



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

CANAL 22:

UNA NUEVA FORMA DE TRANSMITIR CULTURA POR TELEVISION

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE: LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

P R E S E N T A N :

MARTINEZ CUADROS VERONICA ELOISA MENDEZ PICAZO ANGELICA MARLENE

277261

ASESOR: MUNGUIA RODRIGUEZ FERNANDO

incluye: disquette de 3 1/2



CIUDAD UNIVERSITARIA MEXICO D.F.

2000



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

*Al único y maravilloso ser que me motiva en cada instante y comparte mis sueños, brindándome incondicionalmente amor, felicidad, confianza, vigor y sabiduría; para vencer cualquier obstáculo.*

*Por este nuestro logro, gracias. Te amo Miami*

Agradezco inmensamente los ánimos y consejos, así como el apoyo que me aportaron para poder concretar esta meta. Con amor a:

*Mi Padre  
Alejandro Calván  
Carlos Sandoval  
Tayde González*

*Manuel Beltrán  
Tony Beltrán  
Raymundo Ocampo  
Miguel Segovia*

A mi asesor, el **Profesor Fernando Munguía** por su amistad y su ilimitado tiempo e interés, por siempre gracias.

A **Angélica Méndez** por compartir conmigo de principio a fin este proyecto; y por darme la oportunidad de conocer su alma.

A **mis amigos** que con su compañía y palabras, me alentaron todo el tiempo a realizar esta tesis con optimismo. Del mismo modo, a todas las personas que de una u otra forma participaron en la investigación, tendiéndome la mano con gusto.

Doy gracias a **Dios** por estar siempre cerca de mi y ofrecerme la dicha de vivir, para poder llegar a este momento tan feliz.

Con cariño a mis profesores, compañeros y amigos que a lo largo de mi trayectoria estudiantil compartieron sus experiencias conmigo, haciendo de esta etapa algo maravilloso y la cual recordaré con una gran sonrisa.

*A la memoria de mi amigo **Rafael Chávez Ramírez**.*

*Gracias a todos aquellos que, directa o indirectamente, hicieron posible no sólo la realización de esta Tesis, sino también la conclusión de mi licenciatura.*

*Primero, agradezco a Dios la oportunidad que me dio al dejarme existir y permitirme apreciar aquellos pequeños placeres de la vida que hacen menos dolorosas las caídas.*

*De igual forma, reconozco el esfuerzo de una mujer que aún sin saber ni entender lo que hacía, me dio todo su apoyo económico y moral; así como su confianza, su trabajo y su amor, sobretodo en aquellos momentos en que creí no poder más, siempre estuvo ahí: mi Madre.*

*A mis tíos, por haberme permitido ser parte de su familia y convertirse en un ejemplo a seguir. A mi tía Margarita por haber financiado en cierto momento mi educación y por permitirme tener un lugar para estudiar. "Gracias"*

*A Fernando Juárez, por todo su amor, ayuda y comprensión a lo largo de este trabajo; así como las horas que invirtió revisando libros y periódicos que sirvieron a esta investigación. "Gracias por toda la confianza y motivación que has mostrado en cada meta que me he propuesto".*

*También, agradezco a nuestro asesor Fernando Munguía, ya que sin su guía y consejos este trabajo no hubiera sido lo que es. Pero ante todo, agradezco su amistad.*

*Finalmente, agradezco a todas las personas, conductores, periodistas, editores, productores, asistentes y trabajadores del Canal 22 que nos brindaron parte de su valioso tiempo, con el único fin de enriquecer esta investigación.*

*Angélica M. Méndez Picazo*

Introducción.....	2
I. Definición de Cultura.....	6
1.1 Importancia de la Cultura como conocimiento.....	11
1.2. La cultura y su relación con la comunicación.....	15
1.3 La relación de la cultura con los medios de comunicación particularmente con los audiovisuales.....	18
II. Antecedentes generales de la Televisión Cultural y Educativa en México.....	23
2.1 Televisión cultural .....	25
2.1.2 Canal 11.....	33
III. Televisión Educativa.....	37
3.1 Telesecundaria.....	42
3.2 UTE.....	47
3.3 TV UNAM.....	50
IV. Canal 22 de TV: 1993-1997.....	53
4.1 Causas de la adquisición del Canal 22 por el Estado mexicano.....	65
4.2 Política Institucional del Canal.....	74
4.3 Canal 22 y sus políticas culturales.....	83
4.4 Estructura orgánica: objetivos y funciones.....	87
4.5 Contenido de la programación.....	97
4.5.1 Noticiero 9:30: Reflejo de la Programación Cultural de Canal 22.....	102
4.6 Problemática Financiera y Técnica de Canal 22.....	106
4.7 Entrevista con el Lic. Juan Luis Carmona Koski Gerente de Comunicación Social e Imagen Televisiva y Vocero de Canal 22.....	110
Conclusiones.....	116
Bibliografía.....	121
Anexos	

## INTRODUCCIÓN

La televisión se ha convertido en uno de los elementos más importantes dentro de las sociedades modernas en cuanto a información y comunicación masiva se refiere; ya que posee la cualidad de unir imagen y sonido en un mensaje que puede transmitir simultáneamente a un amplio número de receptores. Pero desde sus inicios, la televisión mexicana ha enfocado su programación hacia un proyecto más comercial que educativo y cultural.

Mucho se ha hablado de si la televisión es o no un medio de comunicación o únicamente de información. En diversas ocasiones se ha dicho que el medio produce efectos nocivos en los televidentes. No obstante puede decirse que la televisión es un instrumento que moldea conductas y refuerza actitudes; promueve ciertos valores y modelos ajenos a nuestra realidad nacional. Por supuesto no todo en ella es negativo ya que también educa, difunde cultura que si bien no forma parte de nuestra realidad nacional sí amplía los horizontes del televidente, enriqueciendo su visión como elemento participativo de una sociedad.

Sin embargo, se debe tomar en cuenta que miles de familias han hecho del acto de ver televisión, una actividad cotidiana por lo que no puede renunciar a su misión cultural.

Desgraciadamente las dos televisoras más importantes de país entienden que la televisión tiene como único deber el de divertir, entretener y medio informar al auditorio; ya que según Azcárraga Jean "la educación y la cultura son deber de las escuelas y no de la televisión". Poco a poco la televisión mexicana se convierte en un medio en el que dominan el escándalo y la publicidad.

Desde sus comienzos la televisión aspiraba a convertirse en un medio capaz de contener todas las artes y a los medios de comunicación ya establecidos. Sus formas de expresión, el sonido y la imagen la dotaban de una esfera de acción más amplia que la de los otros medios.

En el artículo 5º inciso III de la Legislación de Radio y Televisión se destaca que "...una de las funciones de la televisión, es contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo, conservar sus tradiciones y costumbres así como la propiedad del idioma y a exaltar los valores y tradiciones de la nacionalidad mexicana" desafortunadamente sus conceptos resultan tan confusos que dan lugar a que cada uno de los emisores los interprete desde su muy particular punto de vista y de acuerdo con sus intereses.

La televisión además de cumplir con las funciones de distracción y ocupación del ocio, debe cooperar en las tareas de información y educación del público. La televisión cultural es la que debe tratar de lograr esto, en México es clara la desventaja de este tipo de televisión, sin embargo existen canales que aunque cuentan con un público más restringido y selecto, buscan proporcionar al espectador más que una actividad recreativa; nuevos conocimientos.

Los primeros canales culturales de televisión, los cuales por nacer en un medio ya muy condicionado a las características manejadas por la televisión comercial y por no contar con objetivos y estrategias claras a seguir, permanecen un tanto apartados del ritmo de desarrollo de la televisión en general

Hasta hace cuatro años, la televisión cultural no respondía a las necesidades del receptor, ni en cantidad ni en calidad a pesar de la existencia del canal 11; considerado como el único canal cultural de la televisión. Pero esto no se debe a la baja calidad de sus programas, sino a que la televisión comercial abarca un mayor número de canales y series diversas de fácil entendimiento para un público al que poco le interesan fechas y datos históricos.

