre de 1967, p. 5-A; 22 de febrero de 1968, p. 3-B; 14 de mayo de 1970, p. 12-B; 21 de mayo de 1970, p. 6-C; 31 de mayo de 1970, p. 8-D; 4 de junio de 1970, p. 8-D; 13 de enero de 1971, s/p; 5 de agosto de 1971, p. 12-A; 7 de octubre de 1971, p. 12-A; 14 de octubre de 1972, p. 13-A; 19 de agosto de 1972, p. 6-C.

EL UNIVERSAL, México, *Sección especial Sears*, 30 de marzo de 1955, p. 65; 30 de marzo de 1955, p. 5.

EXCÉLSIOR, México, 2 de mayo de 1955, pp. 11, 28; 2 de mayo de 1958, pp. 13, 19, 28; 2 de mayo de 1960, pp. 39-A, 9-B; 2 de mayo de 1968, pp. 14, 28; 2 de mayo de 1969, p. 23-A y p. 27-A.

IMPACTO, 1961. México, 13 de diciembre de 1961, p. 51.

TELE GUÍA, 1964. México, 24-30 diciembre 1964, p. 37.



Anexo # 9					
Indicadores de las importaciones de televisores					<i>Parte 1</i>
Años	Valores corrientes (pesos)	INPC	Valores constantes (pesos)	Tipo de cambio	Valores en dólares
1950	7,239,426	11.1	65,372,654	8.65	836,928
1951	13,951,039	14.4	96,992,766	8.65	1,612,837
1952	22,714,560	18.2	124,972,657	8.65	2,625,961
1953	25,585,990	17.5	145,798,437	8.65	2,957,918
1954	14,665,428	19.3	75,831,161	11.34	1,293,248
1955	1,416,162	22.8	6,205,602	12.50	113,293
1956	714,623	23.6	3,024,015	12.50	57,170
1957	144,183	24.8	581,212	12.50	11,535
1958	165,235	26.9	614,838	12.50	13,219
1959	276,176	28.3	975,834	12.50	22,094
1960	203,053	28.3	717,463	12.50	16,244
1961	97,115	29.5	329,418	12.50	7,769
1962	151,173	29.7	508,841	12.50	12,094
1963	377,754	29.8	1,266,648	12.50	30,220
1964	126,871	31.1	407,619	12.50	10,150
1965	189,807	31.7	598,695	12.50	15,185
1966	703,043	31.8	2,209,611	12.50	56,243
1967	1,205,567	31.2	3,870,199	12.50	96,445
1968	982,146	30.7	3,198,985	12.50	78,572
1969	436,646	30.4	1,438,019	12.50	34,932
1970	656,272	32.3	2,031,802	12.50	52,502
1971	1,895,319	34.0	5,574,468	12.50	151,626
1972	23,453,632	35.7	65,696,448	12.50	1,876,291
1973	4,742,454	40.0	11,856,135	12.50	379,396
1974	9,582,190	49.5	19,357,960	12.50	766,575
1975	4,844,076	57.0	8,498,379	12.50	387,526
1976	4,537,116	66.0	6,874,418	15.44	293,855
1977	7,522,064	85.1	8,839,088	22.55	333,573
1978	193,958,135	100.0	193,958,135	22.73	8,533,134
1979	292,250,712	118.2	247,251,025	22.75	12,846,185
1980	388,461,000	149.2	260,362,601	22.93	16,941,169
1981	525,892,000	191.1	275,192,046	24.48	21,482,516
1982	453,666,000	303.6	149,428,854	89.63	5,061,542
1983	230,663,000	612.9	37,634,688	150.31	1,534,582
1984	1,075,330,000	1,014.1	106,037,866	185.27	5,804,124

Anexo # 9					
Indicadores de las importaciones de televisores					<i>Final</i>
1985	4,293,386,000	1,599.7	268,386,948	313.73	13,684,971
1986	7,732,670,000	2,979.2	259,555,250	637.63	12,127,205
1987	30,123,000,000	6,906.6	436,148,032	1,404.02	21,454,823
1988	172,345,000,000	14,791.2	1,165,186,057	2,291.24	75,219,095
1989	447,176,000,000	17,750.6	2,519,216,252	2,481.08	180,234,414
1990	550,622,000,000	22,481.5	2,449,222,694	2,837.13	194,077,113
1991	684,111,000,000	27,576.3	2,480,793,290	3,014.91	226,909,261
1992	1,021,937,000,000	31,852.8	3,208,311,357	3,092.83	330,421,329
1993	711,286,000,000	34,959.0	2,034,629,137	3,154.10	225,511,556
<p>Fuente: elaborado con información de: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA, 1980-1993. <i>Anuario estadístico del comercio exterior de los Estados Unidos Mexicanos</i>. Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA, 2010. <i>Estadísticas históricas de México 2009</i>. Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística y Geografía, tomo II, cuadro 18.12. SECRETARÍA DE ECONOMÍA, 1951-1957. <i>Anuario estadístico del comercio exterior de los Estados Unidos Mexicanos</i>. México: Secretaría de Economía. SECRETARÍA DE INDUSTRIA Y COMERCIO, 1958-1974. <i>Anuario estadístico del comercio exterior de los Estados Unidos Mexicanos</i>. México: Secretaría de Industria y Comercio. SECRETARÍA DE PROGRAMACIÓN Y PRESUPUESTO, 1975-1979. <i>Anuario estadístico del comercio exterior de los Estados Unidos Mexicanos</i>. México: Secretaría de Programación y Presupuesto.</p>					



Anexo # 10		
Exenciones de impuestos a las empresas productoras de televisión, 1950-1959		
Año	Razón social	Marca
1950	Guillermo González Camarena	n. d.
1955	Beckwith y Cía, S. A.	BECKWITT
1955	Central de Televisión, S. A.	HOLLYWOOD CALVET
1955	El Capitolio, S. A.	ZENITH
1955	Packard Bell de México, S. A.	PACKARD BELL
1956	Corporación Mercantil de México, S. A.	STROMBERG CARLSON
1956	Distribuidora Mercantil, S. A.	n. d.
1956	Philco, S. A.	PHILCO
1957	Admiral de México, S. A.	ADMIRAL
1958	Industrias Nacionales de Sonido, S. A.	OLYMPIC
1959	Electrónica Mexicana, S. A.	SILVERTONE
1959	RCA Víctor Mexicana, S. A.	RCA VICTOR

n. d. No hay dato.

Fuentes: *Anuario radio-televisión de México 1956-57*, [sin fecha]. México: s.n., pp. 478-481.

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, 1950. Autorización que exime de impuestos a Guillermo González Camarena, conforme a la Ley de Fomento de Industrias de Transformación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 11 septiembre 1950. pp. 3.

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, 1955. Autorización que exime de impuestos a Beckwith y Cía., S. A., conforme a la Ley de Fomento de Industrias de Transformación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 24 de septiembre de 1955, pp. 1-3.

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, 1955. Autorización que exime de impuestos a Packard Bell de México, S. A., conforme a la Ley de Fomento de Industrias de Transformación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 14 de diciembre de 1955, pp. 1-2.

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, 1955. Autorización que exime de impuestos a El Capitolio, S. A., conforme a la Ley de Fomento de Industrias de Transformación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 15 de diciembre de 1955. pp. 1-2.

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, 1955. Autorización que exime de impuestos a Central de Televisión, S. A., conforme a la Ley de Fomento de Industrias de Transformación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 26 de diciembre de 1955, pp. 5-7.

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, 1956. Autorización que exime de impuestos a Corporación Mercantil de México, S. A., conforme a la Ley de Fomento de Industrias de Transformación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 30 de octubre de 1956, pp. 2-3.

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, 1956. Autorización que exime de impuestos a Distribuidora Mercantil, S. A., conforme a la Ley de Fomento de Industrias de Transformación". *Diario Oficial de la Federación*. México, 8 de noviembre de 1956, pp. 2-3.

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, 1956. Autorización que exime de impuestos a Philco, S. A., conforme a la Ley de Fomento de Industrias de Transformación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 8 de noviembre de 1956, pp. 3-4.

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, 1957. Autorización que exime de impuestos a Admiral de México, S. A. de C. V., conforme a la Ley de Fomento de Industrias de Transformación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 15 de enero de 1957, pp. 2-3.

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, 1958. Declaratoria que exime de impuestos a Industrias Nacionales de Sonido, S. A., conforme a la Ley de Fomento de Industrias de Transformación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 25 de marzo de 1958, pp. 2-3.

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, 1959. Declaratoria que exime de impuestos a Electrónica Mexicana, S. A. de C. V., conforme a la Ley de Fomento de Industrias de Transformación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 20 de agosto de 1959, pp. 4-5.

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, 1959. Declaratoria que exime de impuestos a R. C. A. Víctor Mexicana, S. A. de C. V., conforme a la Ley de Fomento de Industrias de Transformación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 20 de agosto de 1959, pp. 5-6.

Anexo # 11, primera parte								
Minutos de programación en la televisión abierta por tipo de programa								
Canales 2, 4 y 5, 1 al 7 de marzo de 1955								
Tipo	Canal 2		Canal 4		Canal 5		Suman	
	Min.	%	Min.	%	Min.	%	Min.	%
Cine	1,636	32%	2,030	35.0%	1,996	48.8%	5,662	37.8%
Documentales	90	2%	295	5.1%	210	5.1%	595	4.0%
Caricaturas	72	1%	60	1.0%	40	1.0%	172	1.1%
Series	54	1%	325	5.6%	200	4.9%	579	3.9%
Deportes	199	4%	475	8.2%	60	1.5%	734	4.9%
Control remoto	45	1%	0	0.0%	0	0.0%	45	0.3%
Infantiles	120	2%	45	0.8%	340	8.3%	505	3.4%
Noticiarios	210	4%	405	7.0%	140	3.4%	755	5.0%
Variedades / revista	486	10%	435	7.5%	0	0.0%	921	6.1%
Música	621	12%	190	3.3%	189	4.6%	1,000	6.7%
Comentarios deportivos	213	4%	180	3.1%	150	3.7%	543	3.6%
Teatro y comedia	360	7%	270	4.7%	85	2.1%	715	4.8%
Comentarios / reportajes	475	9%	615	10.6%	30	0.7%	1,120	7.5%
Concursos	270	5%	90	1.6%	60	1.5%	420	2.8%
Educativos					15	0.4%	15	0.1%
Otros	245	5%	381	6.6%	577	14.1%	1,203	8.0%
Totales	5,096	100.0%	5,796	100.0%	4,092	100.0%	14,984	100.0%
<i>Informativas</i>								
Horas totales	85		97		68		250	
Horas diarias	12		14		10		36	

Nota: la clasificación de los programas es de este autor.
Fuente: elaborado con información de:
EXCÉLSIOR, 1955. México, 1 de marzo de 1955, p. 27.
EXCÉLSIOR, 1955. México, 2 de marzo de 1955, p. 18.
EXCÉLSIOR, 1955. México, 3 de marzo de 1955, p. 14.
EXCÉLSIOR, 1955. México, 4 de marzo de 1955, p. 14.
EXCÉLSIOR, 1955. México, 5 de marzo de 1955, p. 11.
EXCÉLSIOR, 1955. México, 6 de marzo de 1955, pp. 18-19.
EXCÉLSIOR, 1955. México, 7 de marzo de 1955, pp. 20-21.

Anexo # 11, segunda parte								
Minutos de programación en la televisión abierta por tipo de programa								
Canales 2, 4 y 5, 1 al 7 de marzo de 1973^{1/}								
Tipo	Canal 2		Canal 4		Canal 5		SUMAN	
	Min.	%	Min.	%	Min.	%	Min.	%
Noticias	625	14.8%	475	7.6%	450	9.4%	1,550	10.2%
Revista informativa	420	9.9%	0	0.0%	0	0.0%	420	2.8%
Revista matutina	0	0.0%	660	10.5%	0	0.0%	660	4.3%
Telenovelas	900	21.3%	540	8.6%	0	0.0%	1,440	9.4%
Cine	120	2.8%	1,320	21.1%	690	14.5%	2,130	13.9%
Concurso	305	7.2%	55	0.9%	0	0.0%	360	2.4%
Infantiles	300	7.1%	0	0.0%	300	6.3%	600	3.9%
Caricaturas	120	2.8%	0	0.0%	960	20.1%	1,080	7.1%
Series EU	0	0.0%	230	3.7%	2,040	40.9%	2,270	14.9%
Cómicos	270	6.4%	0	0.0%	0	0.0%	270	1.8%
Cómico-musical	30	0.7%	120	1.9%	0	0.0%	150	1.0%
Revista musical	570	13.5%	30	0.5%	0	0.0%	600	3.9%
Revista	0	0.0%	750	12.0%	0	0.0%	750	4.9%
Deportes	210	5.0%	0	0.0%	0	0.0%	210	1.4%
Comentarios y entrevistas	90	2.1%	115	1.8%	90	1.9%	295	1.9%
Música	0	0.0%	840	13.4%	0	0.0%	840	5.5%
Teatro / comedia	120	2.8%	175	2.8%	0	0.0%	295	1.9%
Otros	150	3.5%	960	15.3%	240	6.9%	1,350	8.8%
Totales	4,230	100.0%	6,270	100.0%	4,770	100.0%	15,270	100.0%
<i>Informativas</i>								
Horas totales	71		105		80		255	
Horas diarias	10		15		11		36	

Nota: la clasificación de los programas es de este autor.
1/ Excluye la programación producida por el Gobierno Federal.
Fuente: elaborado con información de:
Por el mundo de la T.V. *El Nacional*, 1973. México, 1 de marzo de 1973, p. 15.
Por el mundo de la T.V. *El Nacional*, 1973. México, 2 de marzo de 1973, p. 17.
Por el mundo de la T.V. *El Nacional*, 1973. México, 3 de marzo de 1973, p. 17.
Por el mundo de la T.V. *El Nacional*, 1973. México, 4 de marzo de 1973, p. 19.
Por el mundo de la T.V. *El Nacional*, 1973. México, 5 de marzo de 1973, p. 15.
Por el mundo de la T.V. *El Nacional*, 1973. México, 6 de marzo de 1973, p. 15.
Por el mundo de la T.V. *El Nacional*, 1973. México, 7 de marzo de 1973, p. 15.

Anexo # 11, tercera parte

Minutos de programación en la televisión abierta por tipo de programa

Canales 2, 4, 5 y 9, 1 al 7 de marzo de 1993

Tipo	Canal 2		Canal 4		Canal 5		Canal 9		SUMAN	
	Min.	%	Min.	%	Min.	%	Min.	%	Min.	%
Noticias	2,310	29.5%	4,560	45.6%	0	0.0%	300	4.1%	7,170	22.9%
Revista informativa	360	4.6%	270	2.7%	0	0.0%	30	0.4%	660	2.1%
Telenovelas	1,200	15.3%	0	0.0%	0	0.0%	1,200	16.6%	2,400	7.7%
Cine	1,080	13.8%	1,005	10.0%	1,860	29.7%	2,280	31.5%	6,225	19.9%
Gobierno	150	1.9%	135	1.3%	30	0.5%	1,920	26.6%	2,235	7.1%
Concurso	180	2.3%	0	0.0%	90	1.4%	0	0.0%	270	0.9%
Infantiles	0	0.0%	0	0.0%	180	2.9%	0	0.0%	180	0.6%
Caricaturas	0	0.0%	0	0.0%	2,460	39.2%	0	0.0%	2,460	7.9%
Series EU	0	0.0%	2,040	20.4%	1,260	20.1%	0	0.0%	3,300	10.5%
Cómicos	210	2.7%	0	0.0%	0	0.0%	570	7.9%	780	2.5%
Revista musical	360	4.6%	300	3.0%	0	0.0%	60	0.8%	720	2.3%
Revista	360	4.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	360	1.1%
Deportes	120	1.5%	1,515	15.1%	120	1.9%	180	2.5%	1,935	6.2%
Comentarios y entrevistas	1,350	17.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1,350	4.3%
Música	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Otros	150	1.9%	180	1.8%	270	4.3%	690	9.5%	1,290	4.1%
Totales	7,830	100.0%	10,005	100.0%	6,270	100.0%	7,230	100.0%	31,335	100.0%
<i>Informativas</i>										
Horas totales	130		167		105		121		522	
Horas diarias	19		24		15		17		75	

Nota: la clasificación de los programas es de este autor.

Fuente: elaborado con información de:

EL UNIVERSAL, 1993. *Espectáculos*. México, 1 de marzo de 1993, pp. 8-9.

EL UNIVERSAL, 1993. *Espectáculos*. México, 2 de marzo de 1993, pp. 6-7.

EL UNIVERSAL, 1993. *Espectáculos*. México, 3 de marzo de 1993, pp. 8-9.

EL UNIVERSAL, 1993. *Espectáculos*. México, 4 de marzo de 1993, pp. 6-7.

EL UNIVERSAL, 1993. *Espectáculos*. México, 5 de marzo de 1993, pp. 6-7.

EL UNIVERSAL, 1993. *Deportes*. México, 6 de marzo de 1993, pp. 6-7.

EL UNIVERSAL, 1993. *Espectáculos*. México, 7 de marzo de 1993, pp. 10-11.

Anexo # 11, cuarta y última parte
Minutos de programación en la televisión abierta por tipo de programa
Canales 2, 4, 5 y 9, 1 al 7 de marzo de 1993
Excluye la programación de ECO Internacional, canal 4

Tipo	Canal 2		Canal 4		Canal 5		Canal 9		SUMAN	
	Min.	%	Min.	%	Min.	%	Min.	%	Min.	%
Noticias	2,310	29.5%	0	0.0%	0	0.0%	300	4.1%	2,610	9.7%
Revista informativa	360	4.6%	270	5.0%	0	0.0%	30	0.4%	660	2.5%
Telenovelas	1,200	15.3%	0	0.0%	0	0.0%	1,200	16.6%	2,400	9.0%
Cine	1,080	13.8%	1,005	18.5%	1,860	29.7%	2,280	31.5%	6,225	23.2%
Gobierno	150	1.9%	135	2.5%	30	0.5%	1,920	26.6%	2,235	8.3%
Concurso	180	2.3%	0	0.0%	90	1.4%	0	0.0%	270	1.0%
Infantiles	0	0.0%	0	0.0%	180	2.9%	0	0.0%	180	0.7%
Caricaturas	0	0.0%	0	0.0%	2,460	39.2%	0	0.0%	2,460	9.2%
Series EU	0	0.0%	2,040	37.5%	1,260	20.1%	0	0.0%	3,300	12.3%
Cómicos	210	2.7%	0	0.0%	0	0.0%	570	7.9%	780	2.9%
Revista musical	360	4.6%	300	5.5%	0	0.0%	60	0.8%	720	2.7%
Revista	360	4.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	360	1.3%
Deportes	120	1.5%	1,515	27.8%	120	1.9%	180	2.5%	1,935	7.2%
Comentarios y entrevistas	1,350	17.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1,350	5.0%
Música	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Otros	150	1.9%	180	3.3%	270	4.3%	690	9.5%	1,290	4.8%
Totales	7,830	100.0%	5,445	100.0%	6,270	100.0%	7,230	100.0%	26,775	100.0%
<i>Informativas</i>										
Horas totales	130.5		90.75		104.5		120.5		446.25	
Horas diarias	19		13		15		17		64	

Nota: la clasificación de los programas es de este autor.

Fuente: elaborado con información de:

EL UNIVERSAL. 1993. *Espectáculos*. México, 1 de marzo de 1993, pp. 8-9.

EL UNIVERSAL. 1993. *Espectáculos*. México, 2 de marzo de 1993, pp. 6-7.

EL UNIVERSAL. 1993. *Espectáculos*. México, 3 de marzo de 1993, pp. 8-9.

EL UNIVERSAL. 1993. *Espectáculos*. México, 4 de marzo de 1993, pp. 6-7.

EL UNIVERSAL. 1993. *Espectáculos*. México, 5 de marzo de 1993, pp. 6-7.

EL UNIVERSAL. 1993. *Deportes*. México, 6 de marzo de 1993, pp. 6-7.

EL UNIVERSAL. 1993. *Espectáculos*. México, 7 de marzo de 1993, pp. 10-11.



Anexo # 12			
Series extranjeras programadas en los canales de Televisa, 1-7 marzo, 1993			<i>Parte 1</i>
Nombre	Año de producción	Productora	Distribuidora
La guerra de los mundos	1953	Paramount Pictures	Paramount Pictures
Los intocables	1959-1963	Desilu Productions Langford Productions	American Broadcasting Company (ABC)
Dimensión desconocida	1959-1964	Cayuga Productions Columbia Broadcasting System (CBS)	Columbia Broadcasting System (CBS)
Bonanza	1959-1973	National Broadcasting Company (NBC)	National Broadcasting Company (NBC)
Hechizada	1964-1972	Ashmont Productions Screen Gems Television	American Broadcasting Company (ABC) Screen Gems Television
Perdidos en el espacio	1965-1968	20th Century Fox Television Columbia Broadcasting System (CBS) Irwin Allen Productions Jodi Productions Inc. Space Productions Van Bernard Productions	Columbia Broadcasting System (CBS)
Superagente 86	1965-1970	Talent Associates	Columbia Broadcasting System (CBS) National Broadcasting Company (NBC)
Tarzán	1966-1968	Banner Productions	National Broadcasting Company (NBC)
Magnum	1980-1988	Belisarius Productions Glen A. Larson Productions Universal Television	Columbia Broadcasting System (CBS)
Aunque usted no lo crea	1982-1985	Columbia Pictures Television Haley Lyon Rastar Haley-Lyon Productions	American Broadcasting Company (ABC) Columbia Pictures Television
Los magníficos	1983-1987	Stephen J. Cannell Productions Universal Television	National Broadcasting Company (NBC)
Lobo del aire	1984-1986	Belisarius Productions Universal Television	Columbia Broadcasting System (CBS)
Camino al cielo	1984-1989	Michael Landon Productions National Broadcasting Company (NBC)	National Broadcasting Company (NBC)
Miami Vice	1984-1990	Michael Mann Productions Universal Television	National Broadcasting Company (NBC)
El cazador	1984-1991	Stephen J. Cannell Productions	National Broadcasting Company (NBC)
Alfred Hitchcock	1985-1989	Michael Sloan Productions Universal Television	National Broadcasting Company (NBC) USA Network

Anexo # 12			
Series extranjeras programadas en los canales de Televisa, 1-7 marzo, 1993			<i>Final</i>
Nombre	Año de producción	Productora	Distribuidora
Viernes 13	1987-1990	Variety Artists International Lexicon Productions Hometown Films Paramount Television Triumph	n. d.
El astuto	1987-1990	Stephen J. Cannell Productions	Columbia Broadcasting System (CBS)
Comando especial	1987-1991	20th Century Fox Television LBS Communications Patrick Hasburgh Productions Stephen J. Cannell Productions	Fox Network
Jake y el gordo	1987-1992	Dean Hargrove Productions Fred Silverman Company Viacom Productions	Columbia Broadcasting System (CBS) Viacom
Misterios sin resolver	1987-2010	Cosgrove/Meurer Productions Lifetime Television	National Broadcasting Company (NBC) Columbia Broadcasting System (CBS)
Viajeros en el tiempo	1989-1993	Belisarius Productions Universal Television	National Broadcasting Company (NBC)
Guardianes de la bahía	1989-2001	GTG Entertainment Pearson All-American Television The Baywatch Company Tower 12 Productions Tower 18 Productions	National Broadcasting Company (NBC)
Flash	1990-1991	Pet Fly Productions Warner Bros. Television	Columbia Broadcasting System (CBS)
Beverly Hills 90210	1990-2000	90210 Productions Fair Dinkum Productions Propaganda Films Spelling Television Torand Productions	Fox Network

Fuente: elaborada con información de:
 EL UNIVERSAL, México. *Espectáculos*, 1 de marzo de 1993, pp. 8-9; *Espectáculos*, 2 de marzo de 1993, pp. 6-7; *Espectáculos*, 3 de marzo de 1993, pp. 8-9; *Espectáculos*, 4 de marzo de 1993, pp. 6-7; *Espectáculos*, 5 de marzo de 1993, pp. 6-7; *Deportes*, 6 de marzo de 1993, pp. 6-7; *Espectáculos*, 7 de marzo de 1993, pp. 10-11.
 IMDb. *IMDb - Movies, TV and Celebrities* [en línea]. Disponible en: <http://www.imdb.com/>.



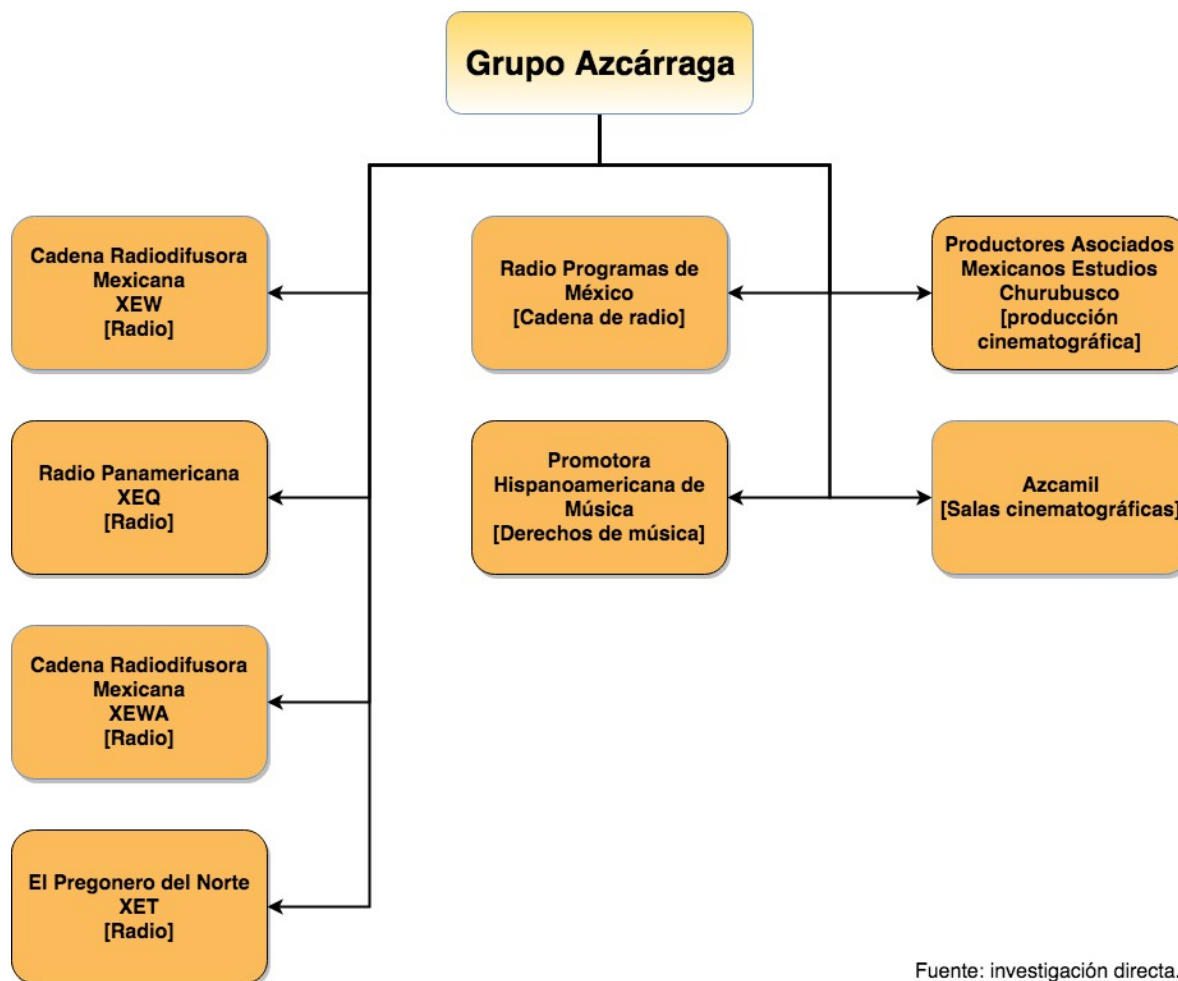
Anexo # 13				
Caricaturas programadas en los canales de Televisa, 1-7 marzo, 1993				
Nombre	País	Año de producción	Productora	Distribuidora
Tomm y Jerry	EU	1975	Hanna-Barbera Productions / MGM Television	American Broadcasting Company (ABC) Warner Bros. TV
Caricaturas (Merry Melodies-Looney Tunes)	EU	1931-1969	Leon Schlesinger Productions / Warner Bros.	n. d.
Alvin y las ardillas	EU	1983-1990	Bagdasarian Productions / Ruby-Spears Productions / Murakami Wolf Swenson / A-1 Productions / DIC Entertainment	National Broadcasting Company (NBC)
Gasparín	EU	1945-	Famous Studios	Harvey Entertainment
Sandy y sus koalas	Japón	1984	Fuji Eight Company Ltd. / Nippon Animation Co. / Saban Entertainment	British Broadcasting Corporation (BBC) Nickelodeon Network
Los mapaches	Canadá	1985-1992	Evergreen Raccoons Television Productions / Gillis-Wiseman Productions / Atkinson Film Arts / Hinton Animation Studios / Canadian Broadcasting Corporation (CBC) / Téléfilm Canada	Canadian Broadcasting Corporation (CBC)
El conde patula	Reino Unido	1988-1993	Cosgrove Hall Films / Nickelodeon Network / Thames Television	Children's Independent Television (CiTV)
Garfield y sus amigos	EU	1988-1995	Film Roman Productions / United Media Productions / Lee Mendelson Productions / Paws	9 Story Media Group
Los bits	Japón	1990-1991	Saban International / Tatsunoko Production	Nickelodeon Network Saban International Saban Productions
Las aventuras de Marianne	Francia	1991	France 2 / I.D.D.H.	n. d.
Los gatos samurái	Japón	1990-1996	Saban International / Sotsu Agency / Tatsunoko Production	BKN
El planeta perdido de Guilligan	EU	1982	Filmation Associates	CBS Television Network
Patoaventuras	EU	1987-1990	Disney Television Animation	Buena Vista Television

Fuente: elaborado con información de:
 EL UNIVERSAL, México. *Espectáculos*, 1 de marzo de 1993, pp. 8-9; *Espectáculos*, 2 de marzo de 1993, pp. 6-7; *Espectáculos*, 3 de marzo de 1993, pp. 8-9; *Espectáculos*, 4 de marzo de 1993, pp. 6-7; *Espectáculos*, 5 de marzo de 1993, pp. 6-7; *Deportes*, 6 de marzo de 1993, pp. 6-7; *Espectáculos*, 7 de marzo de 1993, pp. 10-11.
 IMDb. *IMDb - Movies, TV and Celebrities* [en línea]. Disponible en: <http://www.imdb.com/>.



