

Estudiantes de Guadalajara, Guillermo Gómez Reyes, informaba a un diario local que los estudios técnicos realizados por la Subsecretaría de Radiodifusión de la SCT, para el funcionamiento de sendas estaciones de radio y televisión, donadas a la Universidad de Guadalajara por el presidente Luis Echeverría, habían quedado concluidos.

La estación televisora, cuya programación estaría orientada hacia la difusión cultural, se instalaría en "los terrenos del Instituto Tecnológico, en tanto que la radiodifusora, que transmitiría en frecuencia modulada (FM) y onda corta, tendría sus cabinas en el edificio central de la rectoría". (77) El líder estudiantil afirmaba que sólo restaba adquirir el equipo y construir las instalaciones de la estación televisora, que estaría en funcionamiento el segundo semestre de 1973.

El anuncio de una emisora de televisión en manos de la Universidad de Guadalajara, no resultaba un hecho insólito. Existía el antecedente de la XEIPN-Canal 11, concesionada al Instituto Politécnico Nacional. Aunque la existencia opaca y marginal de este canal hacía suponer un destino similar par el canal de la universidad tapatía. Por otra parte, el anuncio de la creación de un canal cultural en la segunda ciudad del país se enmarcaba en el contexto del enfrentamiento gubernamental con los concesionarios privados. El Estado, entonces, instrumentaba esta concesión, permiso en términos estrictos, como un arma ofensiva, dejando entrever su disposición de otorgar las futuras concesiones a quienes garantizaran un contenido educativo y cultural del medio televisivo.

Sin embargo, los hechos posteriores demostraron que el gobierno federal nunca estuvo realmente interesado en otorgar este permiso. Es sintomático el hecho de que no existan registros documentales, ni correspondencia alguna sobre el particular. Las peticiones y promesas se realizaron siempre por la vía oral. Y aunque al cabo de algunos años la Universidad contó con su radioemisora, la promesa presidencial de la estación televisora jamás se concretizó.

2.2.3. LA FUSION DE LAS CADENAS PRIVADAS

A fines de 1972, las pláticas entre TSM y TIM habían avanzado

en forma considerable, al grado que su fusión constituía un hecho consumado, como efectivamente sucedió el 8 de enero de 1973, al crearse la empresa Televisión Vía Satélite, S.A., mejor conocida como TELEVISA.

Con el eslogan de realizar una "televisión con mayor contenido humano", los concesionarios privados contraatacaron astutamente a las arremetidas oficiales. Aún más, en el desplegado periodístico en que anunciaban su fusión, declaraban: "Televisión Independiente de México, S.A. y Telesistema Mexicano, S.A., conscientes de la preocupación del gobierno federal, que comparten, por elevar el contenido de la televisión de nuestro país, preocupación expuesta de manera particular y constante por el C. Presidente de la República y por el Secretario de Gobernación, se complacen en informar que han realizado un gran esfuerzo conjunto para coordinar su programación y con el fin y la seguridad de alcanzar ese propósito, han creado una nueva empresa: Televisa, S.A". (78)

De esta manera, la presión gubernamental fructifica en la constitución de un nuevo monopolio televisivo, que, ahora sí, promete dedicar sus esfuerzos a "elevar el contenido de sus transmisiones" para "cumplir con la grata e ineludible obligación de servir a México". Es decir, los concesionarios privados formulan un *mea culpa* que les proporciona más beneficio que penitencia.

En efecto, por una parte se acalla y frena la embestida gubernamental, al hacer un público reconocimiento sobre sus omisiones, pero, por otra parte, se constituye en una empresa poderosa que, habiendo liquidado toda competencia, encuentra al conjunto del país a su completa disposición. Las consecuencias de este predominio no tardarían en sufrirlas las televisoras locales.

Así, una de las primeras decisiones del consorcio consistió en modificar el destino de las transmisiones de los canales capitalinos, modificando además su programación. Hecho que provocó que el canal 8, cuya señal llegaba a Guadalajara, se destinara exclusivamente al público capitalino y en su lugar el canal 5 se constituyera en red nacional. De esta manera, el canal 9 de Guadalajara, que

además de ser repetidor del canal 8, producía algunos programas locales, se convirtió en una mera estación retransmisora de XHGC, Canal 5.

2.3. DESPLOME Y SUBORDINACION DE UNA TELEVISORA CON PRETENSIONES LOCALISTAS. (1973-1981)

En la década de los setenta habrían de consolidarse las redes nacionales de televisión. De manera consistente y sistemática, Televisa había logrado penetrar zonas económicas de importancia a lo largo del país. En tanto, el desarrollo de la red estatal se caracterizaría por una política errática y la desorganización, cuestión particularmente evidente durante el sexenio lópezportillista.

Por su parte, el auditorio televisivo en Guadalajara, hacia 1974, acusaba un importante crecimiento. Según datos que se desprenden de una investigación realizada por estudiantes de la Escuela de Periodismo y Comunicación Colectiva de la UAG, (79) el 80.2% de los hogares encuestados (600 hogares), contaba al menos con un aparato receptor de televisión.

Si consideramos que el Censo General de Población de 1970, arrojaba una cifra de 56.6%, el crecimiento se aprecia exagerado. Aunque por otra parte, una tercera fuente -la Agencia Walter Thompson- proporciona el dato de 71.3% de hogares, con receptor de televisión en 1975. (80) La disparidad de porcentajes coincide, sin embargo, en señalar un crecimiento cuantitativo en la penetración televisiva en la entidad.

Dirigido básicamente a un teleauditorio adulto, el estudio nos muestra las preferencias de este público hacia la programación televisiva. Nuevamente se aprecia el uso de la televisión como un factor de entretenimiento, ya que al ser interrogados sobre los programas de su preferencia, el 65.1% de los programas mencionados se referían precisamente al entretenimiento (telenovelas, cine, caricaturas, deportes y musicales) y sólo el 32.4% se refería a cuestiones informativas (noticieros, comentarios). Por otra parte, a pesar de que sólo el 29.2% de los entrevistados señalaban a la