Cabe destacar que el televidente ha encontrado en la televisión un hábito con el cual puede olvidar sus problemas, al convertirlo en un ser enajenado, incapaz de pensar y preocuparse por aquello que esta recibiendo. Por ello los programas culturales sólo llegan a ser una muestra de cultura que afecta a una mínima población.

Por otra parte, a partir de su nacimiento, los contenidos de la programación de Canal 22 han procurado difundir las principales manifestaciones del arte y la cultura, así como fomentar el desarrollo de un nuevo lenguaje audiovisual en la producción televisiva mexicana, logrando que los nuevos creadores audiovisuales del país encuentren el respaldo y el foro para sus realizaciones.

Canal 22 es un canal preocupado por difundir las mejores producciones televisivas nacionales e internacionales, allegando las principales expresiones del arte y la cultura al amplio teleauditorio del país. Esto significa atender permanentemente el propósito de utilizar las posibilidades y nuevas tecnologías de los medios televisivos para elevar la educación y cultura de México.

A pesar de ser un canal dependiente del Estado y de contar con un mínimo apoyo, tanto económico como tecnológico, Canal 22 ha mantenido sus objetivos de carácter cultural y educativo, buscando especificar sus políticas y lineamientos de comunicación así como los medios y estrategias para alcanzarlos. Los cuatro años de existencia le han servido para demostrar que es posible la existencia de una televisión diferente a la comercial y ello le ha merecido el reconocimiento como mejor canal cultural del mundo por parte de la UNESCO.

El análisis de la televisión conlleva a un examen del terreno en el que actúa el medio. Por lo que se hace necesario el estudio de la cultura y de la comunicación de masas, ya que en nuestra sociedad existe una masificación de las culturas que actúan en el mercado y que dado el carácter capitalista de esta sociedad, la televisión se encuentra sujeta a los mecanismos de este sistema económico.

Debido a sus múltiples acepciones, la cultura no es un concepto cerrado, sino un proyecto que conjunta los anhelos del hombre en lo provechoso y en lo valioso, ya que la cultura no es una y la misma para todos los pueblos ni para todas las épocas.

Existe la idea de que “cultura” va separada de “entretenimiento”, lo cual implica el supuesto de que cultura es igual a aburrimiento, lo que lleva a que el nivel de auditorio sea verdaderamente mínimo.

En la mayoría de los países subdesarrollados el ciudadano común, cree que la cultura es un producto creado por un pequeño grupo privilegiado, siente que para acercarse a la cultura debe hacer un gran esfuerzo y salirse de lo que comúnmente es. Ignora que la cultura tiene un concepto mucho más amplio, el cual no la limita a las manifestaciones artísticas o científicas, sino que se amplía a toda actividad humana.

El ciudadano común carece de una visión que le permita entender que los medios de comunicación con los que tiene contacto diariamente durante horas, son considerados como el instrumento más poderoso de “culturización”. Desconoce que tales medios conforman una industria cultural y que gran parte de sus actividades son inundadas directamente por esos medios de comunicación.

El espectador ignora que la industria de los medios de comunicación es cultural y que utilizada en un sentido inverso al actual, puede servir de vehículo para la superación cultural de los integrantes de toda la sociedad; como lo está haciendo Canal 22.

Sin embargo, existe un poder televisivo que debería estar ligado a los intereses de toda la sociedad. Ya que al ciudadano debe ofrecérsele un entretenimiento que no lo distraiga de sí mismo, sino que lo ayude a conocerse mejor; al mismo tiempo que pone la cultura a su alcance.

Actualmente se ha comenzado a ocupar un lugar en el interés del público televidente que gusta de ver la televisión para entretenerse y asimilar programas que le dejen algo de provecho en cuanto al conocimiento cultural, histórico, político, educativo, de avances técnicos, etc. Se producen y emiten programas de buena calidad, bien enfocados y elaborados, que tienen muchas veces, que luchar contra la corriente de restricciones creadas y alimentadas a diario por la televisión comercial.

El presente trabajo trata de exponer la importancia de un canal cultural dentro de la televisión mexicana, específicamente en la zona metropolitana, de ahí el interés en investigar la importancia que tiene el Canal 22, considerado como un canal cultural que posiblemente pueda moldear una nueva sociedad y sus valores nacionales sobre nuestras bases culturales, reforzando la identidad cultural, al tiempo que mejora la calidad de vida mediante la utilización de la técnica, emitiendo mensajes acordes a la realidad nacional y plasmando en imágenes nuestras aspiraciones; llegando a ser así un medio eficaz de la promoción cultural.

En el primer capítulo se habla acerca de la cultura y su definición partiendo de lo general a lo particular, hasta establecer una relación de la misma con la comunicación, el conocimiento y los medios audiovisuales, principalmente la televisión.

Esto con el fin de no perder de vista los verdaderos objetivos de esta investigación que sirven para establecer los vínculos entre la cultura y el Canal 22, así como su importancia



como televisora de corte cultural que busca crear un nuevo tipo de espectador más consciente de su realidad.

A partir de este primer capítulo se establece la importancia y función de los medios masivos de comunicación, especialmente de la televisión, que más allá de entretener y divertir al televidente debe cumplir una labor esencial hacia el individuo: educar y promover los valores culturales del hombre a través del contenido de sus programas que enriquezcan su vida a través del conocimiento de sus raíces y su historia.

En el segundo capítulo se abordan los antecedentes generales de la televisión cultural, con el fin de establecer las características que la definen y diferencian de la comercial, para entender su origen así como su desarrollo en nuestro país y los retos a los que se enfrenta con respecto a la competencia televisiva, teniendo en cuenta que entre todos los canales con los que cuenta la televisión pública 2, 4, 5, 7, 9, 13; solo el 11, el 22 y el 40 son de corte cultural.

De igual forma, en el tercer capítulo se trata el tema de la televisión educativa la cual cuenta con una larga trayectoria en nuestro país, aunque mantiene un vínculo con la televisión cultural sus líneas son diferentes, una retroalimenta a la otra, creando una relación íntima entre educación y cultura resultando muy difícil separar una de la otra.

Entre las instancias más importantes de la educación televisiva se encuentran la Unidad de Televisión Educativa (UTE), Telesecundaria y TV UNAM, consideradas instituciones fundamentales en el desarrollo educativo del país y actualmente también en el extranjero por ello son abordadas en este capítulo.

Finalmente, se presenta una retrospectiva del Canal 22 a través de sus primeros cuatro años de transmisión (1993 - 1997); así como las causas de su adquisición por el Estado mexicano; sus políticas institucionales y culturales. Su estructura, sus deficiencias técnicas y económicas, así como el contenido de su programación; con el fin de ubicar su situación actual, como televisión cultural, en nuestro país.

Esto con el fin de comprobar su capacidad para transmitir programas considerados como culturales, sin tener que denigrar los valores del público televidente, como lo hace la televisión comercial y demostrar que la cultura no es sinónimo de aburrimiento. De igual forma, se puede observar que su permanencia refleja la existencia de un público exigente, con diferentes perspectivas al vano entretenimiento e información amarillista.

## I. DEFINICIÓN DE CULTURA

La palabra cultura tiene acepciones muy variadas y contradictorias. Se sabe que desde que existe el hombre, empieza la cultura, por ello todas las manifestaciones humanas que modifican a la naturaleza y la transforman, son consideradas como culturales; por el simple hecho de ser productos humanos.

De acuerdo con Fernand Braudel<sup>1</sup> el término cultura se acuñó en Francia a mediados del siglo XVIII. Sin embargo, se refiere a una cultura de carácter intelectual, llevando a cabo una diferenciación entre cultura y civilización entendiendo esta última como el ideal de desarrollo técnico, moral y social.

También, Braudel menciona que hacia el año 1850, se unifican los términos de cultura y civilización y se olvidan las cualidades universales, sociales, morales, e intelectuales que el término implicaba en el momento de su nacimiento. Se tiende a considerar con el mismo interés todas las experiencias humanas.

