

media

COMUNICACIÓN



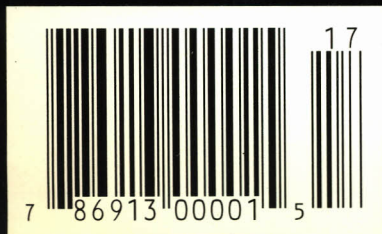
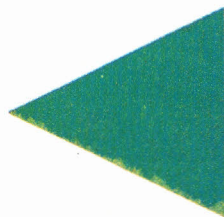
**soberanía
sin
límites**

francisco vargas/mvs

mercadotecnia

**clemente cámara
carlos alazraki
y diego lópez**

Y



**josé antonio gonzález fernández:
seguridad pública en el D.F.**

SUPLEMENTO POLITICO

FOTO: JOSÉ MURGUIA CARLOS ALAZRAKI



publicilandia	4
Entrevista con Clemente Cámara	
comunicación en acción	6
Diego López	
mercadotecnia política	9
Entrevista con Carlos Alazraki	
soberanía sin fronteras	12
Entrevista con Francisco Vargas/mvs	
tv pública, ¿para qué?	14
Javier Esteinou	
el caso mexicano	17
Carola García Calderón	
el plan francés	18
Jesús Matus	
bits y tips	21
Alejandro Alfarache Aranalde	
expedientes	28
Norberto Hernández Montiel	
temas	31
Gerardo Reyes Gómez	
humor	32

Cómo hacer tv en México

Para Francisco Vargas la diferencia entre *hacer* televisión y *pasar* televisión es radical. «Nosotros como televisión de paga tenemos la responsabilidad de llevar algo más al suscriptor; nos está pagando todo un servicio y eso nos lleva al compromiso de darle algo más que quizá no pueda encontrar en ninguna televisión más que en la muestra, en la televisión que el suscriptor está pagando. Tenemos también, a diferencia de la televisión abierta, que escuchar a nuestro suscriptor, lo que nos lleva a la producción propia cada vez en una forma mucho más agresiva; año con año hemos ido incrementando las horas de producción propias, hoy en día estamos generando un buen número, estamos hablando de 30 horas a la

semana de producción propia, todavía es modesto pero hacia allá vamos».

Telerey nació en 1977 como un centro productor de televisión, haciendo programas de capacitación en videocasette, pasó de allí a realizar comerciales de televisión, luego programas musicales, telenovelas y transmisiones internacionales, hasta que en 1989 surgió Multivisión, con un proyecto más ambicioso que absorbió a Telerey. Hoy el concepto se concreta en MVS Televisión. El Grupo es MVS Comunicaciones y de él se desprende MVS radio, MVS Televisión, MVS Multivisión, MVS Noticias, Deportes, etcétera.

«El concepto Telerey —puntualiza Vargas— ya está terminado como tal, dio su parte en el desarrollo de Multivisión y ahora lo fusionamos como MVS Televisión

y ya lo estamos viendo como una sola empresa integral, ya no es Multivisión y ya no es Telerey: es MVS Televisión. Ha ido creciendo para diferentes áreas. Una de ellas, en la que tenemos mucho interés, es la parte de producción, pero también necesitábamos tener la exhibición, los puntos dónde exhibir, porque cuando empezamos a hacer telenovelas quedaban muy *padre*, pero ahora salir a venderlas a Sudamérica, a EU, y la libramos bien, y nos fue bien, pero sufrimos esa parte de no tener el espacio en dónde exhibir el producto; servicios como los de Hughes ya nos dan la posibilidad de enfocar baterías a la producción propia, pero tuvimos que crear esta red para poder ahora sí garantizar también a los productores que vengan a trabajar con nosotros, y a los artistas y a todos, que va

a haber una remuneración más que justa a lo acostumbrado hoy».

Televisa versus MVS y Medcom

MVS cuenta hoy con mil 300 empleados entre productores, técnicos, operadores, personal de apoyo, periodistas y administrativos, pero está lejos de alcanzar a su principal competidor, Televisa, que a través de su filial Cablevisión empieza a plantearle un reto inesperado al decidir abrir un nuevo frente en la televisión de paga, justamente el de Direct TV.

