



Videopresentación

La nación de Televisa: historia de la expansión del monopolio en provincia

*The nation of Televisa: history of the expansion
of the monopoly in the province*

Dr. Francisco J. Vidal Bonifaz

Universidad Nacional Autónoma de México, México
francisco.vidal@politiclas.unam.mx

Recibido: 27 de julio de 2021.

Aceptado: 20 de agosto de 2021.

Publicado: 30 de noviembre de 2021.

Received: July 27th, 2021.

Accepted: August 20th, 2021.

Published: November 30th, 2021.

RESUMEN

Este trabajo¹ está inscrito en la tradición académica que busca demostrar que el monopolio es un proceso natural que forma parte de la dinámica histórica del capital –determinado por la llamada ley de la acumulación— y que por tanto es un proceso irreversible y que se acentúa en la medida en que opera, a lo largo del tiempo, esta ley. La historia de Televisa es representativa de este proceso y se analiza a lo largo de la historia del despliegue de sus estaciones de televisión en los diversos estados de México.

Palabras-clave: Televisa, México, monopolios, historia, estaciones de televisión.

¹ Una versión inicial del presente ensayo se presentó como ponencia en la V Jornadas de Historia Económica organizadas por la Asociación Mexicana de Historia Económica entre el 7 y el 11 de junio de 2011.

ABSTRACT

This work is inscribed in a academic tradition that seeks to demonstrate that monopoly is a natural process that is part of the historical dynamics of capital - determined by the so-called law of accumulation - and that therefore it is an irreversible process and that it is accentuated to the extent that this law operates over time. The history of Televisa is representative of this process and is analyzed throughout the history of the deployment of its broadcast television stations in the various states of Mexico.

Keywords: Televisa, Mexico, monopolies, history, television stations.

El surgimiento, dominio y control del capital monopolista en la televisión abierta mexicana es un proceso que en ciertas ocasiones es atribuido a una falla del sistema del mercado y no como una forma natural de operación del capital en una etapa determinada de su desarrollo.

Este trabajo está inscrito en una tradición académica diferente: la que busca demostrar que el monopolio es un proceso natural que forma parte de la dinámica histórica del capital —determinado por la llamada ley de la acumulación— y que por tanto es un proceso irreversible y que se acentúa en la medida en que opera, a lo largo del tiempo, la ley básica de la acumulación.

La historia de Televisa es representativa de este proceso. No sólo porque ha sido la principal empresa de televisión abierta del país y porque ha concentrado un importante poder económico asentado en la capital del país, sino porque su operación monopólica también ha tenido una expresión territorial: a lo largo de su historia fue capaz de expandir su presencia a las principales ciudades de toda la geografía nacional.

Daremos cuenta, así sea de manera sintética, de la historia de la expansión territorial de una de una de las principales empresas que forman parte del capital monopolista en la televisión abierta mexicana.

LOS AÑOS INICIALES: 1950-1955.

Desde su inicio, Emilio Azcárraga Vidaurreta, fundador de la empresa, tenía en claro que su proyecto televisivo no podía estar concentrado en la Ciudad de México. El empresario tenía la experiencia de haber construido una cadena de estaciones de radio, Radio Programas de México, que desarrolló una red de distribución que abarcaba 88 estaciones de radio en México y una veintena más en varios países de América Latina. Las estaciones recibían las producciones de las estaciones XEW y XEQ (Serna Martínez, s/f, p. 71).

En el caso de la televisión, dos compañías de Azcárraga solicitan en 1946, ante la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas (SOCP), las licencias respectivas para obtener frecuencias de televisión en las ciudades de México, Veracruz, Puebla, Guadalajara, Tampico, Torreón y Monterrey (SCOP, 1946a; SCOP, 1946b).

El emplazamiento no era caprichoso, pues en su conjunto, esas urbes en formación concentraban el 17% de la población total y el 40% de la población urbana¹, este última, la zona natural para el establecimiento de estaciones de televisión. Azcárraga tenía planeado instalar dos estaciones en cada una de estas poblaciones.

A la postre, no se otorgaron las concesiones en bloque, las primeras licencias se liberaron años después para ofrecer el servicio en la Ciudad de México y Azcárraga debió de esperar un tiempo para comenzar el despliegue de sus emisoras por el territorio nacional.

De esta forma, la primera estación en territorio nacional comenzó a operar en 1950 y la concesión recayó en las familias O’Farrill-Ávila Camacho y Alemán. Más tarde recibirían sus licencias Guillermo González Camarena y Emilio Azcárraga. Así, en 1951 en la capital del país operaban tres canales de televisión concesionados. Estaba ya constituido el núcleo del negocio de la televisión abierta en México.