Según el Diccionario de Ciencias Sociales (UNESCO, Madrid, IEP, 1975) el concepto de cultura en su acepción científica se gestó en Alemania a mediados del siglo XIX. Sin embargo, no quedó claramente definido sino hasta 1891, cuando el antropólogo inglés Edward Burnett Taylor, en su obra *Primitive Culture*, dice que "cultura es aquél complejo que incluye conocimiento, creencias, arte, ley, moral, costumbres y otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad". Esta es una concepción "universalista" que considera a la cultura como la herencia social de la humanidad.

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

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

José Ortega y Gasset<sup>2</sup> (1833-1955), filósofo español que a lo largo de su obra se interesó profundamente por la cultura, dice que "entendemos por cultura lo que es más discreto: un sistema de actitudes ante la vida que tenga sentido, coherencia, eficacia. La vida es primeramente un conjunto de problemas esenciales a los que el hombre responde con un conjunto de soluciones".

Dentro de la corriente materialista, Antonio Gramsci escribe que la cultura "es la organización, la disciplina interna de uno mismo... la apropiación de la propia personalidad... la conquista de una conciencia superior mediante la cual se hace posible entender el propio valor de lo histórico, función en la vida, derechos y deberes".

1. Fernand Braudel. *La Historia y las Ciencias Sociales*. Madrid. Alianza Editorial, 1974. pp. 53

2. José Ortega y Gasset. *Las Atlántidas*. cit. pos. Raúl Bejar Navarro. *Cultura Nacional, Cultura Popular*. México, UNAM, 1979, pp.9

Otro concepto importante sobre comunicación es el que menciona Wilbur Schram<sup>3</sup> quien sostiene que comunicación proviene del latín *communis*, esto es, entrar en común con alguien. "La esencia de la comunicación consiste en la sintonización entre el que percibe y el que envía un mensaje determinado".

Hasta el momento se ha revisado únicamente el origen del concepto cultura, presentando las definiciones más generales sobre dicho término. Pero cultura, aún en su más amplia definición, conlleva dentro de sí al hombre y por ende, a la sociedad a la que pertenece.

Por ello, la cultura sólo puede ser entendida partiendo del conocimiento de lo que es el hombre y de esa sociedad a la que pertenece, en este caso; la mexicana. Ya que "culturas" existen tantas como países en el mundo. El término cultura participa de diversos sentidos según la clase social, el grupo étnico, el idioma, la identidad regional o la totalidad de la sociedad a la que se aplique.

Raúl Bejar<sup>4</sup> menciona que la cultura debe concebirse como un proceso, un resultado de una actividad creadora. "Cultura es practicar algo, afinarse, adquirir, formar, por lo tanto sólo se obtiene por medio del esfuerzo personal y social; la cultura no es algo que pueda transmitirse de forma pasiva, el hombre debe esforzarse por adquirirla y hacerla suya".

Todos los hombres se hallan inmersos en una cultura, ya que todos participan, aún de forma mínima, en una sociedad que busca dominar y transformar al mundo. La cultura resume el conjunto de transformaciones y progresos llevados a cabo por el hombre.

Sin embargo, si nos quedamos con la idea de que cultura es un conjunto sistematizado de respuestas adaptativas que requieren de un esfuerzo social y personal, entonces la heterogeneidad de las condiciones ambientales, gráficas e históricas generará un sinnúmero de respuestas y éstas a la vez irán creando formas culturales similares y distintas; semejantes y opuestas.

La cultura será universal en tanto haya un proceso de desenajenación, una búsqueda de identidad; pero será también diferencial, en tanto nazca de problemas que exijan solución concreta, a veces, única.

Todas las culturas se encuentran influidas unas por otras; dando lugar a las llamadas culturas nacionales que están en constante transformación, y establecen ciertos símbolos generales que se convierten en universales.

Nuestro país carece de una cultura totalmente pura, ya que a lo largo de su historia ha sido influido por todos aquellos que han tratado de conquistarlo. La mezcla de lo indígena con lo español, dio origen a la cultura mexicana.

<sup>3</sup> Schramm, Wilbur. La Ciencia de la Comunicación. De. Roble, México, 1974.

<sup>4</sup> Bejar, Navarro Raúl. El Mexicano. México, UNAM, pp.123

México se encuentra situado en la llamada cultura occidental; por ello lo nacional, lo mexicano será el conjunto de elementos tanto occidentales como autóctonos que se coordinan formando roles y produciendo maneras que pueden llamarse mexicanas.

De ahí que toda cultura debe entenderse como un proceso de imitación, asimilación y creación; por lo que debe aceptarse que México sea un país imitativo en cuanto a cultura se refiere; pues toda cultura es el producto de una fusión, de un mestizaje. La nuestra es fusión de experiencias propias y ajenas, mezcla de lo nacional y lo universal.

Por lo tanto, no es posible hablar de una cultura universal, ya que la cultura adquiere un significado distinto y un sentido social particular en cada sociedad y época de la historia. Pues a pesar de existir elementos culturales similares en distintas estructuras sociales, en cada una de ellas incide de manera diferente ya que es utilizada de acuerdo a la realidad social prevalecte.

La cultura pretende rescatar lo más valioso de la creación humana a lo largo de la historia y busca que esos elementos auténticos del hombre sirvan para trascender. Es por ello que cultura, no es un concepto cerrado, sino un proyecto que conjunta los anhelos del hombre que busca sus raíces para poder entender su presente.

También, la cultura ha sido entendida como la evolución peculiar de las diversas conformaciones regionales y étnicas del país y no como el proceso de perfeccionamiento educativo de individuos o de clases.

Las manifestaciones culturales apoyadas en las artes, la literatura o en las diversas manifestaciones de la superestructura social, se crean y se recrean de manera paralela a las aspiraciones del pueblo. Es por ello que la cultura de un pueblo no debe ser elitista, si no estar dirigida para todo tipo de público. Aunque, se crea que la cultura que comúnmente se maneja es la que se refiere a las creencias y valores impuestos por las clases dominantes.

Puede afirmarse, como señala Luis Benítez Bibriesca, que cultura "...comprende el conjunto de cosas, ideas, imágenes e instituciones que usa nuestra sociedad. Todo este vasto cúmulo de actividades humanas tan heterogéneas, representa la tarea intelectual del hombre a través de su historia"<sup>5</sup>.

De manera simplificada, puede decirse que cultura es el conocimiento de todo lo que hace la sociedad humana ya sea técnica, ciencia, arte, filosofía, religión o política; y es una actividad exclusiva del hombre, ya que el animal carece de ella.

La idea de que el arranque cultural ocurre a partir de la existencia de un sistema congruente de comunicación intelectual, basado en símbolos es muy factible; ya que el lenguaje hablado ha sido uno de los mayores logros del hombre, puesto que le ha sido de gran utilidad para expresar y compartir su pensamiento.

---

<sup>5</sup> Benítez Bibriesca, Luis. "Contra la Televisión" en La Jornada Semanal, No. 198, 28 de Marzo de 1993. pp. 33

Con la aparición de la escritura, surge la posibilidad de traducir, reconstruir las ideas y el lenguaje hablado en símbolos gráficos, esto marcó el camino ascendente de la cultura. Este proceso, también, permitió almacenar la información cultural para heredarla a las generaciones siguientes, haciendo posible la acumulación progresiva de la producción mental de la sociedad humana, garantizando así la continuidad de la evolución de la cultura.

Sin embargo, no fue sino hasta con la imprenta que comenzó a generalizarse la difusión de la cultura. La palabra escrita se transformó en el medio más poderoso para la promoción y el desarrollo de la cultura, por ser la forma más precisa y al mismo tiempo más flexible de comunicación.

A pesar de que la transmisión oral todavía desempeña un papel importante en la tradición cultural de algunos grupos sociales, puede afirmarse que actualmente el acervo cultural de la humanidad, se encuentra predominantemente en forma escrita, incluyendo ahí también a la música. Empero, no debe olvidarse, el gran impacto de las artes plásticas y escénicas en este proceso.

La cultura no es tan sólo un asunto para beneficio de elites privilegiadas; si no una necesidad y un derecho de la sociedad. Ésta se ha considerado como una verdadera empresa dentro del proyecto social y político, se ha impuesto sin dificultades como un objetivo importante en el horizonte ideológico y social, pero a su lado se instauraron valores dudosos y vías de realización poco puras y poco astutas.

Por ello, la cultura sería también, una carta política susceptible de ser manejada en muchos sentidos, útiles para afianzar un poder. Por lo que se fue reconociendo cada día más como el patrimonio esencial e inseparable de cualquier humanidad.

Se entendía que la cultura comprendía todo el ser social: el existir, el sentir y el saber humanos y, por lo tanto, todas las formas, instituciones y cosas dejadas por los seres humanos; incluyendo creencias, ideas, formas de relación, de organización y producción; lenguas, utensilios, adornos, leyes, alimentos y sepulturas.

En un sentido más restringido pero más decisivo para el común de los miembros de una sociedad culta, "cultura" abarcaba el saber y la experiencia del conocimiento directo de sus manifestaciones más notables.

Federico Mayor Zaragoza, director general de la UNESCO, afirmó que "... han tenido que transcurrir más de 30 años, tres iniciativas y tres estrategias para el desarrollo, para que se lograra finalmente en 1989 que por primera vez en los documentos de Naciones Unidas, se enfatizara la cultura en los elementos sociales del desarrollo. Sin embargo, aun no figura la palabra cultura como tal."<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Malvida, Adriana. "El multiculturalismo, sólo una nueva frase" en La Jornada México, 6 de Julio 1997, pp.25

Debe destacarse la importancia de la diversidad y multiplicidad creativa en la vida cotidiana ya que es la expresión suprema de la cultura. Todo ser humano se comporta cada día en virtud de sus creencias heredadas, de sus hábitos y tradiciones; de lo que ha leído, pensado; de lo que recuerda, de lo que olvida, de lo que anhela, quiere y odia; en virtud de lo que sueña. Por ello las instancias del poder sienten preocupación por la cultura.

## IMPORTANCIA DE LA CULTURA COMO CONOCIMIENTO

Hablar de conocimiento nos remite al concepto de la educación y cultura que la sociedad ha establecido con el fin de lograr un mejor funcionamiento de la misma; motivo por el cual se hace indispensable profundizar en las características de cada acepción .

La historia como las experiencias contemporáneas nos recuerdan que no es la naturaleza sino el hombre la fuente permanente de los recursos primarios de la cultura. El factor clave de todo desarrollo humano y cultural proviene de la mente del hombre: “el saber hacer”, que resulta de la creatividad en todos los campos de la vida y se expresan a través del pensamiento y de la experiencia aplicada.

Antonio Caso<sup>7</sup> señala que “...el individuo y la sociedad se vinculan por medio de la cultura ya que el fin de la sociedad era el individuo y el del individuo, la sociedad, pero sólo a través de la cultura, la sociedad de los individuos adquiriría un sentido. De no haber cultura, era imposible la armonía entre el individuo y la sociedad”. De igual forma indica que “la cultura obedece a algún valor reconocido por la inteligencia humana.”

La cultura de hoy es algo más que el progreso de lo científico y lo tecnológico que ha dado paso a un congestionamiento industrial, comercial y consumista. Entre cuyos apéndices presuntamente culturales estamos invadidos por el pato Donald, las películas de Far West y el llanero solitario, por mencionar unos cuantos de los “paquetes culturales” que nos han invadido por la radio, la TV y la propaganda comercial.

Nuestra cultura popular es la aplicación práctica y positiva de la tradición del vivir diario de cada pueblo, por pequeño que este sea. Damos por hecho que en el tiempo y en el espacio existen en todos los pueblos una sabiduría, una filosofía del vivir cultural que es la cultura misma que guía todos los actos trascendentales de un pueblo.

Por lo general todo aquello que se transmite oralmente constituye lo que se conoce como cultura popular, cuya enseñanza esta a cargo de la familia, el vecindario, la comunidad y los grupos sociales en los que participan los individuos.

Sin embargo, la cultura popular o cultura de masas para una gran parte de estudiosos, en su mayoría funcionalistas, significa la cultura que difunden los grandes medios de difusión colectiva. Para ellos, esta cultura es generalmente satanizada por su bajo gusto y por su tendencia al degradar y acabar con la cultura cultivada.

La cultura popular tiene la gran desventaja de ser principalmente una cultura que se transmite por la vía oral y que aunque se practica a diario, no siempre deja huella de su acontecer inmediato. Actualmente ya es posible tener un registro de ella en libros, videos o filmaciones para poder integrarla a nuestro propio acervo cultural.

<sup>7</sup> Hernández Prado, José. “La concepción Casicana del Conocimiento de la Historia” en La Filosofía de Antonio Caso, UAM, México, 1994. pp.176

Puede decirse que la cultura popular representa el contenido más rico de la experiencia del hombre, desde su más remoto pasado hasta su contacto con los pueblos que por razones históricas lo dominaron, trayendo consigo elementos de las culturas de otros pueblos.

Es importante que este conocimiento llegue a la población urbana, en donde la cultura popular esta siendo erosionada por la agresión del modernismo, de tal manera que la educación formal pueda enriquecerse y complementarse con el contenido de dicha cultura.

Pero la cultura no sólo relaciona al individuo humano que la puede crear y que la crea en sociedad. En la medida en que este universo es histórico y es también natural, la cultura es, además, el medio que comunica al individuo con la historia universal y con el mundo natural; además, lo vincula con el conocimiento.

El conocimiento lo hemos acumulado a través de las experiencias que forman nuestra propia cultura, hemos aceptado y aprovechado ventajosamente hasta donde nos lo permite nuestra experiencia, la tecnología y el conocimiento científico a los que hemos contribuido en la medida de nuestras experiencias.

Los conocimientos que se acumulan y los que se generan constantemente son transmitidos oralmente o por medio de un sistema que denominamos formal. Para Gerhard Kropp "... el fin del conocimiento es la captación mental de los objetos y la formación de juicios válidos acerca de ellos".<sup>8</sup>

Existe un cierto conocimiento a saber, el proceso de razonar, al que la acción de pensar se aplica sin lugar a dudas. Podríamos suponer, que el proceso de razonar debería ser llamado pensar y que conocer es el resultado de ese proceso. Razonar es precisamente la actividad de conocer.

Hay muchas actividades a las que puede llamarse conocer ya que toda aprehensión y percepción de la naturaleza de un objeto es conocimiento. Por consiguiente, si alguna percepción es conocer, entonces hay algún conocer, esto es, la experiencia de percibir y sentir, que no se considera pensar.

Además, así como no todo lo que puede llamarse conocer es pensar, así tampoco todo pensar es conocer. A la formación de la opinión, sin duda alguna, se le llama pensar. Pero aunque esta basada en el conocimiento, no es conocer.

Cuando el hombre está ideando algo, ciertamente de él decimos que está pensando. En parte está preguntándose e investigando, en parte aprendiendo y conociendo, y en parte formándose opiniones respecto a lo que convendría para su trabajo. Esto nos obliga a considerar la educación como una de las actividades más vitales e importantes de todo el mundo.

<sup>8</sup> Kropp, Gerhard. Teoría del Conocimiento. Tomo I Edit. UTEHA México. 1961, pp 102



En la actualidad el desconocimiento de nuestro sitio en el universo cultural crea una especie de soledad y aislamiento dentro de los mecanismos de la transmisión del conocimiento útil en el mundo.

El hombre dispone de múltiples vías de acceso para penetrar y comprender tanto el mundo exterior como su propio reino interno. Entre ellas es el conocimiento la más sobresaliente, no sólo por su índole registradora sino por la frecuencia con que se produce, así como por su intervención en el resto de los actos.

El conocer es un proceso de carácter esencialmente racional en virtud del cual un ser dotado de la facultad de la representación, aprehende las determinaciones formales de un ente que en cuanto a contenido de conciencia recibe el nombre de objeto.

Para Porras Rengel "...conocer es un hecho que se da en la vida, en el hacer diario y corriente. Es un fenómeno que tiene un surgir y un perecer en el tiempo y que como tal juega un papel decisivo en la acción del hombre en su más vasta acepción".<sup>9</sup>

El conocimiento se presenta como un dominio de contenido objetivo. La realización de la función que le es propia, o sea, el aprehender las determinaciones de los entes y representarlos en la conciencia, conduce a un resultado positivo que es el saber. En el entero repertorio de los sistemas, instituciones y formas creadas por el hombre esta representado este aspecto del conocimiento.

En el proceso de comunicación el receptor es simplemente un "recipiente" vacío que es llenado por la cultura. Aunque muchas veces olvida que la actividad de recepción es precisamente una acción, es decir, que toda recepción es un proceso de reinterpretación, pero si se niega la raíz de clase de toda concepción del mundo que funciona para valorar, percibir y actuar sobre la realidad, tal reinterpretación es poco menos que impensable.

Por tal motivo, cuando se habla de la comunicación, suele hacerse en dos sentidos: a) como practica cultural, o sea, como productos de comunicación que materialicen y vinculen ciertos sentidos, y b) como proceso social en el que complejamente se elabora la relación de la comunicación y sus productos.

En países como el nuestro, los rasgos de una cultura nacional mestiza, que son parte de la cultura universal, no pueden ni deben excluir otros rasgos propios de culturas tradicionales de la larga vida en lo que hoy es el territorio mexicano, ni características, que por peculiaridades geográficas e históricas han ido singularizando cada región. Ya que "las raíces de la cultura nacional se alimentan de la pluralidad geográfica y étnica; que es México".<sup>10</sup>

<sup>9</sup> Porras Rengel, Juan F. Metafísica del conocimiento y de la acción, Fondo de Cultura Económica, México, 1976 pp.269

<sup>10</sup> González, Pedrero Enrique. "Cultura Popular" en Consulta Popular en las Regiones Nacionales, México. UPN. p.36

La cultura se refuerza a través del conocimiento adquirido tanto de la educación formal como informal, gracias a ello las tradiciones y costumbres que forman parte de la llamada cultura popular permanecen en el haber cotidiano de la sociedad y se extienden a futuras generaciones.

El conocimiento se convierte en el vehículo mediante el cual las tradiciones culturales son capaces de sobrevivir al paso de los años sin importar que la fuente original desaparezca, ya que no sólo será transmitido por vía oral sino también de forma escrita y actualmente de manera audiovisual. Gracias al acervo audiovisual la imagen ha servido como apoyo para la educación y refuerzo para la cultura. Por ello el poder de la comunicación es imprescindible.

## COMUNICACIÓN Y CULTURA

La comunicación es el marco teórico y práctico para investigar, planificar y realizar los procesos de la vida contemporánea, sociales, culturales, cívicos, económicos, políticos, etc., ya que actualmente, la sociedad se encuentra viviendo la revolución de las comunicaciones; considerada como la más acelerada, profunda y amplia de la historia.

Esta continua aceleración científica y tecnológica de nuestro siglo exige una creciente capacidad de comunicación, rápida y eficaz a todo el sistema social, institucional e individual.

La comunicación permite y motiva la participación del hombre aislado en las labores comunes de la especie humana. Gustavo Estéva<sup>11</sup>, afirma que "...sólo hay comunidad si existe comunicación; ya que al establecerse la comunicación, surge entre los hombres la unidad social que conforma una comunidad".

Por otra parte, la cultura sería inexistente sin comunicación entre los miembros de una sociedad. La cultura entendida a la vez como un acervo y como realización de saberes, de experiencias y de producciones teóricas y artísticas; no deja de lado la teoría comunicacional que sirve de base fundamental para la transmisión de estos saberes culturales.

Nuestro planeta se encuentra globalmente intercomunicado y gracias a ello puede intercambiarse información de manera continua y cotidiana. Como ocurre con las grandes redes mundiales de computadoras y con la comunicación por medio de satélites.

La comunicación es la interacción de unos individuos con otros, con el fin de alterar la relación original existente entre el organismo y el medio que rodea al individuo. En este acto de comunicarse se pretende obtener información, socializarse, motivarse, discutir, educarse, entretenerse y finalmente integrarse.

Sin embargo, la palabra comunicación no puede ser entendida como un concepto general, sin tomar en cuenta el contexto global de una sociedad. Se piensa que los papeles que desempeña la comunicación pueden variar de acuerdo con las necesidades de una sociedad dada o de un país a otro.

De ahí que no pueda entenderse un proceso y efecto de la comunicación sin tomar en cuenta la apreciación de las realidades sociopolíticas de cada país donde el manejo de símbolos para comunicarse varían de acuerdo a creencias y situaciones particulares.

La comunicación se encuentra siempre en proceso; el cual dista de ser uniforme y responde a múltiples causas. La comunicación es un factor vital propio de los sistemas vivos; en la medida en que se resienten o disminuyen, estos comienzan a envejecer.

<sup>11</sup> Estéva, Gustavo. El Estado y la Comunicación, Ed. Nueva Política, México, 1979, pp.205

El proceso de la comunicación nos remite a una lógica de significados humanos que no pueden ser estáticos, pues están en constante movimiento. Los componentes de este proceso, son todos aquellos símbolos e imágenes que obedecen a ciertas circunstancias geopolíticas, sociales y culturales de una determinada comunidad.

Cabe mencionar que la comunicación no es la simple transmisión de un mensaje "...sino una interpretación que se basa en gran parte en el contexto de la interacción para descifrar las intenciones del otro".<sup>12</sup>

A partir de nuestra definición de cultura, se entiende que todas las sociedades, cada una a su manera y a partir de los conocimientos que adquieren, los grupos sociales van evolucionando al tiempo que crean estilos de vida según sus formas de interacción entre los demás individuos y la naturaleza.

La comunicación y la cultura ocupan un lugar destacado en la reestructuración de los mecanismos institucionales, en la medida en que, por su mediación, se opera lo que podría ser llamado proceso de privatización o de "comercialización" del Estado, es decir, la colonización del Estado por la norma comercial.

La cultura, que por sí misma, implica un proceso de humanización, tiene que ver con creencias, tradiciones y conocimientos, con fines morales, intelectuales y estéticos; basados en la comunicación.

La comunicación como transmisora de un conjunto de conocimientos, no depende sólo de la cantidad, ni de la naturaleza de las informaciones emitidas, sino también, de lo que llamaríamos la estructura del receptor a la que acceden los medios.

Actualmente, gran parte de nuestra cultura se encuentra influida por aquella que se ha denominado "cultura de masas" y que se ha caracterizado por estar orientada al consumismo. Cabe mencionar la crítica al sistema escolar imperante, y de la educación representada por él. La cultura ha venido a ser, una de las pocas referencias comunes universales, algo a lo que todos podrían aportar lo mejor de sí mismos.

El estudio de la comunicación se convierte, con frecuencia, en el aprendizaje del uso de instrumentos o en la evaluación de las consecuencias del uso de determinadas tecnologías. La comunicación no es todo, pero debe ser hablada desde todas partes; debe dejar de ser objeto constituido, para ser un objetivo a lograr. Desde la cultura, desde ese mundo de símbolos donde los seres humanos elaboran actos materiales y espirituales, la comunicación tendrá sentido transferible a la vida cotidiana.

La actividad cultural ha llegado a concebirse, como ratificación e incluso promoción de los símbolos producidos por los medios masivos, como actividad para "divertir" a los turistas exaltando el folklore estereotipado, e incluso ha llegado a ser pensada como medio de

---

10. Berlo, David K. El Proceso de Comunicación. El Ateneo, Buenos Aires. 1982, pp.21

censura y vigilancia moralista de los ciudadanos para hacer prevalecer las “Buenas costumbres”. Incluso algunos partidos políticos y movimientos sociales han llegado a considerarla como un instrumento para acceder al poder o como algo accesorio y decorativo, de lo que fácilmente puede prescindirse.

Puede decirse que es necesaria la existencia de un marco de libre expresión y experimentación para el desarrollo de la promoción cultural, en la que se suscite la participación popular en múltiples formas. Por lo cual resulta importante tomar en cuenta mecanismos que lleven a lograr una óptima comunicación mediante la expresión en todas las lenguas y todos los pensamientos.

Aunque las nuevas tecnologías de la comunicación han multiplicado el poder de los medios, ofreciendo posibilidades inéditas para el progreso del conocimiento y el avance de la cooperación intelectual, también han generado cierto temor por la tendencia a la homogeneización cultural.

## LA CULTURA Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUALES

El término “sociedad de masas” comenzó a utilizarse después de la segunda Guerra Mundial, su aceptación como una industria cultural la colocó como depositaria y encargada de la diversión, la cultura, el entretenimiento y la recreación.

Desde entonces, los medios de comunicación cumplen un papel determinante en las sociedades, como creadores y difusores de una determinada cultura; reproduciendo en sus mensajes una realidad determinada por el sistema social.

A través de los medios de comunicación, considerados como elementos cohesionadores, se instrumentan las expresiones y formas culturales que permiten reproducir y justificar el dominio del grupo social en el poder.

Poco a poco, la creciente mercantilización del sector cultural, su aplicación en el desarrollo, y los usos sociales de las nuevas tecnologías de comunicación, han proyectado la cultura al centro de lo industrial y lo político.

Actualmente nos encontramos frente a una relación de cultura - industria. De esta relación surge el concepto de industria cultural, el cual fue expresado primeramente por Adorno y Horkheimer, filósofos de la escuela de Francfort, quienes a partir de la observación del alcance de la radio y la cinematografía, así como del nacimiento de la televisión en los años 40; se inquietaron por ese movimiento global de producción de la cultura como mercancía, que entrañaba a su parecer el fracaso de la cultura.

El modo industrial de producción conducía, según ellos, a una cultura serializada, estandarizada y marcada por la división del trabajo, es decir, a una “cultura de masas”; una cultura de menor calidad en cuanto a contenido se refiere.

Según Mattelart “el medio audiovisual, que, en la circulación de los bienes culturales, desempeña el papel de polo de arrastre industrial y financiero, se ha visto propulsado al propio corazón de las estrategias de internacionalización”.<sup>13</sup>

La identidad cultural es el soporte de realidades contradictorias, en su nombre se edifican las medidas necesarias para la producción de una función vital en un país: la de los medios de expresión. Se comprende por ello, que la noción de identidad cultural no tiene otro sentido que el de ser constantemente reducida a la relación de fuerza que la sostiene en el contexto general que es utilizada y a la posición, en la geografía social y política de quien lo enuncia.

11. Mattelart, Armand, et. al. “Lo audiovisual en la época transnacional” en La cultura contra la Democracia? España, Ed. Mitre, 1984, pp.29

Si la identidad cultural no es un instrumento para estructurar mejor la relación de los medios de comunicación con una sociedad, ésta cae al nivel de alimento para los grandes aparatos de los medios de comunicación, los cuales la digieren como folklore pintoresco.

Los medios de difusión ocupan un lugar privilegiado, “la radio y la televisión se han convertido en elementos constitutivos del estilo de vida de un gran número de países, lugar en el que también tienen cabida el cine, los libros de bolsillo, las historietas y la prensa”<sup>14</sup>.

Actualmente, millones de personas son partícipes de los medios de comunicación que les dan acceso generalizado al esparcimiento y la diversión. “Cada vez, se le dedica más tiempo a la televisión y a sus avances técnicos: videocasetes, satélites, televisión por cable, computadoras, Internet. Estos avances brindan posibilidades de “ampliar” la diversión al ofrecer un mayor número de canales o de programas, juegos o el uso “exclusivo” del medio”<sup>15</sup>.

Con la unión de la informática, las telecomunicaciones y lo audiovisual (ordenador - teléfono - televisión - cable - satélite) y la llegada de las redes telemáticas, apareció el término de la industria de la información, la cual alcanza tanto a la llamada información de base como a la información cultural.

Los medios han cobrado tal importancia y transmiten tal número de contenidos, que se han convertido en una forma de acceder a la cultura.

Dentro de los múltiples adelantos científico - tecnológicos, el que ha tenido mayor influencia sobre la cultura moderna, es sin duda la televisión. Luis Benitez Bribiesca menciona que “este extraordinario adelanto tecnológico esta incidiendo en nuestra cultura, cambiando a la sociedad e imprimiendo un nuevo ritmo a la historia”.<sup>16</sup> Ésta, amenaza desplazar a la palabra escrita, pero, contrariamente a lo que podría esperarse; se cierne contradictoriamente como un instrumento de anticultura.

La televisión ha llegado a situarse entre una de las principales formas de recreación por la difusión diaria, la diversidad de programaciones (noticiarios, espectáculos, deportes, cine, series, etc.) y un costo reducido en el que después de adquirir el aparato, el consumidor piensa que es un servicio prácticamente gratuito.

Sin embargo, recordemos que la cultura es el producto de la suma de la actividad mental de los individuos de nuestra sociedad y que ésta, a su vez, es la consecuencia de la actividad cerebral que se genera en proporción directa a los estímulos positivos del entorno. El lenguaje escrito estimula la función cerebral en forma radicalmente diferente a como lo hace la imagen de una pantalla de televisión.

---

<sup>14</sup> García, Carola. “La Recreación a través de los medios de comunicación” en Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, No.144, pp.71

<sup>15</sup> Ibidem.

<sup>16</sup> Benitez, Luis. “Contra la Televisión” en La Jornada Semanal, No.198, 28 de marzo 1993, pp.33

Mirar una película o un programa de televisión es un acto externo, podría decirse, de conveniencia social. El mensaje viene de lejos, de la pantalla, y es difícil percibirlo desde dentro como si fuera algo propio.

Aunque la imagen es fabricada, el espectador tiene la opción de recrearla y adaptarla a su personalidad. Sin embargo, no puede sentirla como propia. Los objetos, los colores, los sonidos y las situaciones siempre estarán allá, en la pantalla, y no dentro de uno.

La observación por lo general no reclama una reflexión. La imagen fabricada es a su vez una interpretación muy personal de un guión o de un escrito, elaborada por un grupo de expertos técnicos que desea transmitir un contenido preciso sin desviaciones. Estas imágenes matan a la imaginación.

Lo más grave es que las empresas televisivas, salvo algunas excepciones, elaboran programas diseñados específicamente para no pensar. Éstos son los que tienen una mayor audiencia y por ello son los que más se venden.

La televisión comercial los prefiere, porque son los que mayores ganancias les generan, y la televisión estatal porque son la mejor forma de imprimir en las masas el mensaje ideológico o político que les conviene. Ambas atan y ahogan al proceso crítico e imaginativo, sofocando todo intento de creatividad intelectual.

Sin embargo, las imágenes de televisión o del cine también pueden ser estimulantes. El mejor ejemplo de comunicación visual mentalmente estimulante y que transmite emotividad estética, lo encontramos en el buen cine, el llamado cine de arte, que rara vez se ve en las pantallas de televisión.

Ver un programa de televisión común, algún video comercial o cualquier película en el cine, no requiere de preparación alguna ni de mayor ejercicio de nuestra mente; no es necesario contar con algún tipo de información o educación previa para poder entender las imágenes triviales de su entorno socio - cultural. Esto es una ventaja y al mismo tiempo una desventaja.

La ventaja es que el uso de este sistema de comunicación puede penetrar a un número mayor de personas y con ello resalta como el medio más universal de intercambio de información humana. La desventaja radica en que el receptor se transforma en un elemento pasivo y generalmente manipulado por ese medio.

En la televisión, lo más importante es la forma del mensaje audiovisual. Ya que la televisión representa un instrumento de difusión masivo, éste se usa para llegar a las mayorías y por lo tanto el contenido debe ser tal que pueda captar la atención de las grandes masas en la forma más simple y vacía.

Los impulsos más primitivos, son los símbolos más universales o fáciles de entender. Mientras que los más elevados y abstractos, es decir, los representantes de la máxima evolución cultural, son difíciles de captar y por ello resultan tediosos y aburridos para la



generalidad. Entre las cosas que más atraen al público televidente se encuentran la violencia, el sexo y los deportes.

La televisión impone programas y deja pocas posibilidades de escoger. La elección se limita a la posibilidad de sintonía, de cambio de canal, o apagar el aparato. Suprime el interés a la información que se precisa.

El manejo de los medios de comunicación en las sociedades industriales o en tendencia a la industrialización, ha llevado a la comercialización de los mensajes, es decir, a su consumo masivo.

No deja al individuo ser una persona autónoma, ni en el trabajo, ni en el tiempo libre, en sus necesidades y satisfacciones, en sus pensamientos y emociones, sino que organiza y distribuye de igual manera el tiempo libre, limitándolo a la presencia del medio.

En gran medida los medios, son los administradores de la cultura de quienes los manejan y en razón de un interés comercial ofrecen una imagen al mundo. Los medios se convierten en factores de socialización.

La televisión proporciona a su público un máximo de sensaciones de participación. Una participación que se reduce al sentimiento de ser testigo del hecho cuando se produce, pero que en realidad se restringe a la observación.

Los medios audiovisuales también son capaces de ofrecer una contribución positiva donde no es posible la experiencia primaria: usos educativos y culturales, acceso a conocimientos y lugares poco accesibles, a otras culturas y civilizaciones.

Según el anuario Estadístico de la UNESCO las producciones que abarcan 50% de la programación televisiva, provienen de Estados Unidos, en primer lugar; después de Francia, Gran Bretaña, España, Venezuela y Colombia.

De igual manera en el sector del cine existe aproximadamente un 90% del consumo de filmes norteamericanos. El desequilibrio de las cinematografías no implica solamente una diferencia entre las industrias, sino también, entre la talla de los mercados, el número y el renombre de los actores y realizadores, o de los guionistas que convierten rápidamente la coproducción en una pugna o relación de fuerzas entre culturas.

En cuanto a intercambios televisivos internacionales, Estados Unidos sigue ocupando más del 60% del mercado de la exportación de programas.

Sin embargo, la persistente primacía de las redes norteamericanas en la información, la comunicación y la cultura no se limita tan sólo a los filmes y a las emisiones de televisión. Los Estados Unidos gozan de un dominio indiscutible en las nuevas redes de la información electrónica.

En el congreso sobre Nuevas Tecnologías de Información, Globalización y Sociedades; Hamid Mowlana, presidente de la Asociación Internacional de Estudios de la Comunicación Social (AIECS) mencionó la importancia de asegurar que cada ser humano no sólo sea educado, sino que tenga el derecho de comunicarse, y, por tanto, ayudar a otros a comunicarse.

Por otro lado, el rector de la Universidad Iberoamericana Enrique Gonzales Torres señaló que “el rápido desarrollo tecnológico abre posibilidades inimaginables para informarnos e informar; para expresarnos y compartir”<sup>17</sup>. Sin embargo, las oportunidades son aun muy disparejas para ser educados en la libertad lo que hace que muchas veces los medios se conviertan en instrumentos de manipulación y desorientación.

Lo nuevo, lo modernísimo o lo posmoderno, no dependen mecánicamente de lo audiovisual, pero sí lo requieren. Sin grandes centros de irradiación, lo cultural no se convierte en forma de vida alternativa, y sin esto, todo se disuelve en la superficialidad.

Es fundamental democratizar el elitismo, para poner al alcance de los más que se pueda lo que ya disfruta una minoría. Por supuesto, algunos de estos gustos requieren de especialización, de entrenamiento y formación del televidente.

Los medios de comunicación poseen la capacidad de permear el tejido social y llegar a sus fibras más íntimas, por lo que puede llevar a cabo la tarea de persuasión mediante la palabra y colaborar en la labor de transformación profunda que hoy, es absolutamente indispensable.

Es necesario la existencia de la ética en los medios, la cual deberá estar marcada por una apertura de los espacios, donde la inteligencia, la sensibilidad, la educación y el derecho a disenter la cultura en todas sus formas puedan expresarse y transitar libremente.

Asimismo, la divulgación de las diversas formas de manifestaciones de la cultura nacional e internacional a través de la pantalla, así como la promoción de un nuevo lenguaje audiovisual donde lo que prevalezca sea la calidad antes que la cantidad. Lo anterior debería ser distintivo de todos los canales, sin que ello implique perder la atención del público.

Sin embargo, en la televisión pública mexicana existen canales que poseen las características antes mencionadas, los cuales aspiran satisfacer el vacío existente en las necesidades culturales de nuestra sociedad. De igual forma, buscan que el espectador se transforme en un ente activo dejando de lado su pasividad.

---

<sup>17</sup> Malvida, Adriana. *Op. Cit*

## II. ANTECEDENTES DE LA TELEVISION CULTURAL

La televisión cultural no ha sido la más favorecida en la producción audiovisual de México, sin embargo promover nuestro desarrollo cultural es fundamental porque fortalece nuestra identidad e integración nacional.

El desarrollo cultural radica en que el individuo se integre a su vida y viva su cultura mediante el contacto con su realidad y el resultado sea de bienestar en su desarrollo integral.

Un rasgo importante es que casi desde los inicios de la televisión educativa mexicana, a ésta se ha incorporado la televisión cultural, puesto que la difusión o extensión de la cultura ha sido tarea prioritaria para las instituciones gubernamentales de educación. A la cultura siempre se le ha considerado un complemento y consolidación de la formación personal y social de los mexicanos.

Con base en el proyecto de Perla Olivia Rodríguez Reséndiz; la "Televisión Educativa"<sup>1</sup> se presenta, a continuación, de forma cronológica la Historia de la Televisión Cultural:

1954	Primeros programas educativos y culturales de la UNAM transmitidos alternadamente por los canales abiertos 2, 4 y 5 de la nueva empresa privada Telesistema Mexicano.
1959	Inicio de transmisiones del XEIPN Canal 11, primera estación cultural en América Latina; con emisiones educativas y culturales para cubrir parcialmente a la Ciudad de México.
1960	Inicio de transmisiones regulares de programas educativos y culturales de la UNAM en los canales privados 4 y 5 hasta 1968 cuando se amplían a canal 11.
1969	En enero de este año se inaugura el canal 8 de televisión habiéndose hecho pruebas desde septiembre de 1968.
1972	Creación de Televisión Rural de México (TRM), y ese mismo año el 4 de mayo se crea la denominada Televisión Cultural de México (TCM), para ser más tarde llamada Televisión de la República Mexicana (TRM) dependiente de la Secretaría de Gobernación (SG) como una red nacional pública de difusión televisiva para la transmisión de la Telesecundaria (24% de tiempo de antena) y de otros programas educativos (21%), culturales (12%), informativos (26%), y entrenamiento (17%) en zonas rurales.

<sup>1</sup> Internet <http://www.ute>

1975	Convenio UNAM con la Fundación Cultural Televisa y se comienza a transmitir la serie introducción a la Universidad por el canal 2.
1976	Cambio de denominación de la DGEA por la Dirección de Materiales Didácticos y Culturales (MADYC).
1982	La UNAM firma un convenio con Televisa para producir programas de televisión y proporcionar conocimientos de cultura universal.
1983	Cambio de denominación de MADYC por la Unidad de Televisión Educativa y Cultural (UTECA).
1985	Canal 8 de Televisa cambia de programación bajo el concepto: " La Alegría de la Cultura".
1988	Inicia operaciones canal 7 y por consecuencia cambia de ubicación el canal 8 al canal 9 de Televisa.
1989	El 7 de diciembre se crea el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes como órgano descentralizado de la SEP, y la reducción del nombre de UTECA a UTE al asignarse la producción cultural al CNCA.
1990	Canal 2 de Televisa abandona su carácter cultural.
1993	Impulso del video como propuesta de producción educativa y cultural.
1994	El Canal 22 se transforma en cultural y es administrado por el CNCA.
	En octubre, en Pachuca, Hidalgo se crea la red Nacional de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales AC que integra a todos los Sistemas Estatales de Radio y Televisión.

## TELEVISION CULTURAL

La cultura no se reduce a un concepto cerrado se incluye en un proceso determinado por sus condiciones históricas y políticas, la cultura no es la misma para todos los pueblos ni para todas las épocas en la mayoría de los casos la cultura es considerada como un aspecto marginal y elitista.

No hay duda que existe un poder televisivo el cual debería estar en balance con los intereses de toda la sociedad sin que la balanza recaiga sobre un lado específico. Enrique González Pedrero señala que debe existir un entretenimiento que no distraiga al individuo de sí mismo, sino que lo ayude a conocerse mejor, y que ponga a su alcance la cultura.

Es evidente que los medios modifican pautas de conducta y que transforman de alguna manera hábitos, costumbres y rasgos culturales por dentro y fuera de las formaciones sociales.

Al haber una conciencia cultural se concibe un desarrollo general de las personas y de las sociedades en medida que representa un poderoso factor de identidad e integración nacional, también como un instrumento de transformación social y de progreso, que abarca el aspecto social y cultural reflejado en la plenitud individual y colectiva.

Lo anterior puede parecer una utopía, no esta fuera de la lógica, pero tal vez sí de nuestra realidad. Y es precisamente lo que se debe cuestionar ¿qué tan aproximado está cada individuo de la cultura? ¿Es tan sencillo como encender la televisión en un canal cultural?.

Hablar de la existencia de la Televisión Cultural en México no es sencillo. Por una parte ésta no ha sido una de las formas privilegiadas de la producción audiovisual en nuestro país; además - como se mencionó anteriormente - el concepto de cultura se presta a diversas interpretaciones "... por ejemplo: desde el que engloba la parte educativa y de servicios institucionales, hasta el que visualiza como una antropología de hábitos, costumbres y tendencias de comportamiento, pasando por el que la circunscribe únicamente a la expresión un formato de las bellas artes y la literatura".<sup>2</sup>

La televisión se ha convertido actualmente en un elemento muy importante en nivel de información y comunicación masiva ya que además de cumplir con las funciones de distracción y ocupación del ocio, debe cooperar en las tareas de información y educación del público, puede ofrecer alternativas culturales, y es precisamente de los canales culturales donde se puede y debe lograr lo anterior.

---

<sup>2</sup> González, Fernando. et al. Apuntes para una historia de la Televisión Mexicana. México, 1998. pp. 285

“Toda producción televisiva es un producto cultural que conforma y modifica la sociedad en su cotidianeidad y en su trascendencia.”<sup>3</sup> Pero es necesario para no crear confusión, diferenciar lo que es una televisora cultural de un medio comercial.

En la televisión el mensaje está estructurado voluntariamente para educar integralmente al individuo, trata de dar algo que alimente y se quede, un canal cultural es el reino de la memoria de todo lo que la gente ve en su programación, algo se queda para recordar ya sea en forma de cultura, en forma de aprendizaje o incluso en forma de gozo.

Existen ciertos atributos que ayudan a distinguir la T.V. Cultural y como características de las producciones culturales, sobresalen los siguientes parámetros:

- I. “Se trata de modelos de producción que esencialmente buscan presentar y relacionar contenidos complejos o especializados a fin de que éstos puedan ser comprendidos en su sentido particular, o aprehendidos en su significado general. Las producciones de carácter cultural, no tienen propiamente un límite en cuanto a los temas que se abordan.
- II. Los programas y series de carácter cultural tienden a poner un énfasis particular en los contenidos y en las estructuras formales en que se expresan, precisamente para demarcar con claridad y englobar los conceptos e imágenes en una unidad discursiva. Esto quiere decir que antes de ocuparse de la fisonomía y atractivo de quien o quienes estén frente a la cámara o de la estética de las imágenes se debe recurrir a documentos o expertos en los temas no sólo para autenticar y legitimar el tema, sino para llevarlo a una dimensión de trascendencia que difícilmente podría ofrecer un presentador convencional o un actor.
- III. \*La concepción de los programas o series se funda en la importancia, trascendencia o singularidad del tema mismo, antes que en el atractivo o valor comercial para colocar el producto en determinado mercado. De hecho, estas producciones están diseñadas o pensadas para una transmisión ininterrumpida”.<sup>4</sup>

En cada país la televisión cultural es entendida de diversas maneras. En México coexisten distintas posturas, entre ellas la derivada de su legislatura en la cual se establece que tanto la televisión oficial como privada, tienen la obligación de incluir en sus transmisiones programas culturales.

Entonces debe entenderse que ¿los programas culturales son todos aquellos que cumplan con los requerimientos plasmados en la ley? Este concepto no es muy claro, por lo tanto conlleva a la ambigüedad, desde el punto de vista muy particular de transmitir cultura, marcándose pautas por las estaciones que los producen y consecuentemente a los intereses que sustentan las cadenas.

Hay dos factores decisivos que han impedido el desarrollo de la Televisión Cultural; la ausencia de una política bien definida de comunicación, y la falta de una estricta vigilancia a los señalamientos establecidos dentro de la política cultural por parte del Estado.

<sup>3</sup> Rojas Alberto, et al. Consejo del Sistema Nacional de Educación Tecnológica, SEP. La Televisión Educativa en México. Serie Comunicación y Tecnología, México, 1985, pp. 37.

<sup>4</sup> González, Fernando, et al. Apuntes para una historia de la Televisión Mexicana. México, 1998. pp.286

La generalidad de las veces al pensar en un programa cultural o de enseñanza- aprendizaje, el televidente se transporta inmediatamente a la solemnidad de la cátedra, piensa en un programa cultural y se imagina un aburrido comentario de un severo personaje o la transmisión de un concierto sinfónico, una opera, una conferencia o un debate entre intelectuales.

Hay una confusa idea de que la cultura va separada del entretenimiento, lo cual implica la suposición de que la cultura es aburrida, pues basta con que un programa se anuncie como "cultural" para que sea mínimo el teleauditorio que lo vea y esto porque se ha creado una imagen equivocada que hoy priva entre las grandes masas de que un programa o un canal dedicado a exhibir cultura es igual al aburrimiento trascendental.

Los programas culturales son la mínima parte de la programación, cuantitativamente, los programas culturales solo llegan a ser una muestra de cultura que afecta a una mínima población.

Se ha dicho que los medios no son buenos ni malos en sí mismos, todo depende el uso que se les confiere. Es necesario reflexionar en que la República Mexicana no posee una cultura uniforme y que por el contrario es una conjugación de culturas de diversidades étnicas, por lo tanto es difícil concebir programas que enmarquen una sola línea para un público único y definido, es precisamente esto de lo que adolece la televisión cultural.

"Una Televisión Cultural debe responder efectivamente a las necesidades de los diferentes públicos y sus prioridades de producción deben determinarlas y establecerlas los mismos usuarios. Ya no se trata de capitalizar la producción y de tener una mayor cobertura desde el centro, sino de recoger y difundir las experiencias culturales de las distintas regiones del país"<sup>5</sup>

Es decir, para la gran mayoría es prioridad preocuparse por como obtener sus necesidades básicas, que deliberadamente sentarse por más de dos horas frente a la televisión, a ver la temporada de ballet o la opera (ya no digamos de asistir) por citar un ejemplo. Y tal vez puedan considerar a la programación cultural como un quehacer ocioso, irreal, superfluo e innecesario.

Lo curioso y contradictorio de este asunto de enfoