



UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
MÉXICO

N-38  
2 Ejen  
**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES  
ARAGON**

**T E M A :**  
**ANÁLISIS DE LA TELEVISIÓN  
MEXICANA Y LA  
DIFUSIÓN CULTURAL**

**T E S I S**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
LIC. EN PERIODISMO Y COMUNICACIÓN COLECTIVA**

**PRESENTA:  
HUGO SANCHEZ RONQUILLO**

**TESIS CON  
CALA DE ORIGEN**

**JUNIO DE 1994.**



## **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 está 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 MI QUERIDA Y AMADA ESPOSA:**

**EMMA AQUILANIL HERNANDEZ**

**PORQUE GRACIAS A SU GRAN AMOR Y CARIÑO TUVE UN GRAN APOYO PARA LA FELIZ REALIZACION DE ESTE TRABAJO. EMMA, RECUERDA QUE ESTE TRABAJO TIENE UNA ESPECIAL DEDICATORIA PARA TI.**

## **A MI QUERIDO HIJO:**

**LUIS DANIEL SANCHEZ AQUILANIL**

**TU LLEGADA A ESTE MUNDO ME HIZO RECORDAR MIS ESFUERZOS Y ENTREGAR ESTE TRABAJO COMO UN HOMENAJE AL GRAN AMOR Y CARIÑO QUE TE TENGO.**

## A MIS AMADOS Y QUERIDOS PADRES:

HERNITO SANCHEZ GONZALEZ

Y

GUADALUPE BONQUILLO DE SANCHEZ

POR TODO EL APOYO QUE RECIBI A LO LARGO DE MI FORMACION  
ACADEMICA Y POR FORMARME COMO UNA PERSONA UTIL A LA  
SOCIEDAD. DE VERDAD AGRADEZCO TODA SU SAPIENCIA, AMOR,  
Y CARIÑO: QUE ESTE TRIBUTO QUEDE PLASMADO COMO UN  
ESFUERZO QUE LLEVARON A CABO PARA REALIZAR, EN TODOS  
LOS ASPECTOS DE LA VIDA, A TODOS SUS HIJOS.

**A MIS QUERIDOS HERMANOS:**

**GRACIELA (CHELA)**

**HORTENCIA (OTY)**

**ROBERTO (LOBO)**

**SALVADOR (CHAMA)**

**MI QUERIDA SOBRINA:**

**ROSA GUADALUPE (NENA)**

**MI PRIMO:**

**JULIO (JUY)**

**A ELLOS, MI AGRADECIMIENTO POR SU INVALUABLE APOYO.**

**CON ESPECIAL  
AGRADECIMIENTO  
A MIS TIOS:**

**GIDELIA SANCHEZ GONZALEZ**

**JOSE SANCHEZ GONZALEZ**

**POR IMPULSARME PARA OBTENER ESTE SIGNIFICATIVO TRABAJO**

**AFECTUOSAMENTE A MIS TIOS:**

JUAN SANCHEZ GONZALEZ

DANIEL SANCHEZ GONZALEZ

MOISES SANCHEZ GONZALEZ

**Y PADRINOS:**

AUSENCIO SANCHEZ GONZALEZ

A LA MEMORIA DE LA SRA:

GUADALUPE ANGELES DE SANCHEZ

## **A MI ASESOR:**

**LIC. RAFAEL RAMÍREZ BARRALES**

**POR LA GRAN AMISTAD QUE ME  
BRINDO EN LA REALIZACION DE  
MI TALLAJE, SU INVALUABLE  
APOYO EN EL ASESORAMIENTO  
DE ESTE DOCUMENTO HIZO  
REALIDAD LA CULMINACION DE  
LA PRIMERA ETAPA DE MI  
DESARROLLO PROFESIONAL.**

**A LAS ESCUELAS DONDE  
REALICE MI FORMACION  
ACADEMICA**

**ESUELA PRIMARIA "XICONTENCATL".  
APIZACO, TLAX.**

**ESUELA SECUNDARIA FEDERAL JESUS  
GARCIA CORONA "HERNANDEZ MASCORANI".  
APIZACO, TLAX.**

**COLEGIO DE CIENCIAS Y HUMANIDADES  
PLANTEL "ORIENTE".  
MEXICO, D.F.**

**ESUELA NACIONAL DE ESTUDIOS  
PROFESIONALES "ARAGON".  
MEXICO, D.F.**

## INDICE

	PAG.
Introducción.....	1
<b>Capítulo I: Televisión y Cultura</b>	
1.1 Orígenes y Evolución de la Televisión....	4
1.2 Desarrollo de la Televisión en México....	11
1.3 Televisión y Sociedad.....	21
1.4 Cultura.....	24
1.4.1 Cultura de Masas.....	27
1.4.2 Cultura Popular en México.....	30
<b>Capítulo II: La Televisión Cultural en México</b>	
2.1 ¿Qué es la Televisión Cultural?.....	36
2.2 Panorama General de la Televisión Cultural en México.....	43
<b>Capítulo III: La Televisión y la Difusión Cultural</b>	
3.1 La Televisión Comercial y la Difusión Cultural.....	51
3.2 La Televisión Estatal y la Cultura.....	65
3.3 Canal 22 ¿Una Opción de Canal Cultural?...	81
<b>Conclusiones.....</b>	<b>95</b>
<b>Bibliografía.</b>	
<b>Hemerografía.</b>	

## INTRODUCCION

Pese a que la televisión es el medio electrónico de comunicación masiva más reciente, su desarrollo tecnológico ha sido tan vertiginoso que ha llegado a convertirse en uno de los más importantes, debido a sus ventajas sobre los demás, como es el hecho de que uniendo imágenes y sonidos, puede enviar un mensaje a un número amplio de receptores simultáneamente.

Prácticamente desde su nacimiento, la televisión ha sido objeto de una serie de debates sobre el papel que debería desempeñar en el aspecto cultural. Mientras unos afirman que nada tiene que ver en este campo, otros sostienen que éste debería ser precisamente uno de los principales objetivos de este medio, si se toma en cuenta que miles de familias han hecho del acto de ver televisión, una actividad cotidiana, se puede decir que este medio no puede renunciar a su misión cultural.

A pesar de que en la Ley Federal de Radio y Televisión, promulgada en 1960, y en el Reglamento de esta misma Ley, publicada en 1973, se destaca que una de las funciones de la televisión es contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo, conservar sus tradiciones y costumbres y la propiedad del idioma, lo cierto es que sus conceptos resultan confusos y dan lugar a que cada uno de los emisores los interprete desde su muy particular punto de vista, además de que dichos emisores difunden a la cultura como un simple espectáculo.

Por lo anterior, surge la inquietud de realizar un análisis de la televisión que difunda la cultura, para conocer si ésta puede desempeñar un papel activo que logre un desarrollo cultural armónico, al estimular constantemente a las personas para que produzcan su propia cultura y se difunda tal cual, no como un espectáculo que se comercialice.

Asimismo, en este estudio pretendemos dar a conocer que tipo de producciones culturales y proyectos han desarrollado la televisión privada y estatal en la década de los ochenta y en los tres primeros años de ésta. Todo esto, con el fin de conocer como difunde la cultura la televisión y entender si este medio sólo utiliza a la cultura para convertirla en espectáculo.

Por otra parte, sabemos que en este año inicia sus transmisiones un nuevo canal cultural: el Canal 22. Un canal que proporciona información, análisis y crítica sobre las manifestaciones intelectuales y artísticas. Por ello, resultó importante conocer sus antecedentes y perspectivas sobre la difusión que realiza este canal de la cultura por televisión.

Además, con este estudio queremos dar a conocer que la televisión como medio tecnológico, es producto de la cultura; ya que las manifestaciones humanas que modifican a la naturaleza y la transforman, son manifestaciones culturales. Estas y sólo estas manifestaciones son cultura, por el hecho de ser productos humanos.

En suma, se presenta un análisis del surgimiento y desarrollo de la televisión, primero a nivel mundial y después a nivel nacional; posteriormente buscamos una definición general o uniforme sobre lo que es la cultura, para posteriormente particularizar sobre la cultura popular y de masas. En segundo lugar tratamos de explicar qué es la televisión cultural y también exponemos un panorama general sobre la televisión cultural en nuestro país. Finalmente, realizamos un análisis sobre la programación cultural que transmite la televisora comercial y estatal; poniendo especial interés en el surgimiento de un canal que pretende transmitir emisiones netamente culturales: el Canal 22.

Este trabajo puede proporcionar información y elementos para un estudio y análisis más amplio sobre el desarrollo de la televisión en México, al mismo tiempo que damos un repaso sobre la difusión cultural que ha hecho la televisión en nuestro país.

## CAPITULO I

### TELEVISION Y CULTURA

#### 1.1 ORIGENES Y EVOLUCION DE LA TELEVISION

El hombre es un producto social e histórico; también es un Homo Comunicans, que crea sus propios instrumentos para entrar en contacto con seres de su misma especie. En sus orígenes los humanos elaboraron diversos medios y códigos para expresar su realidad, que a su vez les permitió comunicarse con otros hombres.

Pero, con el surgimiento del sistema capitalista y, principalmente, a raíz de la Revolución Industrial, empiezan a crearse las condiciones objetivas y subjetivas que posibilitaron la aparición del medio de la televisión.

Jean Cazeneuve, investigador de la televisión señaló a este respecto: "la televisión no apareció porque se le necesitará. Apareció porque la inventaron y porque se pudo fabricar ese equipamiento, y si se desarrolló fue porque resultó que correspondía a unas necesidades que no eran forzosamente, todas ellas, específicas de la sociedad en que apareció"<sup>1</sup>

La televisión surge, técnicamente, casi en forma paralela

---

<sup>1</sup>. Cazeneuve, Jean. El hombre telespectador. Ed. Gustavo Gilli, Madrid 1977, Pág. 47

al descubrimiento de la energía eléctrica, en el sentido de la transmisión de una señal eléctrica de un punto a otro, similar a lo que conocemos por radar. El primer dato técnico con el que se cuenta para observar la aparición de la televisión, es el descubrimiento del selenio, realizado en 1817; posteriormente en 1848, año en que Shannon publicó su teoría matemática de la comunicación, los laboratorios Bell anunciaron la invención del transmisor.

Paralelamente, en el año de 1848 se inventó un método mecánico de la imagen televisiva. Por otra parte, gracias a las invenciones de los ingleses Selency y Carley, realizadas en el año de 1887, se pudo comprobar que por medio de la energía eléctrica es posible obtener imágenes en movimiento; este principio se basa en la descomposición y recomposición de un número determinado de partículas, lo cual constituye la base técnica de la televisión.

Esencialmente, la televisión electrónica se fundamenta en tres principios:

1. Persistencia retiniana o propiedad del ojo humano para seguir viendo la imagen contemplada una fracción de segundo, después de haberse retirado.
2. Propiedad de algunas sustancias de emitir electrones cuando sobre ellas incide un rayo de luz.
3. Propiedad que presentan otras sustancias de volverse luminosas

cuando sobre ellas incide un haz electrónico.

Más adelante, con la creación del primer tubo especial para transmitir impulsos electrónicos, llamado iconoscopio, en 1922, se crean todos los elementos básicos para constituir lo que más adelante se llamará televisión.

El 2 de octubre de 1925 se transmite la primera imagen nítida de una habitación a otra, esta es la imagen de "Bill", un muñeco de ventriloquia.

Entre 1928 y 1935 se iniciaron las emisiones experimentales y entre 1935 y 1940, se efectuaron en varios países las primeras difusiones de programas regulares; sin embargo se puede considerar que es en 1929 cuando comienzan las primeras emisiones regulares de televisión.

Lo anterior, se refiere básicamente a la televisión en blanco y negro. Con respecto a la televisión en color, podemos remontarnos al 4 de abril de 1913, fecha en que se registra en París un experimento a cargo de León Gaumont. Es en junio de 1928 cuando en Inglaterra John L. Baird, técnico escocés, lleva a cabo la primera experiencia auténtica de la televisión en color. A ella se une, en el mismo año, la realizada por el mexicano Guillermo González Camarena en los Estados Unidos.

Inglaterra inicia su primera experiencia seria de transmisiones en color en octubre de 1955, mediante un programa

experimental transmitido por la BBC, experiencia que vuelve a repetirse en abril de 1956 y por tercera vez, en noviembre del mismo año. Francia fue el segundo país que dispuso de este medio.

La televisión a nivel de masas comienza en 1936, año en que Inglaterra transmite programas diarios de televisión. La televisión comercial en el mundo comenzó en 1939, cuando la National Broadcasting Company (NBC), emitió los primeros programas de esta clase. Desde el estudio de del Radio City, con motivo de la Feria Mundial de Nueva York. Estados Unidos adquirió considerable adelanto sobre los demás países, porque la elección del sistema comercial y competitivo en un país en el que la publicidad era una prioridad, suscitó una fulminante expansión de los medios de difusión.

Esa expansión ya esbozada, se vio interrumpida por el advenimiento de la Segunda Guerra Mundial y el impulso de la pequeña pantalla no se reanuda hasta terminada la guerra.

El hecho de que se desarrollara más rápidamente en Estados Unidos se debió a que en esos momentos era el país más fuerte económicamente, el que de los países directamente involucrados en la guerra había sufrido menos y contaba con una clase empresarial en pleno auge que aceptó el medio enseguida, dada la importancia de la publicidad en un sistema comercial y competitivo.

La televisión pronto se convirtió en el medio publicitario

más eficaz, ya que como consecuencia del desarrollo económico dirigido a la producción en serie, los empresarios requerían garantizarse de antemano una demanda para sus productos.

La televisión entró a la vida de los países desarrollados a fines del decenio de 1940 o principios del siguiente. En 1948 sólo cuatro países ofrecían con regularidad programas televisados: Estados Unidos, El Reino Unido, Francia y la Unión Soviética. Cinco años más tarde, el número había aumentado a 17 países y en 1960 se había multiplicado por cinco. Diez años más tarde, más de cien países tenían servicios de televisión.

En el ámbito tecnológico, existen diferentes normas que regulan el análisis de la producción y transmisión de imágenes de video, la primera norma es la americana que tiene la siglas E.I.A. (Electronic Institute of America) y la segunda es la de Europa que tiene las siglas C.C.I.R. (Comission consultive Internationale of Radiodiffusion).

Eugeni Bonet dice en su libro En Torno al Video que "desde sus inicios, la televisión se ha convertido en un elemento esencial en la configuración de nuestra cultura, nuestros valores y nuestras fantasías".<sup>2</sup>

Por otra parte, en el informe de la Comisión Mac Bride para la UNESCO, se señala que "la introducción de nuevos medios, en

---

<sup>2</sup> Bonet, Eugeni, et al. En Torno al Video, Barcelona, Gustavo Gilli, 1978, pág. 253

particular de la televisión, en las sociedades tradicionales ha zarandeado casi siempre las costumbres seculares, las prácticas culturales tradicionales y los modos de vida simples, las aspiraciones sociales y los modelos económicos<sup>3</sup>.

En nuestros días, la televisión es tan aceptada en la vida diaria que con frecuencia se olvida que es un fenómeno de reciente aparición.

La aceptación de la televisión se debe, entre otras cosas, a sus características técnicas que unen imagen y sonido, y que aún cuando retoma elementos del cine y del radio, no puede considerarse como una síntesis de estos, ya que ha logrado conformar un lenguaje propio que le permite consolidarse como medio independiente.

Otras peculiaridades de la televisión respecto a los demás medios son, según Harry Pross:

1. El aparato receptor vincula como mueble lo interno y lo externo de un modo incomparable... Una vez que se ha pasado el umbral existente entre el dentro y el fuera, el mundo televisado hasta el interior de la casa comunica como si fuera parte del singular aparato.

2. (La televisión) está caracterizada por su independencia del

---

<sup>3</sup> Mac Bride, Sean. Un Solo Mundo. Voces Múltiples. Comunicación e Información en Nuestro Tiempo, México, UNESCO/Fondo de Cultura Económica, 1980, pág. 278.

claro y oscuro naturales. No le detienen ni el día ni la noche. La televisión, al igual que las emisoras radiofónicas, podría ser sintonizable las 24 horas por lo que se refiere a su estructura técnica. Esta circunstancia le confiere potencialmente una mayor actualidad. Es un factor importante de la efectividad de este medio, el permitir la repetición a voluntad, si no en la materia, si en el acto de conectar el aparato cuantas veces se quiera.