Después de arrancar su emisora —el canal 2—, Azcárraga obtiene la licencia para operar el canal 9. Se trata en realidad de instalar una retransmisora —del canal 2— en Altzomoni (Estado de México), para bañar con señal a las ciudades de Puebla y Cuernavaca. Exactamente escogieron esta ruta los O’Farrill-Ávila Camacho para instalar, en el mismo sitio una repetidora de su señal citadina, el canal 4. Ambas familias dan un paso al frente y en 1951 obtienen, el mismo día, otra licencia cada una, esta vez para ubicar un transmisor en el Cerro Zamorano (Querétaro) y difundir señales televisivas hacia las ciudades de Querétaro y Celaya. Estos cuatro canales comenzaron a transmitir entre 1951 y 1956.

Adicionalmente, Azcárraga, O’Farrill-Ávila Camacho y otros empresarios solicitan 21 licencias para operar estaciones de televisión en ciudades del interior del país, entre 1951 y 1953 (Vidal Bonifaz, 2019, p. 85). La mayoría de las solicitudes no prosperan.

De acuerdo con la narrativa construida por los protagonistas —y no verificada por una investigación independiente—, la ardua competencia descapitalizó a los tres inversionistas iniciales de los canales que ope-

¹ Cálculos elaborados con base en: Secretaría de Economía Nacional, 1952.

raban en la Ciudad de México (Azcárraga, O’Farrill-Ávila Camacho y González Camarena) y los obligó a unirse bajo un solo paraguas para sobrevivir, lo que forzó a la creación de Telesistema Mexicano en enero de 1955.

Hasta ese momento, al margen de la tripleta empresarial, habían logrado entrar en operación tres canales fuera de la ciudad de México y al mando de inversionistas locales en Tijuana, Ciudad Juárez y Nuevo Laredo (Vidal Bonifaz, 2019, pp. 86–87).

Lo cierto es que al fragor de la “competencia”, los Azcárraga y los O’Farrill-Ávila Camacho habían tenido tiempo para emprender varios negocios conjuntos, incluso una estación de televisión (XELD-TV en Matamoros, en 1951) que a la postre no prosperó. Pero la unión formal de los intereses televisivos de los tres empresarios da pauta al nacimiento de Telesistema Mexicano, el que sería el eje rector para su expansión por varias ciudades del país. Tómese en cuenta que en diciembre de 1954 —meses antes de la formalización de Telesistema Mexicano— Azcárraga y O’Farrill-Ávila Camacho habían acordado establecer de forma conjunta una amplia red de repetidoras en provincia (Zabludovsky, 1954, p. 1).

DE LOS DESEOS A LA REALIDAD (1955-1972)

Telesistema Mexicano nació finalmente en marzo de 1955 y el proceso de expansión de sus estaciones por la provincia fue un tanto más tortuoso de lo que se hubiera esperado. Cabe hacer notar que en el país no existía un impedimento legal para que una persona o empresa acumulara a su favor la cantidad de concesiones de televisión que deseara. Solamente se requería la anuencia de la autoridad federal.

Telesistema fue desarrollando las características de una firma moderna, que, entre otros aspectos, implicaba una mayor organización administrativa, la utilización de nuevos métodos de comercialización y de producción, que a la postre serían decisivos para impulsar la diseminación de varias estaciones del consorcio por todo el país.

Así, el periódico *Novedades* —propiedad de los O’Farrill-Ávila Camacho— daba a conocer en octubre de 1959 que Telesistema fundaba una subsidiaria, Televi-

sión de la Provincia, para coordinar la atención a las estaciones propias y afiliadas del consorcio (“Nuevo departamento en Telesistema muy útil a televisoras foráneas”, 1959).

Ya con una nueva estructura, la expansión hacia el interior de la República se valió de diferentes estrategias. En primer lugar, entre 1955 y 1972 a través de las 15 nuevas concesiones que la autoridad les otorga a diferentes empresas dependientes de los accionistas de Telesistema para transmitir en 10 ciudades del país, —en algunas poblaciones logra obtener dos concesiones para igual número de canales (Vidal Bonifaz, 2019, p. 172).

Los canales concesionados tenían su sede en las ciudades de Mexicali, Hermosillo, Guadalajara (2), Monterrey (2), Zacatecas, Tampico y Acapulco (2), entre las más importantes.

Adicionalmente, Azcárraga logró que otra estación fuera concesionada a una compañía que estableció con los hijos de su hermano Raúl y que dio pie al nacimiento del canal 6 en Hermosillo en 1959 y más tarde, esta sociedad logra otra licencia en Ciudad Obregón, la que comenzó a operar en 1965 (Ramírez Montes, 2001, pp. 14–15).

Además, se pusieron en práctica diferentes acciones para sumar al consorcio a algunas estaciones independientes que operaban en el interior del país. En el caso de Guadalajara, Azcárraga y sus socios lograron instalar dos canales en esta ciudad (en los que también participaban empresarios locales) que en 1961 ya estaban operando. Pero, otra fracción empresarial local, encabezada por el radiodifusor Alejandro Díaz Guerra funda una estación independiente —canal 6— que a la postre se confronta con los intereses de Azcárraga. El diferendo se zanja de una manera simple: Telesistema logró subordinar a los empresarios locales por medio de varias estrategias que incluyeron la organización de un boicot publicitario al canal independiente y que fueron documentadas por el investigador Francisco Aceves González (2012).

Un caso particular fue el de Tampico, una ciudad muy especial para Azcárraga debido a que había nacido allí. La concesión del primer canal fue otorgada a Gilberto Ochoa Salinas, un destacado deportista olímpico.

pico sin experiencia en los medios de comunicación. El canal arranca operaciones en 1958, pero tres años después fallece su fundador en un accidente automovilístico y la emisora pasa al control de Telesistema Mexicano (*Gilberto Ochoa Salinas 14/sep/16, 2106*).

Otra vía para la creación de la red fue el establecimiento de alianzas. Una de ellas fue con Andrés García Lavín –un empleado de los O’Farrill-Ávila Camacho— que se trasladó a Yucatán y comenzó a solicitar licencias de canales en Mérida, Campeche y Tapachula. Telesistema adquirió el 51% de las acciones del grupo y el resto quedó en manos de García Lavín (Orea, 2004).

Existen dos casos más de asociación: la que se emprende con el empresario radiofónico regiomontano Mario Quintanilla García y que culmina con la instalación de dos canales en Monterrey y uno más en Saltillo (XEFB Radio y Televisión de Monterrey (Don Mario Quintanilla García), 2016) y la que se realiza con el empresario Francisco Galindo para instalar el canal 10 en la ciudad de León en 1968 (Pérez-Wilson, 2009, p. 18).

Telesistema también desarrolló una vía para inscribir dentro de su área de influencia a estaciones formalmente independiente por medio del sistema de afiliaciones, que esencialmente consistía en el abasto de programación y de una porción de la publicidad a las estaciones afiliadas. Este sistema se desarrolló con ocho diferentes compañías televisivas, como se muestra en la tabla # 1.

El sistema de afiliación alcanzó a dos pioneros de la televisión, que se habían mantenido independientes desde el origen del servicio. Se trata de Pedro Meneses que termina afiliando sus dos canales en Ciudad Juárez al conglomerado capitalino y Rafael Tijerina Carranza, que hace lo propio con su estación en Nuevo Laredo.

El crecimiento de Telesistema fuera de la Ciudad de México se había apegado a la forma clásica en que se expande el capital monopolista: de un lado, por medio del propio crecimiento de sus activos, lo que implicó la instalación de nuevas estaciones, y de otro, gra-

Tabla # 1 Afiliaciones a Telesistema Mexicano, 1965-1972

CIUDAD DEL CANAL AFILIADO	CONCESIONARIO	NOTA
Coatzacoalcos	Daniel Snacht Pérez	Era empresario radiofónico
Culiacán	Francisco Madero Herrera	Obtendría también las concesiones para operar estaciones en Mazatlán y en Los Mochis
Durango	Alejandro O. Stevenson	Era empresario radiofónico. Mantiene independiente un canal en Torreón
Ensenada	Antonio Suárez Reyes	-----
La Paz	Francisco King	Era empresario radiofónico
Morelia	José Martínez Ramírez	Era empresario radiofónico
Torreón	José Ángel Ortiz y Víctor Silva Palacios	-----
Villahermosa	Clemente Serna	Serna fue aliado de Azcárraga en la creación de cadenas de radio y fundó el canal de televisión en alianza con empresarios radiofónicos locales

Fuente: elaborado con información de (Carabaza González y Ewald Montaña, 1992); (Davis, s/f); (Lamadrid Moreno, 2012); (RNCO, s/f); (Zamora, 2013)

cias a la absorción o subordinación de capitales ajenos. Concentración y centralización operaron eficazmente para consolidar la fuerza del consorcio como la principal empresa de televisión en el territorio nacional.

Aparecieron, sin embargo, fuerzas independientes a Telesistema. Destaca el grupo formado por Guillermo Salas Peyró, Manuel Barbachano Ponce, Gabriel Alarcón y la familia Garza Sada de Monterrey —está última formaba parte del llamado Grupo Monterrey— (Sosa Plata y Esquivel Villar, 1997, p. 74). Todos ellos se unieron para lograr la concesión del canal 8 en la Ciudad de México, crear Televisión Independiente de México (TIM) y formar una red de 8 canales en el país, la mayoría de ellos bajo la figura de la afiliación. El canal 8 comenzó operaciones en septiembre de 1968.

Ante los problemas para avanzar más rápidamente en el despliegue de nuevas estaciones y la aparición de algunos signos de agotamiento del “desarrollo estabilizador” Telesistema y TIM acuerdan fusionarse.

Hasta finales de los años sesenta la televisión mexicana enfrentó trabas, digamos estructurales, para su expansión en las ciudades de provincia debido al atraso en la electrificación del país (en 1970 el 40% de las viviendas carecía del servicio), las dificultades para adquirir una televisión (el 69% de los hogares carecían de aparato propio), la ausencia de una red nacional que permitiera distribuir señales televisivas por todo el país de manera rentable. Este último obstáculo, se subsanó parcialmente con la puesta en marcha de la red nacional de microondas que comenzó a funcionar en 1968

(Vidal-Bonifaz, 2019, pp. 130-134, 149-151). En resumen, al finalizar los años sesenta las estaciones concesionadas estaban ubicadas en ciudades en las que se concentraba el 43% de la población, pero el resto de las poblaciones no contaba con ese servicio (Vidal Bonifaz, 2019, pp. 194–197).

¿Cómo se justificó el paso hacia la unión de las dos empresas? De nuevo se recurre a la narrativa de que la competencia entre Telesistema y TIM les significaba quebrantos financieros a ambas firmas y lo que les obligó a unirse. Así, Telesistema y TIM llegaron a un acuerdo de fusión que condujo al nacimiento de Televisa —Televisión Vía Satélite— a finales de 1972, justo unos meses después del fallecimiento de Emilio Azcárraga Vidaurreta, el fundador de Telesistema.

El nuevo consorcio nace con una red de 16 estaciones propias, 5 en coinversión y 26 afiliadas —de las que 7 fueron aportadas por TIM. En total 47 estaciones, 43 fuera de la Ciudad de México (véase la tabla # 2), organizadas en torno a 4 estaciones centrales ubicadas en la capital del país (los canales 2, 4, 5 y 8).

En 1970 el conjunto de los canales que darían pie a Televisa cubría a 8.1 millones de habitantes en ciudades de provincia, que aunados a los 6.8 millones de la Ciudad de México, representaban el 31% de la población nacional². Ninguna otra empresa televisiva se acercaba a la ramificación territorial con la que nacía Televisa.

² Cálculos realizados con base en: Secretaría de Industria y Comercio, 1973.

Tabla # 2 Evolución de las estaciones de Telesistema-Televisa fuera de la Ciudad de México

CONCEPTO	1955	1972	1993	2000	2015	2020
Propias						
Encadenadas	4	17	181	203	204	205
Locales	-	-	-	-	16	15
De terceros						
Afiliadas	-	26	45	21	32	2
Totales	4	43	226	224	252	222

Fuente: elaborado con información de Vidal Bonifaz, 2019; Grupo Televisa, 1994; Grupo Televisa, 2001; Grupo Televisa, 2016; Grupo Televisa, 2021b.

EL DESPLIEGUE TERRITORIAL (1973-1993)

Televisa había nacido en uno de los momentos más difíciles en la historia económica de México, cuando comenzó la descomposición del llamado “milagro mexicano” o “desarrollo estabilizador”, pero cuando también existía un amplio margen para la expansión del servicio televisivo en el interior del país.

Gracias a la fusión, Televisa contaba con cuatro canales en la Ciudad de México y la posibilidad de desarrollar otro tanto número de cadenas. La principal estrategia que se desarrolló en esta etapa fue la consecución de un abultado número de concesiones. Si en 1972 Televisa acumulaba 28 licencias, entre 1973 y 1993 obtiene 162 concesiones más, lo que significó un crecimiento exponencial, en términos regionales, del consorcio televisivo (Vidal Bonifaz, 2019, p. 198).

En las postrimerías del gobierno de López Portillo se otorgaron 95 concesiones a una filial de Televisa –Televisión de la Provincia—y bajo el mandato de Salinas de Gortari otras 62 licencias a otra subsidiaria: Radiotelevisora de México Norte. Adicionalmente, otras firmas del consorcio recibieron otras nueve concesiones en este periodo.

El consorcio había logrado que la autoridad le otorgara el paquete de concesiones más importante –hasta ese entonces— en la historia de la televisión mexicana y todas las licencias se ubicaban fuera de la capital de la República.

Podía florecer la estrategia de cadenas y simplificar la diversificación regional de Televisa, al depender sobre todo de sus propias empresas filiales para ese propósito.

El impulso a la red de Televisa fue muy importante, al grado de que logró instalar nuevos canales en 30 entidades del país y 33 estaciones en las capitales de esas entidades –más de una estación en promedio por cada una de esas ciudades.

No obstante, Televisa no abandonó su estrategia de afiliar a canales que no le pertenecían y entablar relaciones con nuevos núcleos de capitales que surgían en la provincia, si bien en una escala menor a la de años previos. Resalta el caso de la alianza con Grupo Multimedios –que recibe varias concesiones en este perio-

do— para asociarse en un canal de Monterrey y otro de León (*Multimedios Estrellas de Oro, 1999*) y con Rodolfo Landeros –quien fue jefe de prensa de la Presidencia de la República y gobernador de Aguascalientes— quien obtuvo dos concesiones que operó Televisa y que a la postre vendió al consorcio (Avilés Muñoz, 2006).

Cabe resaltar que, a pesar del importante crecimiento del poder de Televisa en provincia, varios grupos regionales obtuvieron licencias que comenzaron a operar como canales independientes. Sin embargo, es más importante señalar que en este periodo el Estado mexicano, a través de diversos intentos y en diversas etapas logra crear el Instituto Mexicano de la Televisión (Imevisión) en 1985 que operaría tres canales locales en la Ciudad de México (7, 13 y 22) y dos redes nacionales con casi 150 repetidoras en provincia de los canales 7 y 13 (Garduño Espejel y Zamora Ávila, 1999, p. 20).

Adicionalmente se entregaron 42 licencias a empresarios locales del interior del país, todo un récord también, pero en condiciones en que cada uno recibía como máximo tres licencias.

Pese a todo, ni Imevisión –que a la postre fue privatizada–, ni las diversas concesiones a inversionistas independientes, representaron un gran peligro para el enorme predominio que Televisa había logrado establecer en la provincia.

DEL TLC AL APAGÓN ANALÓGICO (1994-2014)

Con la privatización de Imevisión y el surgimiento de Televisión Azteca en 1993, el capital monopolista hegemónico en la televisión abierta mexicana queda integrado por esta empresa y por Televisa que, en conjunto operarán más de 300 estaciones de televisión a lo largo del territorio nacional, además de 6 canales en la Ciudad de México.

Para el caso de Televisa, las 62 nuevas concesiones recibidas al finalizar el régimen de Salinas de Gortari, le permitió plantearse la construcción de una cadena de televisión adicional a las tres que ya operaba: “[...] dada la aprobación recibida para operar 62 estaciones adicionales, Grupo Televisa planea incrementar su cobertura en 1994 por medio del lanzamiento de su cuarta cadena”. (Grupo Televisa, 1994, p. 14).

Pese a todo, nunca se articuló la cuarta cadena nacional lo que, puede ser explicado, por varios factores. Puede haber jugado un papel importante el fallecimiento de Emilio Azcárraga Milmo en 1997, que se tradujo en un ajuste en la estructura del control del consorcio, que incluso generó cierta debilidad financiera del mismo. También pudieron haber influido los problemas económicos y políticos que se sumaron al finalizar el sexenio de Salinas de Gortari y el inicio del de Zedillo y, por último, los cambios que enfrentaba el consorcio, especialmente su importante proceso de diversificación en otros negocios diferentes a la televisión abierta.

Es más, los canales recién concesionados y que terminaron por instalarse en esta fase significaron, a la postre, la última expansión de estaciones del consorcio en el interior del país.

De esta forma, al término de 2015, Televisa operaba cuatro estaciones en la Ciudad de México, 204 fuera de la capital repartidas en tres cadenas –con sus respectivas estaciones base en la Ciudad de México—, 16 estaciones propias locales y 32 afiliadas locales independientes, en total 256 canales de transmisión.

Sin embargo, ya existía un cambio. La expansión de las ciudades en el país y los recursos fiscales que los gobiernos estatales y municipales destinaban a la propaganda oficial, posibilitaron abastecer con programación local a los televidentes de las más importantes ciudades diseminadas en el territorio nacional y para ello cobraron mayor importancia algunas estaciones locales con producción propia. Así, en lugar de la construcción de la cuarta cadena, el consorcio avanza en desarrollar las estaciones locales propias.

Con estas adecuaciones, alcanza su máximo de desarrollo el modelo de producción centralizada –que abastecen los canales 2, 4, 5 y 9 de la Ciudad de México— y de distribución multirregional.

Una parte importante de la estrategia regional se focalizó en las 74 zonas metropolitanas más importantes del país en 2015, en donde se reunía el 62.8% de la población total³. En 55 de ellas Televisa acumulaba un total de 126 canales, más de dos señales por zona

en promedio. Existían zonas metropolitanas, como las de Mexicali, Colima-Villa de Álvarez, Guadalajara, Monterrey, Hermosillo y Xalapa donde el consorcio poseía cuatro canales propios.

Los canales locales propios, de acuerdo con Televisa operaban de la siguiente forma:

Estas estaciones reciben sólo una parte de su programación de las estaciones base de la Compañía (principalmente de los canales 4 y 9) [...] complementando el resto de su programación principalmente con inventarios de la videoteca de la Compañía adquiridos bajo licencia, así como con producciones locales. La programación local incluye noticieros, programas de concurso, musicales y culturales, además de programas que ofrecen asesoría profesional (Grupo Televisa, 2016, p. 54).

El consorcio contaba con 16 estaciones locales y su producción era de tal importancia que, en 2015, representó el 58% de la programación total producida por Televisa.⁴ En síntesis, Televisa poseía 256 estaciones en todo el territorio nacional, tres de ellas funcionaban como canales base de las cadenas –los canales 2, 5 y 9 de la Ciudad de México– y a partir de ahí, estas cadenas irradiaban sus señales a 202 estaciones propias, a 2 de participación mayoritaria y 18 independientes. Adicionalmente, mantenía bajo su posesión 17 estaciones locales –solamente una en la Ciudad de México, el canal 4–, participaba en una más como accionista minoritario y distribuía ciertos contenidos a otras 13 estaciones independientes ubicadas en el interior del país.

De esta forma, los canales 2 y 5 y sus repetidoras llegaban al 91.5% de los hogares del país y la cadena del canal 9 al 74% de los estos de la República (Grupo Televisa, 2016, p. 52). La red de Televisa fuera de la capital del país había alcanzado su máximo esplendor, al tiempo que la televisión abierta comenzaba a mostrar algunos síntomas de debilidad.

3 Las cifras son de Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano et al., 2018, pp. 55-59.

4 Cálculo elaborado con información de Grupo Televisa, 2016, pp. 52, 54.

DE LA DIGITALIZACIÓN A LA ACTUALIDAD

A partir de 2015 la situación de la televisión abierta en el país comienza a sufrir importantes cambios entre los que desataca la cabal digitalización de la televisión abierta, la que se alcanzó el 31 de diciembre (Instituto Federal de Telecomunicaciones, 2015, diciembre 30).

Paradójicamente, aunque este cambio tecnológico permitiría el mayor despliegue geográfico de la televisión abierta en su historia, las audiencias acentuaron su alejamiento de este medio de comunicación y se aceleró su ciclo declinante. No obstante que el mercado de la televisión daba síntomas de agotamiento, las autoridades decidieron aumentar la oferta de señales y realizar la primera licitación de estaciones de televisión en la historia de México.

La primera subasta se realizó en 2015 y por medio de ella se entregaron 123 títulos a Grupo Imagen para instalar un igual número de estaciones en todo el país⁵. Mediante una nueva subasta, realizada en 2017 se ofrecieron otras 148 licencias, aunque finalmente sólo se entregaron 32 concesiones debido a la falta de interés de los participantes (Instituto Federal de Telecomunicaciones, 2017).

En ninguna de las dos licitaciones se permitió la participación de Televisa. Lo característico de la segunda subasta fue el fortalecimiento de los grupos regionales de medios de operación que operan fuera de la Ciudad de México, con la excepción de la frecuencia que se adjudicó Grupo Radio Centro en la capital del país. Resalta también que, a la inversa de lo que había sucedido a lo largo de varias décadas, un grupo de medios que había nacido y crecido en la provincia, el Grupo Multimédios —con sede en Nuevo León— gana una concesión para operar un ca-

nal de televisión e instalar una repetidora en la Ciudad de México.

Además del otorgamiento de las nuevas licencias, el cambio técnico que implicó la digitalización permitió que una misma estación, utilizando la misma frecuencia, pudiera transmitir varios canales, lo que se conoce como multiprogramación⁶.

El corolario de estos fenómenos señalados es que en la actualidad se cuenta en el país, tanto en la capital, como en provincia, con el mayor número de canales de televisión abierta en la historia: 1,385 señales en toda la República, de los que solamente 35 pertenecen a la Ciudad de México.⁷

Televisa, por su parte, conservó las 220 concesiones con las que operaba en el territorio nacional, fuera de la Ciudad de México, pero gracias a la multiprogramación pudo sumar 99 canales multiprogramados propios o, en otros términos, incrementar su oferta de televisión abierta en 50 por ciento.

La estrategia de operación de canales fuera de la Ciudad de México se ha vuelto más compleja. De un lado, en términos generales, en los grandes centros metropolitanos como Monterrey, Guadalajara, León, Tijuana, Mexicali, Puebla, la estrategia de Televisa se enfoca, primordialmente, a ofrecer los cuatro canales centrales producidos en la capital del país y un canal local o especializado —un canal de ventas. Se llega al caso de que, en Ciudad Juárez, además de los cinco canales señalados, se agrega una señal más con destino a El Paso, Texas (*Las Estrellas el Paso*).

Los canales locales, alrededor de 15, transmiten noticieros y programas de revista locales y complementan su oferta con películas y programas grabados de Televisa y Univision. En segundo término, por medio del canal 9, se han reorganizado varios canales —casi una treintena— que producen un noticiero local, un programa de revista y complementan su oferta con los contenidos que les ofrece este canal (Televisa Regional, 2021).

5 La situación particular de la televisión abierta y los problemas de la economía mexicana han impedido que se instalen todos los sitios de transmisión en tiempo, de hecho, en marzo de 2019 se le otorgó a la empresa una prórroga para el inicio de operaciones en 77 estaciones, pues solamente se había logrado comenzar las mismas en 46 de las mismas (Instituto Federal de Telecomunicaciones, 2019).

6 Se entiende por multiprogramación: "distribución de más de un canal de programación en el mismo canal de transmisión de radiodifusión" (Instituto Federal de Telecomunicaciones, 2015, febrero 17).

7 Cálculos elaborados con base en: Instituto Federal de Telecomunicaciones, 2021.

Por último, gracias a la multiprogramación, y sin obtener una concesión adicional, se está construyendo la cuarta cadena nacional, la de Foro TV —anteriormente canal 4— pues en la actualidad su señal se repite en 27 poblaciones fuera de la Ciudad de México.

Pese a todo, la caída en los ingresos por concepto de ventas de publicidad de la televisión abierta da cuenta de que está disminuyendo la rentabilidad de las inversiones en esta actividad, tal vez por ello, la compañía acaba de informar que se dividirá en dos segmentos funcionales, el de telecomunicaciones que aporta ya la parte sustancial de la facturación, y el de televisión abierta, que se unirá con la estadounidense Univision y en donde estarán comprendidas todas sus estaciones que operan en provincia, tanto las repetidoras de las señales centrales, como los llamados canales locales (Grupo Televisa, 2021a).

CONCLUSIONES

El largo camino emprendido por Televisa desde los años cincuenta para consolidar una amplia base de operaciones televisivas en la capital del país y, a partir de ahí, desarrollar varias redes de estaciones repetidoras, se ha cumplido.

Como hemos explicado el camino ha sido complejo, pero puede afirmarse que, gracias a esa estrategia, basada en la multiplicación de una cantidad importante estaciones propias, así como la afiliación de otras tantas, Televisa se transformó en la más importan-

te empresa de televisión abierta del país. A su vez, esta base, junto con su diversificación en varias ramas de los medios y el entretenimiento, permitió que la empresa se convirtiera en la principal firma mediática de México y en la productora de contenidos en español más importante del mundo.

El consorcio desarrolló su red fuera de la capital del país tanto con base en la inversión propia como por medio de la compra o alianza con otras empresas, es decir a través de la concentración y centralización del capital.

Paradójicamente, en la etapa en que logra consumir el establecimiento de sus cuatro redes nacionales de televisión abierta y, además la operación de varias estaciones locales, Televisa se enfrenta a la realidad de que la televisión abierta está entrando en una fase declinante en el país, debido a la preferencia de las audiencias por otras opciones de información y entretenimiento.

Ahora, Televisa ha decidido separar funcionalmente la empresa en dos unidades operativas, de un lado televisión abierta y producción de contenidos audiovisuales y, de otro, telecomunicaciones y, no sería remoto que en el futuro los principales accionistas de la firma decidan deshacerse del negocio televisivo si es necesario. No hay que olvidar, que hace algunos meses el consorcio se deshizo de la división de radio abierta, que fue la actividad sobre la que se fundó la corporación hace más de 90 años. \

REFERENCIAS

- » 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, Nueva época* (18), 13–38.
- » Avilés Muñoz, P. (2006). La última concesión en Mexicali, 90.7. Historia y testimonio. En *Los medios de comunicación en Baja California* (pp. 265–272). México: Universidad Autónoma de Baja California / Miguel Ángel Porrúa.
- » Carabaza González, J., y Ewald Montaña, I. (1992). *Historia de los medios de comunicación en Coahuila*. México: Universidad Autónoma de Coahuila, Coordinación General de Estudios de Postgrado e Investigación, Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- » Davis, E. (2017). *El señor King*. La Paz: Mimeo.
- » Garduño Espejel, E., y Zamora Ávila, N. L. (1999). *La guerra de las televisoras (Televisión Azteca-Televisa)* [Licenciatura]. Universidad Nacional Autónoma de México. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.
- » Gilberto Ochoa Salinas 14/sep/16. (2106, septiembre 14). [Blog de información de Etzatlán]. <https://muchosdocpr.blogspot.com/2016/09/gilberto-ochoa-salinas-14sep16.html>.

- » Grupo Televisa. (1994). *Informe anual 1993*. México: Grupo Televisa.
- » Grupo Televisa. (2001). *Annual report pursuant to section 13 or 15(d) of the Securities Exchange Act of 1934 for the fiscal year ended December 31, 2000*. México: Grupo Televisa.
- » Grupo Televisa. (2016). *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 2015*. México: Grupo Televisa.
- » Grupo Televisa. (2021a). *Folleto Informativo sobre Reestructura Societaria*. México: Grupo Televisa.
- » Grupo Televisa. (2021b). *Reporte anual 2020*. México: Grupo Televisa.
- » Instituto Federal de Telecomunicaciones. (2015, febrero 17). Lineamientos generales para la multiprogramación. *Diario Oficial de la Federación*, México, pp. 89-96.
- » Instituto Federal de Telecomunicaciones. (2015, diciembre 30). *Culmina la transición a la televisión digital terrestre conforme al mandato constitucional y queda liberada la banda de 700 Mhz*. Instituto Federal de Telecomunicaciones. <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/comunicado125ift.pdf>.
- » Instituto Federal de Telecomunicaciones. (2017, noviembre 13). *Se acredita el pago total de las contraprestaciones por 32 canales de televisión radiodifundida digital de la Licitación No. IFT-6, efectuado por los participantes ganadores*. Instituto Federal de Telecomunicaciones. <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/industria/espectro-radioelectrico/television/2016/6/anexo21comunicadodeprensa.pdf>.
- » Instituto Federal de Telecomunicaciones. (2019, marzo 6). *Modificación al título de concesión*. Registro Público de Concesiones. https://rpc.ift.org.mx/vrpc/pdfs/85733_190319154540_4590.pdf.
- » Instituto Federal de Telecomunicaciones. (2021, marzo 22). *Archivo de datos. Estaciones de televisión*. Registro Público de Concesiones. https://rpc.ift.org.mx/vrpc/assets/publish/infraestructura/InfraestructuraEstacionesRadio_TV_22032021.xlsx.
- » Lamadrid Moreno, L. M. (2012, diciembre 2). *Canal 23, una historia de esfuerzo y entrega...que se fue—El Vigía*. El Vigía. <http://www.elvigia.net/el-valle/2012/2/12/canal-historia-esfuerzo-entregaque-71695.html>.
- » *Multimedios Estrellas de Oro*. (1999). Multimedios. <http://www.multimedios.com.mx/index.cfm>.
- » Nuevo departamento en Telesistema muy útil a televisoras foráneas. (1959, octubre 28). *Novedades*, 2C.
- » Orea, M. (2004, octubre). Gigantes del sureste. *Latitud* 21, 2(19).
- » 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]. 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]. Universidad de Sonora.
- » RNCO. (s/f). *XHLL Televisión de Tabasco*. Recuperado el 28 de octubre de 2017, de <http://www.rnco.com.mx/>.
- » Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas-SCOP. (1946a, julio 11). 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, pp. 2-3.
- » Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas-SCOP. (1946b, julio 11). 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, p. 3.
- » Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano, Consejo Nacional de Población, e Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2018). *Delimitación de las zonas metropolitanas de México 2015*, México: INEGI.
- » Secretaría de Economía Nacional, Dirección General de Estadística. (1952). *Integración territorial de los Estados Unidos Mexicanos. Séptimo censo general de población 1950*. México: Talleres Gráficos de la Nación.
- » 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: Secretaría de Industria y Comercio.
- » Serna Martínez, C. (s/f). Mexican ET network serves 88 stations. *The 1950 radio annual* (p. 71). New York: Radio Daily Corp.
- » Sosa Plata, G., y Esquivel Villar, A. (1997). El proyecto radiofónico de E. Guillermo Salas Peyró. En *Las mil y una radios: Una historia, un análisis actual de la radiodifusión mexicana* (pp. 69-99). México: McGraw-Hill.
- » Televisa Regional. (2021). *Mayo 2021*.
- » Vidal Bonifaz, F. J. (2019). *Historia económica de la formación y consolidación del monopolio de la televisión abierta en México* [Doctorado]. División de Estudios de Posgrado, Facultad de Economía, Universidad Nacional Autónoma de México.
- » *XEFB Radio y Televisión de Monterrey (Don Mario Quintanilla García)*. (2016, febrero 21). <https://www.youtube.com/watch?v=h-6jK28M4Gpg>.
- » Zabludovsky, J. (1954, mayo 12). La unión O'Farrill-Azcárraga es solamente una tregua. *El Redondel*, 1.
- » Zamora, L. (2013, diciembre 8). *Don Pancho Madero: Un genio en los negocios - Periódico Noroeste*. Noroeste. <http://www.noroeste.com.mx/pub/820203>.