

85
201



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE
MÉXICO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y
SOCIALES**

LA CULTURA TAMBIÉN SE VE... PERO NO VENDE

TESINA

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA

RAÚL LUNA HINOJOSA

DIR. DE TESINA: PROF. VIRGINIA REYES CASTRO

CIUDAD UNIVERSITARIA

MAYO DE 1997

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



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.

A quien más, sino a mis padres: Leo y Raúl, por la vida, las oportunidades y el apoyo que me han dado y que no siempre les he sabido valorar.

Al resto de mi familia: Lourdes, Raúl Ernesto, Rocío y Carlos porque con cada uno de ustedes vivo diferentes etapas que me ayudan a crecer aprendiendo de nuestros errores y logros.

A Nicolás Jiménez Pérez porque me has hecho despertar de mi letargo para empezar a superarme y porque juntos tratamos de vivir sin temores ni vergüenza, así como a tu familia por aceptarme sin anteponer alguna respuesta.

A mis amigos: Luz María Pineda porque juntos nos hemos sentido prisioneros, pero también juntos nos hemos atrevido a soñar con nuestra libertad para llegar a ese mundo que cada uno deseamos; y Oscar Orozco López por la amistad, confianza y apoyo incondicionado que me has brindado como un segundo padre.

Y a todos los maestros que han colaborado en mi educación y que reúno en la persona de la profesora Virginia Reyes Castro, porque ellos me han guiado para poder cruzar este primer umbral del conocimiento.

INDICE

INTRODUCCION

1. CAPITULO I POLITICA CULTURAL Y ESTADO	3
1.1 Antecedentes	3
1.2 Cultura y soberanía	9
1.3 Cultura y democracia	10
1.4 Cultura y federalismo	12
1.5 Programas gubernamentales	14
1.5.1 Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000	17
1.5.2 Programa de Cultura 1995-2000	20
1.5.3 IV Programa Sustantivo "Cultura en Medios Audiovisuales"	23
2. CAPITULO II CULTURA EN MEDIOS AUDIOVISUALES	27
2.1 Radio	31
2.2 Cine	38
2.3 Prensa	45
2.4 Televisión	49

3. CAPITULO III LA CULTURA TAMBIEN SE VE... PERO NO VENDE	53
3.1 Televisa y Televisión Azteca	59
3.2 Canal 11 XE IPN	70
3.3 Canal 9 XEQ	73
3.4 Canal 22 WEIMT-TV	79
CONCLUSIONES	88
BIBLIOGRAFIA	93

INTRODUCCION

Este trabajo tiene como objetivo hacer un análisis general de lo que es la difusión cultural en México a través de los medios masivos de comunicación o medios audiovisuales, principalmente en lo referente a la producción televisiva.

Para realizar este análisis partimos, primero, de una revisión genérica de la definición, que no es la única, que del concepto "cultura" tiene el sector gubernamental de nuestro país y de ahí a su aplicación en los planes y programas de Estado que en los últimos meses se han dado a conocer a la sociedad mexicana partiendo del **Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000**, eje central de la ideología política, económica y social de la presente administración y del cual se deriva, entre otros, el **Programa de Cultura 1995-2000** que establece los lineamientos, análisis, objetivos y acciones a seguir para lograr un adecuado apoyo a la creación, preservación y difusión de nuestra cultura nacional en cualquiera de sus ramas o ámbitos.

Es en el campo de la difusión cultural en medios audiovisuales en que se centra la investigación, pues se analizará no sólo lo que establece este programa, sino la manera en que los medios: radio, cine, prensa y especialmente la televisión mexicana, entienden y difunden de la cultura nacional, a la cual, el Gobierno de la República le atribuye la tarea de amalgamar y unificar nuestra identidad y valores como mexicanos.

Es a través de estos análisis, primero de los programas gubernamentales y después de la labor de difusión cultural en la televisión mexicana, que llegaremos a una conclusión y crítica de lo que hasta ahora se ha entendido y ejercido respecto a lo que es la cultura y la manera en que se nos ha hecho llegar informalmente a través de los medios, para así ofrecer, en la medida de nuestras posibilidades, algunas propuestas resultantes de este estudio.

De igual manera, para desarrollar esta investigación, no únicamente nos quedamos con la revisión general de los medios audiovisuales de comunicación, sino que en el caso de la televisión mexicana, tomamos como modelos específicos los mencionados canales culturales 11 XE IPN, 22 WEIMT-TV y el 9 XEQ, aunque en la actualidad éste último es un canal comercial, durante aproximadamente siete años funcionó como exponente del proyecto cultural de la televisión comercial privada encabezada en nuestro país por el consorcio Televisa S.A. de C.V., mientras que el Canal 22 se eligió por ser un medio manejado por un Consejo de intelectuales representativos de la sociedad mexicana que cuenta con el apoyo del Gobierno Federal y en el cual, supuestamente, se ve reflejada la política cultural que establece el Estado mexicano y, finalmente, el Canal 11 por ser el pionero en la difusión cultural en la televisión mexicana. Por ello, en el primer capítulo definiremos conceptos como cultura, democracia, soberanía y federalismo, así como una pequeña síntesis de los planes de Gobierno, en el segundo haremos observaciones sobre el desarrollo de los medios de comunicación en México y su labor de difusión cultural y el último tratará sobre la difusión en la televisión y canales culturales en nuestro país.

CAPITULO I

POLITICA CULTURAL Y ESTADO

1.1 Antecedentes

Las definiciones respecto al concepto de cultura han sido tantas, como tantas las intenciones de uso se les quiere dar; va desde descripciones filosóficas y sociológicas, hasta políticas; es precisamente en este último rubro que deseamos basarnos para partir en nuestra investigación, aunque no por ello dejaremos de citar alguna definición más académica que nos permita hacer comparaciones entre ambas.

Varios han sido los politólogos que nos ofrecen una tesis concreta, pero creemos más justo, esta vez, retomar las palabras del presidente Ernesto Zedillo Ponce de León, en su discurso dado con motivo de la presentación del Programa de Cultura 1995-2000, el 17 de enero de 1996. En él expresa:

"La cultura se aprecia entonces como un terreno que no es ajeno a las incertidumbres y ambivalencias finiseculares, pero también como el medio por excelencia a través del cual se expresa la diversidad humana en la sociedad

contemporánea. Es, al mismo tiempo, ámbito de confluencias de la globalización y medio de afirmación de las particularidades de los pueblos: a través de la cultura, los países pueden compartir procesos de desarrollo sin perder aquello que los concretiza y distingue... se concibe la cultura como un punto de referencia, único e insustituible, para asumir los cambios sin poner en riesgo nuestra identidad nacional. En la cultura de una nación se expresan las tradiciones y los valores que generan un sentido de pertenencia y sustentan una voluntad deliberada de ser y de permanecer." (1)

Esta primera definición de cultura que la actual administración política sustenta, nos hace entender que para el Gobierno, nuestra vida cultura no puede, ni debe, cerrarse a las influencias, ya que un sistema aislado en sí mismo del intercambio universal, se agota y perece.

En este contexto, el Estado mexicano reconoce su responsabilidad irrenunciable en la preservación, creación y difusión de la cultura sin desconocer, por otra parte, sus rezagos y limitaciones, así como las nuevas necesidades de nuestra sociedad y las transformaciones surgidas en el campo de la cultura, a las que la política cultural deberá hacer frente con los medios que le pongamos a su alcance.

Esta definición que de alguna manera marca la línea a seguir en la política de difusión cultural en nuestro país, la consideramos bastante amplia y poco concreta

1. Ernesto Zedillo Ponce de Leon, Versión estenográfica de la presentación del Programa de Cultura 1995-2000, Oaxaca, Oax., 17 de enero de 1996.

en cuanto a los elementos y formas que dan cuerpo a lo que debemos de entender como cultura.

Erich Weber en su libro *Estilos de educación*, dice que: "Aquí entendemos cultura como el compendio de formas humanas de vida por las que el hombre se distingue de los demás seres vivientes... Por contraposición a la naturaleza, la cultura no significa lo que existe sin la intervención humana, ni tampoco lo que se desarrolla por sí mismo a través de un proceso biomecánico, sino todo aquello que el hombre debe producir para el mantenimiento y seguridad de su vida. Así, el hombre vive en un entorno cultural creado por él mismo, que condiciona su forma cultural de vida, los transmiten las generaciones pasadas y tienen que aprenderlo los que vienen después; es un sistema de pautas de conducta reconocido universalmente por un grupo social y que puede establecerse de una forma perfectamente diferenciada en cada sociedad. El hombre crea la cultura, que a su vez lo modela a él, de tal modo que bien podemos calificarle como "creador y producto de la cultura". (2)

Esta definición, de sentido más amplio que la anterior, nos deja claro, por ejemplo, que la cultura abarca campos de lenguaje y de la educación, de las costumbres y los usos, del trabajo y de la técnica, de las formas de economía y de derecho, de las objetivaciones científicas y artísticas, de los modos de comportamiento social y de los ordenamientos políticos, de las normas morales y cultos religiosos, así como de todas las instituciones necesarias para su puesta en práctica.

2. Erich Weber, *Estilos de educación*, pág. 94.

Pero antes de que entremos al análisis de la política cultura que el Estado promueve para afianzar una identidad nacional, daremos una visión muy general de las diferentes posturas que el Gobierno ha adoptado, en cuanto al ámbito cultural se refiere, a lo largo de su historia como nación independiente.

México, como identidad políticamente unificada, es heredero de una vasta historia cultural excepcionalmente rica y compleja: desde el inicio de su vida independiente el país se enfrentó a la necesidad de construir y fomentar una política cultural propia cuyo carácter, mestizo y pluricultural, había enraizado en una estructura colonial que generó un sentimiento novohispano que ya no era ni puramente indígena ni auténticamente español.

Esa cultura se empieza a general a partir de una sociedad con múltiples visiones y propuestas de un nacionalismo incipiente que se encontrará plasmado tanto en los versos de sus poesías como en los altares y fachadas de sus iglesias.

Durante este Siglo XIX mexicano, el país se enfrenta a un caprichoso e inconstante régimen político cuya razón principal era delimitarnos como nación independiente, con vida autónoma, en busca de una identidad que disputaban monárquicos y republicanos, liberales y conservadores; así, la definición de una política cultural propia que diera identidad a la nación resultaba cada día más difícil de precisar, pues los constantes cambios ideológicos sobre la construcción de nuestra configuración política repercutían en los intentos por mantener un estado cultural.

Rafael Tovar y de Teresa señala que a pesar de este constante cambio en las tendencias políticas del Siglo XIX, en el ámbito cultural se da "un primer intento por fundar, en la recuperación del pasado, las raíces más sólidas de una nueva identidad, pues en 1825, Guadalupe Victoria promulga una ley que prohíbe la exportación de antigüedades, a la vez que promueve el cuidado y resguardo de zonas y monumentos arqueológicos, artísticos e históricos". (3)

Este mismo autor plantea que a pesar de que el país enfrentaba constantes crisis políticas, la actividad cultural trató siempre de mantener una continuidad basada en sus tradiciones, lo que de alguna manera hacían de éstas mismas, la guía de un sentimiento nacionalista que deseaba tanto el nacimiento de una "República de las letras", como la consolidación de una "República política" que no fueran ajenas entre sí.

Es indudable que ante este afán de dar nacimiento a una y consolidar la otra, la historia de la cultura y política del país cruza por toda una gama de tendencias, así, recorre desde la herencia de la ilustración novohispana, hasta los propósitos del positivismo porfirista.

La historia en este Siglo XX es un tanto distinta; si bien, el panorama político después de la revolución de 1910 se muestra estable, la concepción de una política cultural y educativa durante y después de ella sigue siendo activa y propositiva: se pasa de intentos aislados por consolidar una cultura a dar ya pasos firmes en la constitución de un Estado moderno preocupado por conservar y valorar un patrimonio

3. Rafael Tovar y de Teresa. *Modernización y política cultural*, pág. 123.

cultural rico que genere, a su vez, nuevas formas de expresión nacional y medios de autoconocimiento. "pues la solidez de nuestra cultura nos hace entenderla como el sustento de una identidad por lo que en su preservación, difusión y enriquecimiento radica, en buena medida, la defensa de la soberanía; por lo que crear una política cultural firme ha constituido uno de los fundamentos del Estado mexicano, en el que busca establecer un principio de continuidad en el campo de la cultura aunado a un proyecto nacional para, de esta manera, fortalecer los valores que singularizan a México como nación". (4)

Largo sería enumerar los esfuerzos realizados en las últimas seis décadas que han dado impulso a las actuales políticas culturales que el Estado promueve, tan sólo cabe mencionar nombres y hechos relevantes de esta jornada para tener una idea de la importancia tácita que el Gobierno otorga a la cultura nacional, así como el apoyo que brinda y plasma en instituciones como la Secretaría de Educación Pública (SEP) cuyo artífice fue José Vasconcelos; la inauguración del Palacio de Bellas Artes en 1934; la creación del Instituto Nacional de Antropología e Historia; el impulso cultural encabezado por Jaime Torres Bodet en la SEP que dio inicio a una etapa caracterizada por el crecimiento de una infraestructura cultural y el surgimiento de proyectos de órdenes diversos que, a últimas fechas, han dado como resultado la creación, en 1988, del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, surgido como el organismo coordinador del esfuerzo cultural del Estado mexicano.

4. *Idem.*

Hoy, este desarrollo de la infraestructura cultural guarda una relación estrecha con conceptos como: defensa de la soberanía, fortalecimiento del federalismo y la consolidación de la vida democrática del país, que en conjunto, tienen especial relieve en una política social integral que se considera imprescindible para mejorar las oportunidades de vida de nuestra población.

1.2 Cultura y soberanía

Una de las expresiones más contundentes que de soberanía puede manifestar una nación y el pueblo, consiste en su libertad de afirmar y fortalecer su identidad y cultura como sociedad viviente que es, a su vez, la soberanía está fundamentada, además, en otros valores y acciones igualmente importantes como es el nacionalismo, entendido éste como la suma de valores y sentimientos propios de esa sociedad que los produce en su seno, de manera tal, que tanto el concepto de soberanía como el de cultura nacional se condicionan recíprocamente.

Uno de los primeros objetivos del Estado mexicano en su desarrollo social está el de defender y fortalecer su concepto de soberanía, más ahora que se enfrenta de cara al Siglo XXI, escenario que parece viene marcado, a nivel nacional y mundial, por hondos procesos de transformación, con la aparición de complicados problemas para el desarrollo económico y social, para la vigencia plena de un estado de derecho, la seguridad nacional y sanas relaciones e intercambios internacionales.

"Ante este panorama, la soberanía de nuestro país, manifestada en buena medida por su estructura y difusión cultural, es condición para la existencia plena de la nación y, por tanto, su capacidad para afrontar estos desafíos, por ello, preservarla es una de las prioridades del régimen actual".⁽⁵⁾

Por otra parte, el nacionalismo se concibe como la base de la soberanía y a la vez, como expresión de la vitalidad y diversidad de nuestra cultura; por ello, fortalecer la cultura es afirmar nuestro nacionalismo y, por ende, mantener las condiciones para preservar la soberanía.

Al nacionalismo que sustenta el Estado mexicano se le ha dado el carácter, inclusive, de ser respetuoso de otras cultura y abierto a la libre comunicación con ellas, con el convencimiento de que con este contacto con las culturas universales, México adquirirá un sentido más pleno de su propia identidad, este mismo sentido se le quiere dar al primer concepto de cultura que se citó anteriormente.

Así, podemos afirmar que fortalecer la soberanía implica reafirmar nuestra cultura y proyectar nuestra nacionalidad al exterior para fomentar el conocimiento y aprecio de nuestro pasado histórico y valores culturales con otras naciones.

1.3 Cultura y democracia

La Constitución General de la República, en su artículo 40, asume a la democracia no sólo como una forma de gobierno, sino como todo un sistema de vida

5. *Diario Oficial, Programa de Cultura 1995-2000*, pág. 19.

encauzada al constante mejoramiento económico, social y cultural de pueblo y al mismo tiempo, fundado en él.