Vargas es claro al respecto. Para él «el asunto de la concesión ya no lo para nadie», en todo caso, «lo que nosotros peleábamos era mantener una situación de competencia: estamos abiertos a la competencia, pero no a

televisión pública, ¿para qué?

Javier Esteinou Madrid*

Partir del surgimiento de la televisión en México en la década de los años cincuentas, ésta adopta el modelo comercial de desarrollo de la televisión norteamericana y enmarca mayoritariamente su funcionamiento bajo el régimen de concesión privada que conserva hasta nuestros días. Es dentro de este esquema comercial que la televisión mexicana se desarrolla y donde alcanza hasta ahora su mayor dinámica de expansión e influencia sobre la cultura nacional.

Contraria y paralelamente a esta realidad privada, aparece de manera muy tardía, a finales de los años sesenta, la televisión pública en nuestro territorio. Su lenta incorporación al panorama cultural de la nación provoca que ésta emerja y madure con una personalidad social definida, con menor experiencia audiovisual, reducido apoyo económico, bajo nivel de credibilidad en el auditorio, proyecto cultural confuso, mayores presiones burocráticas, menor cobertura geográfica de influencia, grandes contradicciones en sus líneas de dirección, etc.

* Profesor investigador del Departamento de Educación y Comunicación de la UAM-Xochimilco.

No obstante estas limitaciones con que nace el modelo público, también podemos decir que en los últimos años esta modalidad conquistó algunos avances en el terreno económico, político, cultural, legal, organizativo, tecnológico, creativo, etc. Sin embargo, pese a estos progresos alcanzados también podemos afirmar que salvo algunas excepciones la información televisiva que produjo y ha difundido este proyecto de televisión a lo largo de las últimas décadas y que todavía continúa realizando en el presente, no se ha dedicado sustantivamente a crear conciencia sobre las principales necesidades que posee la población mayoritaria del país y que debemos resolver para sobrevivir.

Es decir, pese a la existencia de estas dos importantísimas infraestructuras culturales en el país, la pública y la privada, observamos en términos generales que ambos modelos no han contribuido sustantivamente al desarrollo de la conciencia de la población frente a sus grandes conflictos de crecimiento. Por ello, se puede pensar que la televisión, tanto pública como privada, ha continuado desvinculada del análisis sistemático de los grandes obstáculos que impiden nuestro desarrollo nacional y de la difusión cons-

la desleal. Cuando tu competidor tiene televisión abierta, tiene satélite... si ya no nos dejan en igualdad de circunstancias, entonces no hay justicia. Nuestra postura fue: mantengamos esa igualdad, nosotros aplaudimos la competencia».

El mercado «se está definiendo en dos consorcios: nosotros pertenecemos a uno y Televisa a otro».

Respecto a la controversia legal que mantienen Televisa y MVS, Vargas fue muy claro: «Son tecnicismos, un pretexto para poder sentarse a negociar».

Respecto a MedCom tampoco tiene dudas: «El que yo veo que queda fuera de todo esto es el señor Serna, simplemente porque está utilizando *Solidaridad*, que sólo tiene cobertura en México. Los costos son verdaderamente brutales y aquí lo que fi-

nalmente importa es el servicio, ahí es donde reside la gran diferencia. Ambos consorcios, el de Televisa y el que nosotros formamos con Hughes, son de peso completo, y el que Clemente tenga una concesión no quiere decir que opere la televisión de paga: está fuera, no tiene ningún servicio».

Vargas es enfático al respecto: «En estas instalaciones generamos 26 canales. Este proyecto que vamos a ofrecer de 144 canales, levantando señales 24 horas al día, lo que



FOTO: JOSE MURGUA

requiere primero de una infraestructura que el señor no tiene. Y eso sin contar con el pago por el uso de los transpondedores, y tener que llegar a un punto de

equilibrio frente a otros dos servicios que va a haber en donde tú como cliente dices qué me ofrece uno y otro, donde uno te dice yo te ofrezco 70 canales, otro 65 y otro 20, con el problema que significan los equipos de recepción.