Esta familiaridad ha permitido a la televisión asumir una serie de funciones en la vida cotidiana del individuo como son: informar, educar, entretener.

## 1.2 DESARROLLO DE LA TELEVISION EN MEXICO.

Oficialmente la televisión en nuestro país se inició en 1950, sin embargo para la autora Fátima Fernández Christlieb remonta su historia hasta el porfiriato. "La base de la industria televisiva se estatuye en la última década del porfiriato, momento en que se consolidan los grupos económicos que, una vez terminado el movimiento armado de 1910, impulsarían la industria de la radiodifusión, mismos que sentarán las bases para el desarrollo de la televisión en nuestro país".<sup>4</sup>

Como mencionamos en el capítulo anterior, el verdadero surgimiento de la televisión, a nivel mundial, es al finalizar la Segundo Guerra Mundial. En México, la televisión surge en el sexenio del presidente Miguel Alemán Valdez, que implantó un nuevo modelo económico con vistas a lograr la industrialización del país, otorgando para ello facilidades a la iniciativa privada nacional y estimulando la inversión de capital extranjero por medio de incentivos fiscales. Pronto se hizo notar la desventaja de los empresarios nacionales con los extranjeros; además de una marcada dependencia económica hacia los Estados Unidos.

Es en esta situación donde hace su aparición la televisión, marcada con el carácter comercial, cumpliendo con la función de acortar el proceso de circulación del capital buscando la máxima

---

<sup>4</sup> Fernández Christlieb, Fátima. "La Industria de Radio y Televisión, Gestación y Desarrollo" en El Estado y la Televisión, Nueva Política, Vol. 1 Núm. 3, Jul-Sep. México, 1976, Pág. 237

utilidad.

Es importante destacar que antes de que saliera al aire el primer programa de la televisión mexicana, en octubre de 1947, el gobierno a través del Instituto Nacional de Bellas Artes<sup>5</sup>, presidido en ese entonces por Carlos Chávez, envió al destacado intelectual Salvador Novo y al técnico mexicano, creador de un sistema de Televisión en color, Guillermo González Camarena, a hacer un estudio comparativo entre las televisiones de Estados Unidos, Gran Bretaña y Francia, que pudiera desembocar en la implantación de una televisora en nuestro país.

En la investigación mencionada se apunta que las diferencias principales se encuentran entre los modos de producción estadounidenses y británicos. Asimismo, existen diferencias en la propiedad y el uso de dicho medio. En Estados Unidos, la televisión se encontraba en manos de la iniciativa privada y su explotación era de carácter comercial. En el Reino Unido, la televisión era utilizada por un monopolio del gobierno británico. En esa televisión no se incluían mensajes comerciales y su uso estaba destinada hacia el público, que por medio de una cuota de unos cuantos chelines al año, podía disfrutar del servicio televisivo.

Una de las recomendaciones que hicieron los enviados del gobierno mexicano, fue la de adoptar el sistema británico.

---

<sup>5</sup> México. La Televisión. Instituto Nacional de Bellas Artes, México, 1948, pág 15

Entre otras consideraciones de carácter técnico, se sugirió que se utilizara el formato de la televisión estadounidense, por considerar que era el de mejor definición y que se podía contar con asistencia técnica y venta de equipos provenientes del vecino país.

El 7 de septiembre de 1946 fue inaugurada la primera estación de México y América Latina XHIGG, en las calles de Havre 74, en la ciudad de México. La recepción de video se realizó en el domicilio de la Liga Mexicana de Radioexperimentadores.

La transmisión se inició a las 20:30 horas con un programa artístico y posteriormente se realizaron entrevistas sobre el trascendental hecho. Sin embargo, se considera que el día del nacimiento oficial de la televisión en México, fue el primero de septiembre de 1950. El canal 4 XHTV, concesionado a una empresa comercial denominada Televisión de México, S.A., con un estudio en el edificio de la Lotería Nacional, transmitió el IV Informe de Gobierno del presidente Miguel Alemán, el cual fue captado por los 60 aparatos que existen en México, en ese entonces.<sup>6</sup>

Es así como el presidente Alemán deja el nuevo medio bajo el dominio de la iniciativa privada, sacrificando su carácter social en aras de la defensa de la libre empresa. En el aspecto jurídico, únicamente se limitó a aprobar el decreto que "fija las normas a que se sujetarán en su instalación y funcionamiento -no

---

<sup>6</sup> Trejo de Larbre, Raúl, et al. Televisa el quinto poder. México, Ed. Claves Latinoamericanas. 1985, Pág. 24

en su contenido-, las estaciones de televisión".<sup>7</sup>

Durante los primeros diez años, la televisión estuvo en manos de la incitativa privada y legislada por algunas disposiciones , de carácter técnico, aplicadas hasta entonces exclusivamente a la radio -en la Ley Federal de Vías Generales de Comunicación y por el Decreto que fija las normas a que se sujetarán en su instalación y funcionamiento las estaciones difusoras de televisión- publicado el 11 de septiembre de 1950.

A mitad de la década de los 50, se expidió un decreto "por el que se establece cierto control gubernamental sobre las transmisiones a través de la interventoría del Estado, especificando que los gastos que ello implique serán cubiertos por el concesionario (del canal de televisión)".<sup>8</sup>

Esto que en apariencia se traduciría en una disminución de las ganancias de los empresarios, fue aceptado por esto, ya que el impresionante desarrollo alcanzado por la televisión les permitiría recuperarlas con creces obteniendo en cambio, el control total del medio.

Otro hecho que es importante destacar en la década de los 50 es el nacimiento de XEIPN canal 11 que salió al aire, ante la indiferencia general el 2 de marzo de 1959. "Dotado de una señal particularmente débil, visible en un número muy reducido de

---

<sup>7</sup> Fernández Christlieb, Fátima. Op. Cit. Pág. 247

<sup>8</sup> Idem, págs. 247-248

telehogares, esta primera difusora de televisión estatal ha tenido que desenvolverse en un nivel artesanal, en contraste con las enormes inversiones industriales de la televisión comercial".<sup>9</sup>

Es a partir de los años sesenta en que empieza a manifestarse los efectos negativos del modelo económico del presidente Alemán, cuando se pone de manifiesto el antagonismo entre el carácter privado de la televisión y su función social.

Ello como resultado de una política encaminada al fomento de bienes de consumo duradero, empleó a la televisión como medio de difusión de estos productos y la convirtió en un magnífico negocio que sólo benefició a los productores y empresarios televisivos.

A los primeros porque vieron incrementadas sus ganancias al aumentar significativamente la demanda de sus mercancías, y a los segundos porque aprovechando la coyuntura económica lograron hacerse de un público consumidor que fortaleció su empresa.

De esta manera se desvinculó a la televisión de las necesidades culturales de la población en general, y se le subordinó a la expansión de una economía dependiente que asimismo absorbía los valores culturales del país que la financiaba y al que deseaba emular en todos los aspectos.

---

<sup>9</sup> Granados Chapa, Miguel Angel, La Televisión de Estado en busca del tiempo perdido, en El Estado y la Televisión, Nueva Política, Vol. 1 Núm 3, Julio- Sept. México, 1976, Pág 226

Por otra parte, 1960, es particularmente importante, porque fue en ese año cuando el presidente Adolfo López Mateos, decidió intervenir en la actividad televisiva a través de la creación de la Ley Federal de Radio y Televisión, promulgada el 19 de enero y que actualmente nos rige.

En dicha Ley, el Estado define a la radio y la televisión como una actividad de interés público, y se compromete a vigilarlas para que cumplan con su labor social de fortalecer la unidad nacional y difundir las manifestaciones culturales mexicanas.

Además de las facultades regulatorias e indicativas sobre el contenido de la programación, el Estado se reservó tres posibilidades de emplear tiempo para sus propios fines en las difusoras concesionadas.

"Las tres clases de tiempo derivan de los artículos 59, vinculado con el 60, 61 y 62 de la ley. De acuerdo con este último, todas las estaciones de radio y televisión del país estarán obligadas a encadenarse cuando se trate de transmitir informaciones de trascendencia para la nación, a juicio de la Secretaría de Gobernación".<sup>10</sup>

Durante la gestión de Gustavo Díaz Ordaz, se otorgaron a particulares concesiones para crear el canal 8 de Televisión

---

<sup>10</sup> Granados Chapa, Miguel Angel, La Televisión de Estado en Busca del Tiempo Perdido, en El Estado y la Televisión, Nueva Política, Vol. 1 Núm. 3, Jul-Sept. México, 1976, pág. 226

Independiente de México (12 de octubre de 1968) y el canal 13 de Corporación Mexicana de Radio y Televisión (25 de enero de 1969).

Asimismo, se construyó la infraestructura necesaria (como la Red Federal de Microondas) para ampliar la cobertura de la radio y la televisión en el territorio nacional. También convenios con los gobiernos de Brasil, Francia e Italia para la comunicación vía satélite con estos países.

El 31 de diciembre de 1968, se publicó en el diario oficial la ley que establece, reforma y adiciona las disposiciones relativas a diversos impuestos.

Por su parte, el período presidencial de 1970-1976, ha sido denominado como el sexenio de la comunicación.

Aún antes de asumir la presidencia formalmente, Luis Echeverría Álvarez utilizó los medios de comunicación colectiva para construir su imagen como candidato. Esto revela la importancia que les confería.

Si bien durante su administración la actividad del estado se incrementó notablemente en su función de regulador, fue aún mucho más intensa como participante directo a través de la creación de sus propios canales.

El 2 de septiembre de 1970, un día después de ser nombrado presidente, Echeverría creó la Subsecretaría de Radiodifusión que

tenía por objeto la investigación y desarrollo de la radiodifusión, además de ser la encargada de otorgar los permisos y concesiones del medio.

En lo que a televisión se refiere, el 15 de marzo de 1972 el gobierno adquirió el canal 13 que pertenecía a la Corporación Mexicana de Radio y Televisión, con el propósito de transformar radicalmente la televisión y convertirla en un medio de comunicación social y cultural.

El 2 de mayo del mismo año, expidió un Decreto mediante el cual facultaba a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes para crear la televisión rural del gobierno federal con el objeto de hacer llegar el servicio a las zonas rurales no cubiertas por las estaciones comerciales.

La aportación más importante del sexenio Echeverrista fue el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica, relativa al contenido de las transmisiones de radio y televisión, publicado el 4 de abril de 1973 en el Diario Oficial.

Luis Echeverría fue el primer presidente que reconoció el poder de penetración alcanzado por los medios, e intentó formular una política de comunicación, que si bien nunca fue explícita, si dejaba ver el propósito de integrarlos en forma coherente al desarrollo histórico del país.

En el sexenio del presidente José López Portillo, mediante un acuerdo publicado en el Diario Oficial del 17 de enero de 1977, la Secretaría de Gobernación tomó a su cargo entre otras, las entidades relacionadas con la radio, la televisión y la cinematografía, de las que destacaban la Cineteca Nacional y el Canal 13.

En 1977 se creó la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) y en julio del mismo año, la Productora Nacional de Radio y Televisión (PRONARTE), mediante el acuerdo publicado en el Diario Oficial del 4 de julio.

Las funciones de este organismo serían:

"Producir programas de radio y televisión destinados a hacer uso de los tiempos de transmisión que le corresponden al Estado y Asesorar al sector público y privado en materia técnica de producción de programas de radio y televisión".<sup>11</sup>

La Reglamentación del Derecho a la Información fue uno de los puntos más controvertidos durante la gestión de López Portillo.

El tema fue tocado por el presidente desde su campaña electoral, en la que reconoció el Derecho a la Información como derecho inalienable del pueblo mexicano, y se comprometió a

---

<sup>11</sup> Diario Oficial de la Federación, lunes 4 de julio de 1997

hacerlo efectivo adecuando las estructuras legales existentes y utilizando los medios disponibles.

Fue así como en 1977, envió a la Cámara de Diputados, una iniciativa de Ley que contemplaba la Reforma Política, entre cuyos puntos proponía garantizar a los partidos políticos registrados su participación en los programas de radio y televisión, la cual fue aprobada.

La década de los 80 fue muy importante para el desarrollo de la televisión en nuestro país. En el año de 1985 son puestos en órbita el Sistema Morelos de Satélites.

Además en esta época surge una nueva empresa estatal que sirve de contrapeso al monopolio de la televisión comercial: Imevision que agrupa a los canales 13, 7 y 22.

### 1.3 TELEVISION Y SOCIEDAD.

La televisión, señala Eugeni Bonet, "nos presenta, en la sociedad actual, un auténtica caso de relación amor-odio: pocos pueden vivir sin la televisión, pocos son los que no echan pestes de ella".<sup>12</sup>

La televisión es un medio ideológico político encargado de difundir valores sustentados por las clases dominantes y por las élites en el poder. También es un instrumento que moldea conductas y que refuerza actitudes.

De la televisión se ha dicho todo lo imaginable. En una gama de considerarla "caja idiota", "bote de basura electrónica", "desorganizadora social", hasta quienes afirman que es una las panaceas del mundo moderno, productora del nuevo "maná" cultural.

Por nuestra parte, podemos afirmar que no es lo uno ni lo otro y para no caer en maniqueísmos estériles, no la encasillaremos en las anteriores caracterizaciones. La televisión, así como la tecnología más moderna, no carece de definición ideológica. La televisión debe ser entendida dentro de un marco tan general, que incluya todas las esferas de lo quehacer humano en la sociedad, cristalizadas también en la televisión.

---

<sup>12</sup> Bonet, Eugeni, et al, En Torno al Video, Op. Cit., pág. 169

Las aberraciones de "buena" o "mala" no caben sino como conceptos que buscan ocultar la realidad del medio. El medio al que nos referimos no es un ente autónomo de la sociedad, está determinada por las leyes de la dinámica social. Una sociedad autoritaria, discriminatoria, que busca por una parte el control social y por la otra, la organización de las mayorías, tendrá una televisión como la que conocemos.

Por tanto, no debemos atribuir a la televisión más o menos elementos de lo que es en realidad. Es por eso que coincidimos con la posición establecida por la Comisión de la UNESCO, la cual señala que "parece exagerado atribuir a los medios de comunicación social todas las virtudes transformadoras o conferirles una omnipotencia conservadora. También sería excesivo hacerse eco de quienes los acusan de contribuir al deterioro de la calidad de vida, la extinción de las tradiciones locales y la nivelación de la cultura por su nivel más bajo. Sería erróneo imputar a la comunicación, pese a su enorme influencia, más virtudes o defectos de los que tiene y más poderes de los que puede ejercer."

El hablar de la televisión entraña múltiples variantes, es decir, su connotación es muy extensa. Cuando se aborda el tema de la televisión hay que tomar en consideración el campo en el cual se enmarca dicho estudio.

Cuando se habla sobre televisión con un ingeniero en electrónica, los conceptos de éste serían muy diferentes a los

manejados por un filósofo y éste a su vez planteará tópicos diferentes a los de un pedagogo o de un sociólogo y más aún, los de un comunicólogo.

Sería muy importante conjuntar los estudios y los intereses multidisciplinarios con los cuales se podría sustentar un estudio completo sobre el tema que nos interesa: la televisión. Sin embargo, el presente estudio sólo pretende abordar algunos aspectos de la misma, entre los cuales sólo se destacarán los que atañen directamente a la televisión cultural.

#### 1.4 CULTURA

Hablar de cultura entraña múltiples problemas. La cultura sólo puede ser entendida desde una perspectiva histórica y debido a ello el concepto mismo de cultura, inmerso en un devenir histórico, ha sido abordado por una gama interminable de investigadores y estudiosos del tema, que lo han desarrollado desde sus particulares ópticas y metodologías.