Nuestra Carta Magna pone en la democracia la base del crecimiento económico y la igualdad que se basa en el ejercicio de derechos, libertades y de la irrestricta expresión de la pluralidad cultural e ideológica.

No solamente el desarrollo cultural de nuestro país se ve favorecido por este régimen de equidad y libertad sociales que postula la Constitución; cabe afirmar también que ese régimen se consolida cuando existe un vigoroso desarrollo cultural; ésta es la más viva encarnación de la pluralidad de la sociedad, del diálogo entre sus individuos y grupos y de dos elementos esenciales de ese diálogo: la tolerancia y la crítica. "el reconocimiento de la unidad y la pluralidad de nuestra cultura —afirma Tovar y de Teresa— en la que conviven convicciones distintas, personalidades diversas, diferentes colectividades, grupos y comunidades que aspiran a manifestarse, contribuirán a que aprendamos a transitar más fácilmente por el camino de la democracia, que requiere del conocimiento de lo diverso, del respeto a la diferencia y de la disposición al diálogo... sólo avanzaremos en la dirección deseada si promovemos la tolerancia y el respeto a nuestra diversidad étnica y cultura." (6)

En sus creaciones culturales, la sociedad reconoce una forma de interpretación y conocimiento de la realidad que eleva su capacidad crítica y la comprensión del entorno y los problemas nacionales. "Una sociedad permeada por la cultura es una

6. Rafael Tovar y de Teresa. *Op. cit.*, pág. 127

sociedad mejor preparada para la convivencia civilizada, el consenso político y la tolerancia ideológica." (7)

Por otra parte, el Estado plantea que para llevar a cabo las tareas de fomento a la cultura, éstas deben de realizarse con una amplia participación de la sociedad en donde se plasmen los principios de pluralidad y representatividad a los que somos sujetos los ciudadanos mexicanos y que son expresiones de una sociedad cada vez más abierta al diálogo y con capacidad de evaluación, decisión y ejecución de programas socialmente prioritarios como los propuestos por el Gobierno Federal en el Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000.

1.4 Cultura y federalismo

La dimensión nacional de la vida social, política y económica del país descansa en el federalismo. "El federalismo es el espacio en el que se expresan las coincidencias de las diferentes comunidades del país, el reconocimiento y el acuerdo, los esfuerzos compartidos y los propósitos y las metas comunes. Con el federalismo como sustento, como reconocimiento de la autonomía de las entidades políticas del país, la nación puede definir los objetivos comunes de desarrollo y el alcance de sus instituciones y régimen jurídico". (8)

7. *Ibidem*, pag. 130.

8. *Diario Oficial, Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000*, pag. XI.

La diferenciación y, simultáneamente, la articulación de los distintos órdenes de gobierno, fundamentan ese alcance que es el punto de partida político de la unidad nacional.

Uno de los objetivos esenciales del Estado mexicano es, por ello, reafirmar su vocación federalista y conferirle una nueva expresión que trascienda aquellos obstáculos que en el pasado han restringido su manifestación.

Por otra parte, en el propósito de construir un nuevo federalismo, que recobre las raíces profundas y genuinas de una forma de organización política que surgió en México como la vía más idónea para alcanzar la unidad del pueblo mexicano, la cultura contribuye a manifestar la diversidad étnica y social del país, así como las realidades, los valores y las aspiraciones de sus comunidades y regiones.

"Por ello, alentarla —a la cultura—, junto con otros cauces sociales de expresión, significa fortalecer nuestro federalismo y conferir un contenido real a la noción de cultura nacional que le es inherente. Un desarrollo cultural genuinamente nacional será el que derive de la ampliación de los cauces de participación de las comunidades de las distintas localidades y regiones del país dentro de la definición de sus modelos específicos de crecimiento y desarrollo social".⁽⁹⁾

La cultura en nuestra política establece, como objetivo general, el de proporcionar y extender, sustentada en la democracia, federalismo y soberanía, las oportu-

9. Programa de Cultura 1995-2000, Op. cit., pág. 29.

tunidades de superación individual y comunitaria disminuyendo radicalmente la pobreza y la exclusión social; ello bajo los principios de equidad, justicia y pleno ejercicio de los derechos y garantía constitucionales de los cuales somos sujetos los ciudadanos mexicanos.

El Estado, para contrarrestar los desafíos que conllevan los principios de equidad y justicia social, plantea estrategias básicas para abatirlas de entre los diferentes estratos y grupos poblacionales; para ello, propone programas y planes de desarrollo a nivel nacional que consisten en ampliar la cobertura y el mejoramiento de la calidad de los servicios básicos, dando especial atención a las áreas de vivienda, salud y educación, éste último comprende la cultura por su relación estrecha con el proceso educativo que llega a ser, fuera de ésta, su expresión permanente en la sociedad.

El Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000 marca un total de 21 programas y planes sectoriales, institucionales, regionales y especiales con los que se deberán alcanzar los objetivos y cumplimiento de las demandas ciudadanas en cuanto al mejoramiento de los servicios básicos. Dentro de este documento rector y normativo de la acción del Gobierno Federal existe un programa que atañe al ámbito particular de la cultura.

1.5 Programas gubernamentales

Los programas de planeación para llevar a cabo una política económica y social en nuestro Estado, revisten una gran importancia, pues se puede decir que éstos se

han transformado en los instrumentos fundamentales para la conducción y rectoría por parte del Gobierno.

Esta planeación, como un mero acto de previsión, racionalidad y prospección de la política pública, se inicia en nuestro país con el Plan Sexenal de Lázaro Cárdenas, que en su discurso de posesión como presidente de la República, el 10 de diciembre de 1934, lo define como un plan que nace "de los distintos problemas que la Revolución Mexicana tiene enfrente y a los que atenderé con preferencia para lograr que se implante en los campos y en las ciudades una vida económica superior y formas morales y educativas de acuerdo a las aspiraciones que tiene el proletariado" (10)

Este plan, a pesar de sus buenas intenciones, no se vio aplicado del todo porque políticamente fue calificado como propio de una economía socialista.

En los años cincuenta hay un nuevo intento por racionalizar la acción económica y social del país, pero estos programas se ven delimitados por las exigencias del Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Mundial; así, en 1953, se crea la Comisión Inversión-Financiamiento en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHyCP), que después se transformaría en la Comisión Nacional de Inversiones, antecedente de la hoy extinta Secretaría de Programación y Presupuesto (SPP).

Los programas elaborados durante este periodo fueron documentos confidenciales y de escritorio. No es sino hasta la precandidatura de José López Portillo que

10. Francisco Gil Villegas. *El Congreso mexicano*, pág. 45.

en una entrevista de prensa hecha a Jesús Reyes Heróles, en ese entonces dirigente del Partido Revolucionario Institucional (PRI), señala que se creará un Plan Básico de Gobierno 1976-1982, "que contenga las decisiones fundamentales, las líneas esenciales para el próximo sexenio que consoliden los avances y realizaciones de los anteriores gobiernos. Avanzar exige consolidar, y consolidar exige avanzar";⁽¹¹⁾ pero es casi al final del sexenio que se presenta el **Plan Global de Desarrollo 1980-1982** que no significó ningún progreso en la política nacional.

En el gobierno de Miguel de la Madrid Hurtado se crea el **Plan Nacional de Desarrollo 1982-1988**, aunque éste no puede llevarse a cabo completamente, en parte por la severa crisis y cambios en la política económica que sufre el país durante su sexenio y que continúa Carlos Salinas de Gortari cuando elimina organizaciones como la SPP cuyas atribuciones pasas nuevamente a la SHyCP. Bajo esta nueva rectoría se presenta el **Programa Nacional de Desarrollo 1988-1994** cuyos resultados fueron débiles intentos de planeación que no tenían la menor posibilidad de ser llevadas a la práctica

A pesar de que los programas hasta ahora señalados no han dado los resultados propuestos por sus objetivos y lineamientos, el actual régimen zedillista presenta también un tercer plan, que por su génesis de consultas populares, redescubre necesidades sociales y económicas con otras exigencias de solución y práctica.

11. *Ibidem*, pag. 67.

1.5.1 Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000

El 31 de mayo de 1995 se publica en el *Diario Oficial* de la Federación el **Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000**. En la parte introductoria del mismo, se señala que éste nace de una "consulta nacional, popular y democrática, organizada a través de 97 foros que comprendieron 516 eventos, en los que se presentaron más de 12,000 ponencias. Además, se recibieron más de 300,000 aportaciones de la población en los buzones y centros de recepción instalados en todo el territorio nacional." (12)

Este Plan, indica el mismo documento, parte del reconocimiento de los avances realizados y de un examen cuidadoso del desenvolvimiento del país, y destacan problemas, rezagos e insuficiencias. En este sentido, cada uno de sus capítulos tiene el propósito de precisar los retos principales y estrategias generales de acción a seguir, así como normar programas institucionales, sectoriales, estatales y municipales del Gobierno en áreas del sector económico y social.

El Plan consta de cinco capítulos: Soberanía. Por un Estado de derecho y un país de leyes; Desarrollo democrático; Desarrollo social, y Crecimiento económico; los cuales se desarrollan ampliamente en tres apartados centrales que son: análisis; objetivos y estrategias y líneas de acción.

El Plan resume estos cinco capítulos de la siguiente manera:

12. *Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000. Op. cit., pag. 9*

"I. Fortalecer el ejercicio pleno de la soberanía nacional, como valor supremo de nuestra nacionalidad y como responsabilidad primera del Estado mexicano;

II. Consolidar un régimen de convivencia social regido plenamente por el derecho, donde la ley sea aplicada a todos por igual y la justicia sea la vía para la solución de los conflictos;

III. Construir un pleno desarrollo democrático con el que se identifiquen todos los mexicanos y sea base de certidumbre y confianza para una vida política pacífica y una intensa participación ciudadana;

IV. Avanzar a un desarrollo social que propicie y extienda en todo el país, las oportunidades de superación individual y comunitaria, bajo los principios de equidad y justicia, y

V. Promover un crecimiento económico vigoroso, sostenido y sustentable en beneficio de los mexicanos." (13)

En su conjunto se pretende preservar la soberanía, garantizar la seguridad nacional y fortalecer un estado de derecho con una política exterior que consolide la presencia de México en el mundo, objetivos que de alguna manera son recurrentes en el concepto de cultura que al inicio de este capítulo señalamos.

13. *Ibidem*, p4g. 23.

En lo particular es interesante que de estos cinco puntos nos fijemos con mayor atención en el penúltimo: "Desarrollo social", pues en él, a *grosso modo*, se busca impulsar un nuevo federalismo para fortalecer a los estados y municipios y lograr una reforma del Estado con participación social que garantice las libertades y los derechos ciudadanos como requisito indispensable para un pleno desarrollo democrático que sea base de una vida digna, dotada de servicios básicos de calidad como son: salud, vivienda y educación.

En este sentido, el Plan reconoce que "un desarrollo social estable es aquel que ejerce libertades individuales y derechos sociales, no como una estructura jurídica o régimen político, sino como un sistema de vida que se funda en un constante mejoramiento político, económico y cultural del país".⁽¹⁴⁾

Por ello es que el Plan dedica un corto, pero conciso apartado, a la política cultural del país, y dice: "su función será preservar y subrayar el carácter de la cultura como elemento sustancial en la defensa de la soberanía en la promoción de un auténtico federalismo, en el desarrollo de la vida democrática, en el fortalecimiento de la identidad y la unidad del pueblo mexicano, en el respeto a la diversidad de sus comunidades y en el logro de niveles más altos de vida y bienestar. Las tareas culturales se realizarán bajo el postulado de respeto a la libertad de creación y de expresión de las comunidades intelectuales y artísticas del país."⁽¹⁵⁾

14. *Ibidem*, pág. 25.
15. *Loc. cit.*

Para poder ejercer y normar la política cultural que el propio Estado define en forma general dentro de este Plan, se crea el **Programa de Cultura 1995-2000** como guía y respuesta del Gobierno Federal para el aprovechamiento integral y programado de nuestra riqueza cultural que es particularmente importante para el país.

1.5.2 Programa de Cultura 1995-2000

Como lo mencionamos en el inciso anterior, el **Plan Nacional de Desarrollo** considera a la cultura como un elemento sustancial en la defensa de la soberanía, de un auténtico federalismo, vida democrática, identidad y unidad nacional; de conformidad a la Ley de Planeación y del artículo 3o. del decreto que aprueba el Plan, la SEP, a través del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA), ha elaborado el **Programa de Cultura 1995-2000** en donde se recogen contribuciones expresadas en foros sobre política cultural efectuados durante el mes de abril de 1995 en toda la República y con diversos sectores de la sociedad vinculados con la cultura nacional.

El **Programa de Cultura 1995-2000** tiene como propósito realizar los siguientes objetivos generales:

- a. Fortalecer a la cultura como base de la identidad y soberanía nacional;
- b. Contribuir al desarrollo democrático del país;
- c. Apoyar la construcción y permanencia del federalismo, y
- d. Ampliar el papel de la cultura en la política social integral y nacional.

Con base a estos objetivos generales se plantean una serie de estrategias en el Programa que son: "mayor participación de la sociedad y la comunidad cultural en el diseño de políticas y proyectos que plasmen la acción institucional del CNCA; mayor integración de las acciones del subsector cultura con los programas del Sistema Educativo Nacional; revisión y reforma del marco jurídico del CNCA; aliento a la docencia y a la investigación en el campo de la cultura y las artes; aplicación metódica de los diversos sistemas de información cultural a nivel estatal, regional, nacional e internacional en la planeación y diseño de políticas culturales; consolidación integral de la infraestructura cultural del país; ampliación del papel de los medios de comunicación masiva en la difusión de la cultura, aliento al diálogo cultural entre los grupos sociales y étnicos de todo el país, multiplicación de los cauces de expresión de las culturas populares, especialmente las indígenas; vinculación de las acciones y proyectos de desarrollo cultural con áreas del campo productivo; producción y distribución eficientes a nivel nacional de bienes culturales; aplicación de mecanismos orientados a la generación creciente de recursos propios; e intensificación de la presencia cultural de México en el mundo y del resto de los países del mundo en México." (16)

De acuerdo con esta diversidad de aspectos, el Programa se ha organizado en torno a nueve programas sustantivos y dos programas especiales que comprenden el conjunto de campos de atención de la política cultural.

16. Programa de Cultura 1995-2000, Op. cit., pag. III.

"Programas sustantivos

1. Preservación, Integración y Difusión de Patrimonio Cultural
2. Educación e Investigación Artística
3. Difusión de la Cultura
4. Cultura en Medios Audiovisuales
5. Fomento del Libro y la Lectura
6. Estímulo a la Creación Artística
7. Fortalecimiento y Difusión de las Culturas Populares
8. Cooperación Cultural Internacional.

Programas especiales

1. Desarrollo cultural infantil
2. Desarrollo cultural de los trabajadores." (17)

En estos programas se plasma la preocupación por profundizar en el papel que juega la cultura en el desarrollo social; así como en la utilización de los medios y la infraestructura cultural con que cuenta el país, tanto en el ámbito de creación, como en la difusión o divulgación de este conocimiento para que trascienda el campo puramente académico.

En este sentido, del total de programas que conforman la política cultural delineada en el documento, nos interesa centrar la atención en el denominado "Cultura en Medios Audiovisuales", por ser el de mayor importancia en esta tarea de difusión cultural.

17. *Ibidem*, pág. IV

1.5.3 IV Programa Sustantivo "Cultura en Medios Audiovisuales"

Mientras que la promoción artística comprende las acciones de fomento y estímulo a la creación en las distintas disciplinas, la difusión implica las actividades que permiten que el producto de esa creación, y la de otras épocas ya integradas al patrimonio cultural nacional y universal, tenga destino público y repercusión social, esto se logrará con el pleno aprovechamiento de los recursos disponibles destacando el uso de algunos medios de comunicación: radio, cine, prensa y televisión.