Anexo # 14

Estructura del Grupo Azcárraga hacia 1950

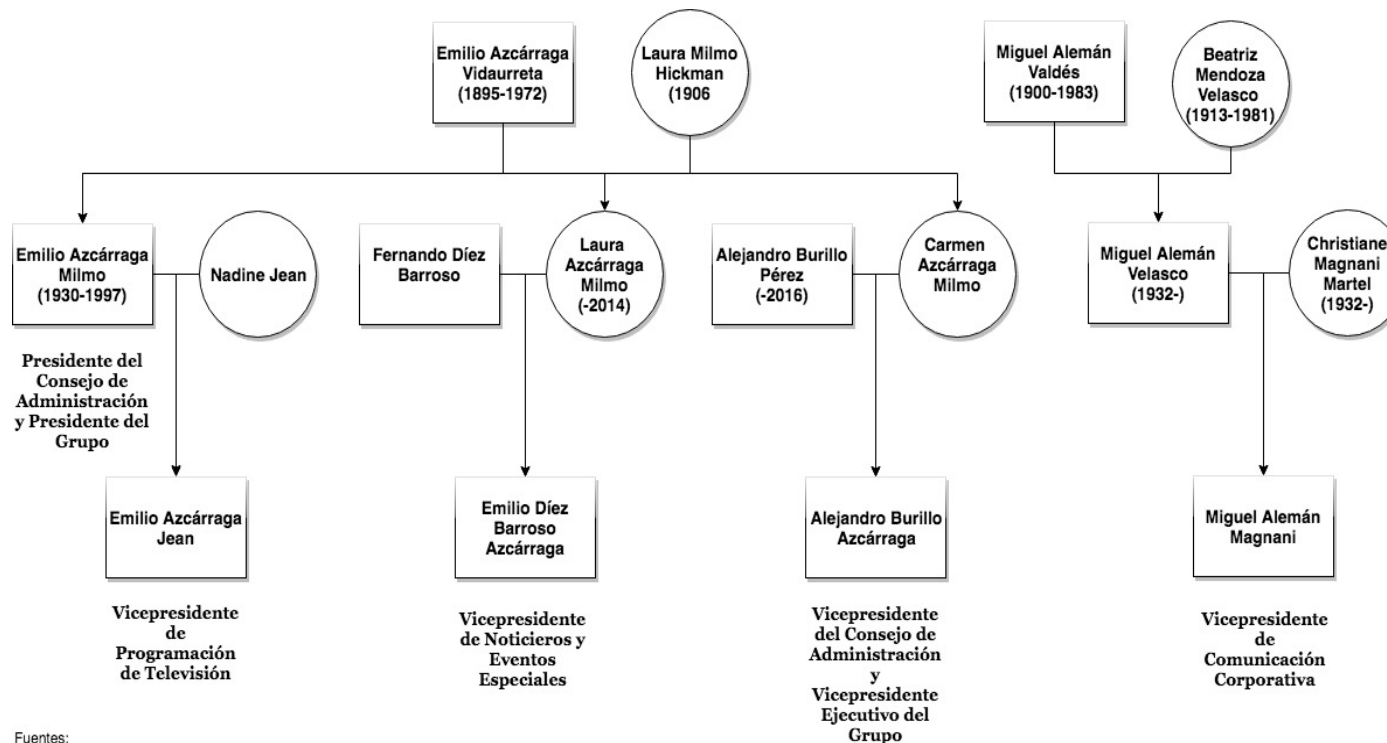


Anexo # 15	
Estructura del Grupo Televisa, 1980	
I. Televisión <ol style="list-style-type: none"> 1. Televisa, S.A. 2. Televisa Europa, S.A. 3. Televisora de La Laguna, S.A. 4. Televisora Potosina, S.A. 5. Televisa International Marketing Group. 6. International Satellite Network. 7. Univisión. 8. Promociones y Filmaciones para Televisión, S.A. 	II. Radio <ol style="list-style-type: none"> 1. Sistema Radiópolis, S.A. 2. Producciones Artísticas no Americanas, S.A. 3. XEW - AM y FM. 4. XEX - AM y FM. 5. XEQ - AM. 6. XEWK (Guadalajara). 7. XEW Onda Corta.
III. Exportación <ol style="list-style-type: none"> 1. Productora de Teleprogramas, S.A. 2. Galavisión, S.A. 3. Unitan, S.A. 	IV. Publicaciones <ol style="list-style-type: none"> 1. Editorial Televisión, S.A. 2. Provenenex, S.A. de C.V. 3. Edivisión, Cía. Editorial, S.A. 4. Editorial PALSA, S.A. 5. International Graphics.
V. Espectáculos <ol style="list-style-type: none"> 1. Promotora Nacional de Espectáculos, S.A. 2. Promovisión Mexicana, S.A. 3. Imagen y Talento, S.A. 4. Móvil y Espectáculos, S.A. 5. Magnaverde Productions 6. Club de Fútbol América, S.A. 7. Escuela de Fútbol del Club América, A.C. 8. Multiteatros, S.A. 	VI. Inmobiliarias <ol style="list-style-type: none"> 1. Inmobiliaria Maclo, S.A. 2. Terma, S.A. 3. Dimar, S.A.
VII. Cablevisión <ol style="list-style-type: none"> 1. Cablevisión, S.A. 2. Tecnicable, S.A. 3. Cablepelículas, S.A. 	VIII. Cinematografía <ol style="list-style-type: none"> 1. Telecine, S.A. 2. Dibujos Animados Mexicanos, S.A. 3. Telecine Distribution, Inc.
IX. Discos <ol style="list-style-type: none"> 1. Producciones de Discos América, S.A. 2. América Musical, S.A. 3. Originales de Música Grabada, S.A. 4. Discos América, Inc. 	X. Culturales <ol style="list-style-type: none"> 1. Fundación Cultural Televisa, A. C. 2. Museo Rufino Tamayo. 3. Instituto de Estudios y Documentos Históricos.
Fuente: ALCEDA FERNÁNDEZ, R., 1995. <i>Reseña histórica de la televisión comercial en Veracruz</i> . Licenciatura. Veracruz: Universidad Veracruzana, pp. 31-32.	



Anexo # 16

Grupo Televisa: familias fundadoras y estructura de gestión, 1993



Fuentes:
 GRUPO TELEvisa, 1993. *Oferta pública secundaria de 30'900.000 Certificados de Participación Ordinarios no amortizables (CPOs) cada uno de los cuales ha sido emitido sobre una acción de la Serie A, una acción de la Serie L y una acción de la Serie D con un importe total de NS3,077'640,000 M. N. México: Grupo Televisa.*, p. 96.
 SOTO RODRÍGUEZ, O., [sin fecha]. Carmen Azcárraga Milmo. *Geneanet* [en línea]. Disponible en: <http://gw.geneanet.org/genemex?lang=es;pz=omar;nz=soto+rodriguez;ocz=0;p=carmen;n=azcarraga+milmo>.
 SOTO RODRÍGUEZ, O., [sin fecha]. Emilio Azcárraga Milmo. *Geneanet* [en línea]. Disponible en: <http://gw.geneanet.org/genemex?lang=es;pz=omar;nz=soto+rodriguez;ocz=0;p=emilio;n=azcarraga+milmo>.
 SOTO RODRÍGUEZ, O., [sin fecha]. Fernando Díez Barroso. *Geneanet* [en línea]. Disponible en: <http://gw.geneanet.org/genemex?lang=es;pz=omar;nz=soto+rodriguez;ocz=0;p=fernando;n=diez+barroso>.
 SOTO RODRÍGUEZ, O., [sin fecha]. Miguel Alemán Valdés. *Geneanet* [en línea]. Disponible en: <http://gw.geneanet.org/genemex?lang=es&iz=37646&p=miguel&n=aleman+valdes>



Anexo # 17**Notificaciones de solicitudes de concesiones de televisión, 1946-1953***Parte 1*

Fecha	Concepto	Solicitante	Ciudades por cubrir	Canal*
7/11/1946	1ª. notificación	Radio Panamericana, S. A. (Emilio Balli, representante)	México, D. F., Veracruz, Ver., Puebla, Pue., Guadalajara, Jal., Tampico, Tamps., Torreón, Coah., Monterrey, N. L.	n.d.
21/11/1946	2ª. notificación			
7/11/1946	1ª. notificación	Cadena Radiodifusora Mexicana, S. A. (Emilio Azcárraga, representante)	México, D. F., Veracruz, Ver., Puebla, Pue., Guadalajara, Jal., Tampico, Tamps., Torreón, Coah., Monterrey, N. L.	n.d.
21/11/1946	2ª. notificación			
6/9/1947	1ª. notificación	Guillermo González Camarena	México, D. F.	n.d.
17/9/1947	2ª. notificación			
14/6/1951	1ª. notificación	Radiotelevisión, S. A.	Tijuana, B. C.	n.d.
25/6/1951	2ª. notificación			
27/6/1951	1ª. notificación	Carlos Mariscal Gómez	Monterrey, N. L.	n.d.
7/7/1951	2ª. notificación			
29/6/1951	1ª. notificación	Guillermo González Camarena	México, D. F.	5
9/7/1951	2ª. notificación			
20/09/1952	1ª. notificación	Televisora del Río Bravo, S. A.	Reynosa, Tamps.	12
1/10/1952	2ª. notificación			
20/09/1952	1ª. notificación	Televisora de Occidente, S.A.	Guadalajara, Jal.	10
30/09/1952	2ª. notificación			
20/09/1952	1ª. notificación	Televisora del Norte, S.A.	Monterrey, N. L.	6
30/09/1952	2ª. notificación			
29/09/1952	1ª. notificación	Televisora del Centro, S.A.	Silao, Gto.	3
9/10/1952	2ª. notificación			
7/11/1952	1ª. notificación	Televisión de Matamoros, S. A.	Matamoros, Tamps.	7
17/11/1952	2ª. notificación			
7/11/1952	1ª. notificación	Televisión de Torreón, S. A.	Torreón, Coah.	3
17/11/1952	2ª. notificación			
10/11/1952	1ª. notificación	Televisión de Monterrey, S. A.	Monterrey, N. L.	2
19/11/1952	2ª. notificación			
10/11/1952	1ª. notificación	Televisión de Tijuana, S. A.	Tijuana, B. C.	12
19/11/1952	2ª. notificación			
14/11/1952	1ª. notificación	Televisión de México, S. A.	México, D. F. ^{1/}	7
24/11/1952	2ª. notificación			
14/11/1952	1ª. notificación	Televisión de Mexicali, S. A.	Mexicali, B. C.	3
24/11/1952	2ª. notificación			
14/11/1952	1ª. notificación	Televisión de Guanajuato, S. A.	Guanajuato, Gto.	12
24/11/1952	2ª. notificación			

Anexo # 17**Notificaciones de solicitudes de concesiones de televisión, 1946-1953***Parte 2*

Fecha	Concepto	Solicitante	Ciudades por cubrir	Canal*
14/11/1952	1ª. notificación	Televisión de Guadalajara, S. A.	Guadalajara, Jal.	6
24/11/1952	2ª. notificación			
14/11/1952	1ª. notificación	Televisión de Hermosillo, S. A.	Hermosillo, Son.	6
24/11/1952	2ª. notificación			
14/11/1952 ^{2/}	1ª. notificación	Televisión de Ciudad Juárez, S. A.	Ciudad Juárez, Chih.	2
24/11/1952	2ª. notificación			
18/12/1952	1ª. notificación	Televisión de la Frontera, S. A. (Ricardo Garza Álvarez, representante)	Ciudad Juárez, Chih.	5
27/12/1952	2ª. notificación			
18/12/1952	1ª. notificación	Televisión Garza Álvarez, S. A. (Ricardo Garza Álvarez, representante)	Nuevo Laredo, Tamps.	3
27/12/1952	2ª. notificación			
2/1/1953	1ª. notificación	Televisión de Nogales, S. A.	Nogales Son.	2
12/1/1953	2ª. notificación			
2/1/1953	1ª. notificación	Televisión de Nuevo Laredo, S. A.	Nuevo Laredo, Tamps.	3
13/1/1953	2ª. notificación			
2/1/1953	1ª. notificación	Televisión de Reynosa, S. A.	Reynosa, Tamps.	9
12/1/1953	2ª. notificación			
5/1/1953	1ª. notificación	Televisión de Mérida, S. A.	Mérida, Yuc.	4
15/1/1953	2ª. notificación			
19/1/1953	1ª. notificación	Televisión de Veracruz, S. A.	Veracruz, Ver.	3
29/1/1953	2ª. notificación			

1/ Paso de Cortés.

2/ Aunque en el texto original aparece como "segunda notificación", en realidad se trata de la primera. La segunda es publicada el 24 de noviembre de 1952.

* Canal que podía ser asignado.

Fuente: SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1946. Notificación a las personas que resulten afectadas con la solicitud de concesión de la Radio Panamericana, S. A., para explotar estaciones radiodifusoras de televisión en México, D. F., Veracruz, Ver., Puebla, Pue., Guadalajara, Jal., Tampico, Tam., Torreón, Coah., y Monterrey, N. L. *Diario Oficial de la Federación*. México, 7 de noviembre de 1946, pp. 2-3.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1946. Notificación a las personas que resulten afectadas con la solicitud de concesión de la Cadena Radiodifusora Mexicana, S. A., para explotar estaciones radiodifusoras de televisión en México, D. F., Veracruz, Ver., Puebla, Pue., Guadalajara, Jal., Tampico, Tam., Torreón, Coah., y Monterrey, N. L. *Diario Oficial de la Federación*. México, 7 de noviembre de 1946, p. 3.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1946. Notificación a las personas que resulten afectadas con la solicitud de concesión de la Radio Panamericana, S. A., para explotar estaciones radiodifusoras de televisión en México, D. F., Veracruz, Ver., Puebla, Pue., Guadalajara, Jal., Tampico, Tam., Torreón, Coah., y Monterrey, N. L. *Diario Oficial de la Federación*. México, 21 de noviembre de 1946, p. 4.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1946. Notificación a las personas que resulten afectadas con la solicitud de concesión de la Cadena Radiodifusora Mexicana, S. A., para explotar estaciones radiodifusoras de televisión en México, D. F., Veracruz, Ver., Puebla, Pue., Guadalajara, Jal., Tampico, Tam., Torreón, Coah., y Monterrey, N. L. *Diario Oficial de la Federación*. México, 21 de noviembre de 1946, p. 5.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1947. Solicitud del señor Guillermo González Camarena, para explotar una estación radiodifusora de televisión en México, D. F. *Diario Oficial de la Federación*. México, 6 de septiembre de 1947, p. 2.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1947. Solicitud del señor Guillermo González Camarena, para explotar una estación radiodifusora de televisión en México, D. F. *Diario Oficial de la Federación*. México, 17 de septiembre de 1947, p. 5.

Anexo # 17**Notificaciones de solicitudes de concesiones de televisión, 1946-1953**

Parte 3

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1951. Solicitud presentada por la empresa denominada Radiotelevisión, S.A., para explotar una estación difusora de televisión en Tijuana, B. Cfa. *Diario Oficial de la Federación*. México, 14 de junio de 1951, p. 10.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1951. Solicitud presentada por la empresa denominada Radiotelevisión, S.A., para explotar una estación difusora de televisión en Tijuana, B. Cfa. *Diario Oficial de la Federación*. México, 25 de junio de 1951, p. 7.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1951. Solicitud presentada por el señor Carlos Mariscal Gómez, para instalar y explotar una estación difusora de televisión en Monterrey, N. L. *Diario Oficial de la Federación*. México, 27 de junio de 1951, p. 8.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1951. Solicitud presentada por el señor Guillermo González Camarena, para instalar y explotar una estación difusora de televisión en esta capital. *Diario Oficial de la Federación*. México, 29 de junio de 1951, p. 4.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1951. Solicitud presentada por el señor Carlos Mariscal Gómez, para instalar y explotar una estación difusora de televisión en Monterrey, N. L. *Diario Oficial de la Federación*. México, 7 de julio de 1951, p. 7.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1951. Solicitud presentada por el señor Guillermo González Camarena, para instalar y explotar una estación difusora de televisión en esta capital. *Diario Oficial de la Federación*. México, 9 de julio de 1951, pp. 8-9.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1952. Solicitud presentada por Televisora del Río Bravo, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Reynosa, Tam. *Diario Oficial de la Federación*. México, 20 de septiembre de 1952, p. 9.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1952. Solicitud presentada por Televisora de Occidente, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Guadalajara, Jal. *Diario Oficial de la Federación*. México, 20 de septiembre de 1952, p. 9.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1952. Solicitud presentada por Televisora del Norte, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Monterrey, N. L. *Diario Oficial de la Federación*. México, 20 de septiembre de 1952, p. 9.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1952. Solicitud presentada por Televisora del Centro, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Silao, Gto. *Diario Oficial de la Federación*. México, 29 de septiembre de 1952, p. 5.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1952. Solicitud presentada por Televisora de Occidente, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Guadalajara, Jal. *Diario Oficial de la Federación*. México, 30 de septiembre de 1952, p. 13.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1952. Solicitud presentada por Televisora del Norte, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Monterrey, N. L. *Diario Oficial de la Federación*. México, 30 de septiembre de 1952, p. 14.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1952. Solicitud presentada por Televisora del Río Bravo, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Reynosa, Tam. *Diario Oficial de la Federación*. México, 1 de octubre de 1952, p. 4.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1952. Solicitud presentada por Televisora del Centro, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Silao, Gto. *Diario Oficial de la Federación*. México, 9 de octubre de 1952, p. 12.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1952. Solicitud presentada por Televisión de Matamoros, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Matamoros, Tam. *Diario Oficial de la Federación*. México, 7 de noviembre de 1952, p. 11.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1952. Solicitud presentada por Televisión de Torreón, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Torreón, Coah. *Diario Oficial de la Federación*. México, 7 de noviembre de 1952, p. 11.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1952. Solicitud presentada por Televisión de Monterrey, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Monterrey, N. L. *Diario Oficial de la Federación*. México, 10 de noviembre de 1952, p. 4.

Anexo # 17**Notificaciones de solicitudes de concesiones de televisión, 1946-1953**

Parte 4

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1952. Solicitud presentada por Televisión de Tijuana, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Tijuana, B. Cfa. *Diario Oficial de la Federación*. México, 10 de noviembre de 1952, p. 4.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1952. Solicitud presentada por Televisión de México, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en México, D.F. (Paso de Cortés). *Diario Oficial de la Federación*. México, 14 de noviembre de 1952, p. 1.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1952. Solicitud presentada por Televisión de Mexicali, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Mexicali, B. C. *Diario Oficial de la Federación*. México, 14 de noviembre de 1952, pp. 1-2.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1952. Solicitud presentada por Televisión de Guadalajara, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Guadalajara, Jal. *Diario Oficial de la Federación*. México, 14 de noviembre de 1952, p. 2.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1952. Solicitud presentada por Televisión de Hermosillo, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Hermosillo, Son. *Diario Oficial de la Federación*. México, 14 de noviembre de 1952, p. 2.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1952. Solicitud presentada por Televisión de Ciudad Juárez, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Ciudad Juárez, Chih. *Diario Oficial de la Federación*. México, 14 de noviembre de 1952, p. 2.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1952. Solicitud presentada por Televisión de Matamoros, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Matamoros, Tam. *Diario Oficial de la Federación*. México, 17 de noviembre de 1952, p. 11.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1952. Solicitud presentada por Televisión de Torreón, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Torreón, Coah. *Diario Oficial de la Federación*. México, 17 de noviembre de 1952, p. 11.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1952. Solicitud presentada por Televisión de Tijuana, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Tijuana, B. Cfa. *Diario Oficial de la Federación*. México, 19 de noviembre de 1952, p. 5.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1952. Solicitud presentada por Televisión de Monterrey, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Monterrey, N. L. *Diario Oficial de la Federación*. México, 19 de noviembre de 1952, p. 5.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1952. Solicitud presentada por Televisión de México, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en México, D.F. (Paso de Cortés). *Diario Oficial de la Federación*. México, 24 de noviembre de 1952, p. 3.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1952. Solicitud presentada por Televisión de MEXICALI, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Mexicali, B. C. *Diario Oficial de la Federación*. México, 24 de noviembre de 1952, p. 3.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1952. Solicitud presentada por Televisión de Guanajuato, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Guanajuato, Gto. *Diario Oficial de la Federación*. México, 24 de noviembre de 1952, p. 4.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1952. Solicitud presentada por Televisión de Guadalajara, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Guadalajara, Jal. *Diario Oficial de la Federación*. México, 24 de noviembre de 1952, p. 4.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1952. Solicitud presentada por Televisión de Hermosillo, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Hermosillo, Son. *Diario Oficial de la Federación*. México, 24 de noviembre de 1952, p. 4.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1952. Solicitud presentada por Televisión de Ciudad Juárez, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Ciudad Juárez, Chih. *Diario Oficial de la Federación*. México, 24 de noviembre de 1952, p. 4.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1952. Solicitud del Ingeniero Ricardo Garza Alvarez, para instalar y explotar una radiodifusora de televisión en Ciudad Juárez, Chih. *Diario Oficial de la Federación*. México, 18 de diciembre de 1952, p. 12.

Anexo # 17**Notificaciones de solicitudes de concesiones de televisión, 1946-1953**

Final

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1952. Solicitud del Ingeniero Ricardo Garza Alvarez, para instalar y explotar una difusora de televisión en Nuevo Laredo Tam. *Diario Oficial de la Federación*. México, 18 de diciembre de 1952, pp. 12-13.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1952. Solicitud del Ingeniero Ricardo Garza Alvarez, para instalar y explotar una radiodifusora de televisión en Ciudad Juárez, Chih. *Diario Oficial de la Federación*. México, 27 de diciembre de 1952, p. 12.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1952. Solicitud del Ingeniero Ricardo Garza Alvarez, para instalar y explotar una difusora de televisión en Nuevo Laredo Tam. *Diario Oficial de la Federación*. México, 27 de diciembre de 1952, p. 12.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1953. Solicitud presentada por Televisión de Nogales, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Nogales, Son. *Diario Oficial de la Federación*. México, 2 de enero de 1953, pp. 11-12.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1953. Solicitud presentada por Televisión de Nuevo Laredo, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Nuevo Laredo, Tams. *Diario Oficial de la Federación*. México, 2 de enero de 1953, p. 12.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1953. Solicitud presentada por Televisión de Reynosa, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Reynosa, Tam. *Diario Oficial de la Federación*. México, 2 de enero de 1953, p. 12.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1953. Solicitud presentada por Televisión de Mérida, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Mérida, Yuc. *Diario Oficial de la Federación*. México, 5 de enero de 1953, p. 11.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1953. Solicitud presentada por Televisión de Nogales, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Nogales, Son. *Diario Oficial de la Federación*. México, 12 de enero de 1953, p. 7.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1953. Solicitud presentada por Televisión de Reynosa, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Reynosa, Tam. *Diario Oficial de la Federación*. México, 12 de enero de 1953, p. 7.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1953. Solicitud presentada por Televisión de Nuevo Laredo, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Nuevo Laredo, Tams. *Diario Oficial de la Federación*. México, 13 de enero de 1953, p. 10.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1953. Solicitud presentada por Televisión de Mérida, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Mérida, Yuc. *Diario Oficial de la Federación*. México, 15 de enero de 1953, p. 2.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1953. Solicitud presentada por Televisión de Veracruz, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Veracruz, Ver. *Diario Oficial de la Federación*. México, 19 de enero de 1953, p. 11.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1953. Solicitud presentada por Televisión de Veracruz, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Veracruz, Ver. *Diario Oficial de la Federación*. México, 29 de enero de 1953, pp. 7-8.



Anexo # 18										
Solicitudes de concesiones de televisión presentadas entre 1955-1972										Parte 1
Concesiones (Fechas)				Persona	Razón social	Zona o ciudad	Edo.	Canal	Siglas	Grupo
#	Fecha solicitud	Fecha inicio de vigencia	Procedió							
1	10/04/55	11/04/59	Sí	Rómulo O'Farril Sr.	Televisora de Mexicali, S. A.	Mexicali	B. C.	3	XHBC-TV	Telesistema
2	10/04/55	19/06/61	Sí	Rómulo O'Farril Sr.	Televisora del Norte, S. A.	Monterrey	N. L.	10	XHX-TV	Telesistema
3	10/04/55	10/02/60	Sí ^{1/}	Rómulo O'Farril Sr.	Televisora de Occidente, S. A.	Guadalajara	Jal.	2	XEWO-TV	Telesistema
4	11/04/55	06/08/60	Sí	Rómulo O'Farrill	Televisora Calimex, S. A.	Tijuana	B. C.	12	XEWT-TV	Telesistema
5	28/09/55	02/07/69	Sí	Rómulo O'Farrill Jr.	Televisora de Tampico, S. A.	Tampico	Tamps.	4	XHD-TV	Telesistema
6	22/02/56	14/12/60	Sí ^{2/}	Rafael Cutberto Navarro	n. p.	Monterrey	N. L.	6	XET-TV	Garza Sada
7	11/04/56	08/04/59	Sí ^{3/}	Clemente Serna Martínez	Televisora de La Laguna, S. A.	Torreón	Coah.	4	XELN-TV	Serna
8	11/04/56	30/04/63	Sí ^{4/}	Clemente Serna Martínez	Televisora de Chihuahua, S. A.	Chihuahua	Chih.	11	XERA-TV	Serna
9	07/06/55	14/04/58	Sí	Gilberto Ochoa Salinas	Televisora del Golfo, S. A.	Ciudad Madero	Tamps.	7	XHGO-TV	n. d.
10	28/09/55	09/10/63	Sí ^{5/}	Rómulo O'Farrill Jr.	Cadena Televisora del Norte, S. A.	Monterrey	N. L.	2	XEFB-TV	Telesistema
11	28/09/55	02/07/69	Sí ^{6/}	Rómulo O'Farrill Jr.	n. p.	Guadalajara	Jal.	4	XHG-TV	Telesistema
12	01/10/55	23/08/60	Sí	Alejandro Díaz Guerra	Televisión Tapatía, S. A. de C. V.	Guadalajara	Jal.	6	XEHL-TV	n. d.
13	11/04/56	14/11/64	Sí ^{7/}	Rafael Cutberto Navarro	Impulsora de Televisión de Chihuahua, S. A.	Chihuahua	Chih.	2	XHCH-TV	Telecadena
14	18/09/56	30/06/60	Sí	Sergio Raúl Molinar F.		Ciudad Juárez	Chih.	2	XEPM-TV	n. d.
15	15/10/56	27/07/63	Sí ^{8/}	Carlos Ferráez Matos	n. p.	Veracruz	Ver.	7	XHFM-TV	n. d.
16	18/10/57	n. d.	NO	Alfonso Moreno del Rincón	n. p.	Guadalajara	Jal.	8	n. d.	n. d.
17	21/11/57	19/03/59	Sí	n. p.	Televisora de Hermosillo, S. A. (Rómulo O'Farril Sr.)	Hermosillo	Son.	6	n. d.	Telesistema
18	12/11/58	n. d.	NO	Rómulo O'Farril Sr.	n. p.	Reynosa	Tamps.	9	n. d.	n. d.

Anexo # 18										
Solicitudes de concesiones de televisión presentadas entre 1955-1972										Parte 2
Concesiones (Fechas)				Persona	Razón social	Zona o ciudad	Edo.	Canal	Siglas	Grupo
#	Fecha solicitud	Fecha inicio de vigencia	Procedió							
19	27/10/59	n. d.	NO	Felipe Arreola G.	n. p.	Nogales	Son.	2	n. d.	n. d.
20	14/07/60	n. d.	NO	Miguel A. Hernández Díaz	n. p.	Culiacán	Sin.	6	XHBL-TV	n. d.
21	16/07/60	29/11/64	Sí	Daniel Schacht Pérez	n. p.	Coatzacoal-cos	Ver.	3	XHCV-TV	Daniel Schacht Pérez
22	19/08/60	n. d.	NO	Federico Ferreira Kanappe	n. p.	Tijuana	B. C.	21		n. d
23	23/08/60	22/02/62	Sí	José María Cobián	Televisión de Colima, S. A. de C. V.	Colima	Col.	5	XHCC-TV	Alejo Peralta
24	06/12/60	09/06/64	Sí	Clemente Serna Martínez	Cadena Radio Televisora del Norte, S. A. ^{9/}	Matamoros	Tamps.	2	XHCR-TV	Serna
25	12/01/61	n. d.	NO	Amador Coutiño Coss	n. p.	Tuxtla Gutiérrez	Chis.	5	XHAC-TV	n. d
26	09/02/61	29/01/63	Sí	Rómulo O'Farril, Sr.	Televisora de Yucatán, S. A.	Mérida	Yuc.	3	XHY-TV	García Lavín
27	09/02/61	n. d.	Sí	Alberto García Bolio	Sistema Teleyucatán, S. A.	Mérida	Yuc.	13	XHST-TV	Barbachano
28	21/02/61	02/07/69	Sí	Clemente Serna Martínez	Televisión de Tabasco, S. A.	Villahermosa	Tab.	2 ^{10/}	XHLL-TV	Serna
29	21/02/61	02/07/69	Sí	Clemente Serna Martínez	Televisión del Pacífico, S. A.	Mazatlán	Sin.	2 ^{11/}	XHMZ-TV	Serna
30	05/04/61	22/11/64	Sí	Guillermo González Camarena	Televisora Regional Veracruzana, S. A.	Las Lajas	Ver.	6	XHAJ-TV	Telesistema
31	17/05/61	11/09/64	Sí	Francisco Madero R.	TV de Culiacán, S. A.	Culiacán	Sin.	3	XHQ-TV	Francisco Madero Herrera
32	21/06/61	n. d.	NO	José Manuel Acosta Castañeda	n. p.	Torreón	Coah.	2	XHIA-TV	n. d
33	18/07/61	13/11/64	Sí	Alejandro O. Stevenson Torrijos	n. p.	Durango	Dgo.	11	XHA-TV	Stevenson
34	22/07/61	02/07/69	Sí	Francisco King Rondero	Televisión La Paz, S. A.	La Paz	B. C. S.	4	XHK-TV	King
35	07/10/61	02/07/69	C. R. ^{12/}	Clemente Serna Martínez	Impulsora de Televisión, S. A.	Chihuahua	Chih.	4	XHI-TV	Serna

Anexo # 18										
Solicitudes de concesiones de televisión presentadas entre 1955-1972										Parte 3
Concesiones (Fechas)				Persona	Razón social	Zona o ciudad	Edo.	Canal	Siglas	Grupo
#	Fecha solicitud	Fecha inicio de vigencia	Procedió							
36	24/10/61	n. d	NO	Roberto Nájera Martínez		Ciudad de México	CDMX	16 ^{13/}	XHTC-TV	n. d
37	06/02/62	22/10/64	Sí	Fernando Díez Barroso	Tele-Lajas, S. A.	Las Lajas	Ver.	8	XHAH-TV	Telesistema
38	13/02/62	22/10/64	Sí	Rómulo O'Farril Jr.	Televisión de Veracruz, S. A.	Las Lajas	Ver.	10	XHAI-TV	Telesistema
39	15/02/62	02/07/69	Sí	Antonio R. Cabrera	n. p.	Acapulco	Gro.	4	XHAL-TV	Telesistema
40	02/07/62	n. d	NO	Ramona Esparza González	n. p.	Nuevo Laredo	Tamps.	11	XHAS-TV	n. d
41	29/10/62	02/07/69	Sí	Rafael Elizalde Gastélum	TV de Mazatlán, S. A.	Mazatlán	Sin.	4 ^{14/}	XHOW-TV	Francisco Madero Herrera
42	31/01/63	n. d	NO	José Manuel Acosta Castañeda	n. p.	Parral	Chih.	2	XHJMA-TV	n. d
43	08/02/63	n. d	NO	José Manuel Acosta Castañeda	n. p.	Los Mochis	Sin.	12	XHCG-TV	n. d
44	02/03/63	n. d	NO	Tomás Marentes Miranda	Tomás Marentes Miranda	Villahermosa	Tab.	11	XHBE-TV	n. d
45	03/06/63	02/07/69	Sí	Rómulo O'Farril Jr.	Televisora del Pacífico, S. A. ^{15/}	Acapulco	Gro.	2	XHAP-TV	Telesistema
46	15/08/63	n. d	NO	Pedro Meneses Hoyos	n. p.	Hidalgo del Parral	Chih.	12	XHBH-TV	n. d
47	16/10/63	02/07/69	Sí	Francisco Galindo Romero	Compañía Televisora de León, Guanajuato, S. A.	León	Gto.	8 ^{16/}	XHL-TV	Francisco Galindo Romero/ Telesistema
48	18/11/63	11/07/81	Sí	Héctor Balcázar Sdoia	Televisora de Durango, S. A. ^{17/}	Durango	Dgo.	12	XHND-TV	n. d
49	26/11/63	I. O. ^{18/}	Sí	Guillermo Salas	Fomento de Televisión Nacional, S. A.	Ciudad de México	CDMX	13 ^{19/}	XHTM-TV	Salas-Garza Sada
50	26/11/63	21/10/88	Sí	Carlos Manuel Ferréaz Matus	Televisión de Oaxaca, S. A. ^{20/}	Oaxaca	Oax.	3	XHBO-TV	n. d
51	05/12/63	02/07/69	Sí	Carlos H. Gama ^{21/}	T. V. de Los Mochis, S. A.	Los Mochis	Sin.	4	XHBS-TV	Francisco Madero Herrera

Anexo # 18										
Solicitudes de concesiones de televisión presentadas entre 1955-1972										Parte 4
Concesiones (Fechas)				Persona	Razón social	Zona o ciudad	Edo.	Canal	Siglas	Grupo
#	Fecha solicitud	Fecha inicio de vigencia	Procedió							
52	20/01/64	02/07/69	Sí	Juan Gamboa Maldonado ^{22/}	Televisora Peninsular, S. A.	Mérida	Yuc.	9	XHTP-TV	García Lavín
53	31/01/64	02/07/69	Sí	Andrés García Lavín	Televisora de Campeche, S. A.	Campeche	Camp.	12	XHAN-TV	García Lavín
54	30/03/64	14/10/73	Sí	Jesús Quintanilla García	Televisoras Incorporadas, S. A.	Oaxaca	Oax.	7	XHBN-TV	Garza Sada
55	02/04/64	02/07/69	Sí	Jesús Quintanilla García	Televisoras Incorporadas, S. A.	Ciudad Victoria	Tamps.	11	XHTK-TV	Garza Sada
56	09/04/64	02/12/70	Sí	Héctor Balcázar Sdoia	Televisión de Tapachula, S. A.	Tapachula	Chis.	7	XHAA-TV	n. d
57	14/04/64	n. d	NO	José de Ávila Serafín	Televisión Nayarita, S.A.	Tepic	Nay.	4	XHAF-TV	n. d
58	22/06/64	n. d	NO	Héctor Ramírez Acevedo	Televisión de Chilpancingo, S. A	Chilpancingo	Gro.	12	XHAK-TV	n. d
59	29/08/64	n. d	NO	Salvador Uranga Fernández	Televisora de Chihuahua, S. A.	Chihuahua	Chih.	13	XHUF-TV	n. d
60	20/10/64	14/01/85	Sí	Krimilda López de Fernández ^{23/}		Uruapan	Mich.	13	XHBG-TV	n. d
61	14/12/64	n. d	NO	Manuel Barbachano Ponce	Televisión Independiente de Querétaro, S. A.	Querétaro	Qro.	9	XHTQ-TV	n. d
62	19/12/64	n. d	NO	Jorge Barbachano Ponce	Televisión Independiente de Nogales, S. A.	Nogales	Son.	7	XHTN-TV	n. d
63	19/12/64	n. d	NO	Manuel Barbachano Ponce	Televisión Independiente de Hermosillo, S. A.	Hermosillo	Son.	10	XHTH-TV	n. d
64	19/12/64	n. d	NO	Manuel Barbachano Ponce	Televisión Independiente de Mexicali, S. A.	Mexicali	B. C.	5	XHAQ-TV	n. d

Anexo # 18
Solicitudes de concesiones de televisión presentadas entre 1955-1972 *Parte 5*

Concesiones (Fechas)				Persona	Razón social	Zona o ciudad	Edo.	Canal	Siglas	Grupo
#	Fecha solicitud	Fecha inicio de vigencia	Procedió							
65	19/12/64	n. d	NO	Manuel Barbachano Ponce	Televisión Independiente de Puebla, S. A.	Puebla	Pue.	6	XHTI-TV	n. d
66	24/06/65	31/05/70	Sí	n. p.	Televisora del Centro, S. A.	Zacatecas	Zac.	3	XHBQ-TV	n. d
67	02/09/65	n. d	NO	Víctor Manuel Bazúa	n. p.	Culiacán	Sin.	7	XHBT-TV	n. d.
68	22/10/65	n. d	NO	Rómulo O'Farrill Jr.	n. p.	Linares	N. L.	8	XHAR-TV	n. d.
69	14/02/66	02/07/69	Sí	José de Jesús Partida V.	n. p.	Tuxtla Gutiérrez	Chis.	8	XHTX-TV	Partida
70	14/09/66	23/10/67	Sí	Emilio Azcárraga Milmo	Televisora de Aguascalientes, S. A.	Zacatecas	Zac.	8	XHBD-TV	Telesistema
71	04/03/67	07/12/79	Sí	Guillermo Silva Alemán	n. p.	Navojoa	Son.	8	XHBF-TV	n. d
72	22/06/67	04/02/72	Sí	Carlos Campuzano Oñate	Televisión de Victoria, S. A.	Ciudad Victoria	Tamps.	13	XHUT-TV	Garza Sada
73	21/11/67	15/03/69	Sí	Guillermo Salas	Canales de Televisión Populares, S. A. de C. V.	Hermosillo	Son.	12	XHAK-TV	Salas
74	21/11/67	n. d.	NO	Rómulo O'Farrill Jr.	Televisora de Piedras Negras, S. A.	Piedras Negras	Coah.	3	XHPB-TV	n. d
75	23/12/67	30/11/88	Sí	Guillermo Salas ^{24/}	Canales de Televisión Populares, S. A. de C. V.	Tijuana	B. C.	45	XHBJ-TV	n. d
76	22/03/68	02/09/81	Sí	Mario Rincón Espinosa	n. p.	Tijuana	B. C.	33	XHAS-TV	n. d
77	07/05/68	14/10/74	Sí	Emilio Azcárraga Milmo	Televisión del Mar de Cortés, S. A	Mexicali	B. C.	14	XHBM-TV	Telesistema
78	22/07/68	03/03/70	Sí	Emilio Azcárraga Milmo	Televisión del Alto Río Bravo, S. A.	Ciudad Jiménez	Chih.	8	XHBU-TV	Telesistema
79	12/09/70	30/10/75	Sí	Marcos Jesús Gordo Moreno	Impulsora de Televisión de la Provincia, S. A. de C. V.	San Luis Potosí	S. L. P.	13	XHDE-TV	n. d

Fuente: elaboración propia con datos del Diario Oficial de la Federación, del Registro Federal de Concesiones e investigación directa.

Notas:

Anexo # 18**Solicitudes de concesiones de televisión presentadas entre 1955-1972***Final*

Solicitud: fecha en que ingresa la solicitud de la concesión.

Inicio vigencia: fecha en que inicia la concesión.

Primer documento emitido: fecha en que se emite el primer documento de concesión conocido.

Inicio operación: fecha en que inicia la operación de la estación.

n. p. Las concesiones se otorgaban a personas físicas o a razones sociales.

D. O. Dejó de operar.

n. d. No hay dato

1/ El titular de la concesión otorgada fue Televisión de Guadalajara, S. A., otra empresa del grupo Telesistema.

2/ Aunque fue otorgada a Televisión del Norte, S. A. ligada a Hojalata y Lámina (HYLSA).

3/ Aunque la empresa estaba ligada a José Ángel Ortiz y su yerno, Víctor Silva Palacios.

4/ Aunque se le otorga el canal 5.

5/ Aunque se le otorga el canal 3.6/ La concesión es otorgada a Televisora de Occidente, S. A.

7/ Aunque la empresa aparece vinculada a Gerardo Heim y Manuel Barbachano Ponce.

8/ Aunque se le otorga el canal 2.

9/ La concesión original fue otorgada a Cadena Radiodifusora del Norte, S. A.

10/ Se le asignó la frecuencia del canal 13.

11/ Se le asignó la frecuencia del canal 7.

12/ Al parecer se le asignó la frecuencia XHIT. Dejó de operar desde julio de 1972 y la concesión fue rescatada por el Gobierno Federal en 1973.

13/ La solicitud era para operar una estación de televisión a color en la banda de UHF.

14/ Se le asignó la frecuencia del canal 12.

15/ No existe el documento de la primera concesión.

16/ Se le asignó la frecuencia del canal 10.

17/ Comienza a operar hasta 1981 y bajo la dirección de Organización Editorial Mexicana.

18/ La vigencia se estableció a partir del inicio de sus transmisiones comerciales.

19/ Se le asignó la frecuencia del canal 8.

20/ Se le asignó a Radio Oaxaca, S. A.

21/ Firma la concesión Francisco Madero H.

22/ Firma la concesión Andrés García Lavín.

23/ La concesión se emite a favor de Canal 13 de Michoacán, S. A. de C. V.

24/ Fue finalmente otorgada a Mario Enrique Mayans Concha.



Anexo # 19**Concesiones de televisión revocadas, 1973-1975**

Año	Siglas	Canal	Ciudad	Estado	Concesionario	Situación actual
1973	XHIT	4	Chihuahua	Chih.	Impulsora de Televisión, S. A.	Repetidora canal 13
1975	XXLMO	12(-)	Los Mochis	Sin.	José Manuel Acosta Castañeda	No opera
1975	XHCL	13	Culiacán	Sin.	Enrique Maximiliano Gómez Blanco	No opera
1975	XHIA	2	Torreón	Coah.	José Manuel Acosta Castañeda	No opera
1975	XHAF	4(-)	Tepic	Nay.	Televisión Nayarita, S. A.	Repetidora canal 13
1975	XHJMA	3(-)	Hidalgo del Parral	Chih.	José Manuel Acosta Castañeda	No opera
1975	XHHA	2(-)	Chihuahua	Chih.	Televisión Independiente de Chihuahua, S.A.	No opera
1975	XHFA	2(+)	Nogales	Son.	Televisión del Noroeste, S. A.	Repetidora canal 13
1975	XHTH	10	Hermosillo	Son.	Televisión Independiente de Hermosillo, S. A.	No opera
1975	XHTO	9(-)	Querétaro	Qro.	Televisión Independiente de Querétaro, S. A.	No opera

Fuentes: elaborado con información de: INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES, 2017. Registro público de concesiones. *IFT Instituto Federal de Telecomunicaciones* [en línea]. Disponible en: <http://ucswb.ift.org.mx/vrpc/>.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1973. Declaratoria de rescate de la concesión otorgada originalmente a Impulsora de Televisión, S. A., que ampara la explotación del Canal de Televisión X.H.I.T.-T.V. Canal 4, de dos de julio de 1969, en la ciudad de Chihuahua, Chih. *Diario Oficial de la Federación*. México, 28 agosto 1973. pp. 12-13.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1976. Acuerdo que declara susceptible de explotación comercial el Canal 12 (-) de Televisión en Los Mochis, Sin. *Diario Oficial de la Federación*. México, 25 noviembre 1976. pp. 10.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1977. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente el Canal 13 (plano) de televisión de Culiacán, Sin. *Diario Oficial de la Federación*. México, 7 enero 1977. pp. 12-13.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1977. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente el Canal 2 (plano) de televisión de Torreón, Coah. *Diario Oficial de la Federación*. México, 7 enero 1977. pp. 14-15.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1977. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente el Canal 4 (-) menos de televisión de Tepic, Nay. *Diario Oficial de la Federación*. México, 12 enero 1977. pp. 11-12.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1977. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente el Canal 3 (-) de televisión de Hidalgo del Parral, Chih. *Diario Oficial de la Federación*. México, 12 enero 1977. pp. 13-14.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1977. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente el Canal 2 (-) menos de televisión de Chihuahua, Chih. *Diario Oficial de la Federación*. México, 13 enero 1977. pp. 22.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1977. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente el Canal 2 (+) de televisión de Nogales, Son. *Diario Oficial de la Federación*. México, 27 enero 1977. pp. 16-17.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1977. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente el Canal 9 (-) de televisión de Querétaro, Qro. *Diario Oficial de la Federación*. México, 27 enero 1977. pp. 17-18.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1977. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente el Canal 10 (plano) de televisión de Hermosillo, Son. *Diario Oficial de la Federación*. México, 9 febrero 1977. pp. 28.



Anexo # 20 Declaraciones de susceptibilidad de otorgamiento de concesiones de televisión, 1973-1990 *Parte 1*

Ciudad	Estado	Canal	Siglas	Fecha de declaración
Chihuahua	Chihuahua	4	XHIT-TV	11/09/1973
Morelia	Michoacán	4 (+)	XHFX-TV	1/08/1974
Culiacán	Sinaloa	13	XHCL-TV	7/01/1977
Torreón	Coahuila	2	XHHT-TV	7/01/1977
Tepic	Nayarit	4 (-)	XHNV-TV	12/01/1977
Hidalgo del Parral	Chihuahua	3 (-)	XHPAR-TV	12/01/1977
Los Mochis	Sinaloa	12 (-)	XHLMO-TV	13/01/1977
Chihuahua	Chihuahua	2 (-)	XHHA-TV	13/01/1977
Reynosa	Tamaulipas	36	XHRET-TV	26/01/1977
Nogales	Sonora	2 (+)	XHSB-TV	27/01/1977
Querétaro	Querétaro	9 (-)	XHQO-TV	27/01/1977
Hermosillo	Sonora	10	XHHO-TV	9/02/1977
Villahermosa	Tabasco	9 (-)	XHTVL-TV	18/01/1979
Ciudad Juárez	Chihuahua	44	XHIJ-TV	26/09/1979
Monterrey	Nuevo León	22 (+)	XHWX-TV	12/05/1980
Durango	Durango	5	XHDI-TV	27/08/1980
Tampico	Tamaulipas	12 (-)	XHWT-TV	14/11/1980
Tijuana	Baja California	27	XHJK-TV	14/11/1980
Aguascalientes	Aguascalientes	10	XHLGA-TV	07/12/1990
Calvillo	Aguascalientes	11	XHCVO-TV	07/12/1990
Tecomán	Colima	11	XHTCO-TV	07/12/1990
Celaya	Guanajuato	7	XHCCG-TV	07/12/1990
Guadalajara	Jalisco	11	XHSFJ-TV	07/12/1990
Puerto Vallarta	Jalisco	7	XHPVJ-TV	07/12/1990
Zamora	Michoacán	48 (-)	XHRAM-TV	07/12/1990
Zitácuaro	Michoacán	23 (-)	XHTCM-TV	07/12/1990
Manzanillo	Colima	4 (+)	XHMCI-TV	07/12/1990
Colima	Colima	3	XHCOL-TV	07/12/1990
Comitán	Chiapas	8	XHCOM-TV	07/12/1990
Motozintla	Chiapas	6	XHMCH-TV	07/12/1990
Tonalá	Chiapas	10	XHTON-TV	07/12/1990
San Cristóbal de las Casas	Chiapas	7	XHCSA-TV	07/12/1990
Acapulco	Guerrero	6	XHACC-TV	07/12/1990
Iguala	Guerrero	5	XHTUX-TV	07/12/1990
Matías Romero	Oaxaca	4	XHPSO-TV	07/12/1990
Huajuapán de León	Oaxaca	7	XHHDL-TV	07/12/1990
Puerto Escondido	Oaxaca	11	XHJP-TV	07/12/1990
San Miguel Tiacotepec	Oaxaca	11	XHSMT-TV	07/12/1990
Tapachula	Chiapas	12	XHTAP-TV	07/12/1990
Oaxaca	Oaxaca	13	XHOXX-TV	07/12/1990
Monterrey	Nuevo León	8 (+)	XHFN-TV	07/12/1990
Tampico	Tamaulipas	2 (-)	XHTAU-TV	07/12/1990
Cd. Victoria	Tamaulipas	9	XHCDT-TV	07/12/1990
Matamoros	Tamaulipas	11	XHMTA-TV	07/12/1990
Nuevo Laredo	Tamaulipas	33 (+)	XHLAT-TV	07/12/1990

Anexo # 20 Declaraciones de susceptibilidad de otorgamiento de concesiones de televisión, 1973-1990				
				<i>Parte 2</i>
Ciudad	Estado	Canal	Siglas	Fecha de declaración
Campeche	Campeche	2 (+)	XHCAM-TV	07/12/1990
Escárcega	Campeche	7	XHECA-TV	07/12/1990
Cd. del Carmen	Campeche	3	XHCCT-TV	07/12/1990
Cancún	Quintana Roo	11 (-)	XHCCQ-TV	07/12/1990
Chetumal	Quintana Roo	9	XHCQO-TV	07/12/1990
Mérida	Yucatán	7	XHMEY-TV	07/12/1990
Valladolid	Yucatán	10	XHVAD-TV	07/12/1990
México	D. F.	22	XEIMT-TV	07/12/1990
México	D. F.	7	XHIMT-TV	07/12/1990
San Nicolás Jacala	Hidalgo	12	XHAFC-TV	07/12/1990
Amecameca	Estado de México	12 (+)	XHTEM-TV	07/12/1990
Cuernavaca	Morelos	28	XHCUV-TV	07/12/1990
Querétaro	Querétaro	36	XHQUE-TV	07/12/1990
Monclova	Coahuila	11	XHMLA-TV	07/12/1990
Parras de la Fuente	Coahuila	12	XHHE-TV	07/12/1990
Chihuahua	Chihuahua	11 (-)	XHECH-TV	07/12/1990
Hidalgo del Parral	Chihuahua	9 (+)	XHHDP-TV	07/12/1990
Cd. Juárez	Chihuahua	20 (+)	XHCJH-TV	07/12/1990
Cd. Camargo	Chihuahua	6 (+)	XHCGJ-TV	07/12/1990
Durango	Durango	2	XHDRG-TV	07/12/1990
Gómez Palacio	Durango	6	XHGZP-TV	07/12/1990
San Pedro	Durango	12	XHSPC-TV	07/12/1990
San Luis Potosí	San Luis Potosí	6	XHCLP-TV	07/12/1990
Matehuala	San Luis Potosí	12	XHCDE-TV	07/12/1990
Zacatecas	Zacatecas	5	XHIV-TV	07/12/1990
Nueva Rosita	Coahuila	13	XHSBC-TV	07/12/1990
Piedras Negras	Coahuila	28	XHPNG-TV	07/12/1990
Mexicali	Baja California	20	XHEXT-TV	07/12/1990
Tijuana	Baja California	21 (-)	XHTIT-TV	07/12/1990
Ensenada	Baja California	2	XHENT-TV	07/12/1990
Isla de Cedros	Baja California	7	XHIDC-TV	07/12/1990
La Paz	Baja California Sur	12 (+)	XHPBC-TV	07/12/1990
San José del Cabo	Baja California Sur	8	XHSJC-TV	07/12/1990
Bohío de Tortugas	Baja California Sur	12	XHBTB-TV	07/12/1990
Guerrero Negro	Baja California Sur	8	XHGNB-TV	07/12/1990
San Ignacio	Baja California Sur	11	XHSIB-TV	07/12/1990
Bahía Asunción	Baja California Sur	12	XHBAB-TV	07/12/1990
San Isidro	Baja California Sur	13	XHSIS-TV	07/12/1990
Cd. Constitución	Baja California Sur	9	XHCCB-TV	07/12/1990
Santa Rosalía	Baja California Sur	10	XHSRB-TV	07/12/1990
Tepic	Nayarit	8	XHLBN-TV	07/12/1990
Culiacán	Sinaloa	11	XHDO-TV	07/12/1990
Mazatlán	Sinaloa	10 (-)	XHDL-TV	07/12/1990
Los Mochis	Sinaloa	7 (+)	XHMIS-TV	07/12/1990

Anexo # 20 Declaraciones de susceptibilidad de otorgamiento de concesiones de televisión, 1973-1990 Parte 3

Ciudad	Estado	Canal	Siglas	Fecha de declaración
Hermosillo	Sonora	10	XHHO-TV	07/12/1990
Cd. Obregón	Sonora	10	XHBK-TV	07/12/1990
Nogales	Sonora	22	XHNOA-TV	07/12/1990
Puerto Peñasco	Sonora	7	XHPPS-TV	07/12/1990
Cananea	Sonora	2	XHCAN-TV	07/12/1990
Villahermosa	Tabasco	11 (+)	XHVIH-TV	07/12/1990
Perote	Veracruz	11 (-)	XHCPE-TV	07/12/1990
Coatzacoalcos	Veracruz	7	XHCTZ-TV	07/12/1990
Palenque	Chiapas	3 (-)	XHOLQ-TV	23/11/1993
Pichucalco	Chiapas	10	XHPCH-TV	23/11/1993
San Cristóbal de las Casas	Chiapas	9	XHSTC-TV	23/11/1993
Tapachula	Chiapas	2	XHTAA-TV	23/11/1993
Tuxtla Gutiérrez	Chiapas	10	XHTTG-TV	23/11/1993
La Venta	Tabasco	5	XHVET-TV	23/11/1993
Tenosique	Tabasco	10	XHMET-TV	23/11/1993
Villahermosa	Tabasco	7	XHSTA-TV	23/11/1993
Mexicali	Baja California	66	XHILA-TV	23/11/1993

Fuente: elaborado con información de:
 SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1973. Acuerdo que declara susceptible de explotación comercial el canal cuatro de televisión en Chihuahua, Chih. *Diario Oficial de la Federación*. México, 11 de septiembre de 1973, pp. 11-12.
 SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1974. Acuerdo que declara susceptible de Explotarse Comercialmente el Canal 4+ en Morelia, Mich. *Diario Oficial de la Federación*. México, 1 de agosto de 1974, pp. 32-33.
 SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1977. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente el Canal 13 (plano) de televisión de Culiacán, Sin. *Diario Oficial de la Federación*. México, 7 de enero de 1977, pp. 12-13.
 SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1977. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente el Canal 2 (plano) de televisión de Torreón, Coah. *Diario Oficial de la Federación*. México, 7 de enero de 1977, pp. 14-15.
 SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1977. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente el Canal 4 (-) menos de televisión de Tepic, Nay. *Diario Oficial de la Federación*. México, 12 de enero de 1977, pp. 11-12.
 SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1977. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente el Canal 3 (-) menos de televisión de Hidalgo del Parral, Chih. *Diario Oficial de la Federación*. México, 12 de enero de 1977, pp. 13-14.
 SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1977. Acuerdo que declara susceptible de explotación comercial el Canal 12 (-) menos de televisión en Los Mochis, Sin. *Diario Oficial de la Federación*. México, 13 de enero de 1977, p. 20.
 SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1977. Acuerdo que declara susceptible de explotación comercial el Canal 2 (-) menos de televisión de Chihuahua, Chih. *Diario Oficial de la Federación*. México, 13 de enero de 1977, p. 22.
 SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1977. Acuerdo que declara susceptible de explotación comercial el Canal 36 de televisión en Reynosa, Tam. *Diario Oficial de la Federación*. México, 26 de enero de 1977, pp. 15-16.

Anexo # 20 Declaraciones de susceptibilidad de otorgamiento de concesiones de televisión, 1973-1990

Final

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1977. Acuerdo que declara susceptible de explotación comercial el Canal 2 (+) más de televisión en Nogales, Son. *Diario Oficial de la Federación*. México, 27 de enero de 1977, pp. 16-17.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1977. Acuerdo que declara susceptible de explotación comercial el Canal 9 (-) menos de televisión en Querétaro, Qro. *Diario Oficial de la Federación*. México, 27 de enero de 1977, pp. 17-18.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1977. Acuerdo que declara susceptible de explotación comercial el Canal 10 (plano) de televisión en Hermosillo, Son. *Diario Oficial de la Federación*. México, 9 de febrero de 1977, p. 28.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1979. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente el Canal 9 (-) en Villahermosa, Tab. *Diario Oficial de la Federación*. México, 18 de enero de 1979, p. 9.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1979. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente el Canal 44 (plano) en Cd. Juárez, Chih. *Diario Oficial de la Federación*. México, 26 de septiembre de 1979, pp. 6-7.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1980. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente el Canal 22 + (mas) en Monterrey, N. L. *Diario Oficial de la Federación*. México, 12 de mayo de 1980, pp. 12-13.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1980. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente el Canal 5 en Durango, Dgo. *Diario Oficial de la Federación*. México, 27 de agosto de 1980, pp. 8-9.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1980. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente el Canal 12 (-) en Tampico, Tamps. *Diario Oficial de la Federación*. México, 14 de noviembre de 1980, pp. 4-6.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1980. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente el Canal 27 (Plano) en Tijuana, B. C. *Diario Oficial de la Federación*. México, 14 de noviembre de 1980, p. 6.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1990. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente canales de televisión en diversas poblaciones del país. *Diario Oficial de la Federación*. México, 7 de diciembre de 1990, pp. 39-71.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1993. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente canales de televisión en diversas poblaciones del Estado de Chiapas. *Diario Oficial de la Federación*. México, 23 de noviembre de 1993, pp. 21-22.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1993. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente canales de televisión en diversas poblaciones del Estado de Tabasco. *Diario Oficial de la Federación*. México, 23 de noviembre de 1993, pp. 25-26.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1993. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente el canal 66 ubicado en Mexicali, B.C.". *Diario Oficial de la Federación*. México, 23 de noviembre de 1993, pp. 27-28.



Anexo # 21			
Red de estaciones de Telecadena			
Canal	Ciudad	Concesionario a:	Repetidora TIM*
XHIT Canal 4	Chihuahua	Impulsora de la Televisión. No hay registro de la concesión	No
XHFA Canal 2	Nogales	Televisión del Noroeste, S. A.	No
XHIA Canal 2	Torreón	José M. Acosta Castañeda. No hay registro de la concesión	Sí
XHJMA Canal 3	Parral	José Manuel Acosta Castañeda. No hay registro de la concesión	Sí
XHCG Canal 12	Los Mochis	José Manuel Acosta Castañeda. No hay registro de la concesión	Sí
XHCC Canal 5	Hermosillo	No hay registro de la concesión	No
XHBL Canal 13	Culiacán	No hay registro de la concesión	Sí
XHST Canal 13	Mérida	No hay registro de la concesión	No
XHTQ Canal 9	Querétaro	No hay registro de la concesión	No
XHBK Canal 10	Cd. Obregón	No hay registro de la concesión	No
XHTI Canal 6	Puebla	No hay registro de la concesión	No
XHAS Canal 4	Tepic	No hay registro de la concesión	Sí
<p>* Televisión Independiente de México. Fuente: PÉREZ ESPINO, E., 1979. El monopolio de la televisión comercial en México (El caso Televisa). En: <i>Revista Mexicana de Sociología</i>, vol. 41, no. 4, pp. 1451-1452; SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1970. Notificación relativa al otorgamiento de títulos de concesión para instalar y explotar estaciones radiodifusoras comerciales en diversos lugares de la República, con especificación de personas físicas, sociedades anónimas, etc. <i>Diario Oficial de la Federación</i>. México, 11 noviembre 1970. pp. 1-40 e investigación directa.</p>			



Anexo # 22								
Canales concesionados a inversionistas privados fuera de algún paquete^{1/}, 1973-1993								<i>Parte 1</i>
#	Ciudad	Edo.	Canal original	Siglas originales	Fecha concesión	Concesionario original	Grupo	Situación actual
A Televisa								
1	Reynosa-Matamoros	Tamps.	7	XHAB	20/02/73	Televisora de Matamoros, S. A.		Canal local
2	Mexicali	B. C.	14	XHBM	14/10/74	Televisión del Mar de Cortés, S. A.		Repetidora canal 2 ^{2/}
3	Durango	Dgo.	5	XHDI	10/09/85	Televisión del Fuerte, S. A.		Repetidora canal 2 ^{2/}
4	Cd. Juárez	Chih.	56	XHJUB	15/11/90	Radiotelevisión del Río Bravo, S.A. de C.V.		Repetidora canal 5 ^{3/}
5	Cd. Juárez	Chih.	32	XHJCI	20/09/94	Televimex, S.A. / Televisión del Alto Río Bravo, S. A.		Canal local
6	Mexicali	B. C.	38	XHMEE	20/09/94	Televimex, S.A. / Televisora del Norte, S. A.		Canal local
7	Piedras Negras	Coah.	52	XHPNH	21/09/94	Televisora de Piedras Negras, S.A.		Canal local
8	Nogales	Son.	38	XHNON	20/09/94	Televimex, S.A. / Televisora del Norte, S. A.		Repetidora canal 5 ^{3/}
9	Reynosa-Matamoros	Tamps.	17	XHRTA ^{4/}	21/09/94	Televimex, S. A. de C. V.		Repetidora canal 2 ^{2/}
Otros participantes								
1	Tampico	Tamps.	9	XHFW	12/07/73	Flores y Flores, S. en N. C. de C. V.	---	Canal local
2	Culiacán	Sin.	7	XHBT	28/09/73	T. V. del Humaya, S. A. de C. V.	---	Repetidora canal 2 ^{2/}
3	Oaxaca	Oax.	7	XHBN	14/10/73	Televisoras Incorporadas, S. A.	Probablemente Televisa	Repetidora canal 2 ^{2/}
4	San Luis Potosí	S. L. P.	13	XHDE	30/10/75	Televisora Potosina, S. A.	Morales	Canal local
5	Hidalgo del Parral	Chih.	12	XHMH	16/06/77	Pedro Meneses Hoyos	Meneses	Canal local
6	Reynosa-Matamoros	Tamps.	9	XERV	20/07/78	Televisora de Reynosa, S. A.	Probablemente Televisa	Canal local
7	Navojoa	Son.	8	XHBF	07/12/79	Televisora de Navojoa, S. A.	---	Canal local
8	Chilpancingo	Gro.	12	XHCK	07/12/79	Televisión de Chilpancingo, S. A.	Probablemente Televisa	Repetidora canal 2 ^{2/}
9	Villahermosa	Tab.	9	XHTVL	23/04/80	Tele-Emisores del Sureste, S. A. de C. V.	Albavisión	Canal local
10	Piedras Negras	Coah.	3	XHPN	13/06/80	Televisora de Piedras Negras, S.A.	Probablemente Televisa	Canal local

Anexo # 22								
Canales concesionados a inversionistas privados fuera de algún paquete^{1/}, 1973-1993								<i>Parte 2</i>
#	Ciudad	Edo.	Canal original	Siglas originales	Fecha concesión	Concesionario original	Grupo	Situación actual
11	Cd. Juárez	Chih.	44	XHIJ	23/06/80	Arnoldo de la Cabada O.	De la Cabada	Canal local
12	Durango	Dgo.	12	XHND	11/07/81	Televisora de Durango, S. A., S.A.	OEM	Canal local
13	Tehuantepec	Oax.	5	XHIH	22/08/81	Televisión Oaxaqueña, S.A.	Probablemente Televisa	Repetidora canal 5 ^{3/}
14	Tijuana	B. C.	33	XHAS	02/09/81	Tele Nacional, S.A. de C.V.	Alonso	Canal local
15	San Cristóbal de las Casas	Chis.	5	XHDY	19/06/84	José de Jesús Partida Villanueva	Partida Villanueva	Canal local
16	Tapachula	Chis.	10	XHGK	19/06/84	José de Jesús Partida Villanueva	Partida Villanueva	Canal local
17	Tenosique	Tab.	12	XHTOE	24/10/84	Manuel Efraín Aban Méndez	Albavisión	Canal local
18	Uruapan	Mich.	13	XHBG	14/01/85	Canal 13 de Michoacán, S.A. de C.V.	---	Canal local
19	Morelia	Mich.	4	XHFX	14/01/85	Televisión de Michoacán, S.A.	Marmor	Repetidora canal 5 ^{3/}
20	Oaxaca	Oax.	3	XHBO	21/10/88	Radio Oaxaca, S.A.	Quiñonez	Canal local
21	Tijuana	B. C.	45	XHBJ	30/11/88	Mario Enríquez Mayans Concha	Mayans	Canal local
22	Tampico	Tamps.	6	XHTAO	10/08/90	Televideo Mexicana, S. A	Multimedios	Repetidora canal 6 ^{5/}
23	Tijuana	B. C.	57	XHUAA	14/08/90	Radiotelevisora La Rumorosa, S.A. de C.V.	Landeros	Repetidora canal 2 ^{2/}
24	Mexicali	B. C.	32	XHMEX	10/09/90	Radiotelevisora Mexicali, S.A. de C.V.	Landeros	Repetidora canal 5 ^{3/}
25	Cd. Victoria	Tamps.	7	XHVTU	24/09/90	Medios Electrónicos Mexicanos, S.A. de C.V.	Multimedios	Repetidora canal 6 ^{5/}
26	Torreón	Coah.	9	XHOAH	23/11/90	Enlaces Audiovisuales, S.A. de C.V.	Multimedios	Repetidora canal 6 ^{5/}
27	Ensenada	B. C.	29	XHENB	24/06/91	Televisora Fronteriza, S.A.	---	Canal local
28	Chihuahua	Chih.	9	XHAUC	15/11/91	Telemisión, S.A. de C.V.	Partida Villanueva	Canal local
29	Cd. Acuña	Coah.	58	XHCAW	08/12/91	Hilda Graciela Rivera Flores	Rivera Flores	Canal local
30	Cancún	Q. R.	13	XHCCU	02/07/92	Televisora de Cancún, S.A. de C.V.	SIPSE	Canal local
31	Cd. Valles	S. L. P.	8	XHVSL	28/01/93	Alfonso Esper Bujaidar	Esper	Canal local
32	Cd. México	D. F.	40	XHTVM	19/04/93	Televisora del Valle de México, S. A. de C. V.	Moreno Valle	Canal local
33	León	Gto.	6	XHLGG	18/10/93	Enlaces Audiovisuales, S.A. de C.V.	Multimedios	Repetidora canal 6 ^{5/}

Anexo # 22
Canales concesionados a inversionistas privados fuera de algún paquete^{1/}, 1973-1993 *Parte 2*

#	Ciudad	Edo.	Canal original	Siglas originales	Fecha concesión	Concesionario original	Grupo	Situación actual
34	San Luis Potosí	S. L. P.	7	XHSLV	29/06/94	Comunicación 2000, S. A. de C. V.	Vallada-res	Canal local
35	Sabinas Hidalgo	N. L.	64	XHSAW	01/08/94	Francisco Antonio González Sánchez	Multime-dios	Canal local
36	Sabinas	Coah.	59	XHSDD	17/08/94	Televisora ALCO, S. A. de C. V.	Alonso	Canal local
37	Hermosillo	Son.	2	XHHMA	03/10/94	Ernesto Vargas Guajardo	Vargas	Canal local
38	Piedras Negras	Coah.	22	XHPNW	31/10/94	Televisora Nacional, S. A. de C. V.	De la Ca-bada	Canal local

1/ Se refiere a canales concesionados individualmente, sin ser parte de un paquete.

2/ De Televisa.

3/ De Televisa.

4/ Sus siglas actuales con XHTAM-TDT.

5/ De Multimedios.

Fuente:

INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES, 2017. *Canales Virtuales*. [en línea]. Disponible en: <http://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/canales-virtuales>.

SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1981. Acuerdo por el que se designa a la Empresa Televisión del Fuerte, S.A., para que continúe el procedimiento de concesión para operar y explotar el Canal 5 (Plano) en Durango, Dgo. (Primera Notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 3 de agosto de 1981, p. 8.

SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1981. Acuerdo por el que se designa a la Empresa Televisión del Fuerte, S.A., para que continúe el procedimiento de concesión para operar y explotar el Canal 5 (Plano) en Durango, Dgo. (Segunda Notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 17 de agosto de 1981, pp. 13-14.

SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1989. Acuerdo por el que se selecciona la solicitud de Radiotelevisión del Río Bravo, S.A. de C.V., para que continúe el procedimiento de obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el canal 62 (-), en Ciudad Juárez, Chih. *Diario Oficial de la Federación*. México, 13 de noviembre de 1989, pp. 69-71.

SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1989. Acuerdo por el que se selecciona la solicitud de Radiotelevisora de la Rumorosa, S.A. de C.V., para que continúe el procedimiento de obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el canal 57 (plano), en Tijuana, B. C. *Diario Oficial de la Federación*. México, 13 de noviembre de 1989, pp. 73-75.

SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1989. Acuerdo por el que se selecciona la solicitud de Radiotelevisión de Mexicali, S.A. de C.V., para que continúe el procedimiento de obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el canal 32 (plano) en Mexicali, B. C. *Diario Oficial de la Federación*. México, 13 de noviembre de 1989, pp. 75-77.

SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1989. Acuerdo por el que se selecciona la solicitud de Radiotelevisión del Río Bravo, S.A. de C.V., para que continúe el procedimiento de obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el canal 62 (-), en Ciudad Juárez, Chih. (Segunda notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 23 de noviembre de 1989, pp. 11-13.

SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1989. Acuerdo por el que se selecciona la solicitud de Radiotelevisión de Mexicali, S.A. de C.V., para que continúe el procedimiento de obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el canal 32 (plano) en Mexicali, B. C. (Segunda notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 23 de noviembre de 1989, pp. 13-15.

SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1989. Acuerdo por el que se selecciona la solicitud de Radiotelevisora de la Rumorosa, S.A. de C.V., para que continúe el procedimiento de obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el canal 57 (plano), en Tijuana, B. C. (Segunda notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 23 de noviembre de 1989, pp. 15-17.

Anexo # 22**Canales concesionados a inversionistas privados fuera de algún paquete^{1/}, 1973-1993***Final*

SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1991. Acuerdo por el que se selecciona la solicitud de Televisora del Valle de México, S.A. de C.V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el Canal 40 en México, Distrito Federal. *Diario Oficial de la Federación*. México, 23 de septiembre de 1991, pp. 11-13.

SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1991. Acuerdo por el que se selecciona la solicitud de Televisora del Valle de México, S.A. de C.V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el Canal 40 en México, Distrito Federal. (Segunda notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 4 de octubre de 1991, pp. 17-20.

SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1991. Acuerdo por el que se selecciona la solicitud de Televisora de Cancún, S.A. de C.V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el Canal 13 (+) en Cancún, Q. Roo. *Diario Oficial de la Federación*. México, 11 de octubre de 1991, pp. 5-7.

SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1991. Acuerdo por el que se selecciona la solicitud de Televisora de Cancún, S.A. de C.V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el Canal 13 (+) en Cancún, Q. Roo. (Segunda notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 22 de octubre de 1991, pp. 29-31.

SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1993. Primera notificación del Acuerdo que selecciona la solicitud de Televisión del Alto Río Bravo, S. A., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el canal 32, en Ciudad Juárez, Chih. *Diario Oficial de la Federación*. México, 1 de diciembre de 1993, pp. 17-18.

SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1993. Primera notificación del Acuerdo que selecciona la solicitud de Televisora del Norte, S. A., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el canal 38, en Mexicali, B.C. *Diario Oficial de la Federación*. México, 1 de diciembre de 1993, pp. 19-20.

SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1993. Primera notificación del Acuerdo que selecciona la solicitud de Televisora del Piedras Negras, S. A., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el canal 52, en Piedras Negras, Coah. *Diario Oficial de la Federación*. México, 1 de diciembre de 1993, pp. 21-22.

SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1993. Primera notificación del Acuerdo que selecciona la solicitud de Televisora del Norte, S. A., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el canal 38(+), en Nogales, Son. *Diario Oficial de la Federación*. México, 1 de diciembre de 1993, pp. 23-24.

SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1993. Primera notificación del Acuerdo que selecciona la solicitud de Televisión del Alto Río Bravo, S. A., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el canal 17, en Reynosa, Tamps. *Diario Oficial de la Federación*. México, 1 de diciembre de 1993, pp. 25-26.

SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1993. Segunda notificación del Acuerdo que selecciona la solicitud de Televisión del Alto Río Bravo, S. A., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el canal 32, en Ciudad Juárez, Chih. *Diario Oficial de la Federación*. México, 13 de diciembre de 1993, pp. 19-20.

SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1993. Segunda notificación del Acuerdo que selecciona la solicitud de Televisora del Norte, S. A., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el canal 38, en Mexicali, B.C. *Diario Oficial de la Federación*. México, 13 de diciembre de 1993, pp. 21-22.

SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1993. Segunda notificación del Acuerdo que selecciona la solicitud de Televisora del Piedras Negras, S. A., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el canal 52, en Piedras Negras, Coah. *Diario Oficial de la Federación*. México, 13 de diciembre de 1993, pp. 23-24.

SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1993. Primera notificación del Acuerdo que selecciona la solicitud de Televisora del Norte, S. A., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el canal 38(+), en Nogales, Son. *Diario Oficial de la Federación*. México, 13 de diciembre de 1993, pp. 25-26.

SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1993. Primera notificación del Acuerdo que selecciona la solicitud de Televisión del Alto Río Bravo, S. A., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el canal 17, en Reynosa, Tamps. *Diario Oficial de la Federación*. México, 13 de diciembre de 1993, pp. 27-28.



Anexo # 23					
Canales concesionados a Televisión de la Provincia, S. A. de C. V., diciembre de 1982					<i>Parte 1</i>
#	Ciudad	Estado	Canal original	Siglas	Cadena actual
1	Ensenada	B. C.	57	XHEBC	2
2	Cd. Constitución	B. C. S.	11(-)	XHCBC	2
3	Guerrero Negro	B. C. S.	2	XHGWT	2
4	La Paz	B. C. S.	2(-)	XHLPT	2
5	San José del Cabo	B. C. S.	2(+)	XHSJT	2
6	Cd. del Carmen	Camp.	11(+)	XHCDC	2
7	Escárcega	Camp.	5	XHEFT	2
8	Arriaga - Tonalá	Chis.	7	XHWVT	2
9	Cintalapa de Figueroa	Chis.	12	XHCIC	2
10	Comitán de Domínguez	Chis.	3(+)	XHCZC	5
11	El Triunfo	Chis.	8(+)	XHHUC	2
12	Ocosingo	Chis.	8	XHOCC	2
13	San Cristóbal de Las Casas	Chis.	13	XHSCC	2
14	Venustiano Carranza	Chis.	13(+)	XHVAC	2
15	Villa Flores	Chis.	7(-)	XHVFC	2
16	Cd. Camargo	Chih.	7(+)	XHCHC	2
17	Cd. Cuauhtémoc	Chih.	5(+)	XHCCH	2
18	Cd. Delicias	Chih.	6(-)	XHDEH	2
19	Cd. Madera	Chih.	7	XHMAC	2
20	Hidalgo Del Parral	Chih.	7	XHHPT	2
21	Nuevo Casas Grandes	Chih.	6(+)	XHNCG	2
22	Ojinaga	Chih.	15	XHOCH	2
23	San Buenaventura	Chih.	7(+)	XHBVT	2
24	Santa Bárbara	Chih.	2(-)	XHSAC	2
25	Cd. Acuña	Coah.	34	XHAMC	2
26	Cd. Allende	Coah.	48	XHWDT	2
27	Monclova	Coah.	35	XHMOT	2
28	Nueva Rosita	Coah.	23(+)	XHRDC	2
29	Parras De La Fuente	Coah.	4	XHPAC	2
30	Piedras Negras	Coah.	46	XHPNT	2
31	Armería	Col.	6(+)	XHTEC	2
32	Isla Socorro	Col.	10	XHIOC	2
33	León	Gto.	2	XHLGT	2
34	Iguala	Gro.	9	XHIGG	2
35	Ixtapa-Zihuatanejo	Gro.	8	XHIZG	2
36	Ometepec	Gro.	2	XHOMT	2
37	Tecpan de Galeana	Gro.	2	XHTGG	2
38	Tulancingo	Hgo.	10(+)	XHTWH	2
39	Atotonilco El Alto	Jal.	8	XHATJ	2
40	Autlán de Navarro	Jal.	11	XHANT	2
41	La Barca	Jal.	5	XHLBU	2
42	Puerto Vallarta	Jal.	11(-)	XHPVT	2
43	Jocotitlán	Méx.	10	XHTOL	2
44	Apatzingán	Mich.	2(+)	XHAPZ	5

Anexo # 23					
Canales concesionados a Televisión de la Provincia, S. A. de C. V., diciembre de 1982					<i>Parte 2</i>
#	Ciudad	Estado	Canal original	Siglas	Cadena actual
45	Cd. Hidalgo	Mich.	13(+)	XHCHM	2
46	Lázaro Cárdenas	Mich.	13(-)	XHLBT	2
47	Los Reyes Salgado	Mich.	12	XHLRM	2
48	Puruándiro	Mich.	9(+)	XHPUM	2
49	Sahuayo y Jiquilpan	Mich.	8	XHSAM	5
50	Uruapan	Mich.	5	XHURT	2
51	Zamora	Mich.	3	XHZMT	2
52	Zinapécuaro	Mich.	9	XHZIM	2
53	Zitácuaro	Mich.	3(-)	XHZMM	2
54	Acaponeta y Tecuala	Nay.	13	XHACN	2
55	Islas Marías	Nay.	3	XHIMN	2
56	Santiago Ixcuintla (Peñitas)	Nay.	12(-)	XHSEN	2
57	Tepic	Nay.	13	XHTEN	2
58	Cadereyta-Monterrey	N.L.	34(-)	XHCNL	Local
59	Huajuapán de León	Oax.	5(-)	XHHLO	2
60	Miahuatlán	Oax.	2(-)	XHMIO	2
61	Puerto Ángel	Oax.	11(-)	XHPAT	2
62	Puerto Escondido	Oax.	2(+)	XHPET	2
63	Santiago Pinotepa Nacional	Oax.	11	XHPNO	2
64	Zacatlán	Pue.	2	XHZAP	2
65	Cancún	Q. Roo.	2	XHQRO	5
66	Chetumal	Q. Roo.	4	XHCQR	5
67	Cozumel	Q. Roo.	3(-)	XHCOQ	2
68	Cd. Valles	S. L. P.	3(+)	XHVST	5
69	Matehuala	S. L. P.	2	XHMTS	2
70	San Luis Potosí	S. L. P.	2(-)	XHSLT	5
71	Tamazunchale	S. L. P.	7(-)	XHTAT	2
72	Agua Prieta	Son.	17	XHAPT	2
73	Caborca	Son.	8(-)	XHSV T	2
74	Cananea	Son.	56	XHCNS	2
75	Guaymas	Son.	5	XHGST	2
76	Hermosillo	Son.	23	XHHES	2
77	Magdalena de Kino	Son.	20(-)	XHMST	2
78	Nogales	Son.	50(+)	XHNOS	2
79	Puerto Peñasco	Son.	2	XHPDT	2
80	San Luis Río Colorado	Son.	44	XHLRT	2
81	Frontera	Tab.	11	XHFRT	2
82	La Venta	Tab.	13	XHUBT	2
83	Tenosique	Tab.	8(+)	XHTET	2
84	Cd. Mante	Tamps.	10	XHMBT	2
85	La Rosita - Villagrán	Tamps.	4(-)	XHLUT	2
86	Soto La Marina	Tamps.	10(-)	XHSZT	2
87	San Fernando	Tamps.	25(+)	XHSFT	2
88	San Andrés Tuxtla	Ver.	3	XHATV	2

Anexo # 23					
Canales concesionados a Televisión de la Provincia, S. A. de C. V., diciembre de 1982					<i>Final</i>
#	Ciudad	Estado	Canal original	Siglas	Cadena actual
89	Cerro Azul	Ver.	10	XHCRT	2
90	Valladolid-Tizimín	Yuc.	8	XHVTT	2
91	Jalpa	Zac.	3	XHJZT	2
92	Nochistlán	Zac.	3(+)	XHNOZ	2
93	Sombrerete	Zac.	13(+)	XHSOZ	2
94	Tlaltenango	Zac.	5(-)	XHTLZ	2
95	Valparaíso	Zac.	7(-)	XHVAZ	2

Fuente: elaborado con información de:
 SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1982. Acuerdo por el que se designa a la empresa Televisión de la Provincia, S. A. de C. V., para que continúe el procedimiento de obtención de concesión para operar y explotar la red de estaciones de televisión que operan en diversas poblaciones del país. (Primera notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 29 noviembre 1982, pp. 62-75.
 SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1982. Acuerdo por el que se designa a la empresa Televisión de la Provincia, S. A. de C. V., para que continúe el procedimiento de obtención de concesión para operar y explotar la red de estaciones de televisión que operan en diversas poblaciones del país. (Segunda notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 9 diciembre 1982, pp. 32-41.
 INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES, 2017. *Canales Virtuales*. [en línea]. Disponible en: <http://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/canales-virtuales>.



Anexo # 24					
Canales concesionados a diversas empresas del Estado, enero de 1991					<i>Parte 1</i>
#	Ciudad	Estado	Canal original	Siglas	Cadena actual
<i>Televisora Mexicana del Sur, S. A. de C. V.</i>					
1	Comitán de Domínguez	Chis.	8	XHCOM	7
2	Motozintla	Chis.	6	XHMCH	7
3	San Cristóbal de Las Casas	Chis.	2	XHCSA	7
4	Tapachula	Chis.	13	XHTAP	13
5	Tonalá	Chis.	10	XHTON	7
6	Acapulco	Gro.	6	XHACC	7
7	Iguala	Gro.	5	XHTUX	7
8	Huajuapán de León	Oax.	7	XHHDL	7
9	Matías Romero	Oax.	4	XHPSO	7
10	Oaxaca	Oax.	13	XHOXX	13
11	Puerto Escondido	Oax.	11	XHJP	7
12	San Miguel Tlacotepec	Oax.	11	XHSMT	7
<i>Televisión Olmeca, S. A. de C. V.</i>					
1	Villahermosa	Tab.	11(+)	XHVIH	7
2	Coatzacoalcos	Ver.	7	XHCTZ	7
3	Perote	Ver.	11(-)	XHCPE	7
<i>Compañía de Televisión de la Península, S. A. de C. V.</i>					
1	Campeche	Camp.	2(+)	XHCAM	7
2	Cd. del Carmen	Camp.	3	XHCCT	7
3	Escárcega	Camp.	7	XHECA	7
4	Cancún	Q. Roo.	11(-)	XHCCQ	13
5	Chetumal	Q. Roo.	9	XHCQO	7
6	Mérida	Yuc.	7	XHMEY	7
7	Valladolid - Kahua	Yuc.	10	XHVAD	7
<i>Compañía Mexicana de Televisión de Occidente, S. A. de C. V.</i>					
1	Aguascalientes	Ags.	10	XHLGA	7
2	Calvillo	Ags.	11	XHCVO	7
3	Colima	Col.	3	XHCOL	7
4	Manzanillo	Col.	4(+)	XHNCI	7
5	Tecomán	Col.	11	XHTCO	7
6	Celaya	Gto.	7	XHCCG	7
7	Guadalajara	Jal.	11	XHSFJ	7
8	Puerto Vallarta	Jal.	7	XHPVJ	7
9	Zamora	Mich.	48(-)	XHRAM	7
10	Zitácuaro	Mich.	23(-)	XHTCM	7
<i>Televisión del Centro, S. A. de C. V.</i>					
1	San Nicolás Jacala-Agua Fría Chica	Hgo.	12	XHAFC	7
2	Cuernavaca	Mor.	28	XHCUV	7
3	Puebla	Pue.	12(+)	XHTEM	7
4	Querétaro	Qro.	36	XHQUE	7
5	México	D.F.	7	XHIMT	7

Anexo # 24					
Canales concesionados a diversas empresas del Estado, enero de 1991					<i>Parte 2</i>
#	Ciudad	Estado	Canal original	Siglas	Cadena actual
<i>Corporación Televisiva del Noroeste, S. A. de C. V.</i>					
1	Ensenada	B.C.	2	XHENT	7
2	Isla de Cedros	B.C.	7	XHIDC	7
3	Mexicali	B.C.	20	XHEXT	7
4	Tijuana	B.C.	29	XHTIT	7
5	Bahía Asunción	B.C.S.	12	XHBAB	7
6	Bahía de Tortugas	B.C.S.	12	XHBTB	7
7	Cd. Constitución	B.C.S.	9	XHCCB	7
8	Guerrero Negro	B.C.S.	8	XHGNC	7
9	La Paz	B.C.S.	12(+)	XHPBC	7
10	San Ignacio	B.C.S.	11	XHSIB	7
11	San Isidro	B.C.S.	13	XHSIS	7
12	San José del Cabo	B.C.S.	8	XHSJC	7
13	Santa Rosalía	B.C.S.	10	XHSRB	7
14	Tepic	Nay.	8	XHLBN	7
15	Culiacán	Sin.	11	XHDO	7
16	Los Mochis	Sin.	7(+)	XHMIS	7
17	Mazatlán	Sin.	10(-)	XHDL	7
18	Cananea	Son.	4	XHCAN	7
19	Cd. Obregón	Son.	10	XHBK	7
20	Hermosillo	Son.	10	XHHO	7
21	Nogales	Son.	22	XHNOA	7
22	Puerto Peñasco	Son.	7	XHPPS	7
<i>Corporación Televisiva de la Frontera Norte, S. A.</i>					
1	Monterrey	N. L.	7	XHFN	7
2	Cd. Victoria	Tamps.	9	XHCDT	7
3	Matamoros	Tamps.	11	XHMTA	13
4	Nuevo Laredo	Tamps.	33(+)	XHLAT	7
5	Tampico	Tamps.	2	XHTAU	7
<i>Impulsora de Televisión del Norte, S. A. de C. V.</i>					
1	Cd. Camargo	Chih.	6(+)	XHCGJ	7
2	Cd. Juárez	Chih.	20	XHCJH	7
3	Chihuahua	Chih.	11(-)	XHECH	7
4	Hidalgo Del Parral	Chih.	9(+)	XHHDP	7
5	Monclova	Coah.	11	XHMLA	7
6	Nueva Rosita	Coah.	13	XHSBC	7
7	Parras De La Fuente	Coah.	12	XHPFE	7
8	Piedras Negras	Coah.	6	XHPNG	7
9	Torreón	Coah.	6	XHGZP	7
10	Durango	Dgo.	2	XHDRG	7
11	San Pedro	Dgo.	13	XHSPC	7
12	San Luis Potosí	S. L. P.	6	XHCLP	7
13	Matehuala	S. L. P.	12	XHCDI	7
14	Zacatecas	Zac.	5	XHIV	7

Fuente: elaborado con información de:

INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES, 2017. *Canales Virtuales*. [en línea]. Disponible en: <http://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/canales-virtuales>.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de Compañía de Televisión de La Península, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar canales de televisión, en diversas poblaciones del país. (Primera notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 28 enero 1991. pp. 39-42.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de Compañía de Televisión de La Península, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar canales de televisión, en diversas poblaciones del país. (Segunda notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 11 febrero 1991. pp. 80-83.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de Compañía Mexicana de Televisión de Occidente, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar canales de televisión, en diversas poblaciones del país. (Segunda notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 11 febrero 1991. pp. 78-80.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de Corporación Televisiva de la Frontera Norte, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar canales de televisión, en diversas poblaciones del país. (Primera notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 28 enero 1991. pp. 27-29.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de Corporación Televisiva de la Frontera Norte, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar canales de televisión, en diversas poblaciones del país. (Segunda notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 11 febrero 1991. pp. 68-70.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de Corporación Televisiva del Noroeste, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar canales de televisión, en diversas poblaciones del país. (Primera notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 28 enero 1991. pp. 29-33.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de Corporación Televisiva del Noroeste, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar canales de televisión, en diversas poblaciones del país. (Primera notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 11 febrero 1991. pp. 70-74.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de Impulsora de Televisión del Centro, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar canales de televisión, en diversas poblaciones del país. (Primera notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 28 enero 1991. pp. 35-36.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de Impulsora de Televisión del Centro, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar canales de televisión, en diversas poblaciones del país. (Segunda notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 11 febrero 1991. pp. 76-77.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de Impulsora de Televisión del Norte, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar canales de televisión, en diversas poblaciones del país. (Primera notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 28 enero 1991. pp. 24-27.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de Impulsora de Televisión del Norte, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar canales de televisión, en diversas poblaciones del país. (Segunda notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 11 febrero 1991. pp. 65-68.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de la Compañía Mexicana de Televisión de Occidente, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar canales de televisión, en diversas poblaciones del país. (Primera notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 28 enero 1991. pp. 37-39.

Anexo # 24**Canales concesionados a diversas empresas del Estado, enero de 1991***Parte 4*

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de Televisión Metropolitana, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar un canal de televisión en el Distrito Federal y zona aledañas. (Primera notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 28 enero 1991. pp. 33-34.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de Televisión Metropolitana, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar un canal de televisión en el Distrito Federal y zona aledañas. (Primera notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 11 febrero 1991. pp. 74-75.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de Televisión Olmeca, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar canales de televisión, en diversas poblaciones del país. (Primera notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 28 enero 1991. pp. 42-43.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de Televisión Olmeca, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar canales de televisión, en diversas poblaciones del país. (Primera notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 11 febrero 1991. pp. 83-84.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de Televisora Mexicana del Sur, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar canales de televisión, en diversas poblaciones del país. (Primera notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 28 enero 1991. pp. 43-46.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de Televisora Mexicana del Sur, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar canales de televisión, en diversas poblaciones del país. (Primera notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 11 febrero 1991. pp. 84-87.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1991. *El Gobierno Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, a quien en lo sucesivo se le denominará como «la Secretaría» con fundamento en los artículos 36 fracción III de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, 17 y 19 de la Ley Federal de Radio y Televisión, otorga a favor de Compañía de Televisión de la Península, S.A. de C.V., a quien en lo sucesivo se le denominará como «el Concesionario», la siguiente concesión* [en línea]. 30 abril 1991. México: s.n. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a7fe.pdf>.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1991. *El Gobierno Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, a quien en lo sucesivo se le denominará como «la Secretaría» con fundamento en los artículos 36 fracción III de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, 17 y 19 de la Ley Federal de Radio y Televisión, otorga a favor de Compañía Mexicana de Televisión de Occidente, S.A. de C.V., a quien en lo sucesivo se le denominará como «el Concesionario», la siguiente concesión* [en línea]. 30 abril 1991. México: s.n. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/0902526480029ede.pdf>.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1991. *El Gobierno Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, a quien en lo sucesivo se le denominará como «la Secretaría» con fundamento en los artículos 36 fracción III de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, 17 y 19 de la Ley Federal de Radio y Televisión, otorga a favor de Corporación Televisiva de la Frontera Norte, S.A. de C.V., a quien en lo sucesivo se le denominará como «el Concesionario», la siguiente concesión* [en línea]. 30 abril 1991. México: s.n. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002ab12.pdf>.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1991. *El Gobierno Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, a quien en lo sucesivo se le denominará como «la Secretaría» con fundamento en los artículos 36 fracción III de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, 17 y 19 de la Ley Federal de Radio y Televisión, otorga a favor de Televisión del Norte, S.A. de C.V., a quien en lo sucesivo se le denominará como «el Concesionario», la siguiente concesión* [en línea]. 30 abril 1991. México: s.n. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002aad9.pdf>.

Anexo # 24**Canales concesionados a diversas empresas del Estado, enero de 1991***Final*

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1991. *El Gobierno Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, a quien en lo sucesivo se le denominará como «la Secretaría» con fundamento en los artículos 36 fracción III de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, 17 y 19 de la Ley Federal de Radio y Televisión, otorga a favor de Televisión Olmeca, S.A. de C.V., a quien en lo sucesivo se le denominará como «el Concesionario», la siguiente concesión* [en línea]. 30 abril 1991. México: s.n. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002aa5b.pdf>.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1991. *El Gobierno Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, a quien en lo sucesivo se le denominará como «la Secretaría» con fundamento en los artículos 36 fracción III de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, 17 y 19 de la Ley Federal de Radio y Televisión, otorga a favor de Televisora Mexicana del Sur, S.A. de C.V., a quien en lo sucesivo se le denominará como «el Concesionario», la siguiente concesión* [en línea]. 30 abril 1991. México: s.n. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/0902526480029e51.pdf>.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1995. *El Gobierno Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, a quien en lo sucesivo se le denominará como «la Secretaría» con fundamento en los artículos 36 fracción III de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, 17 y 19 de la Ley Federal de Radio y Televisión, otorga a favor de corporación Televisiva del Noroeste, S.A. de C.V., a quien en lo sucesivo se le denominará como «el Concesionario», la concesión para instalar, operar y explotar 22 canales de televisión en distintas plazas del país, con las características que se especifican en el anexo 1 al presente título y de conformidad con los siguientes antecedentes y condiciones* [en línea]. 30 septiembre 1995. México: s.n. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002abe1.pdf>.



Anexo # 25						
Canales concesionados a Televisión Azteca, S.A. de C.V, mayo y noviembre de 1993						<i>Parte 1</i>
#	Ciudad	Estado	Canal original	Siglas	Fecha concesión	Cadena actual
<i>En mayo de 1993</i>						
1	Aguascalientes	Ags.	4(+)	XHJCM	10/05/93	13
2	Mexicali	B. C.	5	XHAQ	10/05/93	13
3	Ensenada	B. C.	12	XHENE	10/05/93	13
4	San Felipe	B. C.	2	XHFEC	10/05/93	13
5	Tijuana	B. C.	27	XHJK	10/05/93	13
6	La Paz	B. C. S.	6	XHAPB	10/05/93	13
7	Cd. Constitución	B. C. S.	7	XHCOC	10/05/93	13
8	San José del Cabo	B. C. S.	5	XHJCC	10/05/93	13
9	Escárcega	Camp.	9	XHPEH	10/05/93	13
10	Campeche	Camp.	5(+)	XHGE	10/05/93	13
11	Ciudad del Carmen	Camp.	7(+)	XHGN	10/05/93	13
12	Cd. Acuña	Coah.	7	XHHE	10/05/93	13
13	Monclova	Coah.	9(+)	XHHC	10/05/93	13
14	Sabinas Hidalgo	Coah.	4	XHCJ	10/05/93	13
15	Parras De La Fuente	Coah.	7	XHPFC	10/05/93	13
16	Colima	Col.	9	XHKF	10/05/93	13
17	Manzanillo	Col.	2(-)	XHDR	10/05/93	13
18	Tecomán	Col.	2	XHTCA	10/05/93	13
19	Arriaga	Chis.	6	XHOMC	10/05/93	13
20	Comitán	Chis.	12	XHDZ	10/05/93	13
21	San Cristóbal de Las Casas	Chis.	4(-)	XHAO	10/05/93	13
22	Tapachula	Chis.	11	XHJU	10/05/93	7
23	Chihuahua	Chih.	4(+)	XHIT	10/05/93	13
24	Ojinaga	Chih.	6	XHHR	10/05/93	13
25	Ciudad Juárez	Chih.	11	XHCJE	10/05/93	13
26	Ciudad Jiménez	Chih.	10	XHJCH	10/05/93	13
27	Hidalgo del Parral	Chih.	5(+)	XHHPC	10/05/93	13
28	Nuevo Casas Grandes	Chih.	8	XHCGC	10/05/93	13
29	Gómez Palacio (Torreón)	Dgo.	13	XHGDP	10/05/93	13
30	Guadalupe Victoria	Dgo.	8	XHGVH	10/05/93	13
31	Santiago Papasquiaro	Dgo.	4	XHPAP	10/05/93	13
32	Cuencamé	Dgo.	7	XHVEL	10/05/93	13
33	Durango	Dgo.	7(+)	XHDB	10/05/93	13
34	México	D.F.	13	XHDF	10/05/93	13
35	Celaya	Gto.	12	XHMAS	10/05/93	13
36	Chilpancingo	Gro.	5	XHCER	10/05/93	13
37	Acapulco	Gro.	10(-)	XHIE	10/05/93	13
38	Iguala	Gro.	2(-)	XHIR	10/05/93	13
39	Taxco de Alarcón	Gro.	4(+)	XHIB	10/05/93	13
40	Zihuatanejo	Gro.	5	XHDU	10/05/93	13
41	Tulancingo	Hgo.	12	XHTGN ^{1/}	10/05/93	7
42	Guadalajara	Jal.	13	XHJAL	10/05/93	13
43	Puerto Vallarta	Jal.	2(+)	XHGJ	10/05/93	13

Anexo # 25						
Canales concesionados a Televisión Azteca, S.A. de C.V, mayo y noviembre de 1993						<i>Parte 2</i>
#	Ciudad	Estado	Canal original	Siglas	Fecha concesión	Cadena actual
44	Jocotitlán	Mex.	6	XHXEM	10/05/93	13
45	Lázaro Cárdenas	Mich.	7	XHLCM	10/05/93	13
46	Pátzcuaro	Mich.	8	XHCBM	10/05/93	13
47	Cuernavaca	Mor.	13	XHCUR	10/05/93	13
48	Tepic	Nay.	4(-)	XHAF	10/05/93	13
49	Monterrey	N.L.	4(-)	XHWX	10/05/93	13
50	Huajuapán de León	Oax.	9(+)	XHJN	10/05/93	13
51	Matías Romero	Oax.	12	XHIG	10/05/93	13
52	Oaxaca	Oax.	11(+)	XHDG	10/05/93	7
53	Santiago Pinotepa Nacional	Oax.	8	XHINC	10/05/93	13
54	Puerto Escondido	Oax.	7(-)	XHPCE	10/05/93	13
55	Salina Cruz	Oax.	7	XHSCO	10/05/93	13
56	Puebla	Pue.	6	XHPUR	10/05/93	13
57	Tehuacán	Pue.	11	XHTHN	10/05/93	13
58	Querétaro	Qro.	9	XHQUR	10/05/93	13
59	Cancún	Q. Roo.	7(-)	XHAQR	10/05/93	7
60	Felipe Carrillo Puerto	Q. Roo.	9(+)	XHPVC	10/05/93	13
61	Chetumal	Q. Roo.	12	XHBX	10/05/93	13
62	Matehuala	S. L. P.	5	XHPMS	10/05/93	13
63	Cd. Valles	S. L. P.	11	XHKD	10/05/93	7
64	San Luis Potosí	S. L. P.	11(+)	XHDD	10/05/93	13
65	Tamazunchale	S.L.P.	12	XHTAZ	10/05/93	13
66	Culiacán	Sin.	9	XHCUA	10/05/93	13
67	Los Mochis	Sin.	6(-)	XHMSI ^{2/}	10/05/93	7
68	Mazatlán	Sin.	6(-)	XHLSI ^{3/}	10/05/93	13
69	Ciudad Obregón	Son.	6	XHCSO	10/05/93	13
70	Guaymas	Son.	9(-)	XHHN	10/05/93	13
71	Hermosillo	Son.	4	XHHSS	10/05/93	13
72	Nogales	Son.	2(+)	XHFSA	10/05/93	13
73	Villahermosa	Tab.	6(+)	XHVHT	10/05/93	13
74	Cd. Mante	Tamps.	5	XHBY	10/05/93	13
75	Reynosa	Tamps.	12	XHREY	10/05/93	13
76	Soto La Marina	Tamps.	3	XHHP	10/05/93	13
77	Tampico	Tamps.	12	XHWT	10/05/93	13
78	Cd. Victoria	Tamps.	3	XHCVT	10/05/93	13
79	Matamoros	Tamps.	14	XHOR	10/05/93	7
80	Nuevo Laredo	Tamps.	21(-)	XHLNA	10/05/93	13
81	San Fernando	Tamps.	3(+)	XHFET	10/05/93	13
82	Santiago Tuxtla	Ver.	8	XHSTV	10/05/93	13
83	Cerro Azul	Ver.	2	XHAZL	10/05/93	13
84	Coatzacoalcos	Ver.	11(+)	XHBE	10/05/93	13
85	Perote	Ver.	13(+)	XHIC	10/05/93	13
86	Mérida	Yuc.	11(+)	XHDH	10/05/93	13
87	Valladolid - Kahua	Yuc.	4(+)	XHKYU	10/05/93	13

Anexo # 25
Canales concesionados a Televisión Azteca, S.A. de C.V, mayo y noviembre de 1993 *Final*

#	Ciudad	Estado	Canal original	Siglas	Fecha concesión	Cadena actual
88	Fresnillo	Zac.	12	XHKC	10/05/93	13
89	Sombrerete	Zac.	11	XHCPZ	10/05/93	13
90	Zacatecas	Zac.	10	XHLVZ	10/05/93	13
<i>En noviembre de 1993</i>						
1	Saltillo	Coah.	44	XHLLO	29/11/93	7
2	Chilpancingo	Gro.	9	XHCHL	29/11/93	7
3	Zihuatanejo	Gro.	10	XHIXZ	29/11/93	7
4	Pachuca	Hgo.	6	XHPHG	29/11/93	7
5	Toluca (Jocotitlán)	Mex.	19	XHLUC	29/11/93	7
6	Morelia	Mich.	39	XHBUR	29/11/93	7
7	Tehuacán	Pue.	7	XHTHP	29/11/93	7
8	Tamazunchale	S. L. P.	2	XHTZL	29/11/93	7
9	La Venta	Tab.	9	XHLAV	29/11/93	13
10	Santiago Tuxtla	Ver.	10	XHSTE	29/11/93	7

1/ En el título de concesión original se consiga la clave XHAF-C-TV y el canal 6 para esta emisora, probablemente por error, ya que esta frecuencia había sido concesionada a Impulsora de Televisión del Centro, S. A. de C. V. el 30 de abril de 1991.

2/ En el título original de la concesión se consigna, probablemente por error, las siglas XHMCH-TV para esta canal

3/ En el título original de la concesión se consigna, probablemente por error, las siglas XHLCI-TV para esta canal

Fuente: elaborado con información de:

INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES, 2017. *Canales Virtuales*. [en línea]. Disponible en: <http://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/canales-virtuales>.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1993. Acuerdo por el que se selecciona la solicitud de Televisión Azteca, S.A. de C.V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar comercialmente 90 canales de televisión. *Diario Oficial de la Federación*. México, 8 febrero 1993. pp. 55-56.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1993. Acuerdo por el que se selecciona la solicitud de Televisión Azteca, S.A. de C.V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar comercialmente 90 canales de televisión, (Segunda notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 19 febrero 1993. pp. 22-23.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1993. *El Gobierno Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, a quien en lo sucesivo se le denominará como «la Secretaría» con fundamento en los artículos 36 fracción III de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, 17 y 19 de la Ley Federal de Radio y Televisión, otorga a favor de Televisión Azteca, S.A. de C.V., a quien en lo sucesivo se le denominará como «el Concesionario», la siguiente concesión* [en línea]. 10 mayo 1993. México: s.n. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a82e.pdf>.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1993. Primera notificación del acuerdo por el que se selecciona la solicitud de Televisión Azteca, S.A. de C.V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar 10 canales de televisión. *Diario Oficial de la Federación*. México, 1 diciembre 1993. pp. 29-30.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1993. Segunda notificación del acuerdo por el que se selecciona la solicitud de Televisión Azteca, S.A. de C.V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar 10 canales de televisión. *Diario Oficial de la Federación*. México, 13 diciembre 1993. pp. 31-33.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1998. *Concesión para usar comercialmente una red de 10 estaciones de radiodifusión que otorga el Gobierno Federal, por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en lo sucesivo la Secretaría, en favor de Televisión Azteca, S.A. de C.V., en lo sucesivo el Concesionario, al tenor de los siguientes antecedentes y condiciones* [en línea]. 14 abril 1998. México: s.n. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002aa41.pdf>.



Anexo # 26					
Canales concesionados a Radiotelevisora de México Norte, S. A.					
de C. V., diciembre de 1993					
					<i>Parte 1</i>
#	Ciudad	Estado	Canal original	Siglas	Cadena actual
1	Aguascalientes	Ags.	2	XHAGU	9
2	Ensenada	B. C.	17	XHENJ	5
3	La Paz	B. C. S.	4	XHLPB	5
4	Campeche	Camp.	8	XHCPA	2
5	Cd. Delicias	Chih.	13	XHCDE	5
6	Chihuahua	Chih.	13	XHCHZ	5
7	Comitán	Chis.	5	XHCMZ	2
8	Tapachula	Chis.	5	XHTAH	5
9	San Cristóbal de Las Casas	Chis.	11	XHSNC	5
10	Tuxtla Gutiérrez	Chis.	12	XHTUA	2
11	Saltillo	Coah.	25	XHSTC	5
12	Monclova	Coah.	29	XHMLC	5
13	Nueva Rosita	Coah.	29	XHNOH	5
14	Torreón	Coah.	40	XHTOB	Local
15	Cd. Acuña	Coah.	64	XHCHW	5
16	Colima	Col.	13	XHCKW	9
17	Manzanillo	Col.	13	XHMAW	9
18	Durango	Dgo.	22	XHDUH	5
19	Chilpancingo	Gro.	2	XHCHN	5
20	Ixtapa-Zihuatanejo	Gro.	2	XHIXG	5
21	Iguala	Gro.	11	XHIGN	5
22	Acapulco	Gro.	12	XHACZ	Local
23	León	Gto.	25	XHLEJ	5
24	Puerto Vallarta	Jal.	4	XHPVE	5
25	Atotonilco El Alto	Jal.	5	XHATU	5
26	Autlán de Navarro	Jal.	5	XHAUM	5
27	Guadalajara	Jal.	21	XHGUE	5
28	Jocotitlán	Méx.	31	XHTOK	5
29	Altzomoni	Méx.	32	XHATZ	9
30	Lázaro Cárdenas	Mich.	11	XHLAC	5
31	Morelia	Mich.	21	XHMOW	5
32	Zamora	Mich.	28	XHZAM	5
33	Apatzingán	Mich.	47	XHAPN	2
34	Cuernavaca	Mor.	11	XHCUM	Local
35	Monterrey	N.L.	22	XHMOY	9
36	Tepic	Nay.	5	XHTFL	5
37	Huajuapán de León	Oax.	2	XHHHN	5
38	Santiago Pinotepa Nacional	Oax.	4	XHPIX	5
39	Oaxaca	Oax.	5	XHOXO	5
40	Palma Sola	Oax.	9	XHPAO	2
41	Cancún	Q. Roo.	4	XHCCN	2
42	Chetumal	Q. Roo.	6	XHCHF	2
43	Querétaro	Qro.	21	XHQCZ	Local

Anexo # 26					
Canales concesionados a Radiotelevisora de México Norte, S. A.					
de C. V., diciembre de 1993					
					<i>Final</i>
#	Ciudad	Estado	Canal original	Siglas	Cadena actual
44	Cd. Valles	S.L.P.	5	XHCDV	2
45	San Luis Potosí	S.L.P.	27	XHSLA	2
46	Mazatlán	Sin.	4	XHMAF	5
47	Culiacán	Sin.	22	XHCUI	5
48	Los Mochis	Sin.	28	XHLMI	5
49	Guaymas	Son.	28	XHGUY	5
50	Hermosillo	Son.	29	XHHMS	5
51	Ciudad Obregón	Son.	36	XHCDO	5
52	Caborca	Son.	63	XHCBO	5
53	Villahermosa	Tab.	3	XHVIZ	2
54	Cd. Mante	Tamps.	22	XHCMU	5
55	Tampico	Tamps.	24	XHTPZ	Local
56	Cd. Victoria	Tamps.	26	XHCVI	Local
57	Nuevo Laredo	Tamps.	57	XHLAR	Local
58	Coatzacoalcos	Ver.	4	XHCOV	5
59	Las Lajas	Ver.	22	XHCLV	Local
60	Mérida	Yuc.	4	XHMEN	5
61	Sombrerete	Zac.	4	XHSMZ	5
62	Zacatecas	Zac.	13	XHZAT	Local

Fuente: elaborado con información de:
 INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES, 2017. *Canales Virtuales*. [en línea]. Disponible en: <http://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/canales-virtuales>.
 SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1993. Primera notificación del Acuerdo que selecciona la solicitud de Radiotelevisora de México Norte, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar 62 canales de televisión. *Diario Oficial de la Federación*. México, 1 de diciembre de 1993, pp. 27-28.
 SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1993. Segunda notificación del Acuerdo que selecciona la solicitud de Radiotelevisora de México Norte, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar 62 canales de televisión. *Diario Oficial de la Federación*. México, 13 de diciembre de 1993, pp. 29-30.
 SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1994. *El Gobierno Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, a quien en lo sucesivo se le denominara como "la Secretarta" con fundamento en los artículos 36 fracción III de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, 17 y 19 de la Ley Federal de Radio y Televisión, otorga a favor de Radiotelevisora de México Norte, S.A. de C.V. a quien en lo sucesivo se le denominara como "el Concesionario", la siguiente: concesion* [en línea]. 9 de marzo de 1994. México: s.n. Disponible en <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a53c.pdf>.
 SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1994. Concesión que se otorga a favor de Radiotelevisora de México Norte, S.A. de C.V., para operar comercialmente 62 canales de televisión en distintas plazas del país. *Diario Oficial de la Federación*. México, 6 de octubre de 1994, pp. 50-62.



7. Referencias

7.1 Libros y artículos

- ACEVES GONZÁLEZ, F. de J., 1987. *La televisión en Guadalajara. Génesis y desarrollo*. Guadalajara: CEIC Universidad de Guadalajara. Cuadernos del CIEC, 1.
- , 2000. La triste historia de la industria tapatía de televisión. *Revista Universidad de Guadalajara* [en línea], vol. Nueva época, no. 20. Disponible en: <http://www.cge.udg.mx/revistaudg/rug20/art2.html>.
- , 2012. De la irrupción del sonido a la explosión de las imágenes. Una mirada al desarrollo histórico de la radio y la televisión en Jalisco: 1920-1960. *Comunicación y Sociedad*, vol. Nueva época, no. 18, pp. 13-38.
- ACOSTA RIVERA, G., DÍAZ VÁZQUEZ, C.E. y DÍAZ VILLEGAS, J. *Surgimiento y desarrollo de la televisión en Chiapas (caso Tuxtla Gutiérrez)*. Licenciatura. Tuxtla Gutiérrez: Universidad Autónoma de Chiapas, 2000.
- AGUILAR MONTEVERDE, A., 1973. El proceso de acumulación del capital. *México: riqueza y miseria. Dos ensayos*. 6a. edición. México: Editorial Nuestro Tiempo, pp. 11-171.
- , 1975. La oligarquía. *La oligarquía, la burguesía y el estado*. 3a. México: Editorial Nuestro Tiempo.
- , 1978. *Teoría leninista del imperialismo*. México: Editorial Nuestro Tiempo.
- ALBERT, P. y TUDESIO, A. *Historia de la radio y la televisión*. 2, 1ª reimpresión. México: Fondo de Cultura Económica, 2002. Breviarios del Fondo de Cultura Económica, 338.
- ALCEDA FERNÁNDEZ, R., 1995. *Reseña histórica de la televisión comercial en Veracruz*. Licenciatura. Veracruz: Universidad Veracruzana.
- ALEMÁN VALDÉS, M., 1986. *Remembranzas y testimonios*. 2a. México: Editorial Grijalbo.
- ALVA DE LA SELVA, A. R., 1988. Radio: punta de lanza del consorcio. *Las Redes de Televisa*. México: Claves Latinoamericanas, pp. 127-138.
- , 2000. A medio siglo de la televisión en México. *Revista Mexicana de Comunicación*, no. 64, pp. 7-14.
- ARGOYTIA ROIZ, M., 1963. *La industria electrónica en México fabricación de aparatos de radio y televisión*. Licenciatura. México: Universidad Nacional Autónoma de México. Facultad de Economía.
- ARRIAGA, P., 1980. *Publicidad, economía y comunicación masiva (México-Estados Unidos)*. México: Editorial Nueva Imagen.
- ASOCIACIÓN NACIONAL DE LA PUBLICIDAD, 2006. *80 años de la publicidad en México*. México: ANP.
- AVILÉS MUÑOZ, P., 2006. La última concesión en Mexicali, 90.7. Historia y testimonio. *Los medios de comunicación en Baja California*. México: Universidad Autónoma de Baja California / Miguel Ángel Porrúa, pp. 265-266.
- BARAN, P.A. y SWEEZY, P.M., 1988. *El capital monopolista*. 20ª. edición. México: Siglo XXI Editores.

- BENASSINI FÉLIX, C., 1989. Televisa en Estados Unidos. *Chasqui*, no. 31, pp. 31-37.
- , 1990. *Estudios sobre la televisión en México, 1950-1990 sistematización documental*. México: Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social, Universidad Iberoamericana, Departamento de Comunicación.
- BENNETT, D.C. y SHARPE, K.E., 2014. *Transnational Corporations versus the State: The Political Economy of the Mexican Auto Industry* [en línea]. S.l.: Princeton University Press. Princeton Legacy Library.
- BERNAL SAHAGÚN, V.M., 1983. *Anatomía de la publicidad en México: monopolios, enajenación y desperdicio*. 6a. edición. México: Editorial Nuestro Tiempo.
- BETANCOURT CID, C., 2012. *México contemporáneo, cronología (1968-2000)*. México: Instituto Nacional de Estudios Históricos de las Revoluciones de México.
- BODDY, W., 2005. The beginnings of American television. *Television an international history*. 2a. New York: Oxford University Press.
- BOHMANN, K., 1997. *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*. Primera reimpresión. México: Editorial Patria - Alianza Editorial.
- BORREGO E., S., 2010. *Cómo García Valseca fundó y perdió 37 periódicos y cómo Eugenio Garza Sada trató de rescatarlos y perdió la vida*. 6ª. edición. México: Autor.
- BRIZ GARIZURIETA, M., 2002. *El Consejo mexicano de hombres de negocios: surgimiento y consolidación*. México: Universidad Nacional Autónoma de México. Colección Posgrado, 19.
- BUJARIN, N.I., 1976. *La economía mundial y el imperialismo*. 3ª. edición. México: Siglo XXI Editores. Cuadernos de Pasado y Presente, 21.
- CARABAZA GONZÁLEZ, J. y EWALD MONTAÑO, I., 1992. *Historia de los medios de comunicación en Coahuila*. s/l: Universidad Autónoma de Coahuila, Coordinación General de Estudios de Postgrado e Investigación, Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- CARABAZA GONZÁLEZ, J., EWALD MONTAÑO, I. y RODRÍGUEZ CANALES, S.E., 1989. *Historia de los medios de comunicación en Saltillo: origen y evolución*. Saltillo: Universidad Autónoma de Coahuila. Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- CÁRDENAS HEIRAS, S., 1996. Los medios. Voces de libertad. *Enciclopedia de Monterrey*. Monterrey: El Diario de Monterrey.
- CÁRDENAS SÁNCHEZ, E., 2015. *El largo curso de la economía mexicana*. México: El Colegio de México / Fondo de Cultura Económica.
- CARRANDI ORTIZ, G., 1986. *Testimonio de la televisión mexicana*. México: Editorial Diana.
- CASTELLOT, G., 1999. *La televisión en México 1950-2000*. México: EDAMEX.
- CASTELLOT DE BALLIN, L., 1993. *Historia de la televisión en México: narrada por sus protagonistas*. México: Alpe.
- CASTELLS, M., 2009. *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- CENTRO DE INFORMACIÓN Y ESTUDIOS NACIONALES, 1982. *La Organización Somex*. septiembre 1982. S.l.: s.n.
- CHANDLER, A., HIKINO, T. y PASCUAL, J., 1996. *Escala y diversificación: la dinámica del capitalismo*

- industrial*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza. Ciencias sociales: 26.
- CHIMAL, C., 2017. *Fábrica de colores. La vida del inventor Guillermo González Camarena*. México: Fondo de Cultura Económica. La ciencia para todos, 248.
- COLE, R.R., 1972. *The mass media of Mexico: ownership and control*. Ph. D. S.l.: University of Minnesota.
- COMÍN, F., 2010. La segunda industrialización en el marco de la primera globalización (1870-1913). *Historia económica mundial*. Barcelona: Crítica, pp. 240-286.
- CORONA BERKIN, S., 1992. La televisión: informe de Salvador Novo y Guillermo González Camarena. Entre melón y sandía. *Comunicación y Sociedad*, no. 16-17, pp. 195-239.
- CORONADO PONCE, A.R., 2004. *La radiodifusión familiar en México y su inserción en la dinámica de concentración de medios: un estudio de caso en Guadalajara*. Maestría. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- DAHLGREN, P. 1995. *Television and the public sphere: citizenship, democracy and the media*. London: SAGE Publications.
- DE LA LAMA, M. y DE LA LAMA, F., 2001. Canal 13, vida pasión y gloria: apuntes para la historia de la televisión pública mexicana, 1972-1992. México: Porrúa.
- DE LA PEÑA, S. y AGUIRRE, T., 2006. *De la Revolución a la industrialización*. México: UNAM; Editorial Océano.
- DE MARIA Y CAMPOS, ARMANDO, 1952. Expansión de la radio y la televisión. *México, realización y esperanza*. México: Librería de Manuel Porrúa, pp. 377-382.
- DE NORIEGA, L.A. y LEACH, F., 1979. *Broadcasting in Mexico*. London: Routledge & Kegan Paul. Case studies on broadcasting systems.
- DE ROOVER, R., 1951. Monopoly theory prior to Adam Smith: a revision. En: Oxford, Oxford University Press, *The Quarterly Journal of Economics*, vol. 65, no. 4.
- ESTEINOU MADRID, J., 1992. *Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía*. 2ª. edición. México: Editorial Trillas.
- FERNÁNDEZ, C. y PAXMAN, A., 2001. *El Tigre: Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*. México: Grijalbo.
- FERNÁNDEZ, J.L., 1960. *Derecho de la radiodifusión*. México: Editorial Olimpo.
- FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, F., 1976. La industria de radio y televisión. Gestación y desarrollo. *Nueva Política*, vol. 1, no. 3, pp. 237-248.
- , 1987. Algo más sobre los orígenes de la televisión latinoamericana. En: FELAFACS, Lima., *Diá-logos de la Comunicación*, no. 18, pp. 32-45.
- , 2001. *Los medios de difusión masiva en México*. 13a. reimpresión. México: Juan Pablos.
- , 2007. ¿Cómo se constituyó Televisa en un poder fáctico? *Nexos* [en línea], Disponible en: <http://www.nexos.com.mx/?p=12192>.
- FUNDACIÓN MARIO E. MORENO, 2011. *Mario Moreno Cantinflas: el actor, el torero, el empresario, el hombre*. México: Fundación Mario E. Moreno.

- GALINDO ZÁRATE, J. y HERNÁNDEZ E., G.A., 2008. *Historia general del futbol mexicano 1927-2007*. México: Editorial Televisa.
- GARCÍA RIERA, E., 1998. *Breve historia del cine mexicano, primer siglo 1897-1997*. México: Instituto Mexicano de Cinematografía.
- GARZA PEÑA, V. *Presidential rule and the privatization of media in Mexico: the case of television*. Maestría. Montreal: McGill University, 1996.
- GÓMEZ GARCÍA, R., 2006. *El impacto del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en la industria audiovisual mexicana (1994-2002)*. Doctorado. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- GONZÁLEZ Y GONZÁLEZ, F., 1989. *Historia de la televisión mexicana, 1950-1985*. México: s. n.
- GONZÁLEZ LOBO, M.Á. y CARRERO LÓPEZ, E., 2008. *Manual de planificación de medios*. 5a. Madrid: ESIC Editorial.
- GONZÁLEZ PEDRERO, E., 1976. 1979 El estado en la televisión. Una experiencia mexicana: canal 13. *Memoria Política de México* [en línea]. Disponible en: <http://www.memoriapoliticademexico.org/Textos/6Revolucion/1976ETV.html>.
- GRACIDA ROMO, E. *El desarrollismo*. México: UNAM, Editorial Océano, 2004.
- GRANADOS CHAPA, M. Á., 1981. 1970-1976: un sexenio de comunicación. *Connotaciones*, vol. 1, p. 26.
- GUTIÉRREZ ESPÍNDOLA, J. L., 1988. La industrialización del melodrama. (Historia y estructura de la telenovela mexicana). *Las Redes de Televisa*. México: Claves Latinoamericanas, pp. 75-124.
- GUTIÉRREZ-RENTERÍA, M., 2011. *Estrategias de Grupo Televisa: del monopolio a la competencia*. Leipzig: Editorial Académica Española.
- GUTIÉRREZ, L., 2013. Haciendo historia en la comunicación. *45 aniversario Multimedios Televisión*, pp. 8-9.
- HERNÁNDEZ CHÁVEZ, A., 1984. Militares y negocios en la Revolución Mexicana. En: El Colegio de México, *Historia Mexicana*, vol. XXXIV, no. 2, pp. 181-212.
- HERNÁNDEZ LOMELÍ, F., 1995. El primer sistema de televisión en México. *Comunicación y Sociedad*, no. 24, pp. 217-224.
- , 1996. La etapa experimental de la televisión mexicana (1935-1950). Guadalajara: Universidad de Guadalajara. *La Colección de Babel*. Separata de la Revista Universidad de Guadalajara, 3.
- , 1996. Obstáculos para el establecimiento de la televisión comercial en México (1950-1955). En: Documento No. 2929, *Comunicación y Sociedad*, no. 28, pp. 147-172.
- , 2002. Racionalidad limitada y efectos perversos. Ensayo sobre el origen de la televisión en México. *Anuario CONEICC de Investigación de la Comunicación*. S.l.: Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, pp. 323-346.
- , 2004. *Innovaciones en la industria mexicana de la televisión*. Doctorado. Guadalajara: Universidad de Guadalajara. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades.

- HERNÁNDEZ LOMELÍ, F. y OROZCO GÓMEZ, G., 2007. *Televisión en México. Un recuento histórico*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- HOBSON, J.A., 1981. *Estudio del imperialismo*. Madrid: Alianza Editorial.
- HICKSON, C.R. y TURNER, J.D., 2005. Corporation or Limited Liability Company. *Encyclopedia of World Trade since 1450*. New York: Macmillan Reference.
- HILFERDING, R., 1971. Los monopolios capitalistas y los bancos. Transformación del capital en capital financiero. En: *El Capital financiero*. La Habana: Instituto Cubano del Libro.
- JIMÉNEZ HIDALGO, J. de J., MARTÍNEZ JIMÉNEZ, R. y GARCÍA MANCILLA, C.D., 2010. *La telesecundaria en México: un breve recorrido histórico por sus datos y relatos*. México: Secretaría de Educación Pública.
- LENIN, V.I., a. El imperialismo, fase superior del capitalismo. (Esbozo popular). *Obras escogidas en tres tomos*. Moscú: Editorial Progreso.
- LÓPEZ PORTILLO, J., 1988. *Mis tiempos. Biografía y testimonio político*. México: Fernández Editores.
- LOZOYA, J.A., 1974. La TV estatal en México: notas sobre un intento. En: El Colegio de México, Foro Internacional, vol. 14, no. 3 (55), pp. 402-420.
- MARTÍNEZ ASSAD, C., 1984. Auge y decadencia del Grupo Monterrey. *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 46, no. 2, pp. 17-30.
- MAHAN, E., 1985. Mexican Broadcasting: reassessing the Industry-State relationship. *Journal of Communication*, vol. 35, no. 1, pp. 60-75.
- MARX, K., 1977. *El Capital*. 5ª edición. México: Siglo XXI Editores. Volumen 1.
- MANCINAS CHÁVEZ, R., 2009. *La palpitante historia de la comunicación en Chihuahua: prensa, radio, televisión e Internet*. Chihuahua: Asociación Universitaria Comunicación y Cultura; Gobierno del Estado de Chihuahua; Universidad de Sevilla.
- MEJÍA BARQUERA, F., 1981. *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (orígenes y desarrollo)*. Licenciatura. México: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales UNAM.
- , 1987. 50 años de televisión comercial en México (1934-1984). *Televisa. El quinto poder*. 2a. México: Claves Latinoamericanas.
- , 1989. *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960)*. México: Fundación Manuel Buendía.
- , 1998. Del canal 4 a Televisa. *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*. México: Revista Mexicana de Comunicación / Televisa, pp. 19-98.
- MENA-RENTERÍA, J.M., 2006. Los medios de comunicación. *Torreón, ciudad centenaria: antecedentes, fundación y desarrollo* [en línea]. Torreón: Editorial La Opinión.
- MONCKEBERG, M.O., 2011. *Los magnates de la prensa: concentración de los medios de comunicación en Chile*. Santiago de Chile: Penguin Random House Grupo Editorial Chile.
- MORA CORRALES, K. y TRUJILLO MUÑOZ, G., 2006. La televisión en Baja California: lo que fue y lo que es. *Los medios de comunicación en Baja California*. México: Miguel Ángel Porrúa, Universidad Autónoma de Baja California, pp. 105-141.
- MURRAY, E., 2007. Rómulo Antonio O'Farrill [Jr.] (1917-2006), media entrepreneur. *Irish Migration*

Studies in Latin America [en línea]. Disponible en: http://www.irlandeses.org/dilab_ofarri-llr.htm.

- NACIONAL FINANCIERA y COMISIÓN ECONÓMICA PARA LA AMÉRICA LATINA, 1971. *La política industrial en el desarrollo económico de México*. México: Nafinsa-CEPAL
- NIBLO, S.R., 2001. *Mexico in the 1940s: Modernity, Politics, and Corruption* [en línea]. 2a. Willmington: Scholarly Resources. G - Reference, Information and Interdisciplinary Subjects Series.
- OLIVARES ARRIAGA, M. del C., 2002. *Emilio Azcárraga Vidaurreta: bosquejo biográfico* [en línea]. s/l: Universidad Autónoma de Tamaulipas, Instituto de Investigaciones Históricas.
- OLMOS, A., 1999. Algunos protagonistas de la televisión. *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*. México: Revista Mexicana de Comunicación / Televisa, pp. 277-331.
- OROZCO ZUATR, J.A., 1983. *Raúl Bailleres y su imperio económico*. Licenciatura. México: Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco.
- ORTIZ GARZA, J.L., 1992. *La guerra de las ondas*. México: Editorial Planeta Mexicana.
- , 2010. *Una radio entre dos reinos*. México: Ediciones Ruz.
- ORTIZ MENA, A., 1998. *El desarrollo estabilizador: reflexiones sobre una época*. México: El Colegio de México / Fondo de Cultura Económica.
- PADILLA DE LA TORRE, M.R., 2007. Una nueva socialité llegó: historia de la recepción televisiva en la ciudad de Aguascalientes. *Comunicación y Sociedad*, no. 7.
- PARKIN, M. 2009. *Economía*. México: Pearson Educación.
- PÉREZ ESPINO, E., 1979. El monopolio de la televisión comercial en México (El caso Televisa). En: Universidad Nacional Autónoma de México, *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 41, no. 4, pp. 1435-1468.
- PÉREZ TURRENT, T., 2015. Érase una vez en los Estudios Churubusco. *La fábrica de sueños, Estudios Churubusco 1945-2015*. México: Estudios Churubusco Azteca, pp. 15-43.
- PÉREZ-WILSON, I.J., 2009. *Influir, impactar, crear cultura: estrategias de investigación de la televisión abierta mexicana (TAM) para el estudio de las audiencias amas de casa*. Maestría. Tlaquepaque: Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente.
- RAMÍREZ MONTES, J., 2001. *Propuesta para la realización de prácticas profesionales supervisadas a estudiantes de la licenciatura de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sonora en Telemax*. Licenciatura. S.l.: Universidad de Sonora.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, [sin fecha]. Diccionario de la lengua española - Edición del Tricentenario. *Diccionario de la lengua española* [en línea]. [Consulta: 20 octubre 2017]. Disponible en: <http://dle.rae.es/?id=PhDoQIK>.
- REBEIL CORELLA, M.A., 1991. Sistemas televisivos regionales: los inicios de la independencia del centralismo. *Las redes de Televisa*. Primera reimpresión. México: Claves Latinoamericanas, pp. 285-307.
- RODRÍGUEZ SANTA ANA, A., 2001. El canal 13 de televisión, de Yucatán, México, como proyecto gubernamental de identidad audiovisual. *Revista Latina de Comunicación Social* [en línea], no. 39. [Consulta: 9 noviembre 2016]. Disponible en: <https://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina39mar/115rsa.htm>.

- RODRÍGUEZ VÁZQUEZ, A.G., 2015. *Diccionario de comunicación*. México: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales UNAM
- ROMO GIL, M.C., 2005. *Apuntes para una cronología de los medios de comunicación en México*. Guadalajara: ITESO.
- SALINAS, S. y CHÁVEZ, J.H., 1998. *Semblanza de un fundador: Pedro Meneses Hoyos*. Ciudad Juárez: Centro Editorial-UACJ.
- SÁNCHEZ DE ARMAS, M.Á., 1998. *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*. México: Revista Mexicana de la Comunicación; Televisa.
- SÁNCHEZ RUIZ, E. (ed.), 1988. *La Investigación de la Comunicación en México, logros, retos y perspectivas*. México: Edicom/Universidad de Guadalajara.
- , 1983. *Capital accumulation, the State and television as informal education. Case study of Mexico*. PHD Thesis. S.I.: Stanford University.
- , 1984. *Orígenes de la radiodifusión en México. Desarrollo capitalista y el Estado*. Guadalajara: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- , 1990. Hacia una cronología de la televisión mexicana. En: Universidad de Guadalajara, *Comunicación y Sociedad*, no. 10/11, pp. 235-262.
- SAWYER, M., 2013. What Is financialization? *International Journal of Political Economy*, vol. 42, no. 4, pp. 5-18.
- SERNA MARTÍNEZ, C., [sin fecha]. Mexican ET network serves 88 stations. *The 1950 radio annual*. S. I.: Radio Daily Corp., pp. 71.
- SILVA HERNÁNDEZ, A., 2009. *Perfiles de Tijuana. Historias de su gente*. 2a. edición. Tijuana: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Divulgación cultural.
- SOSA PLATA, G., 1993. XEX: el sueño que Sordo Noriega nunca hizo realidad. *Revista Mexicana de Comunicación*, vol. 6, no. 32, pp. 24-29.
- SOSA PLATA, G. y ESQUIVEL VILLAR, A., 1997. El proyecto radiofónico de E. Guillermo Salas Peyró. *Las mil y una radios: una historia, un análisis actual de la radiodifusión mexicana*. S.I.: McGraw-Hill, pp. 69-99.
- STIGLER, G.J., 2008. Monopoly. *The Concise Encyclopedia of Economics* [en línea]. Library of Economics and Liberty. Disponible en: <http://www.econlib.org/library/Enc/Monopoly.html>.
- STOPPINO, M., 2007. Ideología. *Diccionario de política*. 15ª. edición. México: Siglo XXI Editores.
- SUÁREZ, L., 1979. *Echeverría rompe el silencio: vendaval del sistema*. México: Editorial Grijalbo.
- , 1992. *Alejo Peralta: un patrón sin patrones*. México: Editorial Grijalbo.
- TAMAMES, R. y GALLEGO, S., 2006. *Diccionario de economía y finanzas*. 13. Madrid: Alianza Editorial.
- TOUSSAINT ALCARAZ, F., 2009. Historia y políticas de televisión pública. *Redes.com*, no. 5, pp. 217-242.
- TREJO DELARBRE, R., 1987. *Televisa, el quinto poder*. Segunda. México: Claves Latinoamericanas.
- , 1991. *Las redes de Televisa*. Primera reimpresión. México: Claves Latinoamericanas.
- TUGENDHAT, C., 1973. Antecedentes históricos. *Las empresas multinacionales*. Madrid: Alianza

Editorial.

- VAQUERA DE LA ROSA, N., 2007. *Historia de la programación en León y su programación*. Licenciatura. León: Universidad Iberoamericana León.
- VARIS, T., 1986. Trends in international television flow. *International Political Science Review*, vol. 7, no. 3, pp. 235-249.
- VELÁZQUEZ ESTRADA, R., 1983. El nacimiento de la radiodifusión mexicana. *Estudios de Historia Moderna y Contemporánea de México*, vol. 9, pp. 137-170.
- VIYA, M., 1979. *La televisión y yo; crónica de la televisión mexicana*. México: Costa-Amic.
- WAISBORD, S., 2005. Latin America. *Television an international history*. 2a. New York: Oxford University Press, pp. 254-263.
- ZAPATA VÁZQUEZ, D., 1990. *Génesis y desarrollo de la radio y la televisión en Nuevo León*. Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León/ Centro de Información de Historia Regional.
- ZARUR OSORIO, A., 1993. Gestión estatal y televisión pública en México 1972-1993. *Gestión y Estrategia*, vol. 4, pp. 65-76.
- , 1996. *El Estado y el modelo de televisión adoptado en México, 1950-1988* [en línea]. México: Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Azcapotzalco. Biblioteca de ciencias sociales y humanidades: Serie Administración.

7.2. Artículos de prensa, en blogs y videoreportes

- A principios de enero próximo empezará a funcionar el canal XHXX de televisión. *Diario de Colima*, 1961. Colima, 6 de diciembre de 1961. pp. 1-4.
- ANGUIANO, F., 1955. Control único (acuerdo ayer) de la TV capitalina. *Excélsior*. México, 24 marzo 1955. pp. 26-A.
- APONTE, D., BECERRIL, A. y URRUTIA, A., 1998. Cuba ya respondió de modo oficial a México sobre las palabras de Castro. *La Jornada* [en línea]. [Consulta: 4 febrero 2018]. Disponible en: <http://www.jornada.com.mx/1998/12/10/cuba.html>.
- AROCHE AGUILAR, E., 2017. El magnate de los medios en Centro y Sudamérica extiende su red de televisión por México. *Animal Político* [en línea]. Disponible en: <https://www.animalpolitico.com/2017/08/el-magnate-de-los-medios-en-centro-y-udamerica-extiende-su-red-de-television-por-mexico/>.
- Ayer fue inaugurada en Tecomán la estación radiodifusora XETY. *Diario de Colima*, 1962. Colima, 18 de octubre de 1962. pp. 1-4
- BEATTY, J.F., 1953. Television fiesta style. *Broadcasting Telecasting*, pp. 82-86.
- CANAL 12 DURANGO, 2017. Conócenos. *Canal Doce* [en línea]. [Consulta: 3 junio 2017]. Disponible en: <https://www.canal12dgo.com/conocenos>.
- CANAL 44 NOTICIAS, 2016. *36 Aniversario de Canal 44* [en línea]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=mhBEomFKtqM>.
- CARBALLO, M. A. (1971). Nacionalización de radio y TV, plantea un funcionario de la Presidencia. México: *Excélsior*, 15 de noviembre de 1971, pp. 1A-16A-26A.
- CARRERA, T., 2016. Revelamos el documento con la cantidad de compra del América. *ESPN.com.mx*

- [en línea]. Disponible en: http://www.espn.com.mx/futbol/mexico/nota/_/id/2815268.
- Celebró Canal 23 su 50 aniversario. *El Mexicano*, 2014. Ensenada, 24 de enero de 2014, p. 12-A.
- CHÁVEZ, 2015. Alfonso Esper Cárdenas, el mirrey potosino. *La Jornada San Luis* [en línea]. [Consulta: 6 junio 2017]. Disponible en: <http://lajornadasanluis.com.mx/opinion/alfonso-esper-cardenas-el-mirrey-potosino/>.
- CIRCULO DE JALISCO PERIODISTAS EN ACTIVO. Jesús Dionisio González. *Círculo de Editores de Jalisco MEXICO* [en línea], 2012. Disponible en: <https://circulodejalisco.wordpress.com/2012/07/30/jesus-dionisio-gonzalez/>
- CONTRERAS, A.R., 2008. XHDE Canal 13, 33 años de comunicación. *Casas, casas, cosas y gente* [en línea]. [Consulta: 3 junio 2017]. Disponible en: <http://rinconar.blogspot.mx/2008/11/xhde-canal-13-33-aos-de-comunicacin.html>.
- DAVIS, E., [sin fecha]. *El señor King*. S.l.: s.n.
- DE MAULEÓN, H., 2103. La noche de los asesinos. *El Universal* [en línea]. México, 18 febrero 2103. Disponible en: <http://www.eluniversalmas.com.mx/editoriales/2013/02/63088.php>.
- Desde hoy oficialmente el canal 2 transmitirá por micro=ondas. *Diario de Colima*, 1969. Colima, 14 de diciembre de 1969. p. 1.
- DÍAZ HERNÁNDEZ, J., 2015. Pasquel, víctima de Tanchipa. *emsavalles.com* [en línea]. [Consulta: 26 marzo 2016]. Disponible en: <http://www.emsavalles.com/revtxt.php?r=4088>.
- Don Carlos Ferráez Matos. *Don Carlos Ferráez Matos* [en línea], [sin fecha]. [Disponible en: <http://www.carlosferraezmatos.com/>].
- El 15 inauguran el canal de Tv en Mazatlán. *El Nacional*, 1968. México, 19 de marzo de 1968, p. 2, sección 3,
- Fue inaugurada la estación XHCC canal 5 de televisión. *Diario de Colima*, 1962. Colima, 25 de febrero de 1962. pp. 1-4.
- EL INFORMADOR, 1971. Mayor potencia, mejor imagen. *El Informador*. Guadalajara, 17 julio 1971, p. 82.
- EL NACIONAL, 1962. Con razones técnicas queda demostrado que no se afectará a los televidentes. *El Nacional*. México, 22 junio 1962. pp. 1-8.
- EL SOL DE MÉXICO, 1965. En infortunado accidente aéreo, perecen los Sres. O'Farrill Ávila y Díez Barroso. *El Sol de México*. México, 13 noviembre 1965. pp. 1, 10.
- FUNDINGUNIVERSE, [sin fecha]. History of Editorial Television, S.A. de C.V. *Funding Universe* [en línea]. Disponible en: <http://www.fundinguniverse.com/company-histories/editorial-television-s-a-de-c-v-history/>.
- GÁMEZ TERÁN, 1956. Titánico esfuerzo de Telesistema Mexicano para instalar una antena en el Zamorano. *Novedades*. México, 13 mayo 1956. pp. 3-8.
- Gilberto Ochoa Salinas 14/sep/16* [en línea], 2106. Disponible en: <https://muchosdocpr.blogspot.com/2016/09/gilberto-ochoa-salinas-14sep16.html>.
- GOMEZ, E. y ORTEGA, J.A., [sin fecha]. Gabriel Alarcon Chargoy. *Durango Net* [en línea]. Disponible en: <http://www.durango.net.mx/homeInterno2.asp?seccion=biografias/biografiasDetalle.asp&id=142>.

- GONZÁLEZ CAMARENA, A., 2011. Síntesis biográfica del Ing. Guillermo González Camarena precursor de la televisión mundial. Síntesis biográfica del Ing. Guillermo González Camarena [en línea]. [Consulta: 5 diciembre 2016]. Disponible en: <http://artgoncam.blogspot.mx/2011/02/sintesis-biografica-del-ing-guillermo.html>.
- GUERRERO, V. y ACEVES, R., 2014. Toma el control de Radio Centro. *Reforma* [en línea]. Disponible en: <http://www.reforma.com/aplicacioneslibre/articulo/default.aspx?id=174934&md5=9bac3db87bc4218df4ca0bd612d3415a&ta=0dfdbac11765226904c16cb9ad1b2efe>.
- Historia Don Arnoldo Cabada de la O. *44HD el canal de las noticias* [en línea], [sin fecha]. Disponible en: <http://canal44.com/historia-don-arnoldo-cabada-de-la-o/>.
- Histórica difusión. *El Universal*, 1968. México, 6 de septiembre de 1968, p.6, tercera sección.
- XHKG Televisión de Nayarit* [en línea], [sin fecha]. Disponible en: <http://xhkg.tv/web/empresa/>.
- IGARTÚA, J.C., 2015. III.HISTORIA DEL CLUB NECAXA. *La Catedral Rojiblanca* [en línea]. Disponible en: <https://lacatedralrojiblanca.com/historia/capitulo-iii/148-iii-historia-del-club-necaxa>.
- INDIGO STAFF, 2013. Carlos Trouyet: el Slim de los 60. *Reporte Índigo* [en línea]. [Consulta: 26 octubre 2017]. Disponible en: <http://www.reporteindigo.com/indigonomics/carlos-trouyet-el-slim-de-los-60/>.
- Insólita unión. *Proceso* [en línea], 2005. Disponible en: <https://www.proceso.com.mx/195050/inso-lita-union>.
- INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO (IMER), [sin fecha]. *Acerca de la XEB. La B grande de México* [en línea]. Disponible en: <http://www.imer.mx/xeb/acerca-de-la-xeb/>.
- JOHNSTON, D.C., 1995. Rene Anselmo, 69, the founder of a satellite network, is dead. *The New York Times* [en línea]. 21 septiembre 1995. Disponible en: <http://www.nytimes.com/1995/09/21/obituaries/rene-anselmo-69-the-founder-of-a-satellite-network-is-dead.html>.
- JONES, A.S., 1991. The National sports daily closes with today's issue. *The New York Times* [en línea]. New York, 13 junio 1991. Disponible en: <https://www.nytimes.com/1991/06/13/business/the-media-business-the-national-sports-daily-closes-with-today-s-issue.html>.
- La televisión contará con un equipo de una mayor potencia. *El Heraldo de Aguascalientes*, 1957. Aguascalientes, 2 de noviembre de 1957, p. 1.
- LA JORNADA SAN LUIS, 2017. Reconoce el gobernador trayectoria de José Morales Reyes. [en línea]. Disponible en: <http://lajornadasanluis.com.mx/boletin/reconoce-gobernador-trayectoria-jose-morales-reyes/>.
- LAMADRID MORENO, L.M., 2012. Canal 23, una historia de esfuerzo y entrega...que se fue - El Vigía. *El Vigía* [en línea]. Disponible en: <http://www.elvigia.net/el-valle/2012/2/12/canal-historia-esfuerzo-entrega-71695.html>.
- La televisión, el más nuevo adelanto, ya funciona en México. *Novedades*, 1950. México, 1 septiembre 1950. pp. 1-8 A.
- MAÑANA, 1957. Radio y TV. *Mañana*. México, 4 de mayo de 1957, p. 58.
- , 1962. Batalla por los canales de TV. *Mañana*. México, 30 junio 1962. pp. 5-6.

- , 1962. Radio y TV. *Mañana*. México, 21 julio 1962. pp. 48.
- MAPE SPORTS, 2012. *La historia de XHST-TV Canal 13 (2005)* [en línea]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=xZiBluFgCx8>.
- MARABOTO, M., 2015. Jefes de Prensa: de Los Pinos ¿adónde? *Forbes México* [en línea]. [Consulta: 2 noviembre 2017]. Disponible en: <https://www.forbes.com.mx/jefes-de-prensa-de-los-pinos-adonde/>.
- MARISCAL, M., 2015. Rinden homenaje al fundador de Calzado Canadá, Salvador López Chávez. *La Crónica de Hoy - Jalisco* [en línea]. Disponible en: <http://www.cronicajalisco.com/notas/2015/51112.html>.
- MONROY CARACAS, E., 2012. Los verdaderos dueños de Acapulco. *Tinta Guerrerense* [en línea]. [Consulta: 25 marzo 2016]. Disponible en: <https://tintaguerrerensedot-com.wordpress.com/2012/01/19/los-verdaderos-duenos-de-acapulco/>.
- Nacionalizar la TV, es muy complejo, declaró ayer LE. México: *Excélsior*, 16 de noviembre de 1971, p. 22A.
- NBC launching new Telemundo San Diego O&O. *TVNewsTalk.net* [en línea], [sin fecha]. [Consulta: 3 junio 2017]. Disponible en: <http://forums.tvnewstalk.net/index.php?threads/nbc-launching-new-telemundo-san-diego-o-o.15855/>.
- NORIEGA, A., 2008. Muere don Óscar Pérez Escobosa, pionero de la radio. *Noroeste* [en línea]. Culiacán, 6 de mayo de 2008. [Fecha de consulta: 22 de mayo de 2017]. Disponible en: <http://www.noroeste.com.mx/pub/33550>.
- NOVEDADES, 1955. Un puente más de Telesistema Mexicano con la provincia, canal 7, en Paso de Cortés, llevará desde hoy la imagen de XHTC a vasta zona. *Novedades*. México, 1 julio 1955. pp. 13.
- , 1959. Nuevo departamento en Telesistema muy útil a televisoras foráneas. *Novedades*. México, 28 octubre 1959. pp. 2C.
- OREA, M., 2004. Gigantes del sureste. *Latitud 21*, vol. 2, no. 19.
- PÉREZ, I., 2018. Los 50 equipos de fútbol más valiosos de América en 2018. *Forbes México* [en línea]. Disponible en: <https://www.forbes.com.mx/50-equipos-de-futbol-mas-valiosos-de-america-en-2018/>.
- PODER JUDICIAL DE MICHOACÁN, 2008. *Lo relevante - Nace en Morelia Max Noticias, una opción de información y entretenimiento para los Morelianos* [en línea]. Disponible en: <http://www.tribunalmmm.gob.mx/tribunalm/lorelevante/relevante2008/abril/Nace.htm>.
- QUILES, A., 2011. Fallece Castellot, pionero de radio y TV en México. *El Universal* [en línea]. México, 6 agosto 2011. Disponible en: <http://archivo.eluniversal.com.mx/notas/784208.html>.
- RASCÓN, F., 1968. Un nuevo canal de televisión fue puesto en servicio en Chihuahua. *El Nacional*. México, 18 marzo 1968. pp. 3.
- RCA, s/f. Brand History. *RCA audio video* [en línea]. [Consulta: 22 marzo 2106]. Disponible en: <http://www.rcaaudiovideo.com/history/>.
- RODRIGUEZ, A., [sin fecha]. Encyclopedia of Television - *Univision. Museum of Broadcast Broadcast Communications* [en línea]. Disponible en: <http://www.museum.tv/eotv/univision.htm>.

- RODRÍGUEZ CASTAÑEDA, R., 1984. Estaciones clandestinas, acuerdos violados, todo se le arregla. *Proceso* [en línea]. México, 25 agosto 1984. Disponible en: <https://www.proceso.com.mx/139328/estaciones-clandestinas-acuerdos-violados-todo-se-le-arregla>.
- Sociales. *El Informador*, 1971. Guadalajara, 9 marzo 1971. pp. 8-C.
- SOTO, A., 1962. Televisión para el pueblo acapulqueño. *El Nacional*. México, 23 diciembre 1962. p. 2.
- Summa se va, Televisa recorta, El Fronterizo dice adiós, “El Universal” despide personal... *Proceso.com* [en línea], 1995. Disponible en: <https://www.proceso.com.mx/292052/summa-se-va-televisa-recorta-el-fronterizo-dice-adios-el-universal-despide-personal>.
- TELESISTEMA MEXICANO, 1963. Nuevo sistema para la publicidad en grandes series del canal 5. *Televisión*, no. 4.
- , 1963. En Guadalajara, II convención de Televisoras de Provincia. *Televisión*, no. 11.
- , 1964. Excelentes programas a la disposición de nuestros anunciantes bajo el sistema de anuncios cortos en participación. *Televisión*, no. 17.
- , 1964. *Televisión*, no. 18.
- , 1965. Ejecutivos y funcionarios de Telesistema Mexicano. *Televisión*, no. 27.
- , 1966. Teleprogramas Acapulco. *Televisión*, no. 40.
- , 1966. El licenciado Miguel Alemán Velasco inaugura oficina en Televisión. *Televisión*, no. 44.
- , 1968. *Televisión*, no. 58.
- , 1969. *Televisión*, no. 66.
- TELEVISION MAGAZINE, 1951. Brownsville. *Television Magazine*, vol. VIII, no. 12, pp. 40.
- Televisa se agiganta con la participación de Alfa. *Proceso.com* [en línea], 1980. Disponible en: <http://www.proceso.com.mx/128595/televisa-se-agiganta-con-la-participacion-de-alfa>.
- TOUSSAINT, F., 1991. Partidismo priísta. *Proceso.com* [en línea]. [Consulta: 7 junio 2017]. Disponible en: <http://www.proceso.com.mx/157758/partidismo-priista>.
- Un puente más de Telesistema Mexicano con la provincia, canal 7, en Paso de Cortés, llevará desde hoy la imagen de XHTC a vasta zona. *Novedades*, 1955. México, 1 julio 1955. pp. 13.
- Unique mexican station. *Television Digest*, 1955. vol. 11, no. 40, pp. 16.
- VENTURA, A., 2011. El Hotel Reforma renacerá de sus ruinas. *El Universal* [en línea]. [Consulta: 26 octubre 2017]. Disponible en: [/cultura/66040.html](http://cultura/66040.html).
- X E F B Radio y Televisión de Monterrey (Don Mario Quintanilla García) [en línea], 2016. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=h6jk28M4Gpg>.
- XEW La voz de la América Latina desde México. *El Sol de México*, 1972. México, 18 septiembre 1972. pp. 4C-5C.
- ZABLUDOVSKY, J., 1952. Don Emilio Azcárraga y don Rómulo O’Farrill llegaron ya a un acuerdo. *El Redondel*. México, 30 noviembre 1952. pp. 1.

-----, 1953. Antena. *El Redondel*. México, 4 enero 1953. pp. 6.

-----, 1954. La unión O'Farrill-Azcárraga es solamente una tregua. *El Redondel*. México, 5 diciembre 1954. pp. 1.

ZAMORA, L., 2013. Don Pancho Madero: un genio en los negocios - Periódico Noroeste. *Noroeste* [en línea]. Disponible en: <http://www.noroeste.com.mx/pub/820203>.

ZANOLLI FABILA, B., 2012. Ser periodista: entre la vida y la muerte. *El Sol de México* [en línea]. México, agosto 2012. [Consulta: 22 abril 2016]. Disponible en: <http://www.oem.com.mx/elsol-demexico/notas/n2654565.htm>.

7.3. Informes y reportes

Acerca de Extremo XHVF. *Extremo Grupero 103.1 FM* [en línea], 2014. Disponible en: <http://www.extremovillaflores.com/index.php/acerca-de-extremo-xhvf>.

ALFA, 2010. ALFA - Nuestra Compañía - Historia. *Alfa* [en línea]. Disponible en: <http://www.alfa.com.mx/NC/historia.htm>.

AMEmbassy, Mexico, D.F. to Department of State (1953). Despatch 787, October 30, 1953, file 912.40/10-3053: General Records of the Department of State, U.S. National Archives.

AMEmbassy, Mexico, D.F. to Department of State (1962). Airgram A-301, December 10, 1962, file 912.50/8-1562: General Records of the Department of State, U.S. National Archives.

AMEmbassy, Mexico, D.F. to Department of State (1962). Despatch 1571, June 22, 1962, file 912.50/6-2262: General Records of the Department of State, U.S. National Archives.

BBC, [sin fecha]. *History of the BBC*. *BBC* [en línea]. [Consulta: 29 abril 2106]. Disponible en: <http://www.bbc.co.uk/historyofthebbc>.

CÁMARA DE LA INDUSTRIA DE LA RADIO Y LA TELEVISIÓN, [sin fecha]. Evolución. *CIRT* [en línea]. Disponible en: <http://www.cirt.com.mx/portal/index.php/cirt/historia/historia>.

CANAL ONCE, 2017. Sobre Canal Once. *Canal Once* [en línea]. [Consulta: 14 julio 2017]. Disponible en: <http://oncetv-ipn.net/sobre-canal-once/>.

CONSEJO NACIONAL PARA LA CULTURA Y LAS ARTES, 2004. *Encuesta nacional de prácticas y consumo culturales*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

CORPORACIÓN TAPATÍA DE TELEVISIÓN, 2009. *Programa de certificados bursátiles por un monto no revolvente de hasta \$475'000,000.00 (cuatrocientos setenta y cinco millones de pesos 00/100 m.n.)*. México: Corporación Tapatía de Televisión.

DÍAZ ORDAZ, G., 1969. Quinto Informe de Gobierno del presidente Gustavo Díaz Ordaz. *500 años de México en documentos* [en línea]. Disponible en: http://www.biblioteca.tv/artman2/publish/1969_86/Mensaje_del_Quinto_Informe_que_rindi_al_H_Congreso_294.shtml.

ECHVERRÍA ÁLVAREZ, L., 1972. Segundo Informe de Gobierno del presidente Luis Echeverría Álvarez. *500 años de México en documentos* [en línea]. Disponible en: http://www.biblioteca.tv/artman2/publish/1972_83/Segundo_Informe_de_Gobierno_del_presidente_Luis_Ec_1210.shtml.

ENTRAVISION, [sin fecha]. All TV Stations. *Entravision* [en línea]. [Consulta: 6 junio 2017]. Disponible en: <http://www.entravision.com/tv/all-tv-stations/>.

- GRUPO ALERTA. *Corporativo Alerta* [en línea], [sin fecha]. Disponible en: <http://www.corporativoalerta.com/>.
- GRUPO CADENA, [sin fecha]. Cadena Noticias. *Cadena Noticias* [en línea]. Disponible en: <https://cadenanoticias.com>.
- GRUPO INDUSTRIAL ALFA, 1978. *Informe anual 1977*. Monterrey: Grupo Industrial Alfa.
- GRUPO SIPSE, a. Nuestra historia. Sipse.com [en línea]. Disponible en: <http://sipse.com/grupo-sipse/historia>.
- GRUPO TELEVISIA, 1991. *Oferta pública primaria de 8'000,000 de acciones Serie L, de voto y otros derechos corporativos limitados, sin expresión de valor nominal representativas del 2.6% del capital social con un valor de \$305,600'000,000*. México: Grupo Televisa.
- , 1992. *Informe anual 1991*. México: Grupo Televisa.
- , 1993. *Oferta pública secundaria de 30'900,000 Certificados de Participación Ordinarios no amortizables (CPOs) cada uno de los cuales ha sido emitido sobre una acción de la Serie A, una acción de la Serie L y una acción de la Serie D con un importe total de N\$3,077'640,000 M. N.* México: Grupo Televisa.
- , 1994. *Estados financieros 1993*. México: Grupo Televisa.
- , 1994. *Informe anual 1993*. México: Grupo Televisa.
- , 2002. *Informe anual que se presenta de acuerdo con la circular 11-33 de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, por el año terminado el 31 de diciembre de 2001*. México: Grupo Televisa.
- , 2017. *Reporte anual que se presenta de acuerdo con las disposiciones de carácter general aplicables a las emisoras de valores y a otros participantes del mercado de valores, por el año terminado el 31 de diciembre de 2016*. México: Grupo Televisa.
- , [sin fecha]. *Oferta Pública de Infraestructura (OPI)*. Televisa [en línea]. [Consulta: 6 mayo 2018]. Disponible en: http://i2.esmas.com/pdf/opi_2018_2019.pdf.
- IMDB, [sin fecha]. Manuel Barbachano Ponce. *IMDb* [en línea]. Disponible en: <http://www.imdb.com/name/nm0053168/>.
- INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO (IMER), [sin fecha]. Acerca de la XEB. *La B grande de México* [en línea]. [Consulta: 23 julio 2017]. Disponible en: <http://www.imer.mx/xeb/acerca-de-la-xeb/>.
- NBCUNIVERSAL MEDIA, s/f. Our history. *NBCUniversal* [en línea]. [Consulta: 29 abril 2016]. Disponible en: <http://www.nbcuniversal.com/our-history>.
- NORDENSTRENG, K. y VARIS, T., 1974. *Television traffic -a one-way street?* París: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), 1972. Reports and papers on mass communication, 70.
- ORGANIZATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT, 2013. *Competition issues in television and broadcasting* [en línea]. 28 octubre 2013. S.l.: OECD. Disponible en: <http://www.oecd.org/daf/competition/TV-and-broadcasting2013.pdf>.
- ORT RADIO, 2016. Empresa. *ORT Radio* [en línea]. [Consulta: 6 junio 2017]. Disponible en: <http://ort.com.mx/empresa>.
- OUTDOOR SYSTEMS, 1998. Form 10-K, Annual report pursuant to section 13 or 15(d) of the

Securities Exchange Act of 1934 for the fiscal year ended December 31, 1998. *U.S. Securities and Exchange Commission* [en línea]. Disponible en: <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/874534/0000950153-99-000311.txt>.

PRICE-CEWATERHOUSECOOPERS, 2017. TV advertising. *PwC* [en línea]. [Consulta: 12 enero 2018]. Disponible en: <https://www.pwc.com/gx/en/industries/entertainment-media/outlook/segment-insights/tv-advertising.html>.

RADIO CORPORATION OF AMERICA, 1950. *Broadcast, equipment catalog*. Cadmen: Radio Corporation of America.

RKO PICTURES, [sin fecha]. Legacy. *RKO* [en línea]. [Consulta: 25 marzo 2106]. Disponible en: <http://www.rko.com/legacy.asp>.

RNCO, [sin fecha]. *XHLL Televisión de Tabasco*. [en línea]. Disponible en: <http://www.rnco.com.mx/>.

SCIENCENTRAL y THE AMERICAN INSTITUTE OF PHYSICS, 1999. Lee De Forest. *PBS* [en línea]. [Consulta: 29 abril 2016]. Disponible en: <http://www.pbs.org/transistor/album1/addlbios/deforest.html>.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y OBRAS PÚBLICAS, 1926. Ley de Comunicaciones Eléctricas. *Periódico Oficial. Gobierno del Distrito Norte de Baja California*. Tomo XXXIX, núm. 27, núm. 28, núm. 29, núm. 30. Mexicali, 30 septiembre 1926, 10 de octubre de 1926, 20 de octubre de 1926, 30 de octubre de 1926.

-----, 1931. Ley sobre Vías Generales de Comunicación y Medios de Transporte. *Diario Oficial de la Federación*. México., agosto 1931. pp. 1-78.

-----, 1932. Ley de Vías Generales de Comunicación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 28 septiembre 1932. pp. 1-60.

-----, 1933. Reglamento del Capítulo VI del Libro Quinto de la Ley de Vías Generales de Comunicación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 10 julio 1933. pp. 112-118.

-----, 1936. Reglamento de las estaciones radioeléctricas comerciales, culturales, de experimentación científica y de aficionados. *Diario Oficial de la Federación*. México, diciembre 1936. pp. 6-13.

-----, 1940. Ley de Vías Generales de Comunicación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 19 febrero 1940. pp. 1-54.

-----, 1942. Reglamento de las estaciones radiodifusoras comerciales, culturales, de experimentación científica y de aficionados. *Diario Oficial de la Federación*. México, 20 mayo 1942. pp. 4-15.

-----, 1946. Notificación a las personas que resulten afectas con la solicitud de concesión de la Radio Panamericana, S.A., para explotar estaciones radiodifusoras de televisión en México, D. F., Veracruz, Ver., Puebla, Pue., Guadalajara, Jal., Tampico, Tam., Torreón, Coah. y Monterrey, N. L. *Diario Oficial de la Federación*. México, 7 noviembre 1946. pp. 2-3.

-----, 1946. Notificación a las personas que resulten afectas con la solicitud de concesión de Cadena Radiodifusora Mexicana, S.A., para explotar estaciones radiodifusoras de televisión en México, D. F., Veracruz, Ver., Puebla, Pue.,

Guadalajara, Jal., Tampico, Tam., Torreón, Coah. y Monterrey, N. L. *Diario Oficial de la Federación*. México, 7 noviembre 1946. pp. 3.

-----, 1946. Notificación a las personas que resulten afectadas con la solicitud de concesión de la Radio Panamericana, S. A., para explotar estaciones radiodifusoras de televisión en México, D. F., Veracruz, Ver., Puebla, Pue., Guadalajara, Jal., Tampico, Tam., Torreón, Coah., y Monterrey, N. L. *Diario Oficial de la Federación*. México, 21 de noviembre de 1946, p. 4.

-----, 1946. Notificación a las personas que resulten afectadas con la solicitud de concesión de la Cadena Radiodifusora Mexicana, S. A., para explotar estaciones radiodifusoras de televisión en México, D. F., Veracruz, Ver., Puebla, Pue., Guadalajara, Jal., Tampico, Tam., Torreón, Coah., y Monterrey, N. L. *Diario Oficial de la Federación*. México, 21 de noviembre de 1946, p. 5.

-----, 1947. Solicitud del señor Guillermo González Camarena, para explotar una estación radiodifusora de televisión en México, D. F. *Diario Oficial de la Federación*. México, 6 septiembre 1947. pp. 2.

-----, 1947. Solicitud del señor Guillermo González Camarena, para explotar una estación radiodifusora de televisión en México, D. F. *Diario Oficial de la Federación*. México, 17 de septiembre de 1947, p. 5.

-----, 1950. Decreto que fija las normas a que se sujetarán en su instalación y funcionamiento las estaciones radiodifusoras de Televisión. *Diario Oficial de la Federación*. México, 11 febrero 1950. pp. 5-6.

-----, 1951. Solicitud presentada por la empresa denominada Radiotelevisión, S.A., para explotar una estación difusora de televisión en Tijuana, B. Cfa. *Diario Oficial de la Federación*. México, 14 de junio de 1951, p. 10.

-----, 1951. Solicitud presentada por la empresa denominada Radiotelevisión, S.A., para explotar una estación difusora de televisión en Tijuana, B. Cfa. *Diario Oficial de la Federación*. México, 25 de junio de 1951, p. 7.

-----, 1951. Solicitud presentada por el señor Carlos Mariscal Gómez, para instalar y explotar una estación difusora de televisión en Monterrey, N. L. *Diario Oficial de la Federación*. México, 27 de junio de 1951, p. 8.

-----, 1951. Solicitud presentada por el señor Guillermo González Camarena, para instalar y explotar una estación difusora de televisión en esta capital. *Diario Oficial de la Federación*. México, 29 de junio de 1951, p. 4.

-----, 1951. Solicitud presentada por el señor Carlos Mariscal Gómez, para instalar y explotar una estación difusora de televisión en Monterrey, N. L. *Diario Oficial de la Federación*. México, 7 de julio de 1951, p. 7.

-----, 1951. Solicitud presentada por el señor Guillermo González Camarena, para instalar y explotar una estación difusora de televisión en esta capital. *Diario Oficial de la Federación*. México, 9 de julio de 1951, pp. 8-9.

-----, 1952. Solicitud presentada por Televisora del Río Bravo, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Reynosa, Tam. *Diario Oficial de la Federación*. México, 20 de septiembre de 1952, p. 9.

- , 1952. Solicitud presentada por Televisora de Occidente, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Guadalajara, Jal. *Diario Oficial de la Federación*. México, 20 de septiembre de 1952, p. 9.
- , 1952. Solicitud presentada por Televisora del Norte, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Monterrey, N. L. *Diario Oficial de la Federación*. México, 20 de septiembre de 1952, p. 9.
- , 1952. Solicitud presentada por Televisora del Centro, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Silao, Gto. *Diario Oficial de la Federación*. México, 29 de septiembre de 1952, p. 5.
- , 1952. Solicitud presentada por Televisora de Occidente, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Guadalajara, Jal. *Diario Oficial de la Federación*. México, 30 de septiembre de 1952, p. 13.
- , 1952. Solicitud presentada por Televisora del Norte, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Monterrey, N. L. *Diario Oficial de la Federación*. México, 30 de septiembre de 1952, p. 14.
- , 1952. Solicitud presentada por Televisora del Río Bravo, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Reynosa, Tam. *Diario Oficial de la Federación*. México, 1 de octubre de 1952, p. 4.
- , 1952. Solicitud presentada por Televisora del Centro, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Silao, Gto. *Diario Oficial de la Federación*. México, 9 de octubre de 1952, p. 12.
- , 1952. Solicitud presentada por Televisión de Matamoros, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Matamoros, Tam. *Diario Oficial de la Federación*. México, 7 de noviembre de 1952, p. 11.
- , 1952. Solicitud presentada por Televisión de Torreón, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Torreón, Coah. *Diario Oficial de la Federación*. México, 7 de noviembre de 1952, p. 11.
- , 1952. Solicitud presentada por Televisión de Monterrey, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Monterrey, N. L. *Diario Oficial de la Federación*. México, 10 de noviembre de 1952, p. 4.
- , 1952. Solicitud presentada por Televisión de Tijuana, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Tijuana, B. Cfa. *Diario Oficial de la Federación*. México, 10 de noviembre de 1952, p. 4.
- , 1952. Solicitud presentada por Televisión de México, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en México, D.F. (Paso de Cortés). *Diario Oficial de la Federación*. México, 14 de noviembre de 1952, p. 1.
- , 1952. Solicitud presentada por Televisión de Mexicali, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Mexicali, B. C. *Diario Oficial de la Federación*. México, 14 de noviembre de 1952, pp. 1-2.
- , 1952. Solicitud presentada por Televisión de Guadalajara, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Guadalajara, Jal. *Diario Oficial de la Federación*. México, 14 de noviembre de 1952, p. 2.

- , 1952. Solicitud presentada por Televisión de Hermosillo, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Hermosillo, Son. *Diario Oficial de la Federación*. México, 14 de noviembre de 1952, p. 2.
- , 1952. Solicitud presentada por Televisión de Ciudad Juárez, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Ciudad Juárez, Chih. *Diario Oficial de la Federación*. México, 14 de noviembre de 1952, p. 2.
- , 1952. Solicitud presentada por Televisión de Matamoros, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Matamoros, Tam. *Diario Oficial de la Federación*. México, 17 de noviembre de 1952, p. 11.
- , 1952. Solicitud presentada por Televisión de Torreón, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Torreón, Coah. *Diario Oficial de la Federación*. México, 17 de noviembre de 1952, p. 11.
- , 1952. Solicitud presentada por Televisión de Tijuana, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Tijuana, B. Cfa. *Diario Oficial de la Federación*. México, 19 de noviembre de 1952, p. 5.
- , 1952. Solicitud presentada por Televisión de Monterrey, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Monterrey, N. L. *Diario Oficial de la Federación*. México, 19 de noviembre de 1952, p. 5.
- , 1952. Solicitud presentada por Televisión de México, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en México, D.F. (Paso de Cortés). *Diario Oficial de la Federación*. México, 24 de noviembre de 1952, p. 3.
- , 1952. Solicitud presentada por Televisión de MEXICALI, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Mexicali, B. C. *Diario Oficial de la Federación*. México, 24 de noviembre de 1952, p. 3.
- , 1952. Solicitud presentada por Televisión de Guanajuato, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Guanajuato, Gto. *Diario Oficial de la Federación*. México, 24 de noviembre de 1952, p. 4.
- , 1952. Solicitud presentada por Televisión de Guadalajara, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Guadalajara, Jal. *Diario Oficial de la Federación*. México, 24 de noviembre de 1952, p. 4.
- , 1952. Solicitud presentada por Televisión de Hermosillo, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Hermosillo, Son. *Diario Oficial de la Federación*. México, 24 de noviembre de 1952, p. 4.
- , 1952. Solicitud presentada por Televisión de Ciudad Juárez, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Ciudad Juárez, Chih. *Diario Oficial de la Federación*. México, 24 de noviembre de 1952, p. 4.
- , 1952. Solicitud del Ingeniero Ricardo Garza Alvarez, para instalar y explotar una radiodifusora de televisión en Ciudad Juárez, Chih. *Diario Oficial de la Federación*. México, 18 de diciembre de 1952, p. 12.
- , 1952. Solicitud del Ingeniero Ricardo Garza Alvarez, para instalar y explotar una difusora de televisión en Nuevo Laredo Tam. *Diario Oficial de la Federación*. México, 18 de diciembre de 1952, pp. 12-13.

- , 1952. Solicitud del Ingeniero Ricardo Garza Alvarez, para instalar y explotar una radiodifusora de televisión en Ciudad Juárez, Chih. *Diario Oficial de la Federación*. México, 27 de diciembre de 1952, p. 12.
- , 1952. Solicitud del Ingeniero Ricardo Garza Alvarez, para instalar y explotar una difusora de televisión en Nuevo Laredo Tam. *Diario Oficial de la Federación*. México, 27 de diciembre de 1952, p. 12.
- , 1953. Solicitud presentada por Televisión de Nogales, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Nogales, Son. *Diario Oficial de la Federación*. México, 2 de enero de 1953, pp. 11-12.
- , 1953. Solicitud presentada por Televisión de Nuevo Laredo, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Nuevo Laredo, Tams. *Diario Oficial de la Federación*. México, 2 de enero de 1953, p. 12.
- , 1953. Solicitud presentada por Televisión de Reynosa, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Reynosa, Tam. *Diario Oficial de la Federación*. México, 2 de enero de 1953, p. 12.
- , 1953. Solicitud presentada por Televisión de Mérida, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Mérida, Yuc. *Diario Oficial de la Federación*. México, 5 de enero de 1953, p. 11.
- , 1953. Solicitud presentada por Televisión de Nogales, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Nogales, Son. *Diario Oficial de la Federación*. México, 12 de enero de 1953, p. 7.
- , 1953. Solicitud presentada por Televisión de Reynosa, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Reynosa, Tam. *Diario Oficial de la Federación*. México, 12 de enero de 1953, p. 7.
- , 1953. Solicitud presentada por Televisión de Nuevo Laredo, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Nuevo Laredo, Tams. *Diario Oficial de la Federación*. México, 13 de enero de 1953, p. 10.
- , 1953. Solicitud presentada por Televisión de Mérida, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Mérida, Yuc. *Diario Oficial de la Federación*. México, 15 de enero de 1953, p. 2.
- , 1953. Solicitud presentada por Televisión de Veracruz, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Veracruz, Ver. *Diario Oficial de la Federación*. México, 19 de enero de 1953, p. 11.
- , 1953. Solicitud presentada por Televisión de Veracruz, S.A., para instalar y explotar una estación de televisión en Veracruz, Ver. *Diario Oficial de la Federación*. México, 29 de enero de 1953, pp. 7-8.
- , 1955. Tarifa número 1 de la estación de televisión X.E., de Ciudad Juárez, Chih. *Diario Oficial de la Federación*. México, 16 febrero 1955. pp. 5.
- , 1955. Solicitud presentada por el señor Mario de la Fuente para suministrar el servicio de televisión en Nogales, Son. *Diario Oficial de la Federación*. México, 17 febrero 1955. pp. 4-5.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 1963. *Título de concesión a favor de Televisión*

González Camarena, S.A. [en línea]. 30 abril 1963. México: s.n. Disponible en:
<http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a4f5.pdf>.

-----, 1963. *Título de concesión a favor de Televisión de México, S. A.* [en línea]. 10 mayo 1963. México: s.n. Disponible en:
<http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a55c.pdf>.

-----, 1964. *Título de concesión a favor de Televimex, S.A.* [en línea]. 10 abril 1964. México: s.n. Disponible en:
<http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a37a.pdf>.

-----, 1964. *Título de concesión a favor de Televisión de la Frontera, S.A.* [en línea]. 21 abril 1964. México: s.n. [Consulta: 3 noviembre 2017]. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a011.pdf>.

-----, 1964. *Título de concesión a favor de "Televisión Paso de Cortes", S.A.* [en línea]. 24 junio 1964. México: s.n. Disponible en:
<http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a7d6.pdf>.

-----, 1964. *Título de concesión a favor de Televisión de Guanajuato, S.A.* [en línea]. 5 octubre 1964. México: s.n. Disponible en:
<http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a9c0.pdf>.

-----, 1964. *Título de concesión a favor de Radio Televisión, S. A.* [en línea]. 26 abril 1964. México: s.n. Disponible en:
<http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/0902526480029f52.pdf>.

-----, 1964. *Título de concesión a favor del C. Rafael Tijerina Carranza* [en línea]. 20 abril 1964. México: s.n. Disponible en:
<http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002ab01.pdf>.

-----, 1964. *Título de concesión a favor de Televisora del Centro, S.A.* [en línea]. 12 octubre 1964. México: s.n. Disponible en:
<http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a9a3.pdf>.

-----, 1967. Notificación relativa a la solicitud de concesión presentada por la empresa Corporación Mexicana de Radio y Televisión, S. A. de C. V., para instalar, operar y explotar una estación radiodifusora comercial de televisión en esta capital. *Diario Oficial de la Federación*. México, 12 abril 1967, pp. 17.

-----, 1969. Acuerdo por el que se autoriza a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes a expedir nuevos títulos de concesión a los actuales concesionarios en materia de radio y televisión. *Diario Oficial de la Federación*. México, 1 julio 1969. pp. 22-24.

-----, 1969. Acuerdo por medio del cual se destinan para el establecimiento de estaciones oficiales de televisión los canales 6 de la zona 2, 12 de la zona 3, 8 de la zona 4 y otros, así como en la franja fronteriza norte los canales 2 de Ensenada, B. Cfa., 5 de Cananea, Son., 8 de Hermosillo, Son, etc. *Diario Oficial de la Federación*. México, de agosto de 1969. pp. 6-7.

-----, 1969. *Título de concesión a favor de Radio Panamericana, S.A.* [en línea]. 3 julio 1969. México: s.n. Disponible en:
<http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a7e8.pdf>.

- , 1970. Notificación relativa al otorgamiento de títulos de concesión para instalar y explotar estaciones radiodifusoras comerciales en diversos lugares de la República, con especificación de personas físicas, sociedades anónimas, etc. *Diario Oficial de la Federación*. México, 11 noviembre 1970. pp. 1-40.
- , 1972. Decreto que autoriza a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, para que ejecute el plan y los proyectos de televisión rural del Gobierno Federal. *Diario Oficial de la Federación*. México, 2 mayo 1972. pp. 20-21.
- , 1973. Acuerdo por el que la Subsecretaría de Radiodifusión dependiente de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, será el órgano auxiliar del Secretario del Ramo en el despacho de asuntos que en materia de radiodifusión sean competencia directa de dicha Secretaría de Estado. *Diario Oficial de la Federación*. México, 23 julio 1973.
- , 1973. Declaratoria de rescate de la concesión otorgada originalmente a Impulsora de Televisión, S. A., que ampara la explotación del Canal de Televisión X.H.I.T.-T.V. Canal 4, de dos de julio de 1969, en la ciudad de Chihuahua, Chih. *Diario Oficial de la Federación*. México, 28 agosto 1973. pp. 12-13.
- , 1973. Acuerdo que declara susceptible de explotación comercial el canal cuatro de televisión en Chihuahua, Chih. *Diario Oficial de la Federación*. México, 11 de septiembre de 1973, pp. 11-12.
- , 1974. Acuerdo por el que se delega en el C. Subsecretario de Radiodifusión la facultad de hacer apercibimientos y notificaciones relacionadas con violación a la Ley Federal de Radio y Televisión y a la Ley de Vías Generales de Comunicación, en lo que corresponda al área de radiodifusión, así como para imponer las sanciones correspondientes. *Diario Oficial de la Federación*. México, 27 marzo 1974.
- , 1974. Acuerdo que declara susceptible de Explotarse Comercialmente el Canal 4+ en Morelia, Mich. *Diario Oficial de la Federación*. México, 1 de agosto de 1974, pp. 32-33.
- , 1975. Notificación relativa a la solicitud de concesión presentada por Tele-Radio Nacional, S. A., para instalar, operar y explotar una estación televisora comercial en la banda de VHF que operará el canal 4 en el Cerro de Tzontehuitz, Chis. Primera Publicación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 27 enero 1975. pp. 12-13.
- , 1975. Decreto por el que se sujeta al pago de cuotas el servicio a larga distancia de conducción de señales de televisión (imagen y sonido) que proporciona el Gobierno Federal a través del Sistema Federal de Telecomunicaciones. *Diario Oficial de la Federación*. México, 3 noviembre 1975. pp. 30-34.
- , 1976. Aviso en el que se hace del conocimiento del público en general, que dentro de los planes de trabajo de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, la Dirección General de Telecomunicaciones aceptará durante el año de 1976, solicitudes para el otorgamiento de concesiones para los servicios de música continua, localización de personas y televisión por cable. *Diario Oficial de la Federación*. México, 22 enero 1976. pp. 14.
- , 1976. Aviso sobre la elaboración de un proyecto de Normas Técnicas para la instalación y operación de estaciones de radiodifusión de

televisión monocromática y el color (banda VHF y UHF). *Diario Oficial de la Federación*. México, 10 mayo 1976. pp. 9-10.

-----, 1976. Acuerdo que declara susceptible de explotación comercial el Canal 12 (-) de Televisión en Los Mochis, Sin. *Diario Oficial de la Federación*. México, 25 noviembre 1976. pp. 10.

-----, 1976. Acuerdo que dispone que la Dirección General de Telecomunicaciones, es la única dependencia facultada para establecer cadenas o enlaces de televisión dentro del territorio nacional. *Diario Oficial de la Federación*. México, 6 diciembre 1976. pp. 5-6.

-----, 1977. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente el Canal 13 (plano) de televisión de Culiacán, Sin. *Diario Oficial de la Federación*. México, 7 enero 1977. pp. 12-13.

-----, 1977. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente el Canal 2 (plano) de televisión de Torreón, Coah. *Diario Oficial de la Federación*. México, 7 enero 1977. pp. 14-15.

-----, 1977. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente el Canal 4 (-) menos de televisión de Tepic, Nay. *Diario Oficial de la Federación*. México, 12 enero 1977. pp. 11-12.

-----, 1977. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente el Canal 3 (-) de televisión de Hidalgo del Parral, Chih. *Diario Oficial de la Federación*. México, 12 enero 1977. pp. 13-14.

-----, 1977. Acuerdo que declara susceptible de explotación comercial el Canal 12 (-) menos de televisión en Los Mochis, Sin. *Diario Oficial de la Federación*. México, 13 de enero de 1977, p. 20.

-----, 1977. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente el Canal 2 (-) menos de televisión de Chihuahua, Chih. *Diario Oficial de la Federación*. México, 13 enero 1977. pp. 22.

-----, 1977. Normas técnicas para la instalación y operación de estaciones de radiodifusión de televisión monocroma y en color (bandas de VHF y UHF). *Diario Oficial de la Federación*. México, 18 enero 1977. pp. 38-69.

-----, 1977. Acuerdo que declara susceptible de explotación comercial el Canal 36 de televisión en Reynosa, Tam. *Diario Oficial de la Federación*. México, 26 de enero de 1977, pp. 15-16.

-----, 1977. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente el Canal 2 (+) de televisión de Nogales, Son. *Diario Oficial de la Federación*. México, 27 enero 1977. pp. 16-17.

-----, 1977. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente el Canal 9 (-) de televisión de Querétaro, Qro. *Diario Oficial de la Federación*. México, 27 enero 1977. pp. 17-18.

-----, 1977. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente el Canal 10 (plano) de televisión de Hermosillo, Son. *Diario Oficial de la Federación*. México, 9 febrero 1977. pp. 28.

- , 1977. Notificación a la empresa Corporación Mexicana de Radio y Televisión, S.A. de C.V., para que continúe el procedimiento de concesión para operar y explotar el canal 4 en Tepic, Nay. *Diario Oficial de la Federación*. México, 24 junio 1977. pp. 9.
- , 1979. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente el Canal 9 (-) en Villahermosa, Tab. *Diario Oficial de la Federación*. México, 18 de enero de 1979, p. 9.
- , 1979. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente el Canal 44 (plano) en Cd. Juárez, Chih. *Diario Oficial de la Federación*. México, 26 de septiembre de 1979, pp. 6-7.
- , 1980. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente el Canal 22 + (mas) en Monterrey, N. L. *Diario Oficial de la Federación*. México, 12 de mayo de 1980, pp. 12-13.
- , 1980. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente el Canal 5 en Durango, Dgo. *Diario Oficial de la Federación*. México, 27 de agosto de 1980, pp. 8-9.
- , 1980. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente el Canal 12 (-) en Tampico, Tamps. *Diario Oficial de la Federación*. México, 14 de noviembre de 1980, pp. 4-6.
- , 1980. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente el Canal 27 (Plano) en Tijuana, B. C. *Diario Oficial de la Federación*. México, 14 de noviembre de 1980, p. 6.
- , 1981. Acuerdo por el que se designa a la Empresa Televisión del Fuerte, S.A., para que continúe el procedimiento de concesión para operar y explotar el Canal 5 (Plano) en Durango, Dgo. (Primera Notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 3 de agosto de 1981, p. 8.
- , 1981. Acuerdo por el que se designa a la Empresa Televisión del Fuerte, S.A., para que continúe el procedimiento de concesión para operar y explotar el Canal 5 (Plano) en Durango, Dgo. (Segunda Notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 17 de agosto de 1981, pp. 13-14.
- , 1982. Acuerdo por el que se designa a la empresa Televisión de la Provincia, S. A. de C. V., para que continúe el procedimiento de obtención de concesión para operar y explotar la red de estaciones de televisión que operan en diversas poblaciones del país. (Primera notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 29 noviembre 1982. pp. 62-75.
- , 1982. Acuerdo por el que se designa a la empresa Televisión de la Provincia, S. A. de C. V., para que continúe el procedimiento de obtención de concesión para operar y explotar la red de estaciones de televisión que operan en diversas poblaciones del país. (Segunda notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 9 diciembre 1982. pp. 32-41.
- , 1989. Acuerdo por el que se selecciona la solicitud de Radiotelevisión del Río Bravo, S.A. de C.V., para que continúe el procedimiento de obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el canal 62 (-), en Ciudad

Juárez, Chih. *Diario Oficial de la Federación*. México, 13 de noviembre de 1989, pp. 69-71.

-----, 1989. Acuerdo por el que se selecciona la solicitud de Radiotelevisora de la Rumorosa, S.A. de C.V., para que continúe el procedimiento de obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el canal 57 (plano), en Tijuana, B. C. *Diario Oficial de la Federación*. México, 13 de noviembre de 1989, pp. 73-75.

-----, 1989. Acuerdo por el que se selecciona la solicitud de Radiotelevisión de Mexicali, S.A. de C.V., para que continúe el procedimiento de obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el canal 32 (plano) en Mexicali, B. C. *Diario Oficial de la Federación*. México, 13 de noviembre de 1989, pp. 75-77.

-----, 1989. Acuerdo por el que se selecciona la solicitud de Radiotelevisión del Río Bravo, S.A. de C.V., para que continúe el procedimiento de obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el canal 62 (-), en Ciudad Juárez, Chih. (Segunda notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 23 de noviembre de 1989, pp. 11-13.

-----, 1989. Acuerdo por el que se selecciona la solicitud de Radiotelevisión de Mexicali, S.A. de C.V., para que continúe el procedimiento de obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el canal 32 (plano) en Mexicali, B. C. (Segunda notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 23 de noviembre de 1989, pp. 13-15.

-----, 1989. Acuerdo por el que se selecciona la solicitud de Radiotelevisora de la Rumorosa, S.A. de C.V., para que continúe el procedimiento de obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el canal 57 (plano), en Tijuana, B. C. (Segunda notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 23 de noviembre de 1989, pp. 15-17.

-----, 1990. Reglamento de Telecomunicaciones. *Diario Oficial de la Federación*. México, 29 octubre 1990. pp. 24-50.

-----, 1990. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente canales de televisión en diversas poblaciones del país. *Diario Oficial de la Federación*. México, 7 de diciembre de 1990, pp. 39-71.

-----, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de Compañía de Televisión de La Península, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar canales de televisión, en diversas poblaciones del país. (Primera notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 28 enero 1991. pp. 39-42.

-----, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de Compañía de Televisión de La Península, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar canales de televisión, en diversas poblaciones del país. (Segunda notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 11 febrero 1991. pp. 80-83.

-----, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de Compañía Mexicana de Televisión de Occidente, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar canales de televisión, en diversas poblaciones del país. (Segunda notificación). *Diario Oficial de la*

Federación. México, 11 febrero 1991. pp. 78-80.

-----, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de Corporación Televisiva de la Frontera Norte, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar canales de televisión, en diversas poblaciones del país. (Primera notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 28 enero 1991. pp. 27-29.

-----, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de Corporación Televisiva de la Frontera Norte, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar canales de televisión, en diversas poblaciones del país. (Segunda notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 11 febrero 1991. pp. 68-70.

-----, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de Corporación Televisiva del Noroeste, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar canales de televisión, en diversas poblaciones del país. (Primera notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 28 enero 1991. pp. 29-33.

-----, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de Corporación Televisiva del Noroeste, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar canales de televisión, en diversas poblaciones del país. (Primera notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 11 febrero 1991. pp. 70-74.

-----, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de Impulsora de Televisión del Centro, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar canales de televisión, en diversas poblaciones del país. (Primera notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 28 enero 1991. pp. 35-36.

-----, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de Impulsora de Televisión del Centro, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar canales de televisión, en diversas poblaciones del país. (Segunda notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 11 febrero 1991. pp. 76-77.

-----, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de Impulsora de Televisión del Norte, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar canales de televisión, en diversas poblaciones del país. (Primera notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 28 enero 1991. pp. 24-27.

-----, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de Impulsora de Televisión del Norte, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar canales de televisión, en diversas poblaciones del país. (Segunda notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 11 febrero 1991. pp. 65-68.

-----, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de la Compañía Mexicana de Televisión de Occidente, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar canales de

televisión, en diversas poblaciones del país. (Primera notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 28 enero 1991. pp. 37-39.

-----, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de Televisión Metropolitana, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar un canal de televisión en el Distrito Federal y zona aledañas. (Primera notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 28 enero 1991. pp. 33-34.

-----, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de Televisión Metropolitana, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar un canal de televisión en el Distrito Federal y zona aledañas. (Primera notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 11 febrero 1991. pp. 74-75.

-----, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de Televisión Olmeca, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar canales de televisión, en diversas poblaciones del país. (Primera notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 28 enero 1991. pp. 42-43.

-----, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de Televisión Olmeca, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar canales de televisión, en diversas poblaciones del país. (Primera notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 11 febrero 1991. pp. 83-84.

-----, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de Televisora Mexicana del Sur, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar canales de televisión, en diversas poblaciones del país. (Primera notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 28 enero 1991. pp. 43-46.

-----, 1991. Acuerdo por el que se seleccionó la solicitud de Televisora Mexicana del Sur, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar y explotar canales de televisión, en diversas poblaciones del país. (Primera notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 11 febrero 1991. pp. 84-87.

-----, 1991. *El Gobierno Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, a quien en lo sucesivo se le denominará como «la Secretaría» con fundamento en los artículos 36 fracción III de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, 17 y 19 de la Ley Federal de Radio y Televisión, otorga a favor de Compañía de Televisión de la Península, S.A. de C.V., a quien en lo sucesivo se le denominará como «el Concesionario», la siguiente concesión [en línea]. 30 abril 1991. México: s.n. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a7fe.pdf>.*

-----, 1991. *El Gobierno Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, a quien en lo sucesivo se le denominará como «la Secretaría» con fundamento en los artículos 36 fracción III de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, 17 y 19 de la Ley Federal de Radio y Televisión, otorga a favor de Compañía Mexicana de Televisión de Occidente, S.A. de C.V., a quien en lo sucesivo se le*

denominará como «el Concesionario», la siguiente concesión [en línea]. 30 abril 1991. México: s.n. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/0902526480029ede.pdf>.

-----, 1991. *El Gobierno Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, a quien en lo sucesivo se le denominará como «la Secretaría» con fundamento en los artículos 36 fracción III de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, 17 y 19 de la Ley Federal de Radio y Televisión, otorga a favor de Corporación Televisiva de la Frontera Norte, S.A. de C.V., a quien en lo sucesivo se le denominará como «el Concesionario», la siguiente concesión* [en línea]. 30 abril 1991. México: s.n. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002ab12.pdf>.

-----, 1991. *El Gobierno Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, a quien en lo sucesivo se le denominará como «la Secretaría» con fundamento en los artículos 36 fracción III de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, 17 y 19 de la Ley Federal de Radio y Televisión, otorga a favor de Televisión del Norte, S.A. de C.V., a quien en lo sucesivo se le denominará como «el Concesionario», la siguiente concesión* [en línea]. 30 abril 1991. México: s.n. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002aad9.pdf>.

-----, 1991. *El Gobierno Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, a quien en lo sucesivo se le denominará como «la Secretaría» con fundamento en los artículos 36 fracción III de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, 17 y 19 de la Ley Federal de Radio y Televisión, otorga a favor de Televisión Olmeca, S.A. de C.V., a quien en lo sucesivo se le denominará como «el Concesionario», la siguiente concesión* [en línea]. 30 abril 1991. México: s.n. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002aa5b.pdf>.

-----, 1991. *El Gobierno Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, a quien en lo sucesivo se le denominará como «la Secretaría» con fundamento en los artículos 36 fracción III de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, 17 y 19 de la Ley Federal de Radio y Televisión, otorga a favor de Televisora Mexicana del Sur, S.A. de C.V., a quien en lo sucesivo se le denominará como «el Concesionario», la siguiente concesión* [en línea]. 30 abril 1991. México: s.n. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/0902526480029e51.pdf>.

-----, 1991. Acuerdo por el que se selecciona la solicitud de Televisora del Valle de México, S.A. de C.V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el Canal 40 en México, Distrito Federal. *Diario Oficial de la Federación*. México, 23 de septiembre de 1991, pp. 11-13.

-----, 1991. Acuerdo por el que se selecciona la solicitud de Televisora del Valle de México, S.A. de C.V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el Canal 40 en México, Distrito Federal. (Segunda notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 4 de octubre de 1991, pp. 17-20.

-----, 1991. Acuerdo por el que se selecciona la solicitud de Televisora de Cancún, S.A. de C.V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el Canal 13 (+) en Cancún, Q. Roo. *Diario Oficial de la Federación*. México, 11 de octubre de 1991, pp. 5-7.

-----, 1991. Acuerdo por el que se selecciona la

solicitud de Televisora de Cancún, S.A. de C.V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el Canal 13 (+) en Cancún, Q. Roo. (Segunda notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 22 de octubre de 1991, pp. 29-31.

-----, 1991. *Servicio de Radiolocalización Móvil de Personas, Título de Concesión, Comunicaciones MTEL, S. A. de C. V.* [en línea]. 3 diciembre 1991. México: s.n. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/0902526480027fa8.pdf>.

-----, 1993. Acuerdo por el que se selecciona la solicitud de Televisión Azteca, S.A. de C.V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar comercialmente 90 canales de televisión. *Diario Oficial de la Federación*. México, 8 febrero 1993. pp. 55-56.

-----, 1993. Acuerdo por el que se selecciona la solicitud de Televisión Azteca, S.A. de C.V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para operar comercialmente 90 canales de televisión, (Segunda notificación). *Diario Oficial de la Federación*. México, 19 febrero 1993. pp. 22-23.

-----, 1993. *El Gobierno Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, a quien en lo sucesivo se le denominará como «la Secretaría» con fundamento en los artículos 36 fracción III de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, 17 y 19 de la Ley Federal de Radio y Televisión, otorga a favor de Televisión Azteca, S.A. de C.V., a quien en lo sucesivo se le denominará como «el Concesionario», la siguiente concesión* [en línea]. 10 mayo 1993. México: s.n. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a82e.pdf>.

-----, 1993. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente canales de televisión en diversas poblaciones del Estado de Chiapas. *Diario Oficial de la Federación*. México, 23 de noviembre de 1993, pp. 21-22.

-----, 1993. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente canales de televisión en diversas poblaciones del Estado de Tabasco. *Diario Oficial de la Federación*. México, 23 de noviembre de 1993, pp. 25-26.

-----, 1993. Acuerdo que declara susceptible de explotarse comercialmente el canal 66 ubicado en Mexicali, B.C." . *Diario Oficial de la Federación*. México, 23 de noviembre de 1993, pp. 27-28.

-----, 1993. Primera notificación del Acuerdo que selecciona la solicitud de Televisión del Alto Río Bravo, S. A., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el canal 32, en Ciudad Juárez, Chih. *Diario Oficial de la Federación*. México, 1 de diciembre de 1993, pp. 17-18.

-----, 1993. Primera notificación del Acuerdo que selecciona la solicitud de Televisora del Norte, S. A., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el canal 38, en Mexicali, B.C. *Diario Oficial de la Federación*. México, 1 de diciembre de 1993, pp. 19-20.

-----, 1993. Primera notificación del Acuerdo que selecciona la solicitud de Televisora del Piedras Negras, S. A., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el canal 52, en Piedras Negras, Coah. *Diario Oficial de la Federación*. México, 1 de diciembre de 1993, pp. 21-22.

-----, 1993. Primera notificación del Acuerdo que

selecciona la solicitud de Televisora del Norte, S. A., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el canal 38(+), en Nogales, Son. *Diario Oficial de la Federación*. México, 1 de diciembre de 1993, pp. 23-24.

-----, 1993. Primera notificación del Acuerdo que selecciona la solicitud de Televisión del Alto Río Bravo, S. A., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el canal 17, en Reynosa, Tamps. *Diario Oficial de la Federación*. México, 1 de diciembre de 1993, pp. 25-26.

-----, 1993. Primera notificación del Acuerdo que selecciona la solicitud de Radiotelevisora de México Norte, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar 62 canales de televisión. *Diario Oficial de la Federación*. México, 1 de diciembre de 1993, pp. 27-28.

-----, 1993. Primera notificación del acuerdo por el que se selecciona la solicitud de Televisión Azteca, S.A. de C.V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar 10 canales de televisión. *Diario Oficial de la Federación*. México, 1 diciembre 1993. pp. 29-30.

-----, 1993. Segunda notificación del Acuerdo que selecciona la solicitud de Televisión del Alto Río Bravo, S. A., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el canal 32, en Ciudad Juárez, Chih. *Diario Oficial de la Federación*. México, 13 de diciembre de 1993, pp. 19-20.

-----, 1993. Segunda notificación del Acuerdo que selecciona la solicitud de Televisora del Norte, S. A., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el canal 38, en Mexicali, B.C. *Diario Oficial de la Federación*. México, 13 de diciembre de 1993, pp. 21-22.

-----, 1993. Segunda notificación del Acuerdo que selecciona la solicitud de Televisora del Piedras Negras, S. A., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el canal 52, en Piedras Negras, Coah. *Diario Oficial de la Federación*. México, 13 de diciembre de 1993, pp. 23-24.

-----, 1993. Primera notificación del Acuerdo que selecciona la solicitud de Televisora del Norte, S. A., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el canal 38(+), en Nogales, Son. *Diario Oficial de la Federación*. México, 13 de diciembre de 1993, pp. 25-26.

-----, 1993. Primera notificación del Acuerdo que selecciona la solicitud de Televisión del Alto Río Bravo, S. A., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar el canal 17, en Reynosa, Tamps. *Diario Oficial de la Federación*. México, 13 de diciembre de 1993, pp. 27-28.

-----, 1993. Segunda notificación del Acuerdo que selecciona la solicitud de Radiotelevisora de México Norte, S. A. de C. V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar 62 canales de televisión. *Diario Oficial de la Federación*. México, 13 de diciembre de 1993, pp. 29-30.

-----, 1993. Segunda notificación del acuerdo por el que se selecciona la solicitud de Televisión Azteca, S.A. de C.V., para continuar el procedimiento tendiente a la obtención de la concesión para instalar, operar y explotar 10 canales de televisión. *Diario Oficial de la Federación*. México, 13 diciembre 1993. pp. 31-33.

-----, 1994. *El Gobierno Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, a quien en lo sucesivo se le denominara como "la Secretarta" con fundamento en los artículos 36 fracción III de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, 17 y 19 de la Ley Federal de Radio y Televisión, otorga a favor de Radiotelevisora de México Norte, S.A. de C.V. a quien en lo sucesivo se le denominara como "el Concesionario", la siguiente: conceslon* [en línea]. 9 de marzo de 1994. México: s.n. Disponible en <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a53c.pdf>.

-----, 1994. Concesión que se otorga a favor de Radiotelevisora de México Norte, S.A. de C.V., para operar comercialmente 62 canales de televisión en distintas plazas del país. *Diario Oficial de la Federación*. México, 6 de octubre de 1994, pp. 50-62.

-----, 1998. *Concesión para usar comercialmente una red de 10 estaciones de radiodifusión que otorga el Gobierno Federal, por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en lo sucesivo la Secretaría, en favor de Televisión Azteca, S.A. de C.V., en lo sucesivo el Concesionario, al tenor de los siguientes antecedentes y condiciones* [en línea]. 14 abril 1998. México: s.n. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002aa41.pdf>.

-----, 2004. *Título de refrendo de concesión para continuar usando comercialmente un canal de televisión, que otorga el Gobierno Federal, por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en lo sucesivo la Secretaría, en favor de Televimex, S.A. de C.V., en lo sucesivo el concesionario, al tenor de los siguientes antecedentes y condiciones* [en línea]. 21 septiembre 2004. México: s.n. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a7f3.pdf>.

-----, 2004. *Título de refrendo de concesión para continuar usando comercialmente un canal de televisión, que otorga el Gobierno Federal, por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en lo sucesivo la Secretaría, en favor de Televimex, S.A. de C.V., en lo sucesivo el Concesionario, al tenor de los siguientes antecedentes y condiciones* [en línea]. 21 septiembre 2004. México: s.n. [Consulta: 3 noviembre 2017].

-----, 2004. *Título de refrendo de concesión para continuar usando comercialmente un canal de televisión, que otorga el Gobierno Federal, por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en lo sucesivo la Secretaría, en favor de Televimex, S.A. de C.V., en lo sucesivo el Concesionario, al tenor de los siguientes antecedentes y condiciones* [en línea]. 21 septiembre 2004. México: s.n. [Consulta: 3 noviembre 2017]. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a571.pdf>.

-----, 2004. *Título de refrendo de concesión para continuar usando comercialmente un canal de televisión, que otorga el Gobierno Federal, por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en lo sucesivo la Secretaría, en favor de Televimex, S.A. de C.V., en lo sucesivo el Concesionario, al tenor de los siguientes antecedentes y condiciones* [en línea]. 21 septiembre 2004. México: s.n. [Consulta: 3 noviembre 2017]. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a7f3.pdf>.

- , 2004. *Título de refrendo de concesión para continuar usando comercialmente un canal de televisión, que otorga el Gobierno Federal, por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en lo sucesivo la Secretaría, en favor de Televimex, S.A. de C.V., en lo sucesivo el Concesionario, al tenor de los siguientes antecedentes y condiciones* [en línea]. 21 septiembre 2004. México: s.n. [Consulta: 3 noviembre 2017]. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002a9b8.pdf>.
- , 2004. *Título de refrendo de concesión para continuar usando comercialmente un canal de televisión, que otorga el Gobierno Federal, por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en lo sucesivo la Secretaría, en favor de Radio Televisión, S.A. de C.V., en lo sucesivo el Concesionario, al tenor de los siguientes antecedentes y condiciones* [en línea]. 8 septiembre 2004. México: s.n. [Consulta: 3 noviembre 2017]. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/0902526480029fc3.pdf>.
- , 2004. *Título de refrendo de concesión para continuar usando comercialmente una frecuencia de radiodifusión que otorga el Gobierno federal, por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en lo sucesivo la Secretaría, en favor de Cadena Radiodifusora Mexicana, S.A. de C.V., en lo sucesivo el Concesionario, al tenor de los siguientes antecedentes* [en línea]. 11 noviembre 2004. México: s.n. [Consulta: 25 octubre 2017]. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002b100.pdf>.
- , 2004. *Título de refrendo de concesión para continuar usando comercialmente una frecuencia de radiodifusión que otorga el Gobierno Federal, por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en lo sucesivo la Secretaría, en favor de Cadena Radiodifusora Mexicana, S.A. de C.V., en lo sucesivo el Concesionario, al tenor de los siguientes antecedentes* [en línea]. 11 noviembre 2004. México: s.n. [Consulta: 24 octubre 2017]. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002b09f.pdf>.
- , 2004. *Título de refrendo de concesión para continuar usando comercialmente una frecuencia de radiodifusión que otorga el Gobierno Federal, por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en lo sucesivo la Secretaría, en favor de Cadena Radiodifusora Mexicana, S.A. de C.V., en lo sucesivo el Concesionario, al tenor de los siguientes antecedentes* [en línea]. 7 octubre 2004. México: s.n. [Consulta: 23 octubre 2017]. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002c2fa.pdf>.
- , 2004. *Título de refrendo de concesión para continuar usando comercialmente una frecuencia de radiodifusión, que otorga el Gobierno Federal, por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en lo sucesivo la Secretaría, en favor de Radio Triunfos, S.A. de C.V., en lo sucesivo el Concesionario, al tenor de los siguientes antecedentes y condiciones* [en línea]. 28 octubre 2004. México: s.n. [Consulta: 30 mayo 2016]. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002b831.pdf>.
- , 2005. *Título de refrendo de concesión para continuar usando comercialmente una frecuencia de radiodifusión, que otorga el Gobierno Federal, por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en lo sucesivo la Secretaría, en favor de Instituto Mexicano de la Radio, en lo sucesivo el Concesionario, al tenor de los siguientes antecedentes y condiciones* [en línea]. 2005. S.l.: s.n. [Consulta: 30 mayo 2016]. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002b7af.pdf>.

- , 2006. *Título de refrendo de concesión para continuar usando comercialmente un canal de televisión, que otorga el Gobierno Federal, por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en lo sucesivo la Secretaría, en favor de Ramona Esparza González., en lo sucesivo el Concesionario, al tenor de los siguientes antecedentes y condiciones* [en línea]. 27 marzo 2006. México: s.n. [Consulta: 3 noviembre 2017]. Disponible en: <http://rpc.ift.org.mx/rpc/pdfs/090252648002ab11.pdf>.
- SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA, 1946. Ley que crea el Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura. *Diario Oficial de la Federación*. México, 31 diciembre 1946. pp. 9-11.
- SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN, 1917. *Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos, que reforma la de 5 de febrero de 1857* [en línea]. 5 febrero 1917. S.l.: s.n. Disponible en: <http://www.juridicas.unam.mx/infjur/leg/conshist/pdf/1917.pdf>.
- , 1960. Ley Federal de Radio y Televisión. *Diario Oficial de la Federación*. México, 19 enero 1960, pp. 1-8.
- , 1973. Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica, relativo al contenido de las transmisiones en radio y televisión. *Diario Oficial de la Federación*. México, 4 abril 1973. pp. 2-9.
- , 1974. Decreto que establece las tarifas para el cobro de derechos a la Industria Cinematográfica y los relativos a la transmisión en televisión. *Diario Oficial de la Federación*. México, 20 diciembre 1974. pp. 2-3.
- , 1977. Decreto por el que se crea el organismo público descentralizado denominado Productora Nacional de Radio y Televisión. *Diario Oficial de la Federación*. México, 4 julio 1977. pp. 2-3.
- , 1977. Reglamento interior de la Secretaría de Gobernación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 6 de julio de 1977. pp. 2-8. Véanse especialmente las páginas 6 y 7.
- , 1978. Acuerdo por el que la Secretaría de Hacienda y Crédito Público realizará los actos que legalmente procedan a efecto de extinguir el Fideicomiso para la Operación del Canal 13 de Televisión, constituida por dicha Secretaría como fideicomitente único del Gobierno Federal en la Sociedad Mexicana de Crédito Industrial, S. A., con fecha 9 de marzo de 1972. *Diario Oficial de la Federación*. México, 27 enero 1978. pp. 2.
- , 1981. Decreto por el que se crea un sistema nacional de televisión que se denominará Televisión de la República Mexicana (TRM). *Diario Oficial de la Federación*. México, 3 febrero 1981. pp. 4-5.
- , 1983. Decreto por el que se crea el organismo público descentralizado denominado Instituto Mexicano de Televisión. *Diario Oficial de la Federación*. México, 25 marzo 1983. pp. 6-9.
- , 1985. Decreto por el que desaparece el Organismo Público Descentralizado denominado Productora Nacional de Radio y Televisión. *Diario Oficial de la Federación*. México, 22 octubre 1985. pp. 2.
- , 1985. Decreto por el que desaparece el Sistema Nacional de Televisión, denominado Televisión de la República Mexicana (TRM). *Diario Oficial de la Federación*. México, 22 octubre 1985. pp. 3.

- , 1986. Decreto por el que se crea el Comité Asesor del Consejo Nacional de Radio y Televisión con el Carácter de órgano consultivo del propio Consejo. *Diario Oficial de la Federación*. México, 30 enero 1986. pp. 2-3.
- SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, 1933. Ley de Impuestos a las Estaciones Radiodifusoras. *Diario Oficial de la Federación*. México, 10 julio 1933, pp. 106-107.
- , 1947. Decreto que modifica la tarifa del impuesto general de importación. (Materias primas, materias vegetales, metales comunes, etc.). *Diario Oficial de la Federación*. México, 11 julio 1947. pp. 1-10.
- , 1950. Autorización que exime de impuestos a Guillermo González Camarena, conforme a la Ley de Fomento de Industrias de Transformación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 11 septiembre 1950. pp. 3.
- , 1950. Decreto que modifica la tarifa del impuesto general de importación, (máquinas, aparatos de televisión, etc.). *Diario Oficial de la Federación*. México, 6 abril 1950. pp. 2.
- , 1950. Decreto que modifica la tarifa del impuesto general de importación, (aparatos de televisión). *Diario Oficial de la Federación*. México, 4 agosto 1950. pp. 5.
- , 1951. Acuerdo que autoriza la libre importación de equipo y demás elementos constitutivos de la estación radio-transmisora de televisión que establecerá la Compañía de Televisión de Matamoros, S. A. *Diario Oficial de la Federación*. México, 13 octubre 1951. pp. 3-7.
- , 1951. Acuerdo que autoriza a la compañía Televisión de México, S.A., la libre importación del equipo y demás elementos constitutivos de la estación radiotransmisora de televisión que establecerá en Tijuana, B. Cfa. *Diario Oficial de la Federación*. México, 22 noviembre 1951. pp. 4-9.
- , 1951. Acuerdo que autoriza a la compañía Televisión de México, S.A., la libre importación del equipo y demás elementos constitutivos de la estación radiotransmisora de televisión que establecerá en Paso de Cortés, Tam. *Diario Oficial de la Federación*. México, 23 noviembre 1951. pp. 4-8.
- , 1955. Autorización que exime de impuestos a Beckwith y Cía., S. A., conforme a la Ley de Fomento de Industrias de Transformación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 24 septiembre 1955, pp. 1-3.
- , 1955. Autorización que exime de impuestos a Packard Bell de México, S. A., conforme a la Ley de Fomento de Industrias de Transformación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 14 de diciembre de 1955, pp. 1-2.
- , 1955. Autorización que exime de impuestos a El Capitolio, S. A., conforme a la Ley de Fomento de Industrias de Transformación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 15 de diciembre de 1955. pp. 1-2.
- , 1955. Autorización que exime de impuestos a Central de Televisión, S. A., conforme a la Ley de Fomento de Industrias de Transformación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 26 de diciembre de 1955, pp. 5-7.
- , 1956. Autorización que exime de impuestos a

Corporación Mercantil de México, S. A., conforme a la Ley de Fomento de Industrias de Transformación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 30 de octubre de 1956, pp. 2-3.

-----, 1956. Autorización que exime de impuestos a Distribuidora Mercantil, S. A., conforme a la Ley de Fomento de Industrias de Transformación". *Diario Oficial de la Federación*. México, 8 de noviembre de 1956, pp. 2-3.

-----, 1956. Autorización que exime de impuestos a Philco, S. A., conforme a la Ley de Fomento de Industrias de Transformación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 8 de noviembre de 1956, pp. 3-4.

-----, 1957. Autorización que exime de impuestos a Admiral de México, S. A. de C. V., conforme a la Ley de Fomento de Industrias de Transformación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 15 de enero de 1957, pp. 2-3.

-----, 1958. Declaratoria que exime de impuestos a Industrias Nacionales de Sonido, S. A., conforme a la Ley de Fomento de Industrias de Transformación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 25 de marzo de 1958, pp. 2-3.

-----, 1959. Declaratoria que exime de impuestos a Electrónica Mexicana, S. A. de C. V., conforme a la Ley de Fomento de Industrias de Transformación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 20 de agosto de 1959, pp. 4-5.

-----, 1959. Declaratoria que exime de impuestos a R. C. A. Víctor Mexicana, S. A. de C. V., conforme a la Ley de Fomento de Industrias de Transformación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 20 de agosto de 1959, pp. 5-6.

-----, 1961. Ley del impuesto a las empresas que explotan estaciones de radio o de televisión. *Diario Oficial de la Federación*. México, 29 diciembre 1961. pp. 5.

-----, 1968. Ley que establece, reforma y adiciona las disposiciones relativas a diversos impuestos. *Diario Oficial de la Federación*. México, 31 diciembre 1968. pp. 18-19.

-----, 1969. Acuerdo por el que se autoriza a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a recibir de los concesionarios de estaciones comerciales de radio y televisión, el pago del impuesto que se indica, con algunas modalidades. *Diario Oficial de la Federación*. México, 1 julio 1969. pp. 19.

-----, 1974. Resolución particular número 1-I-37 relativa a la empresa Televisión del Distrito Federal, S. A., del Municipio de Calpulalpan, Tlax. *Diario Oficial de la Federación*. México, 13 mayo 1974. pp. 3-4.

-----, 1993. Bases de licitación para la adquisición de los títulos representativos del capital social de las sociedades: Televisión Azteca, S. A. de C. V., Impulsora de Televisión del Centro, S. A. de C. V., Corporación Televisiva de la Frontera Norte, S. A. de C. V., Impulsora de Televisión del Norte, S. A. de C. V., Corporación Televisiva del Noroeste, S. A. de C. V., Compañía de Televisión de la Península, S. A. de C. V., Compañía Mexicana de Televisión de Occidente, S. A. de C. V., Televisión Olmeca, S. A. de C. V., Televisora Mexicana del Sur, S. A. de C. V., Impulsora de Televisión de Chihuahua, S. A., Periódico El Nacional,, S. A. de C. V., Compañía Operadora de Teatros, S. A. de C. V., y Estudios América, S. A. de C. V., en lo sucesivo denominas conjuntamente el Paquete. *Diario Oficial de la Federación*. México, 24 mayo 1993. pp. 2-6.

- SECRETARÍA DE INDUSTRIA Y COMERCIO, 1965. *IV Censo Comercial, 1961, resumen general*. México: Talleres Gráficos de la Nación.
- , 1965. *IV Censo de Servicios, 1961, resumen general*. México: Talleres Gráficos de la Nación.
- , 1965. *VII Censo Industrial, 1961, resumen general*. México: Talleres Gráficos de la Nación.
- , 1972. Decreto por el que se crea el Comité de Unificación de Frecuencia, como organismo descentralizado, de servicio público, con personalidad jurídica y patrimonio propio. *Diario Oficial de la Federación*. México, 11 mayo 1972. pp. 2-3.
- SECRETARÍA DE LA ECONOMÍA NACIONAL, 1946. Ley de fomento de industrias de transformación. *Diario Oficial de la Federación*. México, 9 febrero 1946. pp. 5-7.
- SECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIORES, 1983. Decreto de Promulgación del Acuerdo relativo a la Asignación y utilización de Canales de Radiodifusor para Televisión en el Rango de Frecuencias de 470-806 MHz, (Canales 14-69), a lo largo de la Frontera México-Estados Unidos. *Diario Oficial de la Federación*. México, 28 febrero 1983. pp. 3-13.
- , 2017. Representantes mexicanos. *Embajada de México en Reino Unido* [en línea]. [Consulta: 26 octubre 2017]. Disponible en: <https://embamex.sre.gob.mx/reinounido/index.php/es/la-embajada>.
- SINTV, 2017. Timeline. *Spanish International Network Television* [en línea]. Disponible en: <http://www.sintv.org/>.
- TELEVISIÓN METROPOLITANA, [sin fecha]. Canal 22. *Canal 22* [en línea]. Disponible en: <http://www.canal22.org.mx/>.
- The Average American is exposed to More Than 1 Hour of TV Ads Every Day. *Marketing Charts* [en línea], 2014. [Consulta: 12 enero 2018]. Disponible en: <https://www.marketing-charts.com/television-42660>.
- TOP 91.5 FM. *TOP 91.5 FM* [en línea], [sin fecha]. [Consulta: 7 junio 2017]. Disponible en: <http://www.top915.fm/historia/>.
- TORREAL, 2008. *Torreal*. [en línea]. Disponible en: <http://www.torreal.com/index.html>.
- TV AZTECA, 1997. *Oferta pública mixta de 18'145,152 Certificados de Participación Ordinarios no Amortizables (CPOS)*. México: TV Azteca.
- TV DIEZ DURANGO, [sin fecha]. ¿Quiénes somos? [en línea]. [Consulta: 20 octubre 2018]. Disponible en: <http://canal10.com.mx/#/acerca/3371>.
- UNIVISION.COM, 2015. Nuestra Historia en Univision San Antonio. *Univision* [en línea]. Disponible en: <http://www.univision.com/san-antonio/nuestra-historia-en-univision-san-antonio>.
- ZENITH, 2016. *Media consumption forecasts 2016*. Londres: Zenith.
- , 2017. *Global intelligence data & insights for the new age of communication* [en línea]. Q4 2017. S.l.: s.n. Disponible en: <https://www.zenithmedia.com/wp-content/uploads/2017/12/Global-Intelligence-04.pdf>.

7.4. Bancos de datos e información estadística

Anuario radio-televisión de México 1956-57, [sin fecha]. México: s.n.

ASOCIACIÓN DE BANQUEROS DE MÉXICO, 1974. *Anuario Financiero de México, ejercicio 1973*. México: ABM.

BOLSA MEXICANA DE VALORES, 1992. *Anuario bursátil 1991*. México: Bolsa Mexicana de Valores.

BROADCASTING PUBLICATIONS, 1993. *Broadcasting & Cable Yearbook 1993. Section C Television. AmericanRadioHistory.com* [en línea]. Disponible en: <http://www.americanradiohistory.com/Archive-BC-YB/Broadcasting-1993-Yearbook-Page-Range-Guide.htm>.

CAMP, R.A., 1982. *Mexican Political Biographies, 1935–1981*. Second edition. Tucson: The University of Arizona Press.

COMISIÓN NACIONAL DE LOS SALARIOS MÍNIMOS, [sin fecha]. *Salarios Mínimos Generales - datos.gob.mx/busca* [en línea]. [Consulta: 27 octubre 2017]. Disponible en: <https://datos.gob.mx/busca/dataset/salarios-minimos-generales>.

EL INFORMADOR, 1959. Guadalajara, 23 diciembre 1959. pp. 20.

-----, 1961. Guadalajara, 23 de enero de 1961, p. 3.

-----, 1961. Guadalajara, 29 de abril de 1961, p. 3.

-----, 1963. Guadalajara, 19 de diciembre de 1963, p. 7-A.

-----, 1966. Guadalajara, 3 de mayo de 1966, p. 6-A.

-----, 1967. Guadalajara, 30 de agosto de 1967, p. 8-A.

-----, 1968. Guadalajara, 22 de mayo de 1968, p. 12-A.

EL PORVENIR, 1956. Monterrey, 29 de noviembre de 1956, p. 3.

-----, 1959. Monterrey, 22 de noviembre de 1959, p. 5.

-----, 1961. Monterrey, 29 de enero de 1961, p. 8.

-----, 1962. Monterrey, 7 de noviembre de 1962, p. 7.

-----, 1963. Monterrey, 5 de mayo de 1963, p. 10.

-----, 1963. Monterrey, 17 de diciembre de 1963, p. 10.

-----, 1965. Monterrey, 20 de noviembre de 1965, p. 10.

-----, 1966. Monterrey, 15 de febrero de 1966, p. 12-A.

-----, 1966. Monterrey, 6 de noviembre de 1966, p. 12-A.

-----, 1967. Monterrey, 23 de julio de 1967, p. 14-A.

-----, 1967. Monterrey, 17 de noviembre de 1967, p. 5-A.

-----, 1968. Monterrey, 22 de febrero de 1968, p. 3-B.

-----, 1970. Monterrey, 14 de mayo de 1970, p. 12-B.

-----, 1970. Monterrey, 21 de mayo de 1970, p. 6-C.

-----, 1970. Monterrey, 31 de mayo de 1970, p. 8-D.

-----, 1970. Monterrey, 4 de junio de 1970, p. 8-D.

-----, 1971. Monterrey, 13 de enero de 1971, s/p.

-----, 1971. Monterrey, 5 de agosto de 1971, p. 12-A.

-----, 1971. Monterrey, 7 de octubre de 1971, p. 12-A.

-----, 1972. Monterrey, 14 de octubre de 1972, p. 13-A.

-----, 1972. Monterrey, 19 de agosto de 1972, p. 6-C.

EL UNIVERSAL, 1955. *Sección especial Sears*. México, 30 de marzo de 1955, p. 65.

-----, 1955. México, 30 de marzo de 1955, p. 5.

-----, 1993. *Espectáculos*. México, 1 de marzo de 1993, pp. 8-9.

-----, 1993. *Espectáculos*. México, 2 de marzo de 1993, pp. 6-7.

-----, 1993. *Espectáculos*. México, 3 de marzo de 1993, pp. 8-9.

-----, 1993. *Espectáculos*. México, 4 de marzo de 1993, pp. 6-7.

-----, 1993. *Espectáculos*. México, 5 de marzo de 1993, pp. 6-7.

-----, 1993. *Deportes*. México, 6 de marzo de 1993, pp. 6-7.

-----, 1993. *Espectáculos*. México, 7 de marzo de 1993, pp. 10-11.

ENCYCLOPEDIA OF WORLD BIOGRAPHY, [sin fecha]. *George Creel Facts*. [en línea].

EXCÉLSIOR, 1955. México, 1 de marzo de 1955, p. 27.

-----, 1955. México, 2 de marzo de 1955, p. 18.

-----, 1955. México, 3 de marzo de 1955, p. 14.

-----, 1955. México, 4 de marzo de 1955, p. 14.

-----, 1955. México, 5 de marzo de 1955, p. 11.

-----, 1955. México, 6 de marzo de 1955, pp. 18-19.

-----, 1955. México, 7 de marzo de 1955, pp. 20-21.

-----, 1955. México, 2 de mayo de 1955, pp. 11, 28.

-----, 1958. México, 2 de mayo de 1958, pp. 13, 19, 28.

-----, 1960. México, 2 de mayo de 1960, pp. 39-A, 9-B.

-----, 1968. México, 2 de mayo de 1968, pp. 14, 28.

-----, 1969. México, 2 de mayo de 1969, p. 23-A y p. 27-A.

EXPANSIÓN, 1995. Las 500 empresas más importantes de México. *Expansión*, pp. 199-304.

FOREIGN BROADCAST INFORMATION SERVICE, 1960. *Broadcasting stations of the world* [en línea].

Sixteenth edition, part IV. Washington: Foreign Broadcast Information Service. Disponible en: <http://www.americanradiohistory.com/Archive-FBIS/1960/FBIS-1960-P1V.pdf>.

FOREIGN BROADCAST INFORMATION SERVICE, 1972. *Broadcasting stations of the world* [en línea].

Thirteenth edition, part IV. Washington: Foreign Broadcast Information Service. <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=mdp.39015033366777;view=1up;seq=3>.

- FORTUNE, 1993. The billionaires. *Fortune* [en línea]. Disponible en: http://archive.fortune.com/magazines/fortune/fortune_archive/1993/06/28/78018/index.htm.
- , 1994. 500 The world's largest service corporations. *Fortune*, vol. 4, no. 130, pp. 150-151.
- , [sin fecha]. Fortune 500: 1994 Archive Full List 1-100. *Fortune* [en línea]. Disponible en: http://archive.fortune.com/magazines/fortune/fortune500_archive/full/1994/1.html.
- George Creel Facts. [en línea], [sin fecha]. [Consulta: 20 octubre 2018]. Disponible en: <http://biography.yourdictionary.com/george-creel>.
- GRUPO TELEvisa, [sin fecha]. Programación | Canal 5. *Televisa.com* [en línea]. [Consulta: 6 febrero 2018]. Disponible en: <http://www.televisa.com/canal5/programacion/index.html>.
- H. AYUNTAMIENTO DE ACUÑA, [sin fecha]. Coahuila-Acuña. *Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México* [en línea]. Disponible en: <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM05coahuila/municipios/05002a.html>.
- HR MEDIA, [sin fecha]. Semana 4 del 2018. *HR Ratings | Media Research Center* [en línea]. [Consulta: 4 febrero 2018]. Disponible en: <http://hrratings.media/>.
- IMDb. *IMDb - Movies, TV and Celebrities* [en línea]. Disponible en: www.imdb.com.
- IMPACTO, 1961. México, 13 de diciembre de 1961, p. 51.
- INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES, 2017. *Canales Virtuales*. [en línea]. Disponible en: <http://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/canales-virtuales>.
- , 2017. Registro público de concesiones. *Instituto Federal de Telecomunicaciones* [en línea]. Disponible en: <http://ucsweb.ift.org.mx/vrpsc/>.
- , [sin fecha]. Encuesta nacional de consumo de contenidos audiovisuales 2016. *Instituto Federal de Telecomunicaciones* [en línea]. Disponible en: http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/comunicacion-y-medios/encca2016vf-compressed_1.pdf.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA, 1980-1993. *Anuario estadístico del comercio exterior de los Estados Unidos Mexicanos*.
- , 1986. *Estadísticas históricas de México, tomo II*. Primera reimpresión. México: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática.
- , 1990. *Estadísticas Históricas de México Tomo I*. 2ª edición. Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática.
- , 1990. *Resumen General del X Censo General de Población y Vivienda, 1980*. 1a. reimpresión. Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática.
- , 1992. *Resumen general. XI Censo general de población y vivienda, 1990*. Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática.
- , 1994. *XI Censo de Servicios*. Primera reimpresión. Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e

Informática.

-----, 2000. *Estadísticas Históricas de México tomo II*. Primera reimpresión. Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática.

-----, 2000. *Sistema de cuentas nacionales de México, Cuentas de bienes y servicios, 1988-1999, tomo I*. Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA, 2010. *Estadísticas históricas de México 2009*. Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

-----, 2015. *Estadísticas históricas de México, 2014*. Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

-----, [sin fecha]. Censo General de Población y Vivienda 1990. Consulta interactiva de datos. *INEGI* [en línea]. Disponible en: http://www.inegi.org.mx/est/lista_cubos/consulta.aspx?p=pob&c=5.

-----, [sin fecha]. XI Censo general de población y vivienda 1990. *Instituto Nacional de Estadística y Geografía* [en línea]. Disponible en: <http://www.beta.inegi.org.mx/proyectos/ccpv/1990/default.html>.

INSTITUTO PARA EL FEDERALISMO Y EL DESARROLLO MUNICIPAL, 2010. *Enciclopedia de los municipios*. [en línea]. [Consulta: 26 octubre 2017]. Disponible en: <http://siglo.inafed.gob.mx/enciclopedia/EMM08chihuahua/index.html>.

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE OCCIDENTE, [sin fecha]. *cc-doc Documentación en Ciencias de la Comunicación*. [en línea]. [Consulta: 4 enero 2105]. Disponible en: <http://ccdoci.iteso.mx/>.

List of countries by number of television broadcast stations. En: Page *Wikipedia* [en línea], 2018. [Consulta: 19 enero 2018]. Disponible en: https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=List_of_countries_by_number_of_television_broadcast_stations&oldid=818450412.

MERCAMÉTRICA EDICIONES, 1995. *Manual para selección de medios publicitarios*. 17a. México: Mercamétrica Ediciones.

NACIONAL FINANCIERA, 1981. *La economía mexicana en cifras*. México: Nacional Financiera.

Por el mundo de la T.V. *El Nacional*, 1973. México, 1 marzo 1973, pp. 15.

Por el mundo de la T.V. *El Nacional*, 1973. México, 2 de marzo de 1973, p. 17.

Por el mundo de la T.V. *El Nacional*, 1973. México, 3 de marzo de 1973, p. 17.

Por el mundo de la T.V. *El Nacional*, 1973. México, 4 de marzo de 1973, p. 19.

Por el mundo de la T.V. *El Nacional*, 1973. México, 5 de marzo de 1973, p. 15.

Por el mundo de la T.V. *El Nacional*, 1973. México, 6 de marzo de 1973, p. 15.

Por el mundo de la T.V. *El Nacional*, 1973. México, 7 de marzo de 1973, p. 15.

Posa Films [mx]. *IMDb* [en línea], [sin fecha]. [Consulta: 27 octubre 2017]. Disponible en: <http://www.imdb.com/company/co0051572/>.

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA, 1985. *Directorio de la Administración Pública Centralizada y Paraestatal*. México: Presidencia de la República.

- RADIO DAILY, 1950. *The 1950 Radio Annual. Radio Daily*. New York: Radio Daily.
- , 1956. *Radio annual and television yearbook, 1956*. New York: Radio Daily.
- , 1961. *Radio annual and television yearbook, 1961*. New York: Radio Daily.
- , 1964. *Radio annual and television yearbook 1964*. 29. Nueva York: Radio Daily.
- SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, 2002. *Anuario estadístico 2002*. México: Secretaría de Comunicaciones y Transportes.
- SECRETARÍA DE DESARROLLO SOCIAL, CONSEJO NACIONAL DE POBLACIÓN CONAPO e INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA, 2012. *Delimitación de las zonas metropolitanas de México 2010*. México: s.n.
- SECRETARÍA DE ECONOMÍA, 1951-1957. *Anuario estadístico del comercio exterior de los Estados Unidos Mexicanos*. México: Secretaría de Economía.
- SECRETARÍA DE INDUSTRIA Y COMERCIO, 1958-1974. *Anuario estadístico del comercio exterior de los Estados Unidos Mexicanos*. México: Secretaría de Industria y Comercio.
- , 1963. *Anuario estadístico de los Estados Unidos Mexicanos 1960-1961*. México: Secretaría de Industria y Comercio.
- , 1963. *VIII Censo general de población 1960. Localidades de la República por entidades federativas y municipios*. México: Talleres Gráficos de la Nación.
- , 1973. *Anuario Estadístico de los Estados Unidos Mexicanos 1970-1971*. México: Secretaría de Industria y Comercio.
- , 1973. *IX Censo general de población 1970. Localidades por entidad federativa y municipio con algunas características de su población y vivienda*. México: Talleres Gráficos de la Nación.
- , 1974. *VI Censo de servicios 1971*. México: Talleres Gráficos de la Nación.
- SECRETARÍA DE LA ECONOMÍA, 1951. *Anuario Estadístico del Comercio Exterior de los Estados Unidos Mexicanos 1949-1950*. México: Talleres Gráficos de la Nación.
- , 1953. *Anuario Estadístico del Comercio Exterior de los Estados Unidos Mexicanos 1952*. México: Talleres Gráficos de la Nación.
- , 1954. *Anuario Estadístico del Comercio Exterior de los Estados Unidos Mexicanos 1953*. México: Talleres Gráficos de la Nación.
- , 1955. *Anuario Estadístico del Comercio Exterior de los Estados Unidos Mexicanos 1954*. México: Talleres Gráficos de la Nación, 1955.
- , 1955. *Anuario Estadístico del Comercio Exterior de los Estados Unidos Mexicanos 1955*. México: Talleres Gráficos de la Nación.
- SECRETARÍA DE LA PRESIDENCIA, 1970. *Inversión pública federal 1965-1970*. México: Secretaría de la Presidencia.
- , 1976. *Inversión pública federal 1971-1976*. México: Talleres Gráficos de la Nación.
- SECRETARÍA DE PROGRAMACIÓN Y PRESUPUESTO, 1975-1979. *Anuario estadístico del comercio*

exterior de los Estados Unidos Mexicanos. México: Secretaría de Programación y Presupuesto.

SOTO RODRÍGUEZ, O., [sin fecha]. Carmen Azcárraga Milmo. *Geneanet* [en línea]. Disponible en: <http://gw.geneanet.org/genemex?lang=es;pz=omar;nz=soto+rodriguez;ocz=0;p=carmen;n=azcarraga+milmo>

-----, [sin fecha]. Emilio Azcárraga Milmo. *Geneanet* [en línea]. Disponible en: <http://gw.geneanet.org/genemex?lang=es;pz=omar;nz=soto+rodriguez;ocz=0;p=emilio;n=azcarraga+milmo>.

-----, [sin fecha]. Fernando Díez Barroso. *Geneanet* [en línea]. Disponible en: <http://gw.geneanet.org/genemex?lang=es;pz=omar;nz=soto+rodriguez;ocz=0;p=fernando;n=diez+barroso>

-----, [sin fecha]. Miguel Alemán Valdés. *Geneanet* [en línea]. Disponible en: <http://gw.geneanet.org/genemex?lang=es&iz=37646&p=miguel&n=aleman+valdes>

TELE GUÍA, 1964. México, 24-30 diciembre 1964, p. 37.

UNITED STATES BUREAU OF THE CENSUS, 1973. *Statistical abstract of the United States 1973*. 94. Washington: United States Bureau of the Census.

UNITED NATIONS, DEPARTMENT OF ECONOMIC AND SOCIAL AFFAIRS, POPULATION DIVISION, 2017. World Population Prospects. *United Nations DESA/Population Division* [en línea]. [Consulta: 1 junio 2018]. Disponible en: <https://esa.un.org/unpd/wpp/DataQuery/>.

UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION (UNESCO), 1963. *Statistics on radio and television 1950-1960*. Paris: UNESCO.

VIDAL BONIFAZ, F., 2017. Canales de televisión de paga, 2016. *La Rueda de la Fortuna* [en línea]. [Consulta: 6 febrero 2018]. Disponible en: <https://ruedadelafortuna.com.mx/2017/01/18/canales-de-television-de-paga-2016/>.

WIKIPEDIA, 2017. Anexo: Telenovelas de México. En: *Page Versión ID: 100559251, Wikipedia, la enciclopedia libre* [en línea]. Disponible en: https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Anexo:Telenovelas_de_M%C3%A9xico&oldid=100559251.