Etimológicamente la palabra cultura se deriva del latín "colere-colui", cultivo, cuidado. Significando en principio el cultivo del suelo.<sup>13</sup>

Cicerón fue el primero que le dio una aplicación distinta al remitirlo al cultivo del espíritu. Más adelante se utilizaría en el sentido de erudición y educación del hombre.

De acuerdo con Fernand Braudel el término cultura se acuñó en Francia a mediados del siglo XVIII.

La cultura a la que se refiere Braudel es de carácter intelectual y con ese término pretende hacer una diferencia entre cultura y civilización, esta última entendida como el ideal de desarrollo técnico, moral y social. Más adelante señala que "hacia 1850 después de muchos avatares, civilización (y al mismo tiempo cultura) pasan del singular al plural. (...) Al pluralizar

---

<sup>13</sup> Banques, Agustín. Diccionario Manual Latín Español. Español Latín, Ed. Ramón Sopena, Barcelona, 1974, Pág. 1011

las civilizaciones o culturas, se renuncia implícitamente a una civilización definida como ideal,, mejor dicho, como el ideal como antonomasia; se olvidan en parte las cualidades universales, sociales, morales e intelectuales que implica el término en el momento de su nacimiento. Se tiende ya a consideraron el mismo interés todas las experiencias humanas, tanto las europeas como las de los demás continentes".<sup>14</sup>

Por otra parte, el Diccionario de Ciencias Sociales (UNESCO, Madrid, IEP, 1975) afirma que el concepto de cultura en su acepción científica se gestó en Alemania hacia mediados del siglo XIX, pero no quedó claramente definido sino hasta 1891, cuando el antropólogo inglés Edward Burnett Taylor, en su obra Primitive Culture, dice que "cultura es aquél todo complejo que incluye conocimiento, creencias, arte, ley, moral, costumbres y cualesquier otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad".

La definición anterior es una concepción "universalista" que considera a la cultura como la herencia social total de la humanidad.

Según el Diccionario Etimológico de la Lengua Castellana de Joan Corominas, el término cultura apareció en lengua escrita hacia 1515, como sustantivo derivado del verbo latino cultus-us, "acción de cultivar o practicar algo".

---

<sup>14</sup> Braudel, Fernand. La Historia y las ciencias Sociales. Madrid, Alianza Editorial, 1974, Pág. 27

El Diccionario de la Real Academia Española expresa que cultura es: "el resultado o efecto de cultivar los conocimientos humanos y de afinarse por medio del ejercicio las facultades intelectuales del hombre".

Por su parte, la Comisión Internacional sobre Problemas de Comunicación, de la UNESCO. Dicha comisión, presidida por el austriaco Sean Mac Bride, señala que "...se entiende por cultura todo lo que el hombre ha añadido a la naturaleza, todo lo que eleva al hombre por encima del animal, lo cual engloba todos los aspectos de la vida y todas las modalidades de comprensión".<sup>15</sup>

Por lo anterior, encontramos que cultura, aún en su más amplia definición, conlleva dentro de sí al hombre y por ende, a su sociedad.

Por ello, la cultura sólo puede ser entendida partiendo del conocimiento de lo que es el hombre.

---

<sup>15</sup> Mac Bride, Sean. Un solo Mundo. Voces Múltiples. Comunicación e Información en Nuestro Tiempo. México, UNESCO/FCE, 1980, Pág. 64

#### 1.4.1 CULTURA DE MASAS

la cultura de masas, señala el sociólogo Denis Mc Quail, se distingue por dos características fundamentales: amplia popularidad un especial atractivo para las clases trabajadoras en las sociedades industriales y la producción y difusión masivas.<sup>16</sup> Según otros autores, la característica principal de la cultura de masas es su carácter efímero.

Otra de las características de la cultura de masas es su contraposición con la llamada cultura culta, la cual es la que marca las pautas en la literatura, en la poesía, en el teatro, en el cine y en todas las artes, así como en los productos elaborados por las clases dominantes, que se consideran poseedoras de lo que denominan "cultura universal".

Umberto Eco señala: " si la cultura es un hecho aristocrático, cultivo celoso, asiduo y solitario de una interioridad refinada que se opone a la vulgaridad de la muchedumbre (Heráclito: "¿Por qué queréis arrastrarme a todas partes oh ignorantes? Yo no he escrito para vosotros, sino para quien pueda comprenderme. Para mí, uno vale por cien mil, y nada la multitud"). La mera idea de una cultura compartida por todos, producida que se adapte a todos, y elaborada a medida de todos, es un contrasentido monstruoso. La cultura de masas es la

---

<sup>16</sup> Mc Quail, Denis. Sociología de los Medios Masivos de Comunicación. Buenos Aires, Ed. Paidós, 1976, Pág. 69

anticultura".<sup>17</sup>

De acuerdo con el mismo autor, "la situación conocida como cultura de masas tiene lugar en el momento histórico en que las masas entran como protagonistas en la vida social y participan en las cuestiones públicas. Estas masas han impuesto a menudo un ethos propio, han hecho valer en diversos periodos históricos exigencias particulares, han puesto en circulación un lenguaje propio, han elaborado pues proposiciones que emergen de abajo. Pero, paradójicamente, su modo de divertirse, de pensar, de imaginar, no nace de abajo: a través de las comunicaciones de masa, todo ello viene propuesto en forma de mensajes formulados según el código de la clase hegemónica".<sup>18</sup>

La cultura de masa nace paralelamente a la sociedad de masas industrializadas en el siglo XIX y es un producto de una élite que domina a la mayoría de la población a la cual no sólo rechaza, sino con la cual mantiene una lucha de clases con carácter histórico.

Dicha cultura de masas es una elaboración ideológica que pretende unificar criterios y gustos, aspiraciones de la "masa"; esa masa desarticulada y atomizada que vive en las sociedades urbanas, industriales y rurales, sometidas por mecanismos de control social, como lo son los medios de comunicación.

---

<sup>17</sup> Eco, Umberto. Apocalípticos e Integrados ante la Cultura de Masas. Barcelona, ed. Lumen, 1975, Pág. 12

<sup>18</sup> Idem, Pág. 30

El investigador Alan Swingewood cita el libro The Intellectuals and the Powers de E. Shils, en donde se señala que "la cultura de masas, que ha sido creada para responder a las necesidades de hombres alienados y desarraigados, fomentará el proceso, exacerbará las necesidades y conducirá a una culminación inevitable del fascismo".<sup>19</sup>

También el mismo autor dice que la cultura de masas "mezcla, revuelve todo, produciendo una cultura homogeneizada... la cultura de masas es muy democrática: no discrimina en contra o entre nadie. La cultura se nivela inexorablemente y se pierden los patrones: la cultura capitalista y sus artefactos se convierten en comodidades, su función es entretener, divertir, reducir la conciencia a un estado de pasividad total".<sup>20</sup>

En sí podemos decir que la cultura de masas es un instrumento ideológico de control y "será justamente la sedimentación de formas del saber, patrones de conducta, ideologías y motivaciones, depositados en la conciencia del hombre-masa por la omnipresente alocución".<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> Swingewood, Alan. El Mito de la Cultura de Masas. México, Premia Editora, 1979, Pág. 30

<sup>20</sup> Idem, Pág. 15

<sup>21</sup> Pasquali, Antonio. Comunicación y Cultura de Masas. México, Ed. Paidós, 1976, Pág. 97

#### 1.4.2 CULTURA POPULAR EN MEXICO

La cultura popular es "la que pone el acento en forma más positiva en el futuro de la cultura, al igual que en su orientación. Es una cultura que no está destinada a una élite que goza en forma exclusiva de ella y que la vive sola en su universo cultural particular, sino que debe ser una cultura cuyo acceso sea abierto a todos, sin que intervenga el nivel de vida o el rango social".<sup>22</sup>

Para conocer la cultura en México es imprescindible remontarnos a sus raíces. Nuestra nación es una pluralidad de culturas, además de que es uno de los países más polifacéticos que puedan encontrarse tanto en lo geográfico como en lo que respecta a su complejidad étnica y consecuentemente, cultural.

En el mundo prehispánico de México coexistieron diferentes culturas indígenas que poseían rasgos característicos propios, tales como su concepción religiosa, el politeísmo; el arte, el cultivo de la tierra y su forma de gobierno, entre otros.

Hemos escuchado en diversas ocasiones que las raíces indígenas hacen de México un país rico en tradiciones y en cultura, a diferencia de otros que tienen una historia más reciente.

Por lo anterior, es importante "el conocimiento de nuestras

---

<sup>22</sup> Swingewood, Alan. Op. Cit. Pág. 141

raíces, de nuestra diversidad y de nuestra realidad, el elemento tal vez más importante para adquirir una verdadera conciencia de nuestra identidad nacional, ahora tan discutida y aún negada. Es por ello indispensable, el saber un poco, por lo menos, sobre quienes somos y como somos".<sup>23</sup>

Desde esa época este país es, y ha sido siempre un territorio pluricultural.

Sin embargo, con la llegada de los españoles a México en 1521, se inician las grandes transformaciones que harán de México lo que es ahora.

La época de la colonia es, como su nombre lo indica, una colonización a todos los niveles del suelo conquistado. Entre los primeros actos que realizaron los españoles en América, fue el saqueo de la riqueza material: el oro. Paralelamente impusieron su religión, su idioma, sus costumbres y sus valores. El idioma, reconocido universalmente como uno de los más importantes valores, fue usurpado por los españoles.

La castellanización fue un proceso lento y difícil, ya que existía tanto un rechazo a la imposición como una negativa a perder su identidad. En México convivían varias culturas bien definidas (mexicas, mixtecas, olmecas, zapotecas, etc.), las cuales poseían rasgos propios e identificatorios y la carencia

---

<sup>23</sup> González Ruíz, Ma. Teresa. "Los Grupos Etnicos de México", Instituto Nacional Indigenista, México 1982, Pág. 3

de traductores hizo difícil la penetración idiomática.

Otro factor importante, para imponer un nuevo concepto de vida por parte de los conquistadores, fue la evangelización. Una primera ruptura con las creencias indígenas politeístas, fue el predicar la existencia de un sólo dios, a diferencia de las diversas deidades que adoraban las culturas prehispánicas.

Por ello, las culturas prehispánicas sufrieron un drástico cambio, y pese al mestizaje biológico y cultural sobrevivieron varias etnias indígenas.

"En el contexto de esas etnias perduraron elementos de origen prehispánico, a los que se habían sumado rasgos adquiridos del grupo dominante o impuestos por él mismo, los que con frecuencia fueron quedando fosilizados. Así, en posesión de una cultura que, en diversos grados, no era ya la suya original ni constituía un desarrollo natural o espontáneo de la misma, las etnias indígenas subyacían condicionadas por las estructuras que les habían sido impuestas".<sup>24</sup>

Durante un largo período, el mexicano vivió en la sumisión y en el vasallaje, compartiendo modos de producción semifeudales.

Cuando se proclamó la Independencia, en 1810, se acabó con la ignominia de la esclavitud. Durante la etapa independentista,

---

<sup>24</sup> León Portilla, Miguel. Etnias Indígenas y Cultura Nacional Mestiza. Instituto Nacional Indigenista, México 1978, Pág. 109

empezaba a crearse un sentimiento nacional y aún no existía un proyecto cultural definido. Las transformaciones libertarias tuvieron un carácter principalmente económico y político, puesto que las relaciones coloniales no permitían rebasar etapas ya superadas por la metrópoli.

Después de esta etapa, surgieron en México otro tipo de problemas políticos y económicos como la Intervención Francesa, las Leyes de Reforma, la pérdida de medio territorio mexicano, entre otro otros, pero como no queremos hacer un examen exhaustivo de la historia de este país, ya que no es nuestro objeto de estudio, nos trasladaremos a una etapa muy importante en la historia en la que se forma lo que concebimos como hoy en día como cultura de México: la época de la Revolución Mexicana.

"La Revolución Mexicana, apunta Carlos Monsiváis, es hecho que funda las mitologías nacionales y decide la hegemonía cultural del Estado, y si la Revolución nos preserva y le da forma a la colectividad (nos defiende de y nos define ante el mundo exterior) quien en pro o en contra no tome posición frente a ella jamás entenderá al país o sus circunstancias propias".<sup>25</sup>

En otra parte del mismo trabajo, Monsiváis afirma que: "la cultura de la Revolución Mexicana (no necesariamente lo mismo que cultura oficial o nacionalismo cultural), mezcla orgullo histórico, nacionalismo, preocupaciones institucionales,

---

<sup>25</sup> Monsiváis, Carlos. "1968'1978: Notas sobre Cultura y Sociedad en México" en Cuaderno Políticos No. 17, Julio-Septiembre 1978, Ed. Era, México 1978, Pág. 44-45

concesiones a las masas, populismo y concesiones a las minorías ilustradas".<sup>26</sup>

Este movimiento social trajo consigo múltiples transformaciones que modificaron de manera substancial al país. Los gobiernos que formaron a raíz de esta gesta, tuvieron entre sus objetivos la consolidación de un Estado que satisficiera los intereses de las mayorías.

En otro trabajo, Carlos Monsiváis afirma que: "la función de la 'cultura de la Revolución Mexicana' ha sido, la más de las veces, ir legitimando al régimen en turno aportando una atmósfera flexible y adaptable a las diversas circunstancias políticas, capaz de ir con la consigna monolítica 'no hay más ruta que la nuestra' almacenazgo simultáneo de corrientes opuestas".<sup>27</sup>

Asimismo, la Revolución Mexicana ha mantenido la prioridad de sus programas, a través de sus gobiernos emanados de esta "gesta heroica", tanto económicos como culturales, en función del desarrollo; éste aparejado al concepto de desarrollo industrial, tal como lo pregonan los países de la órbita occidental.

Por lo anterior, podemos deducir que la visión que de la cultura y la historia ha difundido el aparato oficial, se ha

---

<sup>26</sup> Idem, Pág. 44

<sup>27</sup> Monsiváis, Carlos. "Notas sobre la Cultura Mexicana en el Siglo XX" en Historia General de México. El Colegio de México, México, Pág. 307-308

basado en hombres y mujeres ilustres. La historia ha sido encasillada por innumerables fechas de "acontecimientos relevantes". A pesar de que la historia la hacen los hombres en un momento, la historia es la historia de los pueblos.

## CAPITULO II

### LA TELEVISION CULTURAL EN MEXICO

#### 2.1 ¿QUE ES LA TELEVISION CULTURAL?

Para entender lo que es televisión cultural, es importante destacar que en México la mayoría de las estaciones televisivas son comerciales, salvo los canales 22 y 11 que pertenecen al estado, entendiéndose como televisión comercial a aquella que siendo administrada por empresarios privados, tiene como principal objetivo, obtener la máxima rentabilidad económica derivada de la promoción de mensajes y mercancías.

Este carácter de la televisión surge como única opción en la actividad "cuando el gobierno se autodescalifica de actuar como emisor. Con la ley que regulaba la actividad radiofónica se desarrolla la televisión privada durante dos décadas, haciendo del medio lo que los objetivos empresariales marcan. Su carácter monopólico se dejó ver desde sus inicios. Sin ningún obstáculo creció al amparo de la "benevolencia" de una burocracia gubernamental interesada en el desarrollismo económico; por lo que colaboró y se apoyó en el crecimiento acelerado del monopolio con el fin de que el aparato de difusión se insertara en el proceso económico.

"El contenido cultural y educativo del medio comercial ha estado determinado por los intereses económicos de los

principales compradores del tiempo de transmisión; es decir, las grandes corporaciones, casi en su totalidad norteamericanas, son las que han modelado el medio como aparato antidemocrático desde la perspectiva del emisor, y desorientador para el gran número de receptores".<sup>28</sup>

Pero, volviendo a la pregunta inicial de este inciso, podemos decir que la televisión cultural se define de diferentes maneras, dependiendo de cada país. En el nuestro se ha definido de diferentes maneras, pero para este estudio tomaremos en cuenta la postura derivada de su legislatura, donde se establece que la televisión, tanto oficial como privada, tienen la obligación de incluir en sus transmisiones, programas culturales.

Sin embargo, esta postura no clarifica del todo la pregunta de ¿qué es la televisión cultural? Al contrario, se puede decir, de acuerdo a la ley, que los programas culturales son todos aquellos que cumplan con los requerimientos plasmados en la mencionada ley. Debido a que no están suficientemente claros los conceptos vertidos en la legislación, los encargados de hacer realidad estos programas, ateniéndose a la ambigüedad, realizan sus programas tomando como válido su punto de vista particular sobre lo que deben ser los productos culturales que se transmitirán.

Lo anterior no quiere decir que exclusivamente se tomen en

---

<sup>28</sup> Esparza O., Luis. La Política Cultural del Estado Mexicano y el Desarrollo de la Televisión. Cuadernos del TICOM, UAM-Xochimilco, México, Pág. 44

cuenta los criterios individuales; pero si que se parte de criterios ambiguos y a veces caóticos de lo que va a realizar. Las pautas generales para dichos programas son marcadas por las estaciones que los producen y consecuentemente, con los intereses que sustentan las cadenas.

La televisión cultural es entendida también como un género más dentro de la barra de programación. En base a esto, y a la programación diaria de los canales de televisión, nos podemos dar cuenta que la mayoría de los espacios dedicados a la barra de programas culturales, es porcentualmente más bajo en referencia a las barras de entretenimiento o noticiosas, por ejemplo.

El hecho de que se realicen pocos programas culturales en la televisión mexicana, es debido a que se consideren poco redituables, esto es cuando el objetivo de la estación sea el del lucro.

Al parecer realizar programas culturales es tarea sencilla. Pero para quienes tienen como principal preocupación la televisión, el producir programas culturales entraña múltiples dificultades en todos los órdenes. Entre los que destacan el problema económico, las políticas culturales existentes (o casi) y de compromiso político e ideológico.

Hasta ahora, subestimamos la importancia y trascendencia de la cultura a todos los niveles, cultura no solamente implica difundir conciertos de música clásica elitista o dar a conocer

modos de vida de diferentes países; al contrario, como lo hemos visto en apartados anteriores, la cultura implica conocer todos los valores que el hombre crea.

Por otra parte, la televisión ha tenido un desarrollo vertiginoso y ha desarrollado un impacto que la ha llevado a ser el medio de mayor importancia para grandes grupos.

Es importante ver los grandes avances tecnológicos que ha tenido este medio en cuanto a la producción de programas, avances que no se han plasmado en la realización de programas culturales.

Sin embargo, nos hemos dado cuenta que los programas culturales no interesan a la televisión comercial, salvo el experimento de difundir cultura por el canal 9 de Televisa que duró alrededor de tres años, y que tuvo que regresar a su esquema comercial anterior: el de entretener. Aun así, la empresa Televisa, asegura que transmite miles de horas al año de programas culturales, y estos programas suman varios miles.

Pero, ¿realmente difunden programas culturales? En términos generales podemos decir que no. Como lo especificamos anteriormente, el difundir conciertos de cámaras, mexicanos o extranjeros, conciertos de Plácido Domingo o Luciano Pavaroti, no significa transmitir cultura. Asimismo, para esta empresa, además de los eventos antes mencionados, una obra de teatro o las biografías de personajes famosos, también son considerados programas culturales.

Por su parte, los canales oficiales tiene la obligación marcada, no sólo por la ley, sino por los decretos que les dieron origen, de transmitir cultura.

Es bien sabido que el difundir un concierto de cámara, mexicano o extranjero, se encasilla dentro de los programas culturales. Asimismo, una obra de teatro o las biografías de personajes famosos, también son considerados programas culturales.

Es necesario tomar en consideración varios aspectos relacionados con la adecuación al medio televisión: el horario de transmisión, la calidad de ésta, el uso creativo de las técnicas del lenguaje de la televisión, las interrupciones comerciales y otros muchos factores que hacen posible que el mensaje responda a las inquietudes del emisor y a las necesidades del receptor. La televisión al tiempo que convive y se refuerza con otros medios, como el cine, teatro, radio y otros de carácter impreso es, sin embargo un medio distinto, con su propia evolución, con un lenguaje característico, con una creatividad diferente.

Así, el acto de ver televisión es una actividad cultural, siempre y cuando los programas cumplan con esa función y el receptor comparta esa inquietud.

Para que un programa cultural logre el efecto deseado y cumpla con la función que tiene asignado, debe estar

sistematizado dentro de un contexto que no pierda continuidad, que responda a las necesidades de los diferentes públicos y que las prioridades que se establezcan las determinen los propios usuarios.

Para ello, es necesario establecer los canales de participación, no sólo en la crítica, sino en la producción de los programas. El diseño centralizado de la televisión en México no ayuda al fortalecimiento de la televisión regional con sus apreciaciones de esa realidad. El modelo vertical y unidireccional que se robustece día con día, no contempla la experiencia realizadas en otros países. No se trata exclusivamente de cubrir con la señal televisiva a los rincones más apartados del país. Se trata de que esa señal recoja y difunda las expresiones culturales de los usuarios.

Por todo lo anterior, es importante destacar que la cultura no se reduce a un concepto cerrado, ni tampoco a una abstracción producto de la imaginación. Así, la cultura se encuentra en un proceso determinado por sus condiciones históricas y políticas. La cultura no es una y la misma para todos los pueblos y para todas las épocas. En la mayoría de los casos, la cultura es considerada como un aspecto marginal y elitista; la falta de profundización en los elementos y en los aspectos que conforman a este tan moldeable concepto, ha hecho que la cultura sea sólo una de las "más altas manifestaciones del pensamiento humano", traducidas éstas en las expresiones plásticas de los "grandes maestros".

Así, en un medio tan novedoso como lo es la televisión, no debemos cerrar los caminos que nos llevan a nuevas posibilidades de producción; es necesario romper los esquemas y abrir opciones a quienes tengan interés porque el medio reivindique su razón de ser, al mismo tiempo que se haga permeable a las diversas alternativas culturales como las que se están dando con la creación de un nuevo canal cultural: el 22.

## 2.2 PANORAMA GENERAL DE LA TELEVISION CULTURAL EN MEXICO.

La televisión es, sin lugar a dudas, el medio de comunicación que más se ha desarrollado en los últimos años. Su importancia radica en que su mensaje llega a miles de gente simultáneamente, por ello, no puede renunciar a su misión cultural.

Sin embargo, en el esbozo histórico que se hizo sobre el desarrollo de la televisión en México, observamos que la televisión de nuestro país surge con todas las características y todas las particularidades de la televisión comercial. El Estado se interesó y participó en el medio tardíamente. La televisión oficial se ajustó a los cánones preestablecidos por la televisión comercial; es decir, que esta televisión no constituyó, por el sólo hecho de pertenecer al Estado, una alternativa real a la televisión comercial. Ya que se siguieron adoptando como válidos los patrones de la televisión que tenía necesidad de una producción que diera cabida a múltiples cortes, que tuviera un ritmo acelerado tal como lo permitiera el montaje de imágenes.

A pesar de esto, la función cultural de la televisión fue considerada, aunque superficialmente, por el presidente Adolfo López Mateos en la Ley Federal de Radio y Televisión, promulgada el 19 de enero de 1960, en la que se destaca que uno de los objetivos de la televisión mexicana debe ser la difusión de las manifestaciones culturales mexicanas.

Pero, en dicho documento no se especifica claramente que debe entenderse como cultura, ni que criterios se aplicarán para clasificar a los programas como culturales.

Este error no fue enmendado por el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Industria Cinematográfica, promulgado durante el sexenio de Luis Echeverría que en sus artículos 2o. y 3o. señalan:

Artículo 2o.- "En el cumplimiento de las funciones que la ley en la materia y este reglamento establecen, la radio y la televisión deben constituir vehículos de integración nacional y de enaltecimiento de la vida en común, a través de sus actividades culturales, de recreación y de fomento económico.

Artículo 3o.- "La radio y la televisión orientarán preferentemente sus actividades a la ampliación de la educación popular, la difusión de la cultura, la extensión de los conocimientos, la propalación de las ideas que fortalezcan nuestros principios y tradiciones; el estímulo a nuestra capacidad para el progreso; a la facultad creadora del mexicano para las artes, y el análisis de los asuntos del país desde un punto de vista objetivo, a través de orientaciones adecuadas que afirmen la unidad nacional".<sup>29</sup>

La imprecisión de los conceptos vertidos, ha permitido que

---

<sup>29</sup> Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica, Diario Oficial de la Federación, Miércoles 4 de abril de 1973.

los productores ateniéndose a su ambigüedad elaboren los programas partiendo desde su muy particular punto de vista acerca de la cultura.

Des esta manera, el contenido de los programas "culturales" reflejan la política y los intereses vitales, de quien los produce y difunde.

Aunado a esto, nos encontramos que en México existe un virtual monopolio de la televisión que se encuentra en poder de Televisa. Las empresas que se relacionan con el capital Televisa son muchas y muy variadas: "Editorial Provenemex, s.a. que edita la Revista Activa y la Enciclopedia para Todos, auspiciada por la Fundación Cultural Televisa; Editorial Televisión, S.A. editora de la revista Tele-Guía, promotora de los intereses del monopolio Cablevisión, S.A., es la empresa que monopoliza la televisión por cable en México; Protele produce anuncios comerciales y programas para televisión y además, es distribuidora del material de Televisa en América Latina; The U.S. Spanish International Network es la filial de Televisa en Estados Unidos que controla la cadena de televisión es español; Cablevisión, sistema de cable que opera en Estados Unidos, Univisión es la organización encargada de enviar material grabado al extranjero; Televisión España, eje de los negocios de Televisa en Europa; Pronesa es el área de Televisa que se dedica a los espectáculos deportivos, Televicine, productora de películas; Cabarets y Discos, compañía que junto con Televisa contratan artistas mexicanos y extranjeros para presentaciones y

grabaciones en un solo contrato".<sup>30</sup> Junto a estas empresas también se destaca el sistema noticioso ECO y la adquisición de la empresa televisiva Venevisión.

Por otra parte, podemos apreciar que el Estado Mexicano con su tardío desarrollo de la televisión no alteró el crecimiento desmedido de la televisión comercial. No sólo no ha logrado crear una televisión alternativa, el Estado en su conjunto es el primer y más importante cliente de la televisión privada.

Aunado a este patrocinio, el Estado solventa a la empresa privada por medio de otro tipo de canonjías, en las facilidades para el pago de impuestos con la posibilidad de pagar "en especie" es decir, en tiempo de transmisión equivalente al 12.5 por ciento.

Y no sólo eso, sino también la infraestructura necesaria para la distribución de las señales, tanto oficiales como privadas, corre a cargo, casi en su totalidad, del Estado.

Así, resulta paradójico que se le brinden tantas y tantas facilidades a la televisión comercial, ya que de alguna manera, el Estado posee sus propias emisoras y redes nacionales de televisión.

Como se ha anotado anteriormente, el modelo económico en el

---

<sup>30</sup> Alisedo, Pedro. El Gran Negocio de la Comunicación, Arma al Servicio de Cuatro Familias. Revista Proceso, No. 191, México D.F., 30 de junio de 1980, Pág. 44

cual se desarrolla la televisión de nuestro país, se orienta hacia la economía de mercado; por lo tanto, los productos de esta industria necesitan comercializarse. Una industria capitalista, al no comercializar sus productos, va la quiebra o es financiada por el Estado como una empresa no productiva, como puede ser el caso de los Canales 11 y 22; sin embargo, los ingresos de estas estaciones son infinitamente menores que los presupuestos que manejan las empresas privadas, lo cual redundo en que el presupuesto que se destina para el proceso de producción, no pueda encontrar un paralelo con las producciones comerciales.

Es cierto que la televisión oficial busca compenetrarse con los problemas de la comunidad, al mismo tiempo que desarrollar campañas para un desarrollo colectivo, sin buscar el lucro. Sin embargo, en esta sociedad el "talento" es muy caro y no fácilmente adquirible a bajo costo. Los implementos necesarios para la producción de programas de televisión requieren de fuertes sumas para su realización y en la medida que el Estado no ponga especial interés en el desarrollo de su televisión -a pesar de las mejores intenciones- ésta, objetivamente, no podrá hacer mejores programas. Hasta el momento, con presupuestos raquíticos, se han podido hacer programas de gran calidad.

Por lo anterior, podemos decir que la televisión cultural, a fin de cuentas, es un producto elaborado por el ser humano y dirigido a su semejantes; todos los esfuerzos que se han inventado, tanto a nivel creativo como a nivel tecnológico, han hecho posible que la televisión se modifique.

Por ello, aun cuando contamos con la infraestructura básica, tecnológica y operacional, esto no es suficiente. Afortunadamente, cada día hay más cosas que decir y contenidos que queremos expresar.

Una de las fallas más notorias, tanto en la televisión en general, como particularmente en la televisión cultural, es la falta de producción.

En cuanto a la producción, no es posible atenerse a la improvisación, el timing al que nos ha acostumbrado el medio debe modificarse, a pesar de que el medio se ha caracterizado por su inmediatez y por su carácter efímero, ahora se transforma en un verdadero documento social.

Tradicionalmente se ha calificado como excelente la producción de la televisión inglesa. La producción de las grandes cadenas estadounidenses, también han hecho escuela en nuestras producciones. En estos dos ejemplos apreciamos que en la primera, la propiedad es estatal y en la segunda privada. Así, vemos que lo determinante no es la propiedad del medio, pero sí la calidad del mismo; las tres etapas básicas de la producción: preproducción, producción y postproducción y su ulterior transmisión, están cuidados de principio a fin. El talento creativo en esos países ha alcanzado el prestigio que le corresponde.

En nuestro país podemos y debemos aspirar a ser mejores, las

intenciones están planteadas.

Aquí y ahora encontramos fragmentos de todas formas y colores de las culturas que conviven en le mismo país y sólo una televisión. La cultura que se distribuye no debe ser homogénea y uniforme; deben abrirse las alternativas hasta lograr una participación que acepte las diversas posiciones culturales y sociales y no cerrarnos a las necesidades del mercado económico y cultural minoritario.

Mucho se ha hablado del peligro que entraña la captación de programas extranjeros distribuidos por los satélites; el riesgo de perder cada día más nuestra identidad cultural. Este tipo de axculturación, aceptada pasivamente, efectivamente redundará en detrimento de nuestros valores; la identidad nacional y cultural del país está indiscutiblemente en constante transformación. El devenir de sus instituciones culturales será determinado por el impulso que se ponga en los programas adecuados, para fortalecer esa cultura.

Nos encontramos utilizando nuestro satélite de comunicaciones, una parte de nuestra televisión se distribuye por los sistemas de satélites internacionales, contamos con sistemas de distribución por cable, se han utilizado las dos bandas de frecuencia disponibles para la televisión. Por tanto, tenemos abiertos los canales para poder transmitir los programas culturales que podamos realizar, siempre y cuando no los convirtamos en espectáculos, como lo hace la televisión

comercial.

En relación a lo anterior y tomando en cuenta las actuales prácticas de la televisión mexicana, en el sentido de ampliar los tiempos de transmisión, pensamos que lo más importante no es extendernos en cuanto a la cantidad de canales y tiempos, sino a la calidad de los mismos.

Por ello, para nuestro país, es importante que la producción de programas culturales se incremente e ir abandonando paulatinamente la práctica de la compra de seriales manufacturados en el extranjero -que si bien abaratan los costos- también desvirtúan la imagen de la idiosincrasia nacional.

La televisión a través del desarrollo e impulso de sus programas culturales, posibilitará que esta televisión logre el lugar que le corresponde dentro de las expresiones artísticas audiovisuales.

Así como otros medios han desarrollado sus potencialidades, como es el caso del cine, la televisión -que posee un lenguaje iconográfico propio- es una expresión plástica diferente y un cúmulo sorprendente de innovaciones tecnológicas, podrá arribar a la calidad de arte en que deben ponerla sus realizadores, ya no sólo como miembros del staff de producción, sino como autores creativos en toda la extensión de la palabra.

## CAPITULO III

### LA TELEVISION Y LA DIFUSION CULTURAL

#### 3.1 LA TELEVISION COMERCIAL Y LA DIFUSION CULTURAL.

"En México concretamente, se puede afirmar que la TV se introdujo y se desarrolló como un satisfactor más de la necesidad histórica del aparato productivo y de la burguesía industrial-financiera de contar con los vehículos de comunicación social a través de los cuales promover tanto sus bienes y servicios sobre el mercado interno, como su proyecto y su ideología sobre la estructura social".<sup>31</sup>

Por ello, es importante recordar que los principios de la televisión comercial, se remontan al año 50, en que se iniciaron las transmisiones continuas del canal 4, el primer canal comercial mexicana propiedad de los señores Rómulo O'Farril Jr. dueños del periódico "Novedades".

En 1951, el señor Emilio Azcárraga Vidaurreta, fundador de la estación XEW, lanzó al aire el canal 2, un año después inició sus transmisiones el canal 5 bajo la dirección del ingeniero Guillermo González Camarena.

En 1955, los tres canales se fusionaron y dieron origen a

---

<sup>31</sup> Pérez Espino, Efraín. El monopolio de la televisión comercial en México, en Revista Mexicana de Sociología, Año XLI, Vol XLI, Núm. 4, Octubre-Diciembre, 1979, México, Pág. 1438

Telesistema Mexicano, así se iniciaba el gran monstruo monopolístico de la televisión en México.

El primero de septiembre de 1968, un grupo de industriales de Monterrey, lanzó al aire la primera imagen del canal 8.

Actualmente, XEW, Canal 2, XHTV Canal 4, XHGC Canal 5 y XEQ Canal 9, que representan las dos terceras partes de la televisión en la ciudad de México.

Según sus máximos representantes, los objetivos de Televisa son:

- A) Elevar el nivel cultural de las mayorías
- B) Servir coadyuvando al proceso del desarrollo económico del país
- C) Servir de lazo efectivo y fluido entre los sectores para incrementar la unidad nacional.
- D) Ofrecer a determinados grupos minoritarios (universidades, críticos, etc.), la satisfacción de sus necesidades de tipo intelectual
- E) Respetar los circuitos de comunicación obtenidos durante los años de experiencia y enriquecerlos con mensajes culturales y sociales que tiendan a una mejor realización de cada individuo

F) Investigar nuevos circuitos de comunicación que permitan llegar a un equilibrio entre la calidad y las características masiva esencial del medio.<sup>32</sup>

Asimismo, clasifican como cultural, a todos los programas "que difunden las expresiones culturales de todos los tiempos y todos los pueblos. Incluye desde programas que retratan la más pura manifestación cultural de un pueblo, hasta las expresiones artísticas de la cultura universal como conciertos, danza, conferencias, literatura, cine, pintura, etc."<sup>33</sup>

Para Televisa, la televisión es un producto de la cultura, "sin embargo como producto de la cultura no tiene vida propia, sino que ésta la recibe de los hombres que la crean y la utilizan.

"La televisión como técnica se convierte en el medio que transmite la cultura, a través de la representación simbólica que hace de ella, entendida como el conjunto de ideas, instituciones, imágenes, etc., que usa una sociedad determinada, ya sean estas herederas o adoptadas".<sup>34</sup>

Esta empresa, define a la televisión como una institución

---

<sup>32</sup> Folleto ¿Qué es Televisa?, s/f, Pág. 7-10

<sup>33</sup> Op. Cit. Pág. 7-10

<sup>34</sup> Conceptos expresados por el Dr. Fernando Morett, entonces Director de Proyectos Especiales de la Fundación Cultural Televisa, en su ponencia: "La Televisión Comercial y la Difusión de la Cultura", Academia Mexicana de la Educación, México, 27 de junio, 1980

social de responsabilidad especial, dada su posibilidad de comunicar simultáneamente a grandes núcleos de la población el mismo mensaje, acercando e integrando en un momento dado, a los pobladores de una nación.

Por otra parte, el deseo de colaborar más activamente para el fomento y la difusión de las actividades culturales, llevó a la televisión comercial mexicana a explorar nuevos caminos, así en 1975, Televisa, S.A. apoyó la constitución de la Fundación Cultural Televisa como una asociación civil con patrimonio propio, un patronato que asegurara la continuidad de sus proyectos, y un Consejo integrado por intelectuales mexicanos de reconocida calidad académica, entre los cuales no figuró ningún funcionario de la empresa.

El consejo de la Fundación Cultural Televisa decidió llevar a cabo una serie de proyectos culturales tanto dentro del ámbito de la televisión comercial como fuera de ésta, así rebasando los límites del medio y ampliando la difusión de la cultura en otras áreas.

Al poco tiempo de establecida esta Fundación celebró un convenio con la Universidad Nacional Autónoma de México, para poder llevar a cabo uno de sus objetivos más ambiciosos:

Realizar programas de Televisión que motiven la audiencia a continuar estudios superiores o a reafirmar los conocimientos ya adquiridos.

En 1976 nació "Introducción a la Universidad", proyecto que se hizo realidad gracias a las autoridades de la Universidad.

A través de la Fundación Cultural Televisa, se pusieron al servicio de la comunidad, las facilidades con que cuenta esta empresa para la producción de programas educativos y culturales.

En esa época la Universidad Nacional Autónoma de México se responsabilizó del contenido de los programas, y proporcionó a la Fundación, la asesoría didáctica necesaria. La Fundación asimismo proporcionó los recursos técnicos y económicos necesarios para la realización de los programas. Televisa, a su vez, cedió el tiempo necesario para la difusión de dichos programas.

En las series, "Introducción a la Universidad" y "Temas y Tópicos Universitarios", se han impartido las más variadas cátedras de todas las disciplinas, y se ha dado cabida a todas las corrientes ideológicas, respetándose en el más amplio sentido de la palabra, la libertad de cátedra, principio fundamental del concepto universitario, como realización de la libertad de expresión de las ideas...<sup>35</sup>

Sin embargo, muchos intelectuales de la máxima casa de estudios del país se opusieron a esta alianza, Fátima Fernández Christlieb, manifestó al respecto de esta alianza lo siguiente:

---

<sup>35</sup> Morett, Fernando. Op. Cit. s/págs.

"Televisa no es hoy sólo una empresa dedicada a producir televisión, radio, cine, fútbol y teatro, es un consorcio transnacional que en nuestro país ha sabido hacer política de masas y que por ello se va convirtiendo virtual, implícita y tácitamente en pieza importante del sistema político mexicano. Es una entidad política de derecha a la que en tiempos de crisis le temen las más altas autoridades del país, es un consorcio que hoy significa poder, no sólo en lo económico sino en lo político, es una empresa que ha dado el salto al corazón del Estado y que comienza a marcar directrices en la sucesión del poder. La universidad comenzó, hace pocos años, a dejarse permear por este fenómeno, de aquí que el año pasado, cuando ratificó el convenio con esta empresa, recibiera severas críticas desde dentro y fuera de la comunidad universitaria.

"No es que los universitarios no queramos difundir la cultura y el pensamiento universitarios con la más alta calidad técnica, no es que no veamos las ventajas de una infraestructura eficiente, ágil, versátil y experimentada. Vemos todo esto, pero sabemos también el costo social y político que esta alianza significa."<sup>36</sup>

Otro proyecto que inició Televisa en la década de los 80, fue el de cambiar toda la programación del entonces canal 8 de televisión (como sabemos con la apertura del canal 7 de Imediación, se cambió la frecuencia convirtiéndose el canal 8 en

---

<sup>36</sup> Fernández Christlieb, Fátima. Televisa en la Universidad Nacional Autónoma de México, en Televisa el Quinto Poder, Editorial Claves Latinoamericanas, México, Pág. 106-107

9).

En el mes de marzo de 1983, se suscitaron dos hechos que de alguna manera plantearon una incógnita. El 23 de marzo, se realizó la renovación y ampliación del convenio entre la Universidad Nacional Autónoma de México y Televisa en la difusión cultural.

Este convenio entre la UNAM y Televisa, fue firmado por primera vez en 1977 por el entonces Rector Guillermo Soberón Acevedo, para impartir clases a los estudiantes, en tanto los trabajadores sostuvieron una huelga declarada ilegal por la Secretaría del Trabajo.

El 25 de marzo, dos días después, Televisa anunció la conversión de su canal 8 en una emisora cultural. De esta forma, a partir del 4 de abril, el canal fue identificado con el lema: "La alegría de la cultura".

Al respecto el Rector Octavio Rivero Serrano afirmó que la universidad "también se esforzará por colaborar dentro de la programación del canal 8 con programas propios donde se expongan aspectos históricos, culturales, científicos, deportivos o recreativos", -agregó- Es claro que el canal 8 sigue siendo un canal de la Fundación Cultural Televisa; la UNAM se hace responsable únicamente de sus programas y de aquellos en los cuales participe, y cuando tal participación sea reconocida por

las instituciones mencionadas".<sup>37</sup>

Respecto de los objetivos generales del canal 8, Héctor Vasconcelos, asesor cultural de la Presidencia de Televisa de 1983, dijo:

Lo primero que hay que señalar son los objetivos globales de Televisa al lanzar este canal. Se trata de ofrecer al público general más opciones de las que había tenido hasta ahora.

Deseamos que a través del canal, se incremente el interés personal de los televidentes en las artes, las ideas, la historia y de manera muy especial, en su propio país.

Televisa tiene un público específico en mente: aquél que se encuentra entre los 13 y los 30 años de edad. Es obvio que este sector de la población es clave no sólo numéricamente sino porque estas edades abarcan el periodo formativo del ser humano .

La idea es que el público que normalmente no ha tenido acceso suficiente a su propia cultura y a la internacional, pueda elevar su nivel de conocimientos, su nivel de percepción, y por lo tanto, la calidad de vida. Si el canal contribuye a despertar curiosidad, a aumentar conocimientos en nuestra población habrá cumplido su función.

Es muy importante tener en cuenta que no fue diseñado para

---

<sup>37</sup> "Uno más Uno", del 24 de marzo de 1983, Pág. 19 Col. 1

el sector intelectual. Pensamos que los intelectuales tienen ya y han tenido siempre, por definición, sus propios medios para apropiarse de la cultura, de hecho, nos planteamos una disyuntiva: podríamos hacer un canal para obtener el elogio de los intelectuales, para obtener buena prensa y con decoraciones, o bien, vamos a ser un canal para ser visto por las mayorías.

No optamos por la opción elitista sino que, exponiéndonos crítica, tratamos de elaborar una programación que captará aquellos públicos no habituados a las expresiones de la cultura, sabíamos de antemano que algunos aspectos de la programación, algunos formatos, algunos estilos serían duramente criticados.

La decisión de hacer este canal de ninguna manera se trata de algo circunstancial o coyuntural. Desde hace algunos años, Televisa ha venido llevando a cabo acciones y programas no comerciales. Pero esto ha sido negligido por sus críticos.

...No puedo menos que pensar que con mala fe se ataca a Televisa como si tales hechos no existieran en esa línea de iniciativas culturales llevadas a cabo por Televisa, se inscribe el nuevo canal cultural.

Hablaré del tipo de cultura que pretendemos transmitir. En primer lugar, tomemos en cuenta el medio. Uno de los atributos y grandes cualidades de la televisión, es que permite la comunicación instantánea con cientos de miles o millones de personas. De ello se desprende que tenemos que hacer una

comunicación masiva y no algo que, por su solemnidad o rigidez, parezca prohibitivo a muchos sectores.

Hay que tener en cuenta que las mayorías se acercan a la televisión no en la misma forma en que se acercan a un aula. Esencialmente y esto es un fenómeno de la vida contemporánea acuden a la televisión en busca de distracción y de descanso. Quien quiera una clase va a la universidad o a una escuela.

Pero la televisión es parte de la intimidad y del asueto. De ello resulta que el gran reto sea hacer televisión de contenido, es decir, televisión que enseñe algo y eleve la calidad de la vida sin caer en formatos pesados o tediosos para los no iniciados. Quizá la fórmula para lograr esto no se haya encontrado en ningún país. Si trasladáramos a México las fórmulas de la televisión de los países occidentales, por ejemplo, creo que fracasaríamos; nuestra composición demográfica es muy distinta y aún en esos países no se puede decir que los programas culturales tengan una aceptación masiva.

Lo de la "alegría" es simplemente una manera de decir que lo "cultural" no tiene que ser tedioso o solemne, con el fin de que las mayorías le pierdan el miedo a los programas culturales.<sup>38</sup>

Por su parte el entonces director de canal 8 Miguel Sabido,

---

<sup>38</sup> Entrevista con Héctor Vasconcelos, Uno más Uno, 4 de junio de 1983, Pág. 15

definió a la cultura como "aquello que nos hace diferentes de los demás. Aquello que el ser humano ha ido logrando de generación en generación para establecer una mayor interacción con su entorno, es decir, con la naturaleza. Por lo tanto, me parece brutal incultural las agresiones ecológicas, la falta de civismo, el no saber vivir en la ciudad; me parece terriblemente inculto tirar basura en la calle, desperdiciar el agua, no respetar las señales de tránsito. Todo esto forma parte de la cultura".<sup>39</sup>

Al hablar sobre los objetivos concretos del canal 8 señaló que estos son:

1. No servir a la élite cultural, que es apenas el tres por ciento de la población, ni a los más pequeños grupos (la élite de poder económico y la de poder político), que ellos mismos se procuran su acceso a la cultura.

2. Dirigirse a un 70 por ciento de la población que son menores de 30 años, a la gente que en una década apenas, o dos si acaso, dirigían el país.

3. Suplir la deficiencia social de que nadie, ni los políticos ni religiosos o económicos, tienen la comunicación con los jóvenes, la que la propia televisión pierde cuando el niño a los 13 años huye de las caricaturas.

---

<sup>39</sup> Entrevista publicada en el suplemento dominical "El Semanario", del periódico "Novedades", 3 de abril de 1983.

4. Hacer perder el miedo a la cultura, hacer entender en el plazo inmediato que todos somos cultos, para empezar en la medida en que hablamos un lenguaje articulado, heredado por el grupos social, y que se entienda que la cultura es simplemente aquello que diferencia al ser humano de los demás seres vivos.

Por las anteriores declaraciones, se podría pensar que el aspecto cultural revestía una gran importancia para los representantes de la televisión privada, y podría dar la impresión de que Televisa dedicaba una gran parte de su programación a la difusión cultural.

Pero en realidad no era así, el canal 8 (de poca cobertura nacional) transmitía programas de Divulgación Universitaria e Introducción a la Universidad (7.30 horas diarias que representaba aproximadamente el 40 por ciento total de la programación), que eran aportación de la Universidad Nacional Autónoma de México, mediante el convenio firmado en 1977, renovado y ampliado en 1983.

Sin embargo, estos programas se caracterizaron por la pobreza de su producción (tomando en cuenta los recursos con que contaba y cuenta Televisa) en la que predominaba la cámara fija frente a un profesor monologante que no parece dirigirse a nadie, cuya temática estaba supeditada a los intereses de la empresa.

El resto de la programación estaba integrada por ciclos de películas, obras teatrales, musicales y demás manifestaciones

de la "alta cultura".

Existían otro tipo de programas como "Videocosmos", una realización para adquirir conocimientos a velocidad supersónica, donde se sintetizaba en forma por demás precisa, la noción que de cultura tiene Televisa.

Con este tipo de programas, se destaca que la concepción que de cultura tenía y tiene Televisa, se restringe a un conjunto de cosas previamente clasificadas como "culturales" cuya presentación se hace de manera aburrida, de ahí la insistencia de los conductores de que la cultura debe ser "alegre".

O dicho de otra manera, la cultura es aburrida y por lo mismo hay que asimilarla con cierto optimismo.

Pero, esta programación "cultural" en canal 8, que después se convirtió en canal 9, no duró mucho tiempo. En el año de 1989 al ver los dueños de esta empresa que la cultura no era redituable en términos económicos, optaron por regresar al viejo formato de transmitir sólo entretenimiento. Ahora la programación de este canal se basa en repeticiones de programas grabados anteriormente, películas mexicanas y novelas.

En síntesis podemos decir, que la cultura de la televisión se basa únicamente a las bellas artes, destacando de éstas lo producido no por los mexicanos, (a excepción de unos pocos privilegiados), sino los hechos por los europeos y

norteamericanos principalmente.

Por lo anterior, es cierto que actualmente existe renuencia por parte de Televisa para producir y transmitir programas culturales, sin embargo, ¿por qué lo hace en una mínima parte?

Es un hecho definitivo que Televisa no puede dejar de transmitir programas de corte cultural, ya que existe primeramente la obligación legal, y por otra serán éstos programas los que la justificarán en el momento en que la crítica arremeta contra esta empresa.

### 3.2 LA TELEVISION ESTATAL Y LA CULTURA.

Para el estudio de la televisión estatal, es importante dividirla en dos partes: Canal 11 y 13.

#### CANAL 11.

XHIPN Canal 11, se creó el 15 de septiembre de 1958, y salió al aire el 2 de marzo de 1959 como una dependencia del Instituto Politécnico Nacional, aunque con una señal muy débil y una potencia limitada que sólo era captada por una mínima parte del área metropolitana.

"Tuvieron que pasar muchos años para superar esta limitación en forma definitiva. Mientras se libró una lucha en la que se impugnaba la existencia del canal por no satisfacer los requerimientos mínimos para los que había sido creados, y por otra parte, se formó una indiferencia casi general por lo limitado de su recepción, no sólo en el área metropolitana, sino inclusive dentro de las mismas instalaciones del politécnico.

"En cierta forma se había caído en un círculo vicioso, pues sino había penetración en el auditorio, no había recursos y sin estos era imposible la señal del canal once".<sup>40</sup>

Por la explicación anterior, se entiende porque esta televisora vivió en el anonimato hasta el 2 de agosto de 1969, en que por medio de este decreto presidencial se establecieron

---

<sup>40</sup> Historia del Canal 11, México, s/f

las bases para su funcionamiento.

**Este Decreto señala en sus principales artículos:**

**Artículo Primero.** La Secretaría de Educación Pública, a cuyo servicio se encuentra el Canal 11 de televisión en el Distrito Federal, utilizará éste para la transmisión de todos aquellos programas educativos, culturales y de orientación social que considere convenientes, así como los demás que ordene el Ejecutivo Federal.

**Artículo Segundo.** La Secretaría de Comunicaciones y Transportes se hará cargo de la operación técnica del sistema transmisor de televisión para el Canal 11 construido por el Gobierno de la Unión en el cerro del Chiquihuite, en los límites del Distrito Federal y el Estado de México, con todos los bienes muebles, e inmuebles, instalaciones y equipos que constituyen dicha transmisora.

**Artículo Tercero.** La Secretaría de Comunicaciones y Transportes, con la intervención de la Secretaría del Patrimonio Nacional, recibirá los bienes a que se refiere al artículo anterior, de conformidad con los inventarios que existen o sea procedente elaborar.

**Artículo Cuarto.** Para producir y reproducir sus programas la Secretaría de Educación Pública tendrá sus propios equipos de estudios y grabación.

Todo lo anterior considerando "que el Gobierno Federal realizó la construcción de las instalaciones necesarias para la operación de un transmisor de televisión para Canal Once de la onda de muy altas frecuencias en el Distrito Federal y que la televisión debe contribuir a las tareas educativas y culturales, por lo cual es conveniente que la programación en esta materia responda a las normas nacionales que según la Constitución Política de la República Mexicana y demás leyes respectivas, corresponde fijar a la Secretaría de Educación Pública, y tercero, que es conveniente que los programas de la Secretaría de Educación Pública transmita por Canal Once, se armonicen con los que el Gobierno Federal resuelva difundir por otros canales".<sup>41</sup>

De esta forma, los objetivos generales del Canal Once son:

1. Servir como soporte y ayuda a la educación popular.
2. Difundir al público las más altas indicaciones de la cultura nacional e internacional, incluyendo sus experiencias populares. Esto no es simplemente una cuestión de poner en televisión un concierto sinfónico, un ballet o una demostración de artes plásticas, colocando una cámara en la orquesta, sin recrear estas expresiones por características técnicas de producción de esta comunicación media.

---

<sup>41</sup> Diario Oficial de la Federación, del 2 de agosto de 1969

3. Dar a conocer los derechos y servicios que el Estado otorga a cada ciudadano o grupo de ciudadanos, como servicios de emergencia y asistencia pública y privada, servicios educacionales, abiertos o pertenecientes a escuelas, transportación, ofertas turísticas, indicadores de precios en el Distrito Federal; orientación al consumidor respecto de artículos de consumo duradero, etc. Canal Once ayudará en las promociones de colaboraciones y programas de proezas civiles.

4. Las transmisiones bajo la línea de entretenimiento debenser entendidas no como distracciones, sino como estimulaciones para el televidente en términos de aventuras para la imaginación y para una mejor percepción de la realidad. Esto será llevado a cabo a través de mejores ciclos filmicos, nuevos enfoques en producción y actualización; presentaciones por personalidad en las artes, tecnología y ciencia. Debemos insistir en cómo los programas se desenvuelven simple y fácilmente en ocasión de conductores de orquestas famosos, estrellas de cine de todas las nacionalidades, cuya simple y directa presencia constituye en sí misma un show.

5. El objetivo general de los programas informativos es poner al alcance del televidente, en la manera más accesible, la complicada trabazón de los hechos y datos del acaecer relevante, nacional e internacional, de tal modo que le sea fácil explicarse los procesos de la sociedad en la

que vive, e igualmente los mecanismos que determinan la interdependencia entre los hombres y entre las sociedades.

Estos objetivos son: Soporte y asistencia para la  
Educación  
Información  
Difusión de la cultura  
Servicios  
Entretenimiento.

De forma como de hecho los programas del Canal Once se caracterizan por la mixtura de estos cinco elementos. Cada uno de nuestros programas tiene como propósito dejar al público un residuo de educación, información, cultura, estímulos que induzcan al individuo a pensar, percibir, recrear o asimilar, con el auxilio del idioma de la televisión que ofrece ciencia, arte y educación".<sup>42</sup>

En el año de 1969, siendo director el licenciado Carlos Borges, se firmó por primera vez un convenio con el Instituto Nacional de las Bellas Artes (INBA), para transmitir los eventos más importantes que se realizaran en la sala principal de Bellas Artes.

En 1980, el entonces director del Canal Once, Pablo Marentes señaló que "este medio de comunicación definitivamente no pretende entrara en una estéril competencia con los canales

---

<sup>42</sup> Historia del Canal 11, México, s/f

comerciales de Televisa, ya que su programación obedece a objetivos específicos que son la difusión de la cultura, la información, dar a conocer servicios del sistema mexicano para sus ciudadanos y de entretenimiento.

El Canal Once, no entra en competencia con otros canales, no ganará 'raiting' de audiencia puesto que no tiene compromisos mercantiles y su programación obedece a necesidades precisas de difusión de las actividades de la comunidad polítécnica y de audiencia de acuerdo a los hábitos familiares detectados en la zona metropolitana.

Este medio se inserta en el contexto de derecho a la información que establece el artículo 6o. Constitucional, como un canal perteneciente a una institución de educación superior, de las cuales se ha dicho que son la conciencia crítica de la nación por lo que tenemos que dar acceso a nuestra pantalla a cualquier grupo, individuo o institución que tenga algo que decir respecto a los componentes del Estado en plan de crítica o evidenciar sus realizaciones".<sup>43</sup>

El Canal Once, considerado como el primer canal cultural y educativo de América Latina, como hemos revisado, se presenta como la única opción de televisión cultural, claro está, antes de aparecer el nuevo Canal 22 cultural.

Este canal, que desde sus inicios ha padecido una aguda

---

<sup>43</sup> Op. Cit. Pág. 4

deficiencia de recursos económicos y una limitadísima área de cobertura, ha ido superando muchos de sus problemas: su potencia ha aumentado, su cobertura abarca varios estados de la república, transmite a color y actualmente por el sistema de satélites se puede captar en otros países.

Pese a las limitaciones que todavía sufre, este canal es el que mayor número de programas culturales ofrece, sin embargo no ha logrado dotarlos de un manejo adecuado de la imagen que les permita un cierto nivel de calidad que a la vez, traería como consecuencia un mayor atractivo que redundaría en un público mayor.

Huelga decir que dado sus reducidos ingresos en comparación con los de otros canales, este canal está lejos de poder competir con aquellos.

Por otra parte, no puede haber comparación alguna ya que uno y otros tienen objetivos totalmente distintos.

El Canal Once, es, hasta estos momentos, el único que se ha interesado hasta cierto punto, por los problemas de la comunidad, al mismo tiempo que a través de sus emisiones promueve el desarrollo colectivo con programas como "Aquí nos Tocó Vivir" de Cristina Pacheco.

Sin embargo, es arrasado por las producciones comerciales que impiden que el reducido público que capta su señal se incline

por él.

En cuanto a la producción de programas, es sabido para las realizaciones se requiere la inversión de fuertes sumas de dinero, lo que prácticamente es imposible en tanto el Estado no ponga especial interés en la elaboración de programas culturales como una constante y no como meros intentos, muy bien logrados por cierto.

Pero, por la política que esta realizando el actual sexenio nos podemos dar cuenta que al Estado no le interesan mucho los medios de comunicación. Como muestra está la venta de paquetes de medios entre los que figuró la venta del Canal 13.

Por ello, podemos destacar que este Canal, si logra sobrevivir, seguirá con su escaso presupuesto y realizando producciones con los medios que tengan.

#### **CANAL 13.**

La primera programación del Canal 13 salió al aire el 22 de agosto de 1968. Esta concesión había sido otorgada el 23 de julio de 1967, a la Corporación Mexicana de Radio y Televisión, S.A. de C.V., al frente de la cual se encontraba el señor Francisco Aguirre.

El 10 de diciembre de 1968, salió oficialmente en cadena nacional en la transmisión del cuarto informe de gobierno del presidente Gustavo Díaz Ordaz.

Hasta el 10 de enero de 1972, se desempeñó como un canal comercial, ya que en esta fecha, la financiera estatal Sociedad Mexicana de Crédito Industrial, Somex, compró el 72 por ciento de las acciones, y el 15 de marzo del mismo año adquirió el 28 por ciento restante, con lo que -de acuerdo con Jorge Alberto Lozoya-, se inauguró una nueva etapa en la televisión en México.

"De acuerdo con este autor una clara necesidad política motivó la compra de este canal. Por una parte, se trataría de enfrentar un segmento de los problemas de la economía mexicana, los causados por la distorsión de la estructura de producción nacida del consumismo provocado por la publicidad televisiva; de otro lado, el gobierno emprendería acciones concretas orientadas a reducir en alguna forma, el poder del monopolio que ejercía un grupo financiero sobre la televisión mexicana.

"Según Lozoya, en 1972 la televisión de Estado pretendería revertir el proceso de desorientación colectiva: la problemática individual es comprensible sin el conocimiento del contexto social que la genera o fomenta; la obra comunal es superior éticamente a la compulsión personal por adquirir satisfactores económicos; cultura es una concepción global, y racional, del universo; informar es inscribir los nuevos hechos en un marco de referencia sociopolítico; modernidad no es equivalente a imperialismo y consumo suntuario".<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup> Granados Chapa, Miguel Angel. "La televisión de Estado en busca del tiempo perdido", publicado en Nueva política, No. 3 julio- sep., Pág 233-235

El 6 de diciembre de 1974, al hacer un balance de las labores realizadas por el canal 13, el director de esa empresa paraestatal, senador Enrique González Pedrero, formuló conceptos sobre el sentido de la televisión estatal. Para él, "la intervención del Estado en la televisión tiene un contenido eminentemente político, en la medida en que aspira a ser un instrumento de transformación que tienda hacia la integración nacional, la modernización, el progreso social y la vida democrática.

La televisión del Estado -agregó- en un país en vías de desarrollo, en donde el cambio social es una finalidad deliberada, ha de tener capacidad de innovación de ir más allá del reforzamiento de los valores tradicionales. Sin olvidar la importancia de la magnitud del auditorio -aspecto cuantitativo-, tampoco ha de ignorar los valores artísticos y culturales - aspecto cualitativo-.

La televisión que hace el Estado (se piensa simplistamente) debe estar encaminada únicamente a propagar las cuestiones que interesan al gobierno y, en consecuencia, se pretende atribuirle un carácter parcialmente oficialista. Sin embargo, la televisión estatal se orienta a objetivos más vastos y trascendentes en la medida en que el Estado no se identifica, exclusivamente, con los órganos que actualizan su unidad de decisión y acción.

Por tanto, entendemos el Canal 13 como una empresa responsable de informar, divertir y difundir la cultura para

regular, complementar y promover el sistema nacional de televisión mediante la emulación y el ejemplo, con la finalidad de contribuir a la integración nacional, la modernización y al desarrollo independiente de México".<sup>45</sup>

Después de dos años, en 1976, al ser inauguradas las nuevas instalaciones del canal 13, el propio González Pedrero informó sobre el desarrollo de esta experiencia del Estado en la televisión. "dio cuenta de los avances materiales: hace dos años y medio, el canal 13 cubría sólo el 70 por ciento de la zona metropolitana (aproximadamente un millón de receptores); ahora, con la red nacional integrada casi por completo, la cobertura se ha cuadruplicado, hasta alcanzar 3.8 millones de telehogares, distribuidos en más de 383 localidades de veintiséis estados de la república, a través de veinticinco estaciones repetidoras.

"asimismo, el director del canal paraestatal apuntó nuevas tesis sobre la televisión gubernamental. Dijo que al ser adquirido el 13, se reconocía la importancia política del mensaje televisado y se cobraba plena conciencia del riesgo que suponía no disponer de un vehículo para hacer llegar al pueblo un mensaje de integración nacional mientras que recibía, en un bombardeo publicitario, los mensajes de la sociedad de consumo".<sup>46</sup>

En la década de los 80, el Canal 13 tiene un auge

---

<sup>45</sup> González Pedrero, Enrique. *Televisión Pública y Sociedad*, en Nueva Política, jul-sep. 1976, Pág 187

<sup>46</sup> Granados Chapa, Miguel Angel. *Op. Cit.* Pág. 235

considerable. Cuando Pablo Marentes asumió la dirección del canal, en 1983, planteó los siguientes objetivos:

- A) difundir la cultura nacional e internacional
- B) Apoyar la educación popular
- C) Informar
- D) Dar a conocer bienes y servicios socialmente necesarios
- E) Divertir

Para el cumplimiento de estos objetivos, Pablo Marentes consideró que la televisión estatal "debe olvidarse de competir con la televisión privada, racionalizar, por un lado su espectro publicitario y buscar nuevas formas de comercializar su tiempo; erradicar a los famosos rookers o intermediarios; sustituir la producción extranjera por producciones independientes de manufactura nacional; cambiar el concepto del barra noticiosa; cubrir la barra deportiva sin entrar en competencia con otros canales comerciales; ofrecer al espectador la programación que éste anda buscando, en lugar de aquella que oportunismo de la mercantilización le impone.

"El canal 13 no debe programarse en competencia con la televisión comercial, ni competir programa tras programa por arrebatarle los mismo ojos y las mismas orejas. Yo me atrevería a decir que es necesario programar este canal sin ver lo que está haciendo la televisión concesionada a particulares, para establecer barras de programación que nos permitan un juego tan

limpio con el televidente, que éste sepa casi minuto por minuto lo que puede esperar de nosotros.

"procuraremos alcanzar un punto de equilibrio entre los ingresos que debemos tener comercialmente, y las necesidades de producción y mantenimiento. Si racionalizamos los recursos del canal podremos bajar nuestra intensidad de anuncios. No queremos que nuestro departamento de comercialización se un registrador de pedidos".<sup>47</sup>

En este periodo el canal, como se mencionó anteriormente, tuvo un auge. En el sexenio de Miguel de la Madrid Hurtado se formó el grupo Imevisión, para contrarrestar un poco el poderío de la televisión comercial, con los canales 13, 7 y 22.

Sin embargo, el Canal 13, en contra de sus objetivos iniciales, tuvo una barra de programación, que lejos de ser una alternativa frente a Televisa, similar a la televisión comercial, con programas de entretenimiento, telenovelas y series extranjeras, principalmente de Estados Unidos.

De esta forma, el canal que pretendía erigirse como una opción frente a la televisión privada fue anulada, al inmiscuirse éste en una contienda feroz por ganar el público de Televisa, además de que no hay que pasar por alto que un porcentaje amplio de su personal es egresado de aquella, cuando no es expulsado o "vetado", lo que prácticamente elimina las diferencias entre una

---

<sup>47</sup> Periódico Uno más Uno, 30 enero de 1983

y otra televisión.

Antes de terminar este inciso, es importante destacar que durante el desarrollo de este trabajo se realizó la venta de este Canal que se encontraba dentro del paquete de medios gubernamentales.

Así, el domingo 18 de julio de 1993, con una inversión de 2 mil millones 50 mil nuevos pesos, equivalente a unos 645 millones de dólares, el gobierno federal asignó al grupo Radiotelevisora del Centro las 11 empresas de televisión estatal, encabezadas por los canales 13 y 7 de Televisión azteca.<sup>48</sup>

Estos dos Canales; Impulsora de Televisión del Centro; Corporación Televisiva de la Frontera Norte; Corporación Televisiva del Noroeste; Impulsora de Televisión del Norte; Compañía de la Televisión de la Península; Compañía Mexicana de Televisión de Occidente; Televisión Olmeca; Televisora Mexicana del Sur; Impulsora de Televisión de Chihuahua; Compañía Operadora de Teatros (COTSA); Estudios América y Operadora Mexicana de Televisión, fueron las empresas de comunicación que adquirió este grupo representado por el señor Ricardo Benjamín Salinas Pliego y José Ignacio Suárez Vázquez. Obteniendo el 100 por ciento del capital social de Controladora Mexicana de Comunicación S.A. de C.V.

La adjudicación fue sorpresiva. Frente al resto de los

---

<sup>48</sup> Zúñiga, Juan Antonio, en "La Jornada", Pág. 1

postores: Corporación Medcom, representada por Adrián Sada y Clemente Serna Alvear; Proyectos Cosmovisión, por Javier Pérez de Anda, Francisco Aguirre Gómez y Javier Sánchez Campuzano, y Geo MULTimedia, por Guillermo Karen y Daniel de Matteis, el grupo de Salinas Pliego y Suárez Vázquez parecía el que menos posibilidades tenía, sobre todo porque se había separado uno de sus principales accionistas, Francisco Aguirre Gómez (Organización Radio Centro), que se pasó al proyecto Cosmovisión.

Radio Televisora del Centro, informó Hacienda, fue el postor que presentó la oferta más alta por el paquete: 2 mil millones 50 mil nuevos pesos, es decir, 645 millones de dólares, contra la de Proyecto Cosmovisión (1,534 millones de nuevos pesos o 484 millones de dólares), Corporación Medcom (1,407 millones de nuevos pesos o 44 millones de dólares( y Geo Multimedia (1,292 millones de nuevos pesos o 408 millones de dólares). La oferta ganadora fue superior a los tres restantes por 30, 45 y 60%, respectivamente, y constituye la séptima desincorporación más importante que ha hecho la actual administración, después de Banamex, Bancomer, Telmex, Serfin y Aereoméxico.<sup>49</sup>

En sus primeras declaraciones a la prensa el señor Salinas Pliego afirmó que su intención con el Canal 13 es reforzar lo que está bien hecho, como los programas humorísticos y los deportes. Respecto al Canal 7, dijo que se le imprima un carácter totalmente juvenil.

---

<sup>49</sup> Ortega Pizarro, Fernando. Revista "Proceso", Núm. 873, Pág. 9

Por lo expuesto anteriormente, nos damos cuenta que con la privatización de estos canales estatales se sigue la vieja fórmula que dio inicio a la televisión mexicana: entretenimiento. No se comentó nada al respecto sobre un proyecto de programas culturales.

Por último, queremos destacar que este tema se puede ampliar en otra investigación sobre el desarrollo de la televisión mexicana.

### 3.3 CANAL 22 ¿UNA OPCION DE TELEVISION CULTURAL?

La historia del Canal 22 se remonta al año de 1982: "en el mes de abril sale al aire el Canal 22 del D.F., en la banda UHF (ultra alta frecuencia) , como un instrumento de apoyo a la red T.R.M. en la ciudad de México y área metropolitana.

"La programación de este canal se estructuraba con emisiones de la misma red de T.R.M., que gracias al impulso que se le dio en la gestión presidencial del licenciado José López Portillo, era la red más importante del país, en lo que a cobertura se refiere, 97 estaciones transmisoras y retransmisoras de lata y baja frecuencia, sólo que no tenía salida al D.F., pues en un principio, desde que se creó como TCM se pensó como una televisora para áreas rurales.

"La salida al aire del Canal 22 en la banda UHF, originó críticas severas pues en México no se producían televisores con sintonizador para esa banda y era difícil que se captara en los telehogares, por lo que su inversión no justificaba su costo contra beneficio. Por lo que se optó por trabajar con grupos cautivos en hospitales, delegaciones, centros de salud, escuelas, etc., con el propósito de informar sobre temas de interés social".<sup>50</sup>

Aun así, este Canal en el año de 1983, en el sexenio de

---

<sup>50</sup> Ahumada Barajas, Rafael. El Papel del Estado Mexicano como Emisor Televisivo. México. 1989. E.N.E.P. Aragón. Pág. 27.

Miguel de la Madrid Hurtado, pasa a formar parte del Instituto Mexicano de Televisión (Imevisión); y es en esta época cuando tiene una programación definida, a pesar de retransmitir programas de los canales 7 y 13.

Sin embargo, en el sexenio del presidente Carlos Salinas de Gortari este Canal deja de salir al aire, y su posible venta, por parte del gobierno, surge como un "secreto a voces".

Pero, después de diversas peticiones, hechas por diferentes intelectuales del país al presidente de la República, el miércoles 23 de junio, en punto de 19:30 horas, apareció en las pantallas de televisión una señal nueva: el Canal 22, Una locutora dijo: "y por fin estamos listos, Canal 22 está en el aire".

Después de diversos problemas económicos, políticos, administrativos y de organización, que retrasaron su señal en la frecuencia UHF durante casi dos años, a partir de que tomara posesión como director de este órgano cultural, José María Pérez Gay, este día "todo está listo para que el canal funcione los primeros seis meses", declaró al periódico Uno más Uno el 23 de junio de 1993.

El Canal 22 fue creado por el presidente Carlos Salinas de Gortari a petición de intelectuales que le solicitaron un canal cultural para la sociedad civil, dirigido a llenar un vacío de televisión pública, que en otros países ha suplido con creces la

falta de creatividad de la televisión comercial. Se creó el Consejo de Planeación y posteriormente se nombró al director encargado de los asuntos propios del canal, reunir a la Junta de Gobierno y al Consejo. Pero en dos años fue imposible reunir a la Junta, integrada por secretarios de Estado, y el Consejo sólo sesionó dos veces. Este motivo, en parte, los problemas: la Secretaría de Hacienda retrasó el presupuesto y la segunda partida fue otorgada por el Consejo Nacional para las Culturas y las Artes (CNCA), quien vio la posibilidad de "meter manos en el canal".

Aunado a estos problemas, surgió la polémica Vuelta-Nexos, en la cual los intelectuales del primer grupo cuestionaban el hecho de que un miembro de Nexos fuera el director y que esto significara un cónclave y más poder para el segundo grupo. Pérez Gay argumentó en contra y afirmó que la pluralidad cultural sería la característica principal del canal. Remontando el problema político, se enseñoreó el económico: a cuenta gotas otorgaban la partida presupuestal y los trabajadores cobraban medio sueldo, los free lance laboraban "de fiado". A instancias del Consejo de Planeación, integrado por prominentes personalidades del sector privado, público y cultural, se regularizó la llegada de recursos.

Pérez Gay y equipo continuaron trabajando contra el viento y la marea presupuestal: se perfiló la programación, única por su calidad audiovisual y de contenidos, producida en una tercera parte por el propio canal y el resto adquirida en el extranjero;

se trasladó la antena del Ajusto al cerro del Chiquihuite y se aumentó a 123 metros, ahí se instaló el transmisor de 60 mil kilowatts que "bañará" el área metropolitana del DF. Esto fue una tarea enorme y junto con la historia oficial del canal, será lo primero que transmita.<sup>51</sup>

Al problema económico se añadió el administrativo y organizacional: la gente comenzó a renunciar y hubo "jaloneos con el CNCA. Debido a que el canal está en el sector cultura, es lógico que dependa de este Consejo. Pero ¿dónde está la autonomía del canal, creado por el presidente Salinas como una empresa paraestatal?

Al respecto, algunos trabajadores del canal advirtieron una fuerte pugna entre Rafael Tovar y de Teresa, presidente del CNCA, y Pérez Gay y manifestaron su temor de que el canal destinado a la sociedad civil fuera manejado por burócratas del CNCA, así como la "invasión" de personal de RTC en los asuntos del canal, luego de la renuncia de Fernando Solana, la coordinadora del Noticiero cultural 9:30, Patricia Kelly y Juan Melgar. Tres productores agregaron que se les adeudaba 40 millones de viejos pesos.<sup>52</sup>

Pérez Gay desmintió lo anterior, "nunca he tenido problemas con Tovar y de Teresa, desde que trabajábamos juntos en el INBA. El nuevo subdirector, José Odilón Cárdenas, no viene de RTC, es

---

<sup>51</sup> Torres, Salvador, en Uno más Uno, Pág. 30

<sup>52</sup> Idem.

una persona honesta que siempre ha trabajado en SCT. RTC cumple su función de supervisar la programación la programación, por eso están aquí algunos de ellos. No se le debe un centavo a nadie". El problema con el STPC también se solucionó: cuando se construya el Centro Nacional de las Artes, Canal 22 saldrá de Estudios Churubusco.

Según el epistemólogo y sociólogo argentino-francés, Eliseo Verón, en Europa la televisión pública jugó un papel muy importante en la creatividad audiovisual, pero actualmente y en el futuro las cadenas se regirán por la oferta y la demanda, por lo que no augura mucho éxito y manifiesta sus reservas respecto a la televisión pública. Opina lo contrario el también experto en medios de comunicación, Román Gubern, quien sostiene que ante la dominación cultural de la televisión, deben surgir cadenas "intersticiales", que llenen los intersticios y el vacío que deja la televisión comercial.<sup>53</sup>

Por ello, en tiempos en que la diversidad televisiva apremia, la programación del Cana 22, viene a mitigar la queja de muchos consumidores sobre la escasa oferta audiovisual, caracterizada por muchos canales y "más de los mismo".

En su artículo "Programación de Canal 22", de la Revista Proceso del 21 de junio de 1993, Florence Toussaint, relata: "Los payasitos de Coyoacán, besos furtivos en calles y parques, los escritores Carlos Fuentes, Julio Torri, Salvador Elizondo, el

---

<sup>53</sup> Idem.

museo Frida Kahlo, las fachadas art nouveau de la Hipódromo Condesa, libros, música, pintura, escultura. Noticiario cultural, crónica citadina y reportajes sobre el video en México y la obra de los artistas. Los anteriores son algunos de los temas y primeras imágenes de lo que será la programación propia de Canal 22. Además, añadió:

"...La totalidad del material exhibido en el video demostrativo, es grabado. No hay programas en vivo. Sólo el 30 % del tiempo al aire para realizaciones nacionales, éstas tendrán poca variedad, al menos para comenzar. Se tiene la sensación de que hubo temor al riesgo.

"Por contraste, el material importado forma un abanico de temas mucho mayor que el nacional. Incluye música de orquesta sinfónica, lo cual sería prescindible si recordamos que en nuestro país existe directores y músicos de renombre mundial y conciertos todo el año, mismos que podrían ser grabados y retransmitidos. También se ofrece jazz, rock y conjuntos africanos. Algunos de estos programas rescatan video documentales de figuras excepcionales, como Jimi Hendrix.

"La política internacional sí tiene cabida, asimismo lo social, por medio de reportajes de profundidad que algunas cadenas europeas se han especializado en producir. Los problemas actuales, como el sida, la guerra, la miseria, son examinados analíticamente. Las figuras en pantalla son fuertes, impresionantes, sacuden la sensibilidad.

Los niños verán caricaturas novedosas, con historias y dibujos vanguardistas. Habrá programas destinados a denunciar los atentados contra la naturaleza. Para cinéfilos, películas excelentes, aunque estrenadas hace unos años, tanto mexicanas como extranjeras: Retorno a Aztlán, Hanussen.

La ficción tendrá un espacio importante, la series se constituirán en el género fundamental. La hay europeas, subtituladas. Ello, al igual que los reportajes constituye un acierto porque nada es peor para acabar con el desempeño de un actor, que el doblaje. Escasa y pobre, porque existe una oferta mayor en el mercado, es la muestra de trabajos latinoamericanos. Apenas un esbozo.

En suma, la programación del naciente Canal 22 es tímida. Muy apegada a los cánones de un concepto de cultura restringido a las bellas artes, la literatura, la música. Y a un concepto de popular más folclórico que real. Así, Canal 22 representará un respiro en el exceso estadounidense de nuestra pantalla, pero no será capaz aún de convertirse en protagonista vivo de la sociedad mexicana que necesita este conflictivo fin de sexenio".

Pero, a pesar de diversa dificultades el Canal 22 salió al aire, como se dijo anteriormente, el 23 de junio a las 19:30 horas. Y no podía tener mejor inicio: Gabriel García Márquez habló extensamente con Silvia Lemús y regaló la génesis de su novela El amor en los tiempos del cólera.

En conferencia de prensa cuando anunció, el mismo día de salida al aire, la apertura del nuevo canal, José María Pérez Gay, Director del Canal 22, informó que este canal forma parte del sector de la cultura y está dentro de la Secretaría de Educación Pública, esto garantiza su permanencia ante los vaivenes sexenales. Además, precisó que el canal será plural y estará al margen de mafias intelectuales. "El niño nació con dificultades, dijo, no sabemos si festejará sus XV años ni cuando se va a casar. La línea hacia el futuro es elevar al calidad, sin olvidar su carácter cultural".<sup>54</sup>

Recordó que el Canal 22 nació con la carta pública de 800 instituciones e intelectuales, que en febrero de 1991, le solicitaron al presidente Salinas que lo vendiera y lo transformara en canal cultural; además de el respaldo como televisión pública está el consejo de Planeación, integrado por personas muy respetadas de todas las áreas. Informó que en el seno del Consejo Nacional para la Cultura y las artes (CNCA), al cual está subsectorizado, se creará la Sociedad de Amigos de Canal 22 que como la BBC de Londres o Radio y TV Quebec, Canada, se medirán las necesidades y repuestas del teleauditorio para mejorar los programas.

En esta conferencia de prensa, el director de este canal, estuvo acompañado de sus subdirectores Roberto Gavaldón, de Comercialización; José Odilón Cárdenas, de Políticas de Desarrollo; Javier Baca, técnico, Jorge Fernández Negrete,

---

<sup>54</sup> Periódico Uno más Uno, 24 de junio de 1993, Pág. 30

jurídico, y destacó que el Canal 22 tendrá una cobertura casi nacional, ya que su programación en la zona metropolitana de la ciudad de México se repetirá en varios estados de la República, por medio de 17 televisoras regionales y el 80 por ciento de las empresas de cable del país. Transmitirá diariamente, de 19:30 horas a 12:30 de lunes a viernes y los fines de semana comenzarán una hora más temprano y concluirá una hora más tarde, con película obligatoria.

Justificó el retraso de año y tres meses a partir de que tomara posesión, y de dos años de haberse creado: "yo sólo recibí una frecuencia, dijo, se trataba de hacer una empresa y darle las condiciones para que funcionara. Haberlo hecho en ese tiempo (franqueando dificultades diversas, tiempos de licitación, instalación de transmisor y antena, entre otros) ha sido un esfuerzo loable de todo el equipo.

"Para este año, tenemos un presupuesto de 60 millones de nuevos pesos, lo cual constituye un presupuesto que nos basta y nos obra para operar el Canal 22. ¿Qué nos queda por hacer? Comprar una cartuchera computarizada y una antena omnidireccional. Hasta el momento, hemos hecho un 28.5 por ciento de producción propia, respecto de nuestra programación, y queremos tener el 50 por ciento, sin que eso signifique despilfarrar nuestro presupuesto".<sup>55</sup>

Con respecto a los patrocinios, mencionó que se abrirán

---

<sup>55</sup> Periódico La Jornada, 24 de junio de 1993, Pág. 26

siempre y cuando éstos no entren en conflicto con el tono y contenidos de la programación; coproducirá con otras instituciones e incorporará a nuevos productores; estrechará relaciones internacionales con sus homólogas de otros países, así como con las televisoras regionales de México y, paulatinamente, firmará convenios con Venezuela, Argentina, Chile, Alemania y Francia, entre otras cadenas culturales, productoras y distribuidoras de materiales audiovisuales.

El minuto de publicidad costará 18 mil nuevos pesos en horario triple A: "Hasta ahora no tenemos ningún tipo de restricción (sobre los anuncios) siempre y cuando se amolden al tipo de programación, al tono y a las perspectivas de las mismas".<sup>56</sup> Respecto a la posible competencia que podría representar el nuevo canal cultural de Televisa, que supuestamente saldrá por la misma frecuencia UHF, en el canal 32, dijo: "No es motivo de temor o angustia; todo canal cultural enriquecerá la oferta de la televisión mexicana. Canal 11 es de excelente factura y dos canales culturales no se excluyen sino que enriquecen la producción (...) Canal 22 se sustenta en la responsabilidad de una televisión pública y la idea de éste es estar en contacto más o menos definido con aquéllos que nos ven. La diferencia con Canal 11 es que es permisionario y nosotros somos concesionarios; somos un canal que vive con el dinero de todos nosotros".<sup>57</sup>

---

<sup>56</sup> Periódico Uno más Uno, 24 de junio de 1993, Pág. 30

<sup>57</sup> Idem.

La programación de Canal 22 es en un 30 por ciento producción propia y el resto adquirida de grandes productoras, como la Rainer Moritz de Londres, Antena 2 de Francia y otras distribuidoras de Alemania e Inglaterra, cuya producción es exclusivamente cultural. La diferencia con las televisoras comerciales, cuyas series son, por lo general, estadounidenses y dirigidas al consumismo estará en películas, series de horror y suspenso, históricas, culturales, de concierto, entrevistas y hasta caricaturas, las cuales tienen una calidad audiovisual y de contenidos, que difícilmente se pueden comparar con los que proyecta la televisión comercial. Canal 22 se puede captar sin dispositivos, especiales; sólo se requiere un televisor cuyo selector sea del 14 al 60... o más canales.

Por su parte, ante la apertura de este canal, el presidente Carlos Salinas de Gortari afirmó que el canal 22 está llamado a desempeñar un papel cada vez más importante en la tarea de proveer a la sociedad mexicana de los satisfactores y los bienes culturales esenciales para el ser humano, e imprescindibles para mejorar su calidad de vida.

En un mensaje con motivo del inicio de transmisiones de esa canal televisivo, señaló también que contribuirá a hacer accesible a los telespectadores el dilatado horizonte del saber, la reflexión, las artes, así como la cultura de México y la de todos los pueblos de la tierra.

"Su salida amplia y enriquece la oferta de la televisión en

nuestro país; hace realidad la iniciativa de un numeroso grupo de integrantes de la comunidad cultural de México, quienes señalaron la necesidad y la importancia de un medio de esa naturaleza".

La nueva televisora, agregó, tiene ante sí el desafío de responder con su programación a las expectativas del público y a los requerimientos de una sociedad cada vez más crítica, informada y participativa. El reto del Canal 22, añadió, es también ser un espacio para mostrar y favorecer la diversidad cultural, un punto de encuentro entre la tradición y lo nuevo, el pasado y el presente y un ámbito en el que se estimule el ejercicio de la libertad de expresión de las ideas, de creación y recreación del arte y la cultura.

En ese sentido, el presidente Salinas de Gortari comentó que las aportaciones del teleauditorio y de los miembros de la comunidad cultural serán fundamentales para acrecentar la calidad y el valor de la programación inicial.

Salinas de Gortari felicitó a quienes contribuyeron a hacer posible el nuevo canal televisivo e hizo votos porque ese medio incremente la pluralidad cultural en México.<sup>58</sup>

Las anteriores palabras del presidente de la República, demuestran que desea la mejor de las suertes a este nuevo canal, que surgiera a petición que le hicieran un grupo de intelectuales

---

<sup>58</sup> Periódico La Jornada, 24 de junio de 1993, Pág. 14

ante la venta de diferentes medios de comunicación.

Por su parte, Florence Toussaint, en el semanario Proceso del 28 de junio de 1993, publicó en su artículo "Me alquilo para soñar", una crónica de la primera programación que tuvo este canal: "De la literatura pasamos a la música, concierto Opus 1812 de Tchaikovsky y Scherezade de Rimsky Korsakov bajo la dirección de Zubin Metha. Inmediatamente el noticiario cultural Nueve treinta...

...Luego de las noticias, presentaron el video que recoge las principales secciones de la exposición Esplendores de 30 siglos. Críticos de arte, antropólogos, cronistas detallan para nosotros el paso del tiempo, las concepciones y los talentos presentes en algunas de las piezas sobresalientes.

Entrada ya la noche, hizo su arribo la ficción. Programaron una versión libre de Me alquilo para soñar, historia que García Márquez incluye en su último libro de relatos Doce cuentos peregrinos. El original se sitúa en Europa. La Habana constituye sólo el escenario del desenlace. El argumento a la ciudad cubana en los tiempos prerevolucionarios, como el lugar ideal para el desarrollo del grueso de la trama, decisión acertada. Con un marco tan bello, la fantasía del escritor toma vuelo...

...Para cerrar con broche de oro, un ensayo histórico televisado. Realizado por los franceses, la voz en off nos

acompaña en el idioma original. El programa ha sido subtulado sin que se perciban los frecuentes errores de traducción.

El gran juego recorre la década de los ochenta para seguir los acontecimientos que marcaron tanto el desarrollo de Estados Unidos como de la Unión Soviética en esos años...

...La obra, de sesenta minutos de duración, se vale de documentos gráficos, algunos muy vistos y otros inéditos, engarzados para producir una crónica apasionante.

Canal 22 arrancó con un atractivo paquete, calidad, oferta diversa, todos los géneros salvo el "en vivo" que suele hacer idem a las emisiones. Sin anuncios, ostentándose como gratuito y sobre todo "público". A ello habrá que atenerse y pedir que no se desvíe su proyecto después de los seis meses iniciales, se desvirtúa, se vuelva como el Canal 11, comercial. También que se mantenga cada vez más la producción propia y propicie el arribo a su pantalla de las manifestaciones verdaderamente plurales de la sociedad".

Bajo estos buenos augurios se presente el Canal 22 en las pantallas mexicanas y con el slogan de "Personalidad en la imagen", este nuevo canal pretende llegar al gusto de la población de nuestro país, calidad al parecer la tiene, pero para saber su aceptación sólo el tiempo lo dirá.

## CONCLUSIONES

Después de haber realizado un breve análisis sobre la televisión mexicana y la difusión cultural que este medio realiza, podemos decir que, a lo largo de su historia, la televisión en nuestro país no difunde cultura, sólo la retoma para convertirla en espectáculo.

Ahora bien, con lo expuesto anteriormente no queremos decir que los programas catalogados como culturales por los representantes de los distintos canales no sean tales, de hecho lo son, aunque sólo representen la visión cultural de quienes los realiza.

Lo que queremos decir es que la cultura no sólo es la difusión de un concierto, de una obra de teatro, de una biografía o de un ballet que al momento de su transmisión se convierte en un espectáculo.

Para que un programa cultural cumpla con su objetivo, se debe tomar en cuenta varios aspectos como el horario de transmisión y los cortes comerciales.

Por lo que hace al resto de las culturas existentes en el país, su manifestación brilla por su ausencia en las pantallas y cuando esporádicamente se hace alusión a ellas, se muestran como algo ajeno a nosotros, como algo que no forma parte de nuestro entorno y con un matiz casi turístico.

La situación antes expuesta, persistirá mientras continúe la centralización de este medio en la ciudad de México y no se creen las condiciones necesarias para reforzar la televisión regional. Asimismo si no se elimina el modelo vertical y unidireccional que cada día se fortalece más, las posibilidades de que todas las culturas tengan acceso al medio serán escasas.

Al mismo tiempo, la difusión de la llamada cultura de masas (productos culturales creados por la clase dominante para el resto de la sociedad), que busca unificar criterios y estandarizar comportamientos, va instaurando un modo de vida consumista que atenta constantemente contra nuestras culturas.

Actualmente es indudable el rol que puede jugar la televisión como medio de información, educación y cultura en el mejoramiento de la calidad de vida del público, sin embargo, su potencial no es utilizado en la forma ideal debido a la concepción eminentemente comercial de sus programas.

Con esto no queremos decir que la televisión sea la única responsable de nuestro deterioro cultural, pero sí que ha contribuido activamente al proceso, en todo caso se le puede considerar como catalizador de éste.

Por otra parte creemos que la televisión puede ser un instrumento capaz de difundir y de crear cultura. El tipo y la forma de esta cultura se cristalizará en el quehacer televisivo y en las orientaciones de quienes la dirijan y por otra parte,

de quienes la consuman.

La televisión en nuestro país, hasta el momento, ha carecido de la participación y de la intervención directa y aún indirecta de los receptores.

Por ello, es necesario crear nuevos canales de participación y de interrelación entre los públicos y los emisores para que conjuntamente se adecúe el medio a la realidad cambiante de nuestra sociedad; es más la misma sociedad lo está exigiendo actualmente.

En síntesis se puede afirmar que en la televisión mexicana se desarrolla la llamada política cultural demagógica que Abraham Moles define de la siguiente manera:

"La doctrina demagógica quiere lograrse al máximo de escuchas por hora", o en otras palabras, realizan un "campo publicista" (Natetzke) lo más extenso posible, para imprimir en el cerebro de los escuchas una serie de valores o leit motifs generalmente comercial, sobre las virtudes del jabón X o de la aspirina Z. Para lograr esto se tenderá a aumentar al máximo "el acoplamiento", la unión entre la masa de escuchas y los productores, se seguirá la reacción de los escuchas como barómetro permanente de éxito, sin preocuparse del nivel de éstos ni de los valores culturales que puedan adquirir; la materia de los programas no es más que el papel de embalar los leit motifs subyacentes, un factor de atracción, un pretexto: es el terreno

de la cultura decorativa. Finalmente, el contenido de los programas no tiene ninguna importancia y, previsto que sea fácil, se regulará permanentemente según los gustos del mayor número".<sup>59</sup>

---

<sup>59</sup> Moles Abraham, Zeltmann Claude, Et. al. La comunicación y los Mass Media, en Diccionarios del Saber Moderno, Mensajero Ed. Bilbao, 1975.

## BIBLIOGRAFIA

Ahumada Barajas, Rafael. El Papel del Estado Mexicano como Emisor Televisivo. México. E.N.E.P. Aragón. 1989.

Banques, Agustín. Diccionario Manual Latín Español, Español Latín. Barcelona. Ed. Ramón Sopena. 1974.

Bonet, Eugeni, et al. En Torno al Video. Barcelona. Ed. Gustavo Gilli. 1978.

Braduel, Fernando. La Historia y las Ciencias Sociales. Madrid. Alianza Editorial. 1974.

Cazeneuve, Jean. El hombre telespectador. Madrid. Ed. Gustavo Gilli. 1977.

Diario Oficial de la Federación, lunes 4 de julio de 1997

Diario Oficial de la Federación, del 2 de agosto de 1969

Eco, Umberto. Apocalípticos e Integrados ante la Cultura de Masas. Barcelona. Ed. Lumen. 1975.

Esparza O., Luis. La Política Cultural del Estado Mexicano y el Desarrollo de la Televisión. México. Cuadernos del TICOM de la UAM-Xochimilco. 1984.

Fernández Christlieb, Fátima. "La Industria de Radio y Televisión, Gestación y Desarrollo" en El Estado y la Televisión. México. Nueva Política, Vol. 1 Núm. 3, Jul-Sep. 1976.

Fernández Christlieb, Fátima. Televisa en la Universidad. Nacional Autónoma de México, en Televisa el Quinto Poder. México. Editorial Claves Latinoamericanas. 1985.

García, Nestor. Las culturas populares en el capitalismo. México. Fondo de Cultura Económica. 1980.

González Ruiz, Ma. Teresa. "Los Grupos Etnicos de México". México. Instituto Nacional Indígenista. 1982.

González Treviño, Jorge. Televisión, teoría y práctica. México. Ed. Alhambra. 1983

Granados Chapa, Miguel Angel. La Televisión de Estado en busca del tiempo perdido, en El Estado y la Televisión, Nueva Política, Vol. 1 Núm 3, Julio- Sept. México. 1976.

La Televisión. Instituto Nacional de Bellas Artes. México. 1948.

León Portilla, Miguel. Etnias Indígenas y Cultura Nacional Mestiza. México. Instituto Nacional Indigenista. 1978.

Mac Bride, Sean. Un Solo Mundo, Voces Múltiples. Comunicación e Información en Nuestro Tiempo. México. UNESCO/Fondo de Cultura Económica. 1980.

Mc Quail, Denis. Sociología de los Medios Masivos de Comunicación. Buenos Aires. Ed. Paidós. 1976.

Moles Abraham, Zeltmann Claude, Et. al. La comunicación y los Mass Media, en Diccionarios del saber Moderno, Mensajero Ed. Bilbao, 1975.

Monsiváis, Carlos. "1968'1978: Notas sobre Cultura y Sociedad en México" en Cuaderno Político No. 17. México. Julio-Septiembre 1978. Ed. Era.

Monsiváis, Carlos. "Notas sobre la Cultura Mexicana en el Siglo XX" en Historia General de México. México. El Colegio de México.

Pasquali, Antonio. Comunicación y Cultura de Masas. México. Ed. Paidós. 1976.

Pérez Espino, Efraín. El Monopolio de la Televisión Comercial en México. (El caso Televisa), en Revista Mexicana de Sociología, Vol. XLI, Núm 4, Octubre-Diciembre. México. 1979.

Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica, Diario Oficial de la Federación. México. Miércoles 4 de abril de 1973.

Swingewood, Alan. El Mito de la Cultura de Masas. México. Premia Editora. 1979.

Trejo de Larbre, Raúl, et al. Televisa el quinto poder. México,  
Ed. Claves Latinoamericanas. 1985.

## HEMEROGRAFIA

Alisedo, Pedro. El Gran Negocio de la Comunicación, Arma al Servicio de Cuatro Familias. Revista Proceso, No. 191, Junio 30 de 1980, Pág. 44

Conceptos expresados por el Dr. Fernando Morett, entonces Director de Proyectos Especiales de la Fundación Cultural Televisa, en su ponencia: "La Televisión Comercial y la Difusión de la Cultura", Academia Mexicana de la Educación, México, 27 de junio, 1980

Diario. Uno más Uno. México, 30 enero de 1983, Pág. 28.

Diario. Uno más Uno. México, 24 de marzo de 1983, Pág. 19.

Diario. Uno más Uno. México, 24 de junio de 1993, Pág. 30.

Diario. La Jornada. México, 24 de junio de 1993, Pág. 26.

Entrevista con Héctor Vasconcelos, Uno más Uno, 4 de junio de 1983, Pág. 15

Entrevista publicada en el suplemento dominical El Semanario, del periódico "Novedades", 3 de abril de 1983.

Fernando Ortega Pizarro, Revista "Proceso", Núm. 873, Pág. 9

Folleto ¿Qué es Televisa?, s/f, Pág. 7-10

González Pedrero, Enrique. Televisión Pública y Sociedad. en Nueva Política. julio-septiembre 1976.

Historia del Canal 11, México, s/f