El presidente Ernesto Zedillo Ponce de León, en el discurso que pronunció durante la presentación de dicho Programa, pone de manifiesto esta inquietud por aprovechar los medios masivos de comunicación. A la letra dice: "Nuestra política cultural aprovechará los medios masivos de comunicación para poner los beneficios del arte y la cultura al alcance de mayor número de mexicanos y garantizar el acceso de todos a los bienes de la cultura." (18)

Es indiscutible que en los últimos años el avance de la carrera tecnológica mundial ha transformado los medios de comunicación y generado nuevas posibilidades para la difusión de la cultura. Por otra parte, estos adelantos técnicos han provocado nuevos y complejos procesos sociales relacionados directamente con la transmisión de patrones de conducta, valores y estilos de vida en nuestra sociedad, y en general, en el mundo entero. Si bien, son capaces de propiciar una homogenei-

18. Ernesto Zedillo Ponce de León. Versión estenográfica de la presentación del Programa de Cultura 1995-2000, Oaxaca, Oax., 17 de enero de 1996.

zación cultural indeseable, también pueden utilizarse como herramientas para reforzar valores culturales propios, para la reafirmación de nuestra identidad nacional y el conocimiento, comprensión y divulgación de los hechos históricos y culturales sobre los cuales dicha identidad se asienta; asimismo tenemos que asumirlos como altamente socializantes y de penetración en todos los grupos sociales, por lo que el programa propone una planificación extensa de los medios audiovisuales de comunicación:

"En los próximos años, la presencia cultural en los medios audiovisuales deberá fortalecerse bajo dos premisas básicas: una, de carácter educativo, destinada al acercamiento a las artes para inducir su apreciación y su conocimiento; otra, orientada hacia la difusión de todas aquellas expresiones de alta calidad que manifiestan nuestra identidad nacional y capacidad creativa de los mexicanos, así como de las más elevadas expresiones de cultura universal."¹⁹

En resumen, el Programa propone los siguientes objetivos:

1. Posibilitar a mayor número de mexicanos al disfrute y apreciación del arte y cultura nacionales a través de los medios audiovisuales para generar nuevos públicos y elevar el bienestar nacional.
2. Contribuir a la apertura de nuevas vías de expresión en los medios de comunicación.

19. *Loc. cit.*

Fortalecer la capacidad tecnológica de los canales televisivos 11 y 22 para que su señal llegue a más espacios del territorio nacional.

4. Concertar con los medios de comunicación privada para que las expresiones educativas y culturales tengan en ellos mayor presencia.

5. Ampliar la cobertura a nivel nacional de Radio Educación.

6. Impulsar la producción del cine mexicano de calidad.

7. Mejorar y ampliar las posibilidades de exhibición del cine mexicano asumiéndolo como una expresión artística de formación social y cultural.

8. Intensificar la producción y difusión de materiales audiovisuales contenidos en el programa de Videoteca Cultural.

Con base a estos objetivos, el programa plantea las siguientes estrategias:

1. Dar prioridad a los contenidos destinados a los niños y jóvenes con fines educativos y de creación para la formación de nuevos públicos.

2. Cubrir en la producción audiovisual aspectos como apreciación de las artes, patrimonio artístico e histórico y la diversidad étnica y cultural.

3. Establecer mecanismos institucionales de financiamiento para la producción de cine con calidad e impulsarlo como elemento insustituible del patrimonio cultural y artístico de la nación.

4. Ampliar espacios y canales de comunicación a manifestaciones populares, particularmente indígenas, estimulando la participación del sector privado.

5. Plena utilización del sistema satelital de la SEP para la difusión educativa y cultural de proyectos audiovisuales.

6. Fortalecer la formación de recursos humanos profesionales que contribuyan al enriquecimiento de los contenidos y políticas en medios audiovisuales en materia educativa y cultural.

Con el diseño de estos objetivos y estrategias para la difusión de una cultura nacional, el Programa plantea una serie de líneas de acción específicas que involucran a cada una de las cuatro divisiones que se toman en cuenta en los medios audiovisuales de comunicación para su estudio y análisis: radio, cine, prensa y televisión.

CAPITULO II

CULTURA EN MEDIOS AUDIOVISUALES

La difusión de información, a través de los medios audiovisuales, ha convertido al hombre de este siglo en un individuo informado y en cierta manera, universal. El proceso de información es ya un fenómeno social y como tal, cumple un papel muy importante, pues por medio de ella podemos normar nuestras opiniones, además de ofrecer un desarrollo económico y social a través de la publicidad comercial y difusión masiva de campañas de salubridad e higiene, por ejemplo.

Los medios de comunicación promueven otra responsabilidad fundamental, como lo es su actividad educativo-cultural, la cual desarrolla conforme a las características intrínsecas a las posibilidades y limitaciones que cada uno de los medios ofrece; para la prensa es indispensable el boletín, para la radio lo es el sonido, para la televisión la imagen. Cada medio tiene su importancia, su función a cumplir, sus necesidades fundamentales. Sus propias características que los diferencian, más que competitivos, los hace complementarios, pues cada uno tiene su propio lenguaje y penetración que sirve como vehículo de integración de la sociedad que se identifica con su contenido.

"Se ha definido a los medios de comunicación de masas, como las diversas formas industrializadas de producir información y entretenimiento en la sociedad: televisión, periódicos, radio, etcétera. Penetran prácticamente en toda la población urbana y gran parte de la población rural, y frecuentemente imponen formas universalizantes de comportamiento, así como corrientes extranjeristas que nos deforman."(20)

Rafael Tovar y de Teresa señala que el mundo entero ha respondido a la necesidad de fomentar e impulsar la difusión de la cultura en los medios de comunicación, cuyos mensajes escritos, sonoros, iconográficos o audiovisuales se dirigen a amplios sectores y grupos sociales complejos y heterogéneos. Por otro lado, la rápida transformación de la información y los medios de comunicación ha multiplicado, en proporciones incalculadas, la constante aparición de nuevos medios e instrumentos. Se han ampliado las posibilidades de un nuevo uso cualitativo y cuantitativo de la información, al tiempo que se han transformado las concepciones del mundo y el individuo. Por lo mismo ha surgido una nueva relación del hombre con la escritura, la imagen y demás expresiones de su cultura.

Los medios de comunicación constituyen la gran posibilidad de unir al país por la información que pueda generarse e intercambiarse desde y entre todos los puntos del territorio nacional; es una tarea imprescindible de mutuo conocimiento entre nuestra sociedad, ya que informar y divertir, por parte de los medios, también reflejan la expresión de nuestras verdades nacionales, históricas y culturales.

20. Felipe Cecaña Seldner. "Los medios de comunicación de masas y su impacto en la cultura", en *Foro de Consulta Popular sobre Comunicación Social*, Tomo IV, pag. 44.

La red de medios de comunicación de nuestro país ha vivido diversas transformaciones que deben aprovecharse de manera óptima, así como los recursos con los que cuenta para satisfacer las necesidades nacionales de educación, cultura y sus manifestaciones, como los valores sociales de convivencia democrática, tolerancia y respeto.

Como se ha explicado en el capítulo anterior, el Gobierno mexicano, por medio del Plan Nacional de Desarrollo y el Programa de Cultura propuestos por el actual régimen, manifiesta su preocupación por regular la participación de los medios de comunicación en este proceso de integración e identidad nacional. Para analizar la actuación de estos medios en su proceso de difusión cultural es necesario que abordemos, primero, el papel del único organismo del Estado que regula esta actividad en los medios audiovisuales del país: el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA). El 7 de diciembre de 1988, por decreto presidencial publicado en el Diario Oficial de la Federación, nace el CNCA como:

"El Consejo surge de la necesidad de reorganizar la amplia infraestructura para la creación, promoción y difusión de la cultura. Coordinará la acción de los Institutos Mexicano de Radio, Televisión y Cinematografía. Atendemos así un reclamo de la sociedad; a sugerencia también que en la producción y en la operación de los medios audiovisuales de comunicación del Estado prevalezca el criterio de la participación solidaria y la cultura, y que en ellos se refleje la diversidad de ideas e inquietudes que recorre nuestra sociedad.

Vamos a abrir la televisión del Estado al debate y a la crítica sobre los temas de mayor actualidad y relevancia. Vamos a abrir los medios masivos de comunicación a la presencia amplia de intelectuales y artistas." (21)

El CNCA se fundamenta en tres valores esenciales: identidad nacional, irrestricta libertad de creación y acceso creciente de la ciudadanía, mayoritariamente joven, a los bienes y servicios culturales. En el decreto, artículos 1o. (origen) y 2o. (objetivos), se define al Consejo en cuanto a su labor de difusión cultural.

"Artículo 1o. Se crea el CNCA, como órgano administrativo desconcentrado de la SEP que ejercerá las atribuciones que en materia de promoción y difusión de la cultura y las artes corresponden a la citada Secretaría.

Artículo 2o...

IV. Dar congruencia al funcionamiento y asegurar la coordinación de las entidades paraestatales que realicen funciones de promoción y difusión de la cultura y las artes, inclusive a través de medios audiovisuales de comunicación, agrupados o que se agrupen en el subsector cultura de la SEP.

VI. Establecer criterios culturales en la producción cinematográfica, de radio y televisión y en la industria editorial." (22)

Es precisamente por los atributos que especifica la fracción VI, que el CNCA agrupa bajo su dirección la labor difusora de órganos desconcentrados como el

21. Carlos Salinas de Gortari, Versión estenográfica de la instalación del CNCA en el Patio de Honor de Palacio Nacional, 7 de diciembre de 1988.

22. *Diario Oficial de la Federación*, 7 de diciembre de 1988, pág. 12.

Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA), Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), Radio Educación, Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE), Educal S.A. de C.V., Fondo de Cultura Económica (FCE) y Canal 22, entre muchos otros más.

La incorporación de Radio Educación (1988), el IMCINE (1989) y el Canal 22 (1993), son acciones gubernamentales claramente encaminadas al fortalecimiento y modernización de la difusión cultural en los medios audiovisuales de comunicación. En los incisos siguientes procuraremos hacer un breve análisis de cada uno de los medios de comunicación: radio, cine, prensa y televisión, tomando en cuenta su surgimiento y reglamentación oficial contrastadas con su labor cotidiana.

2.1 Radio

En 1908 fueron establecidas dos estaciones radiotelegráficas experimentales en Cabo Haro, Sonora, y Santa Rosalía, Baja California, con ello se inicia la era de la radiodifusión en México.

Durante los años cuarenta se fundan varias cadenas radiofónicas auspiciadas por la *Columbia Broadcasting System* (CBS); *National Broadcasting Corporation* (NBC); *Mutual Broadcasting System* (MBS) y la *British Broadcasting Corporation* (BBC); lo que nos hace pensar que la actividad radiodifusora en nuestro país se inicia como una imitación del modelo estadounidense que se deja arrastrar más por

motivaciones mercantilistas y comerciales que por ser un vehículo cultural y de conocimiento al alcance de la sociedad.

"Cuando un pueblo se enfrenta a la crisis, tiene que volver la cara en busca de su identidad nacional. Pero la identidad no se logra por decreto, sino por la suma de conocimientos y la información que el pueblo recibe gracias a los medios de comunicación masiva y creo yo, que algo de lo más importante, es sin duda alguna, la cultura, como necesidad formativa de su pueblo " (23)

La radio ha logrado penetrar en lo más profundo de la sociedad mexicana, cubriendo todos los estratos, clases y brindando al auditorio entretenimiento, información y, en mucho menor medida, educación, cultura y orientación. La tarea fundamental de esa penetración debe ser la promoción de una cultura donde el propio mexicano sea el centro del esfuerzo y desarrollo de la misma, pues solamente así se pueden dar bases firmes a nuestro desarrollo económico, político y social.

La radio es uno de los medios de comunicación más poderosos y amplios, es tan manuable como el libro y la revista, con la notable ventaja que para disfrutarlo no se necesita "tener la vista fija" como en la lectura o un local apropiado, caso del cine o la televisión.

En México tres sectores hacen radiodifusión: la iniciativa privada, el Gobierno y las instituciones educativas y culturales. Cada una hace radio de modo diferente:

23. Claudio Len. "La cultura como entretenimiento", en *Foro de Consulta Popular sobre Comunicación Social*, Tomo IV, pág. 79.

la primera parece fundamentarse en su capacidad de vender y fomentar el consumo; el sector Gobierno es el gran ausente, pues sólo maneja seis de los 40 canales culturales, siendo uno de ellos Radio Educación que se caracteriza por mantener una vanguardia, pluralidad y participación con su auditorio; su administración reciente la vincula más a la Secretaría de Gobernación; sin embargo, sus contenidos la hacen pertenecer al grupo de radiodifusoras culturales y universitarias, entre las que destaca Radio UNAM y Opus 94.

"Por radio cultural se entiende, en nuestro país, el grupo de estaciones transmisoras que no utilizan la concesión estatal de modo comercial y aquellas que teniendo su catálogo de anunciantes y patrocinadores, ocupan el tiempo de emisión en programas cuyo contenido se refiere a las disciplinas artísticas, particularmente la música.

La radio en toda la República debe transmitir, sobre lineamientos de amplia y verdadera cultura nacional, en el contexto de la mundial, conforme a programas cuya elaboración y metas respondan a los intereses prioritarios de la nación."⁽²⁴⁾

En el aspecto cultural, la radio puede jugar un papel fundamental, pues mediante sus transmisiones se puede difundir toda una gama de actividades culturales que integran nuestra nacionalidad e identidad mexicana, objetivos centrales en los programas y planes del Gobierno, pero vemos que en la práctica diaria no

24. Netzahualcoyotl de la Vega García, Presidente de la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía, Cámara de Diputados, 10. de abril de 1996.

cede así; es evidente que la actividad radiofónica, desde sus inicios, ha sido concesionada a la iniciativa privada.

La situación actual de la radio comercial mexicana muestra todos los vicios, abusos y exageraciones que deben hacernos dudar sobre la eficacia que puede tener en estos momentos críticos para ayudarnos a alcanzar metas comunes, como el fortalecimiento de la independencia económica, política y cultural de la nación, y el logro de una sociedad más igualitaria.

Las estaciones de radio han contribuido, de una manera muy importante, en la formación de una sociedad mexicana eminentemente consumista, que ha perdido una gran parte de sus valores morales y culturales tradicionales y que ha favorecido la etapa de transculturación o aculturación, que actualmente atraviesa nuestro país.

"En la radiodifusión comercial el objetivo es uno solo: promover ventas y ganar dinero. Y todos tienen el mismo objetivo y prácticamente los mismo métodos para lograrlo, de tal manera que lo que hace cada una de las estaciones comerciales de radio individualmente, se va reforzando por lo que hacen las demás en conjunto, lo que explica el porqué del éxito de estas estaciones y su gran influencia en la población en general." (25)

Es evidente la falta de interés de la iniciativa privada por fomentar las pautas comerciales y educativas que corresponden a la realidad específica de cada región. Hace universal la ideología de un grupo económico encauzado a la comercialización,

25. *Idem.*

al consumismo y al fetichismo, creando una mentira sobre la realidad de nuestros valores culturales y educativos.

Aunque las empresas concesionarias han hecho un pequeño intento por generar programas de radio con un contenido cultural, social y político acorde con la problemática del momento, es claro que una buena parte de ellas tienen un sello ideológico que les hace generar un tipo de información parcial y acorde con los intereses de las minorías económicamente más poderosas y esto es una consecuencia obvia, pues los propietarios de esas concesiones también pertenecen a esta élite.

Esto hace que la programación de dichas estaciones estén supeditadas a gustos o inclinaciones de sus propietarios, un ejemplo de ello es la estación "Estereo Mil", que después de 39 años de transmitir música de concierto, en los últimos cinco años y después de un cambio de dirección, comenzaba ya a producir programas de difusión cultural, y fue sacada del aire por un proyecto que ahora es conocido como la "Morena FM", que a poco tiempo de su creación ha recuperado más del 100% de la inversión que se había dado a dicha estación.

"En cuanto a los radiodifusores, lo ideal respecto a su capacitación profesional debe ser el orientarlos hacia un espíritu humanista y menos mercantil; pues evidentemente el interés predominante que los guía, al hacer uso de las concesiones que el Estado les cede, es el beneficio económico, en la mayoría de los casos en detrimento de la cultura y los valores de nuestra nacionalidad." (26)

26. *Idem.*

Partiendo de la base de que por medio de la radio se puede llegar al mayor número posible de habitantes en la República, es necesario contar con un sistema que no sólo contemple informar, sino formar opinión, ampliar criterios y difundir nuestra cultura: éste es uno de los objetivos que el Estado persigue, pero paradójicamente, tanto el Programa de Cultura, como el propio CNCA sólo contemplan y regulan la emisora Radio Educación como órgano radiofónico promotor de la cultura nacional.

A esta emisora, cuyos antecedentes se remontan a la tercera década de este siglo, el 22 de noviembre de 1978 se le otorga el rango de órgano desconcentrado de la SEP para operar las estaciones radiodifusoras XEEP, 1060 KHZ, en la banda de amplitud modulada y XEPPM, 6185 KHS, onda corta, en la banda internacional de 49 metros, de la que la propia SEP es permisionaria.

Desde su creación, Radio Educación ha desempeñado un papel destacado en la difusión educativa y cultural. Entre sus objetivos específicos está la transmisión de programas educativos y de divulgación científica, tecnológica, mensajes de orientación social; programas informativos del acontecer nacional e internacional, y de divulgación cultural que tiendan al mejoramiento del nivel cultural de la población; tiene suscritos convenios de coproducción e intercambio con numerosas entidades públicas y privadas, nacionales y extranjeras. Produce y mantiene en el aire más de 65 series y su vinculación con el CNCA consolida a Radio Educación como instrumento de difusión y estímulo a la creación artística y cultural.

A pesar de que la actividad radiofónica se encuentra reglamentada tanto por la Ley de Radio, Televisión y Cinematografía, y el Reglamento del Instituto Mexicano de la Radio, IMÉR, en donde le confiere, en su artículo 2o. fracción III la misión de integrar la cultura nacional otorgándole un espacio y tiempo obligatorio para tal misión; y en específico, las estrategias que el Plan Nacional de Desarrollo destina, en este caso para Radio Educación, vemos que a un año de ejercicio de dicho Plan, los resultados siguen siendo pocos.

"Radio Educación, en tanto, produjo 3 300 programas culturales y 2 021 de corte periodístico. Al respecto, debe destacarse que el 7.6% del tiempo transmitido es dedicado a programas infantiles." (27)

El análisis de estos resultados oficialmente reportados son pobres en la medida en que uno de sus objetivos principales en este Plan es el de aumentar "significativamente" la programación cultural nacional para captar la atención de un mayor número de auditorio formado principalmente por niños y jóvenes.

La difusión de la cultura es algo indispensable y con lo que vivimos todos los días y por conducto de la radio puede llegar con facilidad a gran parte de las comunidades del país; con una serie de propuestas encaminadas a lograr esta difusión cultural por radio; creemos que ésta se debe de hacer bajo el rubro del entretenimiento; lo que nos ofrece esparcimiento se nos grabará mejor. Un enorme porcentaje de la audiencia está constituido por personas que sólo recibieron instruc-

ción primaria o ninguna, por eso, es de vital importancia hacer radio cultural de acuerdo a la personalidad y condiciones específicas de cada zona del país, para que el tiempo libre de su gente se utilice según corresponda a su contexto, sin dejarse influenciar por los gustos y el nivel intelectual de un grupo determinado, que puede, incluso, ser el propio Estado.

Una emisión que contemple estos rubros puede reforzar las expresiones artísticas, educativas y valores de cada región; y lograr, por otro lado, que los habitantes de esa zona autovalore su propia cultura; además de que sería una fuente inagotable de temas por tratar, que a su vez, proporcionarían la posibilidad de aumentar la cifras en producción de programas radiofónicos.

2.2 Cine

El cine, como medio de comunicación masiva, es un elemento culturizante que permite al hombre conocer su realidad, convirtiéndose en un elemento que constantemente cumple funciones hacia la transformación social. Analizar su papel en estos medios nos muestra cómo puede modificar nuestro comportamiento y carácter; del cine puede decirse que nos ha colonizado con su casi nula producción nacional y desproporcionada proyección del cine extranjero.

El Programa de Cultura plantea como uno de sus objetivos "volver a despertar el interés del público y la crítica para la producción de películas de calidad con el fin

de impulsar la cinematografía como elemento insustituible del patrimonio cultural y artístico de la nación." (28)

La obra cinematográfica es una fuente de información de primera mano, testimonio fundamental de la sociedad en que se produce; es un documento visual que debe preservarse como parte importante de la historia de nuestro país, además de que, por sus características, es único e irrepetible.

Desde que en nuestro país se inició la era de la cinematografía, hace 100 años, pocos han sido los intentos por cuidar nuestro patrimonio filmico; el primer archivo en México se abrió en 1935, la Filmoteca Nacional, que al poco tiempo dejó de funcionar; en los años cincuenta, se fundó la Cinemateca de México; en julio de 1960 se crea la Filmoteca de la UNAM; en 1967 nace la Cineteca Mexicana dependiente del INAH, y en 1974 aparece la Cineteca Nacional, con un gran apoyo oficial, cuyo objetivo es el cuidado, rescate, preservación y difusión de películas, fundamentalmente mexicanas, en la última reforma a la Ley Federal de Cinematografía aprobada el 24 de abril de 1996 en la Cámara de Diputados, en su artículo 6o. establece que productores, distribuidores o comercializadores deberán aportar, al acervo de la Cineteca, copia de sus películas; así como en el segundo artículo transitorio se establece que su dirección y administración pasará de la Secretaría de Gobernación a la de Educación Pública.

28. Programa de Cultura 1995-2000, Op. cit., pág. 66 y 67.

A partir de la creación de la Cineteca Nacional, el Estado apoyó en forma más permanente al cine; en los años ochenta (1983) crea el organismo público Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE), con la finalidad de fomentar particularmente el desarrollo de un cine que tanto en lo formal, como en sus contenidos, tuviera un alto nivel de calidad: "tiene la facultad y el deber de impulsar una producción cinematográfica de alto nivel y expresar nuestra percepción de la realidad y que, en el ámbito cinematográfico, satisfaga las necesidades y requerimientos de cultura y entretenimiento del pueblo mexicano". (29)

En 1989 el IMCINE y sus empresas de producción, distribución, exhibición y publicidad se incorporan al CNCA estableciendo así sus claros objetivos culturales e industriales.

El IMCINE, por decreto, en la presente administración presentó el **Programa Institucional de Cinematografía 1995-2000**; en su parte introductoria destaca enfáticamente que: "la cinematografía es una de las expresiones culturales más importantes de nuestra sociedad, que deberá de cumplir con el papel sociocultural que le corresponde, produciendo, promoviendo y difundiendo adecuadamente nuestro cine. Para ello, sus tareas se realizarán con respeto a la libertad de creación y expresión, fortaleciendo su presencia en el intenso diálogo con la cultura nacional que atraviesa por uno de sus momentos fundamentales de evolución". (30)

29. *Diario Oficial de la Federación*, Decreto presidencial por el que se crea el Instituto Nacional de Cinematografía, 25 de marzo de 1983, pág. 9.

30. *Programa Institucional de Cinematografía 1995-2000*, Disco Óptico, Comité de Biblioteca, Cámara de Diputados.

Es evidente que con esta política cinematográfica se busca que el cine mexicano con calidad alcance un lugar destacado en foros internacionales y propiciar, en nuestro país, la incorporación del público joven que hasta ahora ha permanecido alejado.

Estos programas y organismos plantean un camino definido del cine en la vida social y cultural de nuestro país, pero desde sus inicios la cinematografía se rige por otras tendencias. A partir de la década de los treinta adquiere un gran desarrollo y nos presenta un México rural, la mayoría de las veces lleno de arquetipos y mitificaciones; lo mismo pasa con el cine urbano, en donde constantemente se nos presenta la vida cotidiana, a través de personajes y situaciones pertenecientes a una decadencia social (prostitución, alcoholismo, delincuencia, etc.) El enfoque que el cine da a estos temas, es por lo general, desafortunado, ya que los trata desde un punto de vista mercantilista.

A través de su historia se crean los mitos y fantasías que representan, para el público, sus anhelos y aspiraciones llevadas a niveles de manipulación ideológica, política y social; y tiene, como consecuencia, patrones de conducta que muchas veces resultan ficticios y sin relación con el contexto social del país.

"El cine mexicano ha creado la imagen del prototipo de un hombre con características y actitudes tan especiales y mediocres que se hace difícil de aceptar que es el prototipo real del mexicano actual, del mexicano con el que necesitamos identificarnos." (31)

31. Felipe Cazals. "Identidad cultural: los cineastas, el Estado mexicano y el cine", en *Foro de Consulta Popular sobre Comunicación Social*, Tomo IV, pág. 256.

La mayoría de la producción cinematográfica nacional, y alguna extranjera que se proyectan en la actualidad, dan la impresión de que intentan producir una generación enajenada de su auténtica realidad cultural, con valores individuales, familiares y sociales completamente distorsionados.

"A medida que aumenta su producción, disminuye la calidad del mensaje, pierde sus compromisos con la sociedad mexicana, deteriora la imagen de cada uno de nosotros y de lo que significa ser el hombre o mujer del México actual." (32)

El cine al reflejar en sus realizaciones toda esta complejidad de la sociedad, encarna sus contradicciones y conflictos, sus relaciones de poder, anhelos y perspectivas, realizaciones y fracasos; representa toda esta diversidad mediante enfoques y puntos de vista diversos y con frecuencia equivocados.

"La cinematografía ha demostrado, como medio de comunicación masiva, su capacidad de penetración, manipulación, transformación e integración en el orden social; es necesario, para nuestra sociedad, aprovechar esa potencialidad para que libremente pueda realizarse y verse; sin esta garantía de libertad, no podrán presentarse las condiciones propicias para que el cine mexicano se desarrolle.

El realizador que se aproxima con su obra al acontecer ciudadano, se obliga, a si mismo, a convertirse en divulgador y testigo del mismo, por esto mismo necesita del requisito básico de libertad como elemento sustancial para el desarrollo cultural." (33)

32. *Ibidem*, pág. 257.

33. Diego López, "Cine y cultura nacional", en *Foro de Consulta Popular sobre Política y Legislación Cultural*, Cámara de Diputados, versión estenográfica, 7 de febrero de 1966.

Por otro lado, también tiene que ser valorado como una actividad industrial y dentro de ello, como un componente creativo, estético y de innegable trascendencia cultural; aunque parezca paradójico, es una actividad cultural en cuanto a producto social surgido en un momento y en un contexto determinado, el proceso que lo genera es, a la vez, industrial y económico por lo que requiere de un mayor apoyo por parte del Estado.

Esta dualidad no ha sabido ser manejada por las industrias productoras, lo que ha llevado a la crisis actual del medio.

"En 1995 apenas se produjeron 11 películas de largometraje, cuando hace tres años se realizaban un promedio de 100. La distribución de las cintas mexicanas está destruida y hoy, las cuatro grandes firmas transnacionales norteamericanas le imponen a nuestro cine condiciones leoninas que impiden su sano desenvolvimiento, la cartelera está dominada en un 90% por películas extranjeras, sobre todo de Estados Unidos.

A los nuevos dueños de las distribuidoras no les importa la formación ideológica que se transmite al mexicano a través del cine. Sólo les interesa el dinero, y muchas de las veces lo obtienen imponiéndoles condiciones leoninas a las películas mexicanas." (34)

34. Víctor Ugalde. "Industria cultural cinematográfica", en *Foro de Consulta Popular sobre Política y Legislación Cultural*, Cámara de Diputados, versión estenográfica, 7 de febrero de 1996.

igual que con la radio, la actividad cinematográfica en nuestro país vive dos realidades. Los objetivos de sus programas se resumen en la premisa de brindar apoyo a la producción y difusión de aquellas cintas que reflejen e impulsen nuestra identidad cultural, IMCINE, artículo 2o. fracción IV; pero las cifras dadas a conocer recientemente en el **Informe de Ejecución 1995 del Plan Nacional de Desarrollo**, señalan que IMCINE concluyó la producción de cinco largometrajes (menos de la mitad del año pasado) y 10 cortometrajes que han recibido premios nacionales y extranjeros, entre las que destaca "El callejón de los milagros" y "Dos crímenes", ambas de 1994 y, por tanto, producidas a la administración pasada: así como también da a conocer las cifras de renta de películas, 488 entre 59 instituciones que lo solicitaron distribuidas entre sólo 23 estados de la República.

Por otro lado, resulta más contradictorio que la reforma de 1992 a la **Ley Federal de Cinematografía** busque perjudicar y limitar al cine mexicano, pues contiene disposiciones contrarias al Programa de Cultura, al Programa Institucional de Cinematografía, al IMCINE e incluso, a los artículos 25, 26, 28 y 89 constitucionales.

Esta reforma, en su artículo tercero transitorio establece:

"Tercero. Las salas cinematográficas deberán exhibir películas nacionales en un porcentaje de sus funciones, por pantalla, no menor al siguiente:

I. A partir de la entrada en vigor de esta ley, y hasta el 31 de diciembre de 1993, el 30%;

- II. Del 1o. de enero al 31 de diciembre de 1994, el 25%;
- III. Del 1o. de enero al 31 de diciembre de 1995, el 20%;
- IV. Del 1o. de enero al 31 de diciembre de 1996, el 15%, y
- V. Del 1o. de enero al 31 de diciembre de 1997, el 10%." (35)

Este artículo, fuera de toda equidad, condena a la cinematografía nacional a su desaparición, dejando con ello de manifiesto su entreguismo a la industria norteamericana, pues reduce significativamente el porcentaje de exhibición en pantalla que en 1952 se pedía fuera del 50% en esta misma ley.

El cine, como industria cultural, debe recibir el apoyo para que permanezca vivo como un medio de comunicación y de expresión creativa y de diversión, ya que conlleva la generación de fuentes de empleo o ingresos económicos; al tiempo de que refleja no solamente el mundo, sino el espíritu humano y esto es lo que hace que el espectador vea el cine como diversión, entretenimiento, conocimiento, información y cultura, es decir, se transforma para su público en una ventana abierta a todo lo posible e imposible.

2.3 Prensa

Antes de empezar a analizar la difusión de la cultura en la prensa escrita nacional, es necesario que demos una explicación de por qué incluimos a esta rama

35. *Diario de los Debates*, Cámara de Diputados, 19 de diciembre de 1992, pág. 2706.

radicional de la comunicación, en un trabajo que, como se ha visto, versa sobre los medios audiovisuales de comunicación, que engloban a la radio, cine y televisión y su difusión cultural.

Muchos de los autores que hemos consultado y citado en este análisis coinciden en incluir a la prensa escrita dentro de estos modernos medios electrónicos de comunicación, ya que, además de compartir la problemática de informar a la sociedad, también auxilia y se auxilia de esta tecnología que la ha hecho evolucionar notablemente, tanto en la rapidez con que se nutre e informa, así como en su presentación impresa que la hace cada vez más competitiva.

"La empresa periodística, al igual que el cine, radio y televisión, es una estructura socioeconómica y de producción que tiene como una de sus principales funciones la de recrear, culturizar e informar a la comunidad de aquellos acontecimientos de actualidad e interés, y, por supuesto, como todas estas empresas, tiene el fin de lucrar." (36)

Es innegable que la labor cultural en los periódicos nacionales ha estado presente desde el siglo pasado, sobre todo en cuanto a la difusión de la literatura se refiere, ya que veía en ellos, la manera más segura y eficaz de llegar a un mayor número de lectores y críticos; hoy en día, la actividad cultural está relegada a secciones interiores que muy frecuentemente llegan a confundir la información de

36. Irma Aguilar Fernández. "La prensa como auténtico canal de expresión y difusión", en *Foro de Consulta Popular sobre Comunicación Social*, 1983, Tomo IV, pág. 289.

espectáculos menores con actividades tan importantes en la rama cultural como reseñas, crónicas o críticas de acontecimientos de mayor trascendencia.

La difusión cultural en prensa escrita ha sido tan olvidada que ninguno solo de los planes, programas u organismos que hemos citado, mencionan a la prensa nacional como parte integral de este enorme complejo de comunicación e información cultural.

El Informe de Ejecución 1995 del Plan Nacional de Desarrollo, en el capítulo de "Desarrollo social", en uno de sus puntos que dedica a la cultura, en el inciso de "Fomento del libro y de la lectura" toma como única referencia de publicación periódica de índole cultura a "las revistas *Arqueología Mexicana*, con 240 mil volúmenes producidos en el año, y *México en el tiempo*, de la que se realizó un tiraje de 100 mil ejemplares." (37)

Con esta referencia podemos darnos cuenta de la escasa, por no decir nula, importancia que el Gobierno otorga a la difusión cultural en medios impresos de carácter periódico, por otro lado, no tiene por que vincularse esta actividad, con la difusión y fomento a la lectura y al libro, ya que la labor editorial, encabezada, institucionalmente, por el Fondo de Cultura Económica, FCE, es distinta a este medio de comunicación impresa, pues éste tiene honda penetración en la sociedad mexicana, sea cual fuere su situación económica, el hecho de saber leer y escribir sería el único requisito para tener contacto con la prensa.

Aunado a que el Gobierno no ha dado importancia al desarrollo de la difusión cultural impresa, como en los otros medios audiovisuales, la situación en la prensa es igualmente desalentadora, ya que a pesar de la tradición cultural que traía del periodismo mexicano del siglo pasado, los actuales diarios de distribución nacional se han olvidado de su función de orientadores en torno a la cultura y sociedad.

La prensa actual centra su actividad en la información y propaganda comercial y sólo se ocupa ocasionalmente de asuntos culturales relacionados con el desarrollo del país.

Respecto a la prensa de índole cultural, en los últimos años se han hecho esfuerzos significativos por promoverla, tal es el caso de los suplementos semanales de periódicos como *El Universal* y *La Jornada*, entre otros, y de revistas como *Tierra Adentro* que en buena medida tratan de hacer una labor de difusión más profunda que la realizada cotidianamente y que no logra vincular la comunicación, información, expresión y promoción social íntimamente relacionados con la cultura nacional.

Otra causa por la que se ha relegado al periodismo cultural, es que dentro de las instituciones educativas no se fomenta y apoya la inquietud de sus estudiantes por crear un medio de comunicación propio. algunas veces se llega a tener folletos informativos, revistas, carteles que generalmente son realizados por los departamentos de difusión cultural, que limita sus contenidos y distribución, ya que no cuentan con un presupuesto para pagar un espacio en un periódico nacional o local a fin de dar a conocer las diferentes actividades de esos sectores educativos.

"No se puede decir que la prensa informa, culturiza y recrea, porque todo se ve desde diferentes puntos de vista. Lo que sí podemos comprobar y que a todas luces es irrefutable, es que el periodismo escrito no ofrece a la gran mayoría del pueblo, las herramientas que son indispensables en la adquisición de valores culturales, sentimientos de recreación positiva y concientización de la información, para así poder discernir o por lo menos opinar y colaborar en la solución de problemas que afecten y a la vez hagan madurar al lector." (38)

2.4 Televisión

La apertura de nuestro país en el área de telecomunicaciones ha hecho que en la actualidad contemos con la banda VHF (Video High Frequency) que puede ser captada libremente por antenas y aparatos convencionales, en la cual encontramos los canales 2, 4, 5, 7, 9 y 13; mientras que en la banda UHF (Ultra High Frequency) que se transmite vía satélite y con registro de suscriptores se encuentran los canales 22 y 40.

La televisión, junto con la radio, son los medios audiovisuales de comunicación con mayor penetración en las actividades diarias de nuestra población, a pesar de ello, ambos no han sido aprovechados adecuadamente para satisfacer algunas necesidades sociales de la población, como son elevar su nivel cultural y derecho a estar mejor informados.

38. Irma Aguilar Fernández. *Op. cit.*, pág. 290.

La función de la televisión, desde que se inició en nuestro país, se ha caracterizado y concentrado en la difusión de mensajes consumistas, de noticias con escaso contenido informativo y programas extranjeros que tienden a distorsionar nuestra idiosincrasia e identidad nacional, conceptos que se tratan de fomentar en los objetivos de los programas gubernamentales, así como leyes y reglamentos relacionados con esta actividad televisiva nacional.

Como lo hemos visto en el transcurso de este análisis, el Estado tiene la obligación jurídica, política y moral de hacer cumplir y satisfacer los intereses de la sociedad en materia de comunicaciones; ha ofrecido concesiones, y en cuanto a la televisión, ha creado un sistema mixto, en el que prevalece la propiedad privada-comercial concesionada: Televisa S.A. de C.V. y Televisión Azteca S.A. de C.V. y dos canales privados con participación del Estado, 22 y 11, ambos de carácter cultural.

Los orígenes del monopolio de Televisa se remontan a la década de los cincuenta cuando, en 1950, surge la estación XHTV Canal 4, de Rómulo O'Farril, que fue inaugurada con la transmisión del IV Informe de Gobierno de Miguel Alemán. El 1o. de mayo de 1952 surgió el Canal 2, de Emilio Azcárraga; dos años después, el 20 de marzo de 1954 nace el Canal 5, propiedad de Guillermo González Camarena. En 1955 se fusionaron los capitales de esos tres empresarios para crear la empresa Telesistema Mexicano, quedando Azcárraga con el 45% de las acciones, O'Farril con el 35% y González Camarena con un 20% que después fue absorbido por Azcárraga para controlar el 65%; esa fusión empresarial marcó el nacimiento del monopolio.

La primera estación cultural, Canal 11, entró al aire el 15 de diciembre de 1958, pero no representó mella alguna. Hasta la década de los sesenta surgieron los otros dos canales comerciales, el 13, que inició actividades el 12 de octubre de 1968 bajo la propiedad de Francisco Aguirre, del Grupo Radio Centro, y el Canal 8 que nació el 25 de enero de 1969 y pertenecía al Grupo Monterrey.

En 1973, el Gobierno mexicano adquirió el Canal 13, y veinte años después el propio Estado trata de crear canales culturales para contrarrestar la influencia de Televisa, como Televisión Rural de México e Imevisión, pero este intento termina en 1993, cuando pone a la venta Imevisión y nace Televisión Azteca con sus canales 13 y 7, más la concesión de 178 canales, lo que representa una fuerte competencia para Televisa, ya que esta nueva cadena televisiva cuenta en la actualidad con aproximadamente el 30% de los canales en el país.

De la venta del Grupo Imevisión, además de dar paso a la creación del Grupo de Televisión Azteca, surge también otro espacio con carácter netamente cultural, el Canal 22 que es manejado por una junta directiva integrada por intelectuales mexicanos subsidiados por el propio Gobierno mexicano.

Por parte del Estado, en 1958 concedió al Instituto Politécnico Nacional, IPN, el Canal 11.

En esta parte del análisis, referente a la televisión, no pretendemos ahondar más en el tema de difusión y legislación de este medio en cuanto a la disolución cultural

que tanto la televisión estatal como la comercial realizan en nuestro país; esto será materia de análisis en el siguiente capítulo que está enfocado exclusivamente a la televisión cultural, sus antecedentes y desarrollo en este complejo sistema que son los medios audiovisuales de comunicación y su vinculación con la difusión de la cultura nacional; en el cual, se tomarán como ejemplos actuales los canales 22 y 11 que se erigen como los únicos de carácter netamente cultural y el Canal 9 de Televisa que hace diez años hizo un intento por transformarlo en el ambicioso proyecto cultural por parte de este monopolio.

CAPITULO III

3. LA CULTURA TAMBIEN SE VE... PERO NO VENDE

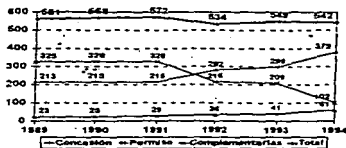
Como se anotó en el capítulo anterior, la televisión en México se compone básicamente de dos tipos de concesiones, la primera es aquella que el Estado otorga íntegramente a particulares cuyo mayor interés es explotarla comercialmente y crear monopolios en el área televisiva, tal es el ejemplo del Grupo Televisa S.A. de C.V. que por espacio de más de 20 años ha encabezado este mercado, y más recientemente la Cadena Televisión Azteca, S.A. de C.V., que compite con la anterior en la misma área y a nivel nacional.

Por otra parte, existen las concesiones que el Gobierno a dado a grupos e instituciones educativas para utilizarlas como instrumentos de difusión cultural, tal es el caso de los canales 11 y 22. Estos, a diferencia de los grupos anteriores, de alguna manera son apoyados técnica y económicamente por el Estado, además de que su cobertura se restringe a una área determinada del territorio nacional, situación que pone a la difusión cultural nacional en seria desventaja con respecto a los programas comerciales de estas cadenas televisivas.

La Ley Federal de Radio y Televisión estipula claramente en su artículo 4o., que "La radio y televisión constituyen una actividad de interés público, por tanto el

Estado deberá protegerla y vigilarla para el debido cumplimiento de su función social⁽³⁹⁾ y en el artículo 13 señala los tipos y condiciones de concesiones que el Gobierno puede otorgar por medio de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Esta Secretaría reporta oficialmente (Cuadro No 1) que en el caso de la televisión, en 1994 se encontraba en operación 542 estaciones, entre concesionadas, permisionadas y complementarias

Cuadro No. 1
TELEVISION
(estaciones)



* Fuente: SCT, Dirección General de Sistemas de Difusión.

El sector privado ofrece datos más recientes que difieren con los oficiales: el Grupo Telesistema, empresa que administra y opera técnicamente a diferentes empresas concesionarias de televisión, entre ellas el Grupo Televisa, reporta que controla 261 estaciones distribuidas en todo el territorio nacional, más 39 estaciones afiliadas de un total de 603 estaciones existentes en el país de los cuales, Telesistema posee el 43.3% del total nacional

39. Ley Federal de Radio y Televisión, Disco Óptico, Comité de Biblioteca Cámara de Diputados.

Cuadro No 2

Grupo Telesistema	261	43.3 %
Estaciones Afiliadas	39	6.5 %
Televisión Azteca	178	29.5 %
Gobierno	91	15.1 %
Otras	34	5.6 %

* Fuente: Grupo Telesistema, Televisa, S.A. de C.V. (Internet)

Aun y con las diferencias numéricas de ambos cuadros, podemos darnos cuenta que el Estado se ha preocupado más por otorgar concesiones al sector privado-comercial representado principalmente por Televisa, seguida de Televisión Azteca. Y poco ha apoyado e incrementado estaciones propias o de índole educativo y cultural como lo marca el artículo 13 de la Ley Federal de Radio y Televisión que a la vez se sustenta en su artículo 5o que le da la función social de unificadora

Este contraste evidencia una contradicción entre la legislación en la materia y la realidad de nuestro sistema televisivo nacional, contradicción que ha dado origen al monopolio por parte de grupos privados en torno a la televisión, empresas que preocupan más por la comercialización del medio y transnacionalización de nuestra ideología en vez de utilizarla como un medio de difusión y unión nacional yendo en contra, incluso, de los programas de Gobierno analizados en el primer capítulo, así como contra la Ley Federal de Radio y Televisión en su capítulo de "Concesiones y Permisos", texto en el que tácitamente no se permite la formación de monopolios.

Partiendo de los siguientes datos que proporciona el Grupo Telesistema en cuanto a repetidoras, televisiones locales y coberturas, podemos darnos una idea de los alcances y ventajas de la televisión privada en relación a la Estatal que posee un porcentaje notablemente inferior

De las 300 estaciones que controla el Grupo Telesistema, 249 son repetidoras y 51 televisoras con programación local, las repetidoras en conjunto conforman las dos principales cadenas del país, una cadena seminacional, una regional en la frontera norte y una televisoras para cubrir el área metropolitana de la ciudad de México.

Cuadro No 3

Cadenas	Repetidoras
El Canal de las Estrellas	147
XHGC Canal 5	80
XEQ Canal 9	19
XETV Canal 4	1
Cadena FOX	2
Total	249

* Fuente: Grupo Telesistema, Televisa S.A. de C.V. (Internet)

Además de estas repetidoras el grupo cuenta con 51 televisoras locales, de las cuales 17 son propias, 24 afiliadas y 10 estaciones complementarias que amplían la cobertura de alguna de ellas

Cuadro No 4

Tipo	Televisoras	Compl.	Total
Televisoras Locales Propias	17	5	22
Televisoras Locales Afiliadas	24	5	29
Total	41	10	51

* Fuente: Grupo Telesistema, Televisa S.A. de C.V. (Internet)

En cuanto a la cobertura de las estaciones, repétidoras alcanzan las siguientes cifras:

Cuadro No 5

Cadenas	TvHogares	%
El Canal de las Estrellas	15,678,078	97.2
XHGC Canal 5	14,764,068	91.5
XEQ Canal 9	10,017,675	62.1
XETV Canal 4	4,067,955	25.2
Cadena FOX	199,128	1.23

(%) Porcentaje con respecto al total nacional.

* Fuente: Grupo Telesistema, Televisa S.A. de C.V. (Internet)

En su conjunto, estas cifras nos dan una idea de la política concesionaria que se ha ejercido en nuestro país política que beneficia significativamente a la televisión privada de carácter comercial que ha conformado el monopolio del medio sobre otro tipo de televisoras, como la misma Estatal y educativa que en suma representan apenas un 20% del total nacional porcentaje que ponen en duda los lineamientos básicos de la Ley Federal de Radio y Televisión y al propio Programa de Cultura

1995-2000 en su plan sustantivo referente a los medios audiovisuales, en donde se propone dar mayor atención a la apertura de nuevos canales de comunicación para que mayor número de mexicanos disfruten y aprecien el arte y cultura nacional.

En cuanto al impacto general de la televisión mexicana en nuestro desarrollo, en 1992, cuando se discutía en la Cámara de Diputados una reforma al artículo 3o. constitucional, el legislador Alejandro Encinas Rodríguez hizo hincapié en la influencia de este medio en la educación formal y desarrollo, particularmente de los infantes. El expresa que "El Consejo Nacional de Población y la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, reportan que los niños destinan de cuatro a seis horas diarias a ver televisión; esto representa aproximadamente 30 horas a la semana, 120 al mes y más de 1440 al año. En tanto si lo comparamos con los tiempos de hora-clase a las que acuden los niños con asistencia regular, en el mejor de los casos reportan 900 horas al año, es decir, cerca del 50% más de las horas que las que destinan a las clases los niños, la pasan frente a un aparato de televisión"⁽⁴⁰⁾

El total de datos hasta aquí proporcionados en cuanto a número de televisoras, cobertura, repetidoras e impacto, principalmente de la televisión comercial, nos da una primera impresión de la importancia de este medio en relación a los demás que forman el sistema de comunicación audiovisual masiva de nuestro país.

40. *Diario de los Debates*, Cámara de Diputados, 16 de diciembre de 1992, pág. 2382.

3.1 Televisa y Televisión Azteca

Como se explicó en el capítulo anterior y al inicio de éste, la televisión mexicana se encuentra en manos de grupos como Televisa S.A. de C.V. y Televisión Azteca S.A. de C.V., ambas luchan en sus propios terrenos: telenovelas, programas cómicos, noticieros, etcétera. Los canales a los que todos tenemos acceso se encuentran programados por estos dos grupos privados de carácter comercial.

Ambos grupos los tomamos como ejemplos reales de la televisión que se produce y trasmite en nuestro país, y por tanto, son sujetos de las disposiciones que en materia de televisión y difusión cultural proponen los programas implementados por el Gobierno de los cuales hicimos referencia en capítulos anteriores, así como de la **Ley Federal de Radio y Televisión**, que, aunque no fue expuesta en este trabajo, sí hemos tomado de ella algunos artículos cuya esencia encontramos en los objetivos y lineamientos de acción del **Programa de Cultura 1995-2000** en materia de difusión cultural y medios audiovisuales de comunicación.

En este sentido, el Programa propone específicamente dos puntos en relación a la televisión privada e información cultural.

"Es necesario multiplicar esfuerzos para que los medios de comunicación visual, tanto públicos como privados, promuevan con mayor intensidad y más eficazmente las manifestaciones educativas y culturales, así como los valores sociales de convivencia democrática, tolerancia y respeto a la diferencia; y

Concertar con los medios de comunicación privados para que las expresiones educativas y culturales tengan en ellos mayor presencia." (41)

Por su parte, la **Ley Federal de Radio y Televisión** fortalece estos conceptos en su artículo 5o, el cual, además de otorgarle a la televisión un papel de integrador nacional y convivencia social, en su fracción II es claro al marcar que debe "contribuir a elevar el nivel cultural de pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana." (42). Conceptos que son retomados y ampliados en los artículos 6o., 11, 59, 59-bis, 63, 73 y 91 de la misma ley.

Ahora bien, veamos en forma gráfica un muestreo mínimo de lo que son los principales canales comerciales y programas de la televisión en el Distrito Federal y su orientación sobre los tópicos que mencionan, tanto el **Programa de Cultura** como le ley anteriormente señalada.

Para obtener las gráficas por canal, tanto del grupo Televisa como de Televisión Azteca, hicimos primero la división entre programas hechos por las propias empresas o particulares, a los cuales denominamos "programas nacionales"; de aquéllos realizados en otros países, regularmente de Estados Unidos, denominamos "programas extranjeros". Esta distinción únicamente toma en cuenta el origen de cada transmisión, más no su temática, así, en estos rubros se agrupan desde películas, programas de entretenimiento, noticieros hasta telenovelas y dibujos animados.

41. *Programa de Cultura 1995-2000, Op.cit., pág. 67.*

42. *Ley Federal de Radio y Televisión, Disco Óptico, Comite de Biblioteca, Cámara de Diputados.*

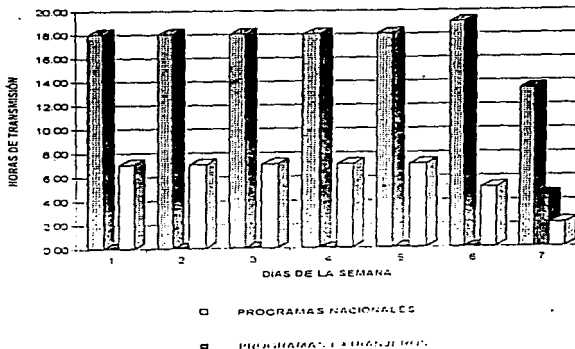
Hay una tercera clasificación que corresponde a la denominada "programación cultural", para obtenerla tomamos en cuenta únicamente, de los programas nacionales, aquéllos de temática informativa, como los noticieros en sus diferentes versiones, programas de RTC (Radio, Televisión y Cinematografía), Partidos Políticos y la barra educativa de Telesecundaria, en caso del Canal 9 de Televisa y "Prisma Universitario" del Canal 13 de Televisión Azteca

Para la semana del lunes 1o. al domingo 7 de julio de 1996 se obtuvieron las siguientes gráficas:

TELEvisa

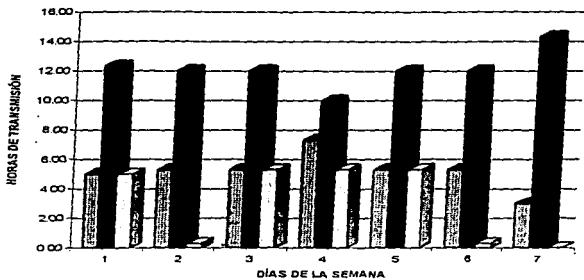
PROGRAMACION DIARIA DEL LUNES 1o AL DOMINGO 7 DE JULIO DE 1996.

CANAL 2 XEW TV



PROGRAMACION DIARIA DEL LUNES 1o. AL DOMINGO 7 DE JULIO DE 1996.

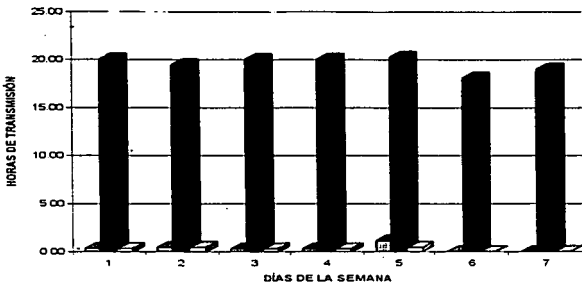
CANAL 4 XHTV



- PROGRAMAS NACIONALES
- PROGRAMAS EXTRANJEROS
- ▨ PROGRAMAS CULTURALES

PROGRAMACION DIARIA DEL LUNES 1o AL DOMINGO 7 DE JULIO DE 1996.

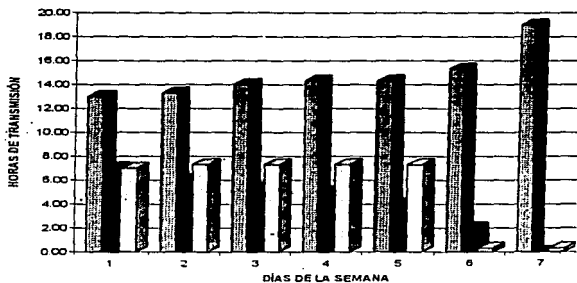
CANAL 5 XHGC



- PROGRAMAS NACIONALES
- PROGRAMAS EXTRANJEROS
- PROGRAMAS CULTURALES

PROGRAMACION DIARIA DE LUNES 11 AL DOMINGO 7 DE JULIO DE 1996,

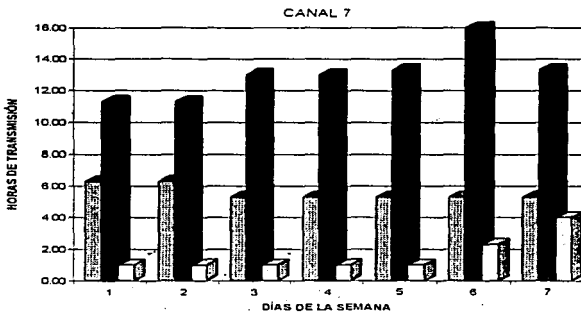
CANAL 9 XEQ TV



- PROGRAMAS NACIONALES
- PROGRAMAS EXTRANJEROS
- ▨ PROGRAMAS CULTURALES

TELEVISION AZTECA

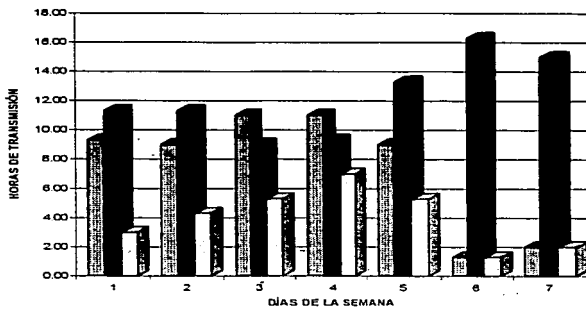
PROGRAMACION DIARIA DEL LUNES 1o AL DOMINGO 7 DE JULIO DE 1996.



- PROGRAMAS NACIONALES
- PROGRAMAS EXTRANJEROS
- ▨ PROGRAMAS CULTURALES

PROGRAMACION DIARIA DEL LUNES 10 AL DOMINGO 7 DE JULIO DE 1996.

CANAL 13



- ▨ PROGRAMAS NACIONALES
- PROGRAMAS EXTRANJEROS
- PROGRAMAS CULTURALES

En algunos casos, como son los canales 4 y 5 de Televisa, el porcentaje de programas nacionales y culturales son los mismos, esto corresponde a que son las únicas transmisiones nacionales que ofrece el canal, siendo generalmente los espacios destinados a Partidos Políticos, RTC o cápsulas informativas.

Sabemos que el criterio para integrar el rubro de "programas culturales" en estos grupos televisivos no corresponden a los criterios que de difusión cultural manejan el Programa de Cultura y la Ley Federal de Radio y Televisión que buscan una identidad, unidad nacional y apoyo a la difusión cultural nacional. Transmisiones orientadas a fomentar estos ideales interpretados por las legislaciones y normas, están completamente ausentes de estas cadenas de televisión a nivel nacional; en su mayoría la programación se conforma con telenovelas nacionales o series extranjeras de entretenimiento, concursos, dibujos animados, películas y reportajes sensacionalistas sin ninguna trascendencias informativa para el espectador.

"Un medio de comunicación tan importante como lo es la televisión, no debe ser utilizado para satisfacer los intereses de una clase específica, sino que debe enfocarse a fortalecer los niveles de conocimiento, información y recreación de los usuarios, mediante una programación adecuada que responda y consolide los programas nacionales. Los dirigentes de televisión en México han sido capaces de mediatizar al pueblo a través de su programa comercial, pero no han aportado nada significativo en términos globales, en beneficio de la cultura." (43)

43. René Avilés Fabila, "Televisión y cultura", en *Foro Popular sobre Comunicación Social*, Tomo IV, pág. 137.

Este muestrario de gráficas nos da una visión global de los programas que conforman todo un contexto ambiental que es parte sustancial de la educación "extraescolar", muchas veces, ésta llega a ser más importante que la misma educación programada: ambas "educaciones" se confrontan cotidianamente, pues estas transmisiones de los grupos televisivos más importantes del país, están orientadas, contrario a las legislaciones de las que hemos hecho referencia, a impulsar un comercialismo y consumismo de la población; además de que la televisión es una ventana que nos muestra, erróneamente, otros modelos de vida, situaciones sociales y conductas ajenas a nuestro entorno y formación social- educativa.

"La televisión comercial, no vela por la comunidad, porque vela por sus intereses particulares o de grupo; no difunde cultura; porque las series extranjeras tienen un lugar prominente dentro de la programación; y no cuidan a la niñez* porque los programas infantiles que proyectan no ayudan, en nada, al correcto desenvolvimiento de los menores." (44)

Con todos estos datos, podemos concluir que hasta ahora, como espectadores de la televisión mexicana, somos sujetos a ser transformados en un público acritico y pasivo ante la generalidad de los programas que nos ofrece la pantalla; es evidente, por otro lado, que su función se ha reducido a un simple medio de entretenimiento que ha dejado al descubierto, en nuestra sociedad actual y en el área de la difusión

* La niñez es parte importante en el Programa de Cultura, el cual dedica un plan sustantivo específico para ese sector de la población, además de que la Ley Federal de Radio y Televisión, en su artículo 10, fracción II, señala que la televisión debe coadyuvar a su proceso formativo.

44. *Ibidem*, pág. 148

cultural nacional, la poca responsabilidad que se tiene hacia el espectador al no ofrecernos una televisión recreativa que nos motive a reaccionar sobre nuestra forma de vivir y de pensar.

Por otra parte, es justificable que la producción televisiva no se haya realizado a fondo en esta área de la difusión con un sentido más crítico, porque eso implicaría, de alguna manera, analizar la evidente manipulación cultural de la que somos sujetos por parte de cada uno de los grupos que dirigen y monopolizan la actividad televisiva en nuestro país, incluyendo al Estado mismo

"Al hablar de lo que es, y cómo se ha difundido la cultura en la televisión a lo largo de más de 40. años de actividad, nos damos cuenta que es un concepto manejado arbitrariamente y un patrimonio casi exclusivo de quienes hacen uso de este medio. El carácter comercial que desde su nacimiento adquirió la televisión mexicana, ha limitado enormemente las posibilidades de conocer los verdaderos alcances que el medio tiene como instrumento para la difusión y la identidad cultural, así como para el desarrollo social en general."⁽⁴⁵⁾

A pesar de que se sabe que la televisión es uno de los medios de comunicación con mayor presencia y penetración en el desarrollo del individuo en su sociedad, y de que no se ha utilizado adecuadamente como difusor cultural entre nuestras comunidades, tanto la televisión comercial, Televisa y Televisión Azteca, como los

45. Jose María Pérez Gay, Director General de Canal 22 entrevista realizada el 7 de enero de 1998.

nales apoyados por el Estado, Canal 22 y 11, han intentado establecer, de acuerdo a sus criterios, intereses económicos e ideológicos, una opción para difundir su concepto de cultura por medio de la televisión que cada uno realiza.

En diferentes momentos de su historia, las redes televisivas han intentado contar con un canal dedicado a la difusión cultural, así, en la década de los cincuenta, nace el Canal 11 como el primer intento serio para lograr estos objetivos, en la década de los ochenta, y por muy breve espacio, Televisa transforma su Canal 8 en cultural y más recientemente, el Canal 22 que nace de la propuesta de un grupo de intelectuales apoyados por el Estado y del cual creemos, es el más representativo que de este concepto tiene el Gobierno.

3.2 Canal 11 XE IPN

A pesar de que la actividad televisiva en nuestro país nace y se desarrolla con un sentido marcadamente comercial y de entretenimiento no recreativo dirigido al público, el Gobierno se ha preocupado por dar un espacio a la difusión cultural; desde hace más de 30 años, Canal 11 XE IPN desarrolla esta actividad que le atribuye una tradición en la extensión educativa y cultura; aunque desde sus inicio este canal no ha gozado de gran aceptación por parte del espectador metropolitano, hoy se puede definir su perfil como el de un canal cultural que integra una variada programación que incluye la difusión de la ciencia, tecnología, información social, política y expresiones artísticas nacionales e internacionales.

"Pese a sus deficiencias y limitaciones pecuniarias (y a veces también imaginativas), a mí me parece notable su labor durante más de 30 años... Desgraciadamente, la escasez de recursos financieros han hecho casi imposible continuar con una producción que, en algunos casos, constituye un verdadero oasis de arte, en el desierto intelectual y estético del medio televisivo." (46)

Pese a estas deficiencias por las que atraviesa el Canal 11, el Programa de Cultura indica, como uno de sus puntos fundamentales, fortalecer su equipo tecnológico que incrementa notablemente su presencia en el territorio nacional con una programación variada, objetivo que ha empezado a cumplirse al lograr transmitir su señal a una repetidora en Estado de Morelos. "Con un total de 6 mil 597 horas, con programas informativos, culturales, de servicio social y entretenimiento." (47)

El Canal 11, en muchos aspectos, ha sido pionero en la difusión cultural; haciendo un muestreo de su programación diaria, nos podemos dar cuenta que sus transmisiones buscan cumplir lo más posible con los objetivos planteados por los planes y leyes del Gobierno, ya que, aunque el porcentaje de series culturales nacionales, tanto en número como en horas, es significativamente inferior a la producción internacional (ver gráfica), cuenta con espacios dedicados a la información cultural nacional, un ejemplo es su noticiero "Hoy en la Cultura" que está íntegramente dedicado a proporcionar datos sobre actividades culturales en el Distrito Federal y algunos estados de la República, así como series referentes al

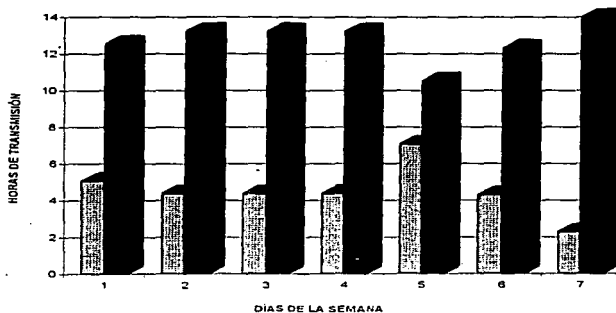
46. Guillermo Michel. *Para leer los medios*, pág. 131.

47. *Informe de Ejecución del Plan Nacional de Desarrollo*, pag. 544.

conocimiento del patrimonio histórico nacional y programas de debates y servicio social como "Café express" que diariamente se presenta como una importante barra matutina de información.

PROGRAMACION DIARIA DEL LUNES 10 AL DOMINGO 7 DE JULIO DE 1996.

CANAL 11



▨ PROGRAMAS CULTURALES NACIONALES

■ PROGRAMAS CULTURALES EXTRANJEROS

Su presencia es importantes en este sentido, porque cumple parcialmente con los objetivos planteados por el Gobierno en materia de difusión cultural, si bien, su producción nacional es baja en comparación con la extranjera que conforma el mayor tiempo de transmisión diaria, es reflejo de este esfuerzo por mantener informado a su público, además de proporcionar series internacionales de calidad que puedan contribuir a nuestro desarrollo intelectual, pero creemos que su labor es incompleta ya que nos damos cuenta que en sus transmisiones, mantiene en general una buena calidad de información y conocimientos de aspectos culturales, extranjeros y nacionales, pero aún es poco el impulso que se le da a éste último que no siempre está orientado a exaltar conceptos como el de unión social, identidad, democracia, federalismo que el sector Gobierno considera importantes para lograr un desarrollo pleno del conocimiento de nuestra cultura. su relación con los fenómenos culturales internacionales o como integrante de ésta misma.

3.3 Canal 9 XEQ

Siguiendo con la cronología en la aparición de canales televisivos dedicados a la difusión cultural, el segundo intento importante de contar con un canal de estas características, fue dado por el Grupo Televisa, cuando el 25 de marzo de 1983 hace público su nuevo proyecto de transformar su antiguo Canal 8 en un espacio dedicado a la difusión cultural y sin ninguna transmisión publicitaria, bajo el lema de "La alegría de la cultura".

"Todo un canal de Televisa, en estos días, dedica su tiempo, de las ocho de la mañana a las dos de la mañana del día siguiente, a la difusión de la información llamada cultural, pero que no debe circunscribirse al conocimiento de las bellas artes o a las exquisitas manifestaciones de la sensibilidad... marca un ejemplo sin precedente en el mundo de la televisión llamada comercial: un esfuerzo por contribuir a la formal educación de nuestro pueblo, pretendiendo provocar en los ciudadanos, y la mayor parte de ciudadanos es joven, un interés por el conocimiento, por el disfrute del arte, por el misterio de la ciencia..."⁽⁴⁸⁾

Efraín Pérez Espino, en su libro *Los motivos de Televisa*, hace un análisis de cuáles fueron las causas principales que motivaron el cambio en los objetivos centrales, estructura y programación del antiguo Canal 8, hoy XEQ Canal 9.

Enumera cuatro elementos causales:

1. La pugna interna existente entre Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México. TIM (XHTM Canal 8), integrantes del consorcio Televisa S.A., que nace el 28 de noviembre de 1972.

"El consejo de administración de Televisa se integra, de hecho, con dos contendientes... Telesistema con el 75% de acciones y el otro (TIM) con apenas un 25%, lo que dio pie a un feroz revanchismo..."⁽⁴⁹⁾

48. Fernando Alcalá Pérez, "Información: Base y Contenido de la Democracia", en *Foro de Consulta Popular Sobre Comunicación Social*, 1983, Torno IV, pág. 128.

49. Efraín Pérez Espino, *Los motivos de Televisa*, pag. 51

2. El factor económico resultante de la severa crisis de 1982 que trajo como consecuencia la devaluación de nuestra moneda y la contracción del mercado publicitario que produjo la quiebra del grupo "Alfa" accionista principal de TIM.

"La devaluación repercutió en la industria televisiva local, cuyos equipos, refacciones y series extranjeras cuadruplicaron su valor... los programas extranjeros se valúan en dólares... en México, el costo promedio en 1982 era de 1200 a 1300 dólares." (50)

3. La política económica del entonces presidente, José López Portillo, de nacionalizar industrias y empresas privadas, como la banca en 1983, originó una desconfianza generalizada entre el sector empresarial.

"A raíz de la nacionalización de la banca privada... se levantó el clamor que pedía la expropiación o nacionalización de los canales que maneja Televisa... lo que originó una gran crisis de confianza entre el sector empresarial." (51)

Este tercer elemento pudo haber hecho pensar a los dirigentes de Televisa que el Estado tendría la intención en un futuro de intervenir en alguno de sus canales de televisión, por lo que resultaba un momento adecuado para que se diera la transformación de este canal que sería vista como una cesión del consorcio al hacer, de una estación comercial con venta de tiempo, a una cultural fuera del circuito comercial-publicitario.

50. *Ibidem*, pág. 55.

51. *Ibidem*, pág. 59.

4. Por último, el factor que se considera como determinante en la transformación del canal es un factor ideológico ya que Televisa pretendía imponer una cultura de clase que buscaba desplazar la política cultural que los gobiernos presidenciales pretendían promover entre los sectores populares.

Lo que Televisa entiende y difunde por cultura es un concepto que creemos discutible, si bien, en la actualidad ha incluido esporádicos programas con intelectuales mexicanos, o escasos filmes de calidad a horas avanzadas de la noche, el grueso de sus transmisiones están llenas de programas extranjeros enajenantes y fuera de la realidad social mexicana.

El caso del Canal 8, posteriormente Canal 9, no escapó a esta política de la empresa, si bien, difundía programas culturales, la mayoría de origen extranjero, éstos no contribuían a la formal educación del pueblo como lo menciona en su cita el señor Fernando Alcalá Pérez

"Televisa establece dentro de su política, la existencia de una cultura superior, que es aquella formada por los conocimientos universales occidentales y/o anglosajones, que da al individuo un perfeccionamiento moral e intelectual, por otro lado, todas aquellas expresiones que no entran en esta cultura culta las instituye como meras subculturas, tradiciones o folklore... también ha permitido otorgar a la cultura superior un pretendido objetivo educativo, mientras que la cultura popular le asigna la función de diversión y entretenimiento." (52)

52. *Ibidem*, pag. 46.

Tomando como referencia la cita anterior y las observaciones hechas al inicio de este capítulo, podremos darnos cuenta que aún y como su canal cultural, el Grupo Televisa no cumplía con, en este caso, la **Ley Federal de Radio y Televisión**, ya que le daba a la programación cultural nacional un sentido meramente de subcultura y mayor peso e importancia a la producción extranjera, yendo contra lo establecido en el artículo 73 de la Ley, en donde pide estimular valores, arte y culturas locales; o el artículo 5o., fracción IV en el que exhorta al fortalecimiento de la unidad nacional.

Creemos que ésta es la diferencia más notable con el Canal 11, y como se verá más adelante, con el Canal 22, ya que éstos, aunque poseen una producción nacional bastante limitada, tratan de darles un sentido más arraigado a nuestra nacionalidad en comparación a la programación del entonces Canal 9, en donde esta idea, a juicio de Efraín Pérez Espino, estaba completamente ausente.

"La creación de un canal cultural, no solo resultó un respiro para Televisa, también le redituó una plusvalía ideológica que cobra cotidianamente, tanto al asimilar y neutralizar un mensaje diferente al suyo, como al sostener y promover en la sociedad mexicana las formas culturales y expresiones artísticas que recrean su ideología de clase y proyecto cultural de la burguesía financiera a la que pertenece."(53)

Aunado a este manejo ideológico que Efraín Pérez Espino menciona, también señala, al hacer un análisis de algunos de los pocos programas nacionales producidos por la propia empresa, que estaban estructurados a manera de cápsulas

53. *Ibidem*, pág. 61.

informativas, que eran difíciles de retener, pues por ser mensajes difundidos sobre costumbres de culturas extranjeras, principalmente estadounidense, el público mexicano difícilmente las ubicaba y relacionaba con su experiencia o calidad de conocimiento de nuestra propia cultura dentro y fuera de su contexto como cultura mexicana, por lo que el proyecto cultural del Canal 9 de Televisa resultaba elitista y por tanto llegaba a poco público que "difícilmente podría aumentar "más allá" de los miembros de la pequeña burguesía metropolitana... plenamente identificada con los contenidos de esta cultura, y mucho menos se lograría acercar al espectador a la cultura nacional mexicana, forma por expresiones de todos los grupos sociales que subsisten en nuestro territorio. "(54)

El 19 de noviembre de 1990 este experimento "altruista" de un canal no comercial por parte de Televisa, cambió repentinamente al mismo esquema de televisión publicitaria que manejaba antes de 1983. Este cambio se debió sobre todo, a la venta del Grupo Imevisión, lo que produjo una sobre demanda de anuncios publicitarios en los canales 2, 4 y 5 de Televisa, por lo que ésta tuvo que cambiar el giro del Canal 9, contradiciendo, incluso, al capítulo de nulidad, caducidad y revocación, en donde se precisan las causas de "Nulidad y revocaciones de concesiones" de la Ley Federal de Radio y Televisión, en caso de que éstas cambien, sin previa autorización, la razón social de su estaciones, (Artículo 31, fracción VIII).

"El Canal 9 se convirtió en cultural y sin publicidad comercial en 1982 (de manera forzada), como reacción a la nacionalización de la banca y diez años después sufrió

54. *Ibidem.*, 70.

otra metamorfosis intempestiva aunque en sentido contrario, convirtiéndose en un remedo del Canal 4 de hace 15 ó 20 años. Todo ello sin explicación alguna, lo cual revela no solo una falta de respeto por el público, sino un desinterés por la televisión cultural. La razón es simple, no es negocio."⁽⁵⁵⁾

3.4 Canal 22 WEIMT-TV

Como uno de los intentos más recientes por abrir nuevos espacios para la difusión cultural por televisión, se encuentra el Canal 22, éste nació a raíz de la venta del Grupo Imevisión (canales 7, 13 y 22) el 26 de enero de 1991, cuando un grupo de 800 intelectuales y artistas mexicanos solicitaron, al entonces presidente de la República, Carlos Salinas de Gortari, que éste medio siguiera en manos del Estado y fuera transformado en un canal no comercial de interés y contenido cultural. El 23 de junio de 1993, salió al aire y desde su inicio fue incorporado al Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, con los lemas "La cultura también se ve" y "Descubra el espectáculo de la imaginación."

"La creación del Canal 22 UHF de televisión y su incorporación al CNCA representa una importante medida para la difusión cultural, ya que la definición de televisión pública cultural, su proyección y desarrollo, no debe responder solamente a los mecanismos organizativos, financieros y conceptuales propios de los medios

55. Héctor Tajonar, "La producción cultural en medios audiovisuales", en *Foro de Consulta Popular sobre Política y Legislación Cultural*, Cámara de Diputados, versión estenográfica, 7 de febrero de 1986.

comunicativos que caracterizaban al Estado mexicano, sino a una nueva concepción de comunicación cultural y servicio social." (56)

Como se mencionó anteriormente, el Canal 22 es un espacio que se pretende sea representativo de la política cultural que maneja el actual Gobierno así como el que más se apegue a los criterios establecidos tanto en el Programa de Cultura como en la Ley Federal de Radio y Televisión, pues a diferencia de los otros canales, busca cumplir su función informativa y de difusión de una cultura general; aunque su cobertura sea aún muy limitada, en relación a la televisión de tipo comercial.

"El principal objetivo del Canal 22 es responder a la condición plural de la cultura contemporánea, tiene como propósito el crear un espacio para la divulgación de las más diversas manifestaciones de la cultura, no sólo a través de la trasmisión de programas de los catálogos internacionales de mayor importancia, sino también fomentando la creación de nuevos programas nacionales que muestren la riqueza de las expresiones culturales mexicanas y sus aportaciones de la cultura mundial. Este último propósito fue el de fundamentar y fomentar la producción nacional televisiva y ha sido, sin duda, fundamental también durante los tres años de existencia del canal." (57)

Apegándonos a la cita anterior, es claro suponer que el Canal 22 se propone difundir nuestra cultura como un conjunto de costumbres y hábitos que norman la

56. Rafael Tovar y de Teresa. *Op. cit.*, pág. 251.

57. José María Pérez Gay, Director general del Canal 22, entrevista realizada el 7 de enero de 1996.

identidad nacional, incluidas la visión del pasado y las posibilidades del futuro, pero como se verá más adelante, este propósito no se cumple ni en mediana medida, ya que el apoyo y difusión a programas nacionales de calidad en relación a los internacionales es significativamente inferior en su programación diaria.

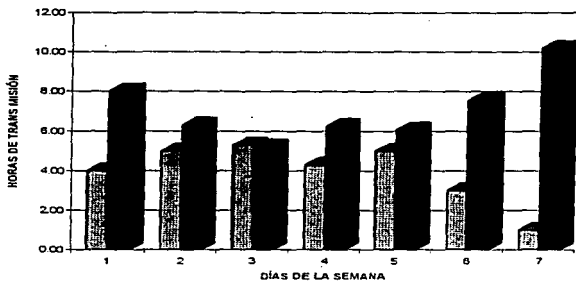
Analizando la gráfica en donde se aprecia el número total de horas de programas nacionales y extranjeros del canal, nos podemos dar cuenta que efectivamente se han incrementado las transmisiones nacionales por semana del total de horas al aire, tal como lo indica el Informe de Ejecución del Plan Nacional de Desarrollo que dice: "El Canal 22, por su parte, realizó un esfuerzo extraordinario para aumentar las horas de transmisión, que alcanzaron un promedio de 11 horas diarias, de las cuales un 40% se integraron con materiales de producción nacional." (58)

Pero este porcentaje se reduce significativamente si tomamos en cuenta que la calidad en producción, realización y contenido de esta programación nacional, que en gran medida se compone de información de eventos culturales, algunos reportajes, entrevista o semblanzas poco profundas de intelectuales o artistas nacionales que no aportan mayor conocimiento al público como lo podría hacer un programa cultural extranjero que en realización y producción es superior.

58. Informe de Ejecución 1995 del Plan Nacional de Desarrollo, pág. 544.

PROGRAMACION DIARIA DEL LUNES 1o AL DOMINGO 7 DE JULIO DE 1996.

CANAL 22 WE/MT-TV



▨ PROGRAMAS CULTURALES NACIONALES

■ PROGRAMAS CULTURALES EXTRANJEROS

"Emprender proyectos nacionales de producción cultural televisiva no es una tarea fácil como muchos irresponsables lo imaginan. Se requiere de infraestructura costosa y de grandes recursos económicos. Basta referir, que es posible adquirir cinco horas de materiales internacionales de la mayor y más alta calidad con presupuestos similares a los que requiere la producción de mediana calidad de un programa nacional de 30 minutos." (59)

Como se mencionó anteriormente, la actividad informativa y de difusión de cultura general por parte del Canal 22, es la que más se apega a los propósitos marcados por los programas de Gobierno y leyes que en materia de comunicación expresan respecto a la función social del medio. A diferencia de la labor oportunista del extinto Canal 9 cultural y de la actual actividad del Canal 11 que sigue enfrentándose a problemas de tipo económico, técnico y de apoyo por parte de instituciones gubernamentales y educativas, el Canal 22 se distingue por la aparente aceptación de su programación en la pequeña cobertura nacional que posee, y aún más, el pequeño número de auditorio al que llega, "tenemos una enorme dificultad, el público natural del Canal 22 es la clase media lectora de periódicos, los universitarios, las amas de casa, vamos a decir, la clase media ilustrada o semiilustrada... Creo que hemos demostrado que no hicimos un canal para intelectuales, porque la sola idea de hacer un canal para intelectuales me parece un absurdo. creo que no soy tan tonto como para hacer un canal para intelectuales." (60)

59. José María Pérez Gay, Director general del Canal 22, entrevista realizada el 7 de enero de 1996.
60. *Idem.*

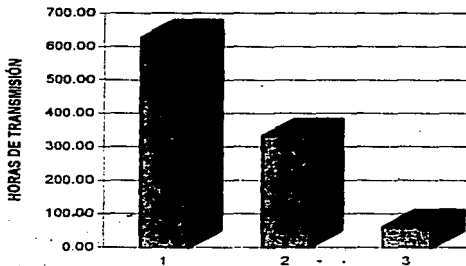
De este somero análisis sobre la labor de difusión cultural del Canal 22 en particular, a sus escasos tres años de transmisiones, podemos concluir que es, seguido del Canal 11, el que se aproxima, con sus objetivos y propósitos, a los planteamientos y función social de la televisión para informar y difundir aspectos de cultura general y servicio social al público que posee, aunque éste sea limitado, primero por la poca expansión geográfica que abarca en su cobertura nacional en comparación con la televisión comercial, y luego, por el público al que se dirige, ya que en especial, la programación del Canal 22 está enfocada principalmente al sector adulto de la población, y poco atiende la demanda de entretenimiento activo y educativo informal de la población infantil, lo cual le hace incurrir en una falta al artículo 5o de la **Ley Federal de Radio y Televisión** que los considera fundamentales para una futura formación e identidad de la nación mexicana.

Pero analizándolo en forma más amplia y en relación a la televisión mexicana en general, podemos observar que no se ha hecho nada para que la televisión nacional cumpla, siquiera mínimamente, con los objetivos que postulan los planes de Gobierno en materia de medios audiovisuales de comunicación del país, y más aún, en cuanto a difusión cultural nacional se refiere, ya que estos planes no solamente contemplan la labor, buena o mala, que realizan los canales 11 y 22, que por otra parte son los únicos que el **Programa de Cultura 1995-2000** considera como televisión cultural, siendo que la televisión mexicana se compone, principalmente de los canales concesionados a particulares y con fines económicos, así como de éstos que son apoyados por el Estado, formando, en su conjunto, a la televisión mexicana que es la que en su totalidad debe de cumplir con los objetivos de estos planes y de

la ley en la materia que no hace distinción en cuanto a orígenes de las televisoras para cumplir con su misión de difundir con calidad y apoyar manifestaciones de nuestra propia cultura nacional.

Haciendo un balance aproximado de las gráficas que hemos presentado sobre las horas y tipo de transmisiones de todos los canales de la televisión mexicana a la que la gran mayoría tenemos acceso, podemos darnos cuenta que solamente de la semana que se tomó como muestra para el registro, se transmitieron, en conjunto, cerca de 1 mil 22 horas de programación general; de las cuales, 628 corresponden a producciones extranjeras; 333 a producciones nacionales de corte comercial y únicamente 61 horas de programas culturales nacionales de mediana calidad y que en su totalidad fueron transmitidos por los canales 11 y 22.

HORAS TOTALES DE TRANSMISION DE LA SEMANA DEL LUNES 10 AL
DOMINGO 7 DE JULIO DE 1996 EN LA TELEVISION MEXICANA



1 PROGRAMAS EXTRANJEROS

2 PROGRAMAS NACIONALES

3 PROGRAMAS CULTURALES NACIONALES

Estos resultados ponen en evidencia la precaria situación y desventaja que tiene la difusión cultural de nuestro país y pone también en evidencia la poca seriedad para llevar a cabo los lineamientos de los programas y planes del Gobierno, como el Programa de Cultura 1995-2000 del actual régimen administrativo, y dentro de éste, el programa sustantivo sobre cultura y medios audiovisuales; así como de la Ley Federal de Radio y Televisión vigente desde hace casi 30 años, y que en conjunto no son sino letra muerta para aquellos funcionarios y concesionarios que no se preocupan por utilizar a estos medios como parte integrante y fundamental de nuestra identidad cultural que a su vez conforma las bases para un desarrollo nacional fincado en principios como la nacionalidad, democracia, federalismo e independencia y valoración de nuestra vida social dentro de un ámbito universal.

Creemos que esta situación de falta de cumplimiento e interés, en este caso de la televisión por la difusión cultural nacional y con calidad, así como el apoyo e impulso a manifestaciones locales de nuestro territorio, seguirá mientras el Gobierno no exija el cumplimiento cabal a sus normas y el concesionario de los medios de comunicación deje de preocuparse más por el beneficio económico y comercial que obtiene de la explotación de estos espacios de comunicación y vean en ellos la real posibilidad de transformarlos, también, en prestadores de servicios acordes con su condición de medios masivos de comunicación y a las necesidades de nuestra sociedad.

CONCLUSIONES

Como lo hemos visto a lo largo de este trabajo, en nuestro país, el concepto de cultura como elemento unificador de nuestra identidad nacional es un tanto indefinido y, menos aún, entendido cuando de su difusión se trata en los medios masivos de comunicación, como lo son el radio, cine, prensa y principalmente en la televisión que en México se realiza tanto por grupos privados como por el Estado mismo.

Tal y como se señaló en el primer capítulo, los regimenes presidenciales que ha tenido nuestro país, principalmente el de Carlos Salinas de Gortari y el actual encabezada por Ernesto Zedillo Ponce de León, se han preocupado por diseñar un programa o proyecto de difusión cultural nacional que consolide a su vez nuestros conceptos de identidad, democracia, soberanía y federalismo en los que el Estado mexicano basa su estabilidad e identidad nacional, más ahora que se enfrenta ante una lucha interna de valores políticos y sociales que la cuestionan y ponen ante un bloque de naciones que se enfilan rumbo a un nuevo siglo.

Los programas gubernamentales que analizamos en este trabajo, así como aquellas leyes que tienen que ver con la difusión cultural en los medios de comunicación, marcan una serie de lineamientos, objetivos y acciones a seguir para una adecuada labor difusora e informadora de nuestra cultura; y en cierta medida, sus

propuestas son viables y bien planeadas para lograr sus objetivos, pero lo que observamos en todas ellas es la falta de una definición más concreta de lo que significa la cultura y en especial la mexicana, para nosotros como partes integrantes y transformadores de este país, y lo que, por otro lado, es para el exterior como nación independiente y soberana que somos.

Estos programas y leyes gubernamentales presentan, a nuestro juicio, dos problemas principales: el primero es el no ofrecer una definición clara de lo que es la cultura, es decir, como lo señalamos al inicio de esta investigación, cuando, por parte del Gobierno se quiere delimitar el concepto de cultura, éste se entiende como un todo que nos da identidad como mexicanos que a su vez nos enfrente, retroalimente y distinga de las demás sociedades del mundo, es decir, nos otorga una "cultura" per se como ya adquirida, pero lo que nosotros proponemos es que para diseñar, entender y poner en práctica estas políticas de difusión cultural (mexicana) tanto por parte de los planes de gobierno, como de los dueños de los medios de comunicación, primero hay que definir a la cultura, no desde fuera, sino desde su interior, como todo aquello que transformamos y realizamos en nuestro medio mexicano

Las dos definiciones proporcionadas en el primer capítulo, nos ejemplifican claramente el problema, mientras que la acepción dada por el gobierno y plasmada en sus planes rectores, se entiende como un todo ya dado que nos distingue del resto de las sociedades, la segunda definición nos indica que, independientemente a esa función de identidad nacional, se encuentra todo un proceso de conocimiento,

transformación y alimentación interna de lo que nuestra cultura debe de significar para nosotros, sociedad mexicana, primero, para después proyectarla al exterior.

Si bien, la difusión cultural puede abarcar todo lo producido y transformado por el hombre en beneficio y provecho propio, no debemos circunscribirnos única y exclusivamente a esa visión intelectual y exquisita de lo que debe de ser el pensamiento, la filosofía y el arte como elementos esenciales de esa difusión cultural que durante siglos se nos ha inculcado. La tarea, pues, consiste, en hacernos comprender, tanto en las políticas culturales gubernamentales, los medios de difusión cultural formal e informal, y a la sociedad misma, que la cultura es y surge de nuestro trabajo y que ésta es una acción transformadora de nuestra naturaleza humana que nos integra significativamente a nuestro entorno social: que nos hace entenderla y a la vez nos lleva a identificarnos con nuestra comunidad, con nuestra sociedad y finalmente con nuestro país para ubicarnos con el resto de las culturas y sociedades del mundo, en una justa dimensión, para aportar en ella, no sólo expresiones muy propias de nuestra cultura, sino también otras áreas como la de la política, economía y ciencia.

Pero esta idea, que creemos debe imperar en el proceso de producción y difusión cultural en los medios masivos de comunicación en nuestro país, se pierde, ya que éstos, y especialmente la televisión, como lo denota este trabajo, la idea de cultura nacional se subordina a esa cultura adusta y pedante que se aleja de lo sencillo y cotidiano del ser humano.

Desde que nació la televisión mexicana, nos empeñamos en suponer que "hacer cultura televisiva" es difundir una sinfonía de Mahler, y cada vez que se quiere hacer cultura (caso específico de los canales 22, 11 y 9) de hecho se piensa en una minoría educada en las escuelas, una minoría medio ilustrada; y mientras no entendamos que la cultura mexicana es lo que está alrededor nuestro, lo cotidiano, lo que transformamos para relacionarnos con nosotros mismos como nación, mientras no seamos capaces de reconocer que cuando se hace esta "cultura televisiva" excluimos la verdadera cultura de los mexicanos, seguiremos, como hasta ahora, importando programas caros, ajenos a nuestra realidad y dirigidos a muy poca audiencia que los asimila.

El Estado, en este sentido, debe de enfrentar el reto de la televisión mexicana y su concepto de difusión cultural; sus elementos para hacerlo son tomar a la cultura, desde los contenidos de sus proyectos culturales, como algo propio del hombre, del mexicano, ya sea de la ciudad o del campo, con lo que se puede intercambiar información. Tomar en cuenta nuestra capacidad creativa, tanto del pasado como de nuestro presente, para romper con el entretenimiento evasivo y pasividad física y mental que la televisión, aún la supuestamente cultural, nos ha fomentado a lo largo de su historia.

Creemos que en futuros proyectos gubernamentales, y principalmente en aquellos referentes a la difusión cultural en nuestros medios audiovisuales, tres son los elementos del proceso comunicativo que deben de tomarse en cuenta para lograr sus objetivos de identidad nacional y que hasta ahora parecen ser los grandes ausentes en sus lineamientos.

En primer lugar, tener que informar al público sin perder de vista la reciprocidad del proceso; recrear, como parte indispensable en la superación personal y generadora de nuevas formas de expresión; y finalmente, impartir nuestra cultura, en donde el hombre, los mexicanos, vamos a tener la información suficiente para formarnos una interpretación personal de los hechos, de nuestra nación, nuestra comunidad y de lo que nos rodea, así como la manera de manifestar nuestras ideas, para que así, independiente a nuestros niveles educativos y sociales pasemos de un papel pasivo a uno activo en el proceso social, económico y político del país, ya que la cultura, como elemento socializador, responde directamente a la integración nacional que tanto busca el Gobierno en sus planes de desarrollo social y programas sustantivos que en cuanto a los medios de comunicación masiva han hecho de la concesión televisiva y de la difusión cultural, un mero objeto económico que, si no se vende ni reditúa ganancia, no se produce.

BIBLIOGRAFIA

BAENA Paz, Guillermina, *Instrumentos de investigación*. México. Edit. Editores Mexicanos Unidos. 1986. 134 p.p.

Comunicación Social, Compilación, *Foro de consulta popular sobre Comunicación Social*. México. Edit. Sría. de Gobernación. 1983. Tomo IV. 434 p.p.

CREMOUX, Raúl, *La legislación mexicana en radio y televisión*. México. Edit. UAM-Xochimilco. 1982. 191 p.p.

CHARLES C., Mercedes, *La educación superior y medios de comunicación*. México. Edit. UAM-Xochimilco. 1989. 30 p.p.

GIL Olivo, Ramón, *Televisión y cultura, hacia el caos sensorial*. México. Edit. Universidad de Guadalajara. 1993. Vol. I. 327 p.p.

GIL Villegas, Francisco, *El Congreso mexicano*. México. Edit. Instituto de Investigaciones Legislativas. 1994. 218 p.p.

GODED, Jaime, *100 puntos sobre la comunicación de masas en México*. México. Edit. Universidad Autónoma de Sinaloa, 1979. 179 p.p.

LAMEIRAS, José, *Medios y mediaciones*. México. Edit. G. Gili. 1993. 218 p.p.

MICHEL, Guillermo, *Para leer los medios*. México. Edit. Trillas. 1992. 236 p.p.

Mc. LUHAN, Marshall, *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*. 10a. ed. México, Edito. Diana. 1987. 443 p.p.

MOCTEZUMA Barragán, Esteban, *La educación pública frente a las nuevas realidades*. México. Edit. Fondo de Cultura Económica. 1994. 243 p.p.

PEREZ Espino, Efraín, *Los motivos de Televisa*. México. Edit. Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM. 1991. 93 p.p.

PINTO Mazal, Jorge, *Régimen legal de los medios de comunicación colectiva*. México. Edit. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM. 1977. 405 p.p.

Poder Ejecutivo Federal, *Informe de Ejecución 1995 del Plan Nacional de Desarrollo*. México. Edit. Talleres Gráficos de México. 1996. 569 p.p.

PRIETO, Francisco, *Cultura y comunicación*. México. Edit. Premia, La red de Jonás. 1989. 91 p.p.

TOVAR y de Teresa, Rafael, *La modernización y política cultural*. México, Edit. Fondo de Cultura Económica. 1994. 336 p.p.

WEBER Erich, *Estilos de educación*, Barcelona, Edit. Herder. 1976. 320 p.p.

DOCUMENTOS

Comisión de Cultura, Consulta Pública sobre Política y Legislación Cultural, Mesa I, "Producción cultural en medios audiovisuales", Cámara de Diputados, 7 de febrero de 1996, versión estenográfica.

Mesa VIII, "Cultura y legislación", Cámara de Diputados, 8 de febrero de 1996, versión estenográfica.

Discurso del Presidente Carlos Salinas de Gortari en la instalación del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México, D.F., 7 de diciembre de 1988, versión estenográfica.

Discurso del presidente Ernesto Zedillo Ponce de León en la presentación del *Programa de Cultura 1995-2000*, Oaxaca, Oax. 17 de enero de 1996, versión estenográfica.

Programa Institucional de Cinematografía 1995-2000, Comité de Biblioteca e Informática, Cámara de Diputados. Disco Optico.

Ley Federal de Radio y Televisión, Comité de Biblioteca en Informática, Cámara de Diputados. Disco Optico.

ENTREVISTAS

De la Vega García, Netzahualcóyotl, Presidente de la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía, Cámara de Diputados, 1o. de abril de 1996.

Pérez Gay, José María, Director General del Canal 22, 7 de enero de 1996.

HEMEROGRAFIA

Diario de los Debates, Cámara de Diputados, México, Año II, No. 21, diciembre 16 de 1992 y No. 24, diciembre 19 de 1992.

Diario Oficial de la Federación. Poder Ejecutivo, *Decreto por el que se crea el Instituto Nacional de Cinematografía*. México. Edit. Talleres Gráficos de México. 25 de marzo de 1993.

Diario Oficial de la Federación. Secretaría de Educación Pública, *Programa de Cultura 1995-2000*. México. Edit. Talleres Gráficos de México. 21 de febrero de 1996.

Diario Oficial de la Federación. Secretaría de Educación Pública, *Decreto que crea el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes*. México. Edit. Talleres Gráficos de México. 7 de diciembre de 1988.

Diario Oficial de la Federación. Secretaría de Hacienda y Crédito Público, *Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000*. Edit. Talleres Gráficos de México. 31 de mayo de 1995.