«En el caso nuestro llevamos más de un millón de cajas vendidas en EU, digo caso nuestro porque es Hughes y estamos usando esa misma tecnología y ese mismo alcance en costos, esa reducción de costos que por volumen hemos alcanzado. Los socios de Televisa, Sky TV en Asia y en Inglaterra, como quiera tienen una tecnología si no tan sofisticada como la de Hughes ya existente y con un volumen importante; pero empezar de cerros el precio es otro, tiene muchos asegunes, pero creo que nadie está tan loco como para

tante de las posibles alternativas para cada rama de nuestro crecimiento interno.

En este sentido podemos decir que, en general, la televisión sigue funcionando como cerebro colectivo divorciado de las necesidades del cuerpo social, porque mientras vivimos cotidianamente una profunda crisis socioeconómica, la televisión nos orienta a pensar, prioritariamente, en el triple eje cultural del consumo, los deportes y las ideologías del espectáculo, y sólo ocasionalmente nos conduce a reflexionar y sentir los problemas centrales de nuestra sociedad. Esto es, la problemática nacional no pasa sustantivamente por la televisión, lo cual ha provocado la existencia de un modelo de funcionamiento esquizofrénico entre lo que difunde e inculca la programación televisiva y las necesidades o realidades que se viven cotidianamente en la sociedad mexicana.

Es por ello que dentro de un marco de profundo agotamiento de nuestro proyecto de desarrollo interno y de enorme cambio de nuestra sociedad ante la incorporación a los procesos de globalización mundial, debemos preguntarnos cuál es el sentido que posee la existencia de la televisión de Estado en México, para qué queremos la televisión pública en nuestra sociedad, cuando el esquema que domina en este nuevo modelo de desarrollo neoliberal es el de la privatización de todos los órdenes.

Para responder a la interrogante sobre cuál debe ser la función social que tiene que desempeñar la televisión pública en México de

una manera profunda y no quedar atrapados en la concepción hollywoodense de ésta, antes tenemos que tener presente la vinculación que existe entre comunicación y desarrollo. Reflexionando sobre la relación que se da entre comunicación, televisión pública y desarrollo, podemos decir que el crecimiento entendido como el mejoramiento general de los niveles de calidad de vida de la población a través de la satisfacción de sus necesidades básicas, es producto de un conjunto de factores y procesos sociales complejos, dentro de los cuales el detonador de todos esos elementos es la adquisición de conciencia sobre las realidades que se tienen que promover. Esto significa que para que se produzca un desarrollo material de la sociedad antes se requiere generar un previo crecimiento mental de la misma. De lo contrario no existen condiciones apropiadas para la gestación del desarrollo: el desenvolvimiento de un país parte de la evolución de su intelecto y no de la multiplicación de simples acciones materiales.

Hay que considerar que la televisión es una gran excitadora de nuestro cerebro y emotividad, y por lo tanto de nuestra conciencia. Por ello, la difusión sistemática de realidades y efectividades sobre nuestros principales problemas nacionales a través de la televisión pública, puede provocar un avance cualitativo en el proceso de desarrollo de nuestra sociedad.

Sin embargo, es necesario tener presente que no es la simple cantidad de difusión de información la que propicia el desarrollo,

arriesgar su patrimonio y, si no, tienes un plan verdaderamente sensacional, lo cual también es bienvenido».

Legalidad cambiante

A diferencia de hace escasamente un año, dice Vargas, hoy es mucho más accesible obtener una concesión, porque se modificó el 18 Constitucional y los satélites dejaron de ser de uso prioritario de la nación, lo que nos abre a los satélites internacionales. «Antes nada más podías dar este servicio a través de los satélites nacionales, pero en el momento en que se da este cambio constitucional, se te da ya la libertad de poder utilizar otro tipo de satélites; es el caso de Multivisión».

Dichos cambios se han ido generando desde hace tiempo, al igual que las leyes y cambios

constitucionales que dan pie a nuevas legislaciones, y a una serie de interpretaciones en cuanto si se usa la anterior o se usa la nueva.

«Creo que aquí nos ha tocado ver una gran evolución de la TV alternativa, que a Multivisión le tocó serlo. Hay un gran dinamismo en este negocio y evoluciona rápido, aparejado con nuevas tecnologías, con mayor accesibilidad. En fin, a lo que voy es que las reglas tienen que irse ajustando conforme va pasando el tiempo, las reglas que antes duraban años ya no aplican hoy, este es un medio que en cuestión de meses va caminando a ritmos totalmente diferentes a los de antes».

La realidad parece confirmar sus palabras. El Solidaridad II tiene sólo 4 transpondedores, y su cobertura alcanza únicamente

hasta Centroamérica, el Caribe y la parte sur de EU; el nuevo satélite de Hughes y MVS tiene 24 transpondedores que estarán totalmente dedicados a este servicio, y cubre todo el continente. Por ello, dice Vargas, «si yo quiero sacar un servicio directo al hogar con gran cobertura Solidaridad lo que te ofrece es únicamente la República Mexicana, y este otro satélite cubre desde México hasta la Patagonia, incluido Brasil, y vamos a poder tener 144 canales en servicio. Entonces no hay mucho que pensarle, nos subimos a este tren tecnológico o nos quedamos fuera de poder participar en el negocio como hasta hoy lo hemos venido haciendo». A fin de cuentas, ese es el sentido de los tiempos que vive nuestro país. **MI**



como lo han señalado las tesis desarrollistas, sino la calidad y organicidad que guarda ésta con respecto a las prioridades de crecimiento que se requieren resolver. Por lo tanto, para propiciar el desarrollo hay que crear y transmitir aquellas informaciones que permitan relacionar nuestra toma de conciencia con aquellos programas de acción concreta que tiene instrumentados el aparato de gobierno y la sociedad civil para crecer. De lo contrario, de muy poco servirá la generación de conciencia social sobre nuestra problemática nacional, a través de la televisión, si ésta no encuentra una canalización específica mediante los proyectos de trabajo de la sociedad y del Estado: la información puede obrar como abono del cambio social sólo si se coloca en el campo cultural y social propicio para germinar.

De aquí que para lograr el desarrollo de nuestro país, más que producir y distribuir gigantescos torrentes indiscriminados de información masiva sobre nuestros sentidos que lo que ocasionan es el embrutecimiento y la enajenación de los mismos, se debe elaborar una jerarquía de necesidades informativas acordes con las prioridades de crecimiento que encara nuestra sociedad en cada fase de evolución por la que ésta atraviesa. Es dentro de este contexto de transformaciones que la televisión, como el principal medio de comunicación colectiva de nuestra civilización, ocupa un papel central en el desarrollo de las mentalidades y sensibilidades y, por lo tanto, en el desarrollo del país: hoy en día la televisión se ha convertido en

el sistema nervioso fundamental del avance o retroceso de nuestra cotidiana cultura nacional.

Pensamos que en este periodo de transformación acelerada por el que atraviesa nuestra sociedad, el único sentido que fundamenta la existencia de la televisión pública es el aprovechar al máximo su gran potencial pedagógico, para producir mayores niveles de conciencia colectiva sobre nuestras problemáticas, que nos sirvan para organizar a los municipios y delegaciones del país de forma que permitan recobrar los hilos del proyecto nacional y aminoren la crisis global que nos desintegra como nación. Por lo anterior, creemos que la razón de ser de la televisión pública y si alguna justificación tiene la presencia del Estado en ésta, es la de colaborar a través de ella a conocer y sentir más nuestro país para adquirir mayores niveles de claridad que nos permitan hacerlo progresar y no desmovilizar y dispersar a la sociedad a través de la permanente diversión espectacular y el entretenimiento fugaz.

Sintetizando, podemos decir que de no diseñarse las políticas de comunicación de las televisiones públicas desde los principales conflictos que obstaculizan el desarrollo del país, se volverá a vivir la profunda contradicción existente entre la cultura nacional y el proyecto de desarrollo global que se ha arrastrado en las últimas décadas. Cada uno se disparará por senderos distintos: la cabeza social avanzará por un lado y el cuerpo por otro, aumentando rápidamente, con ello, la descomposición de nuestra sociedad. **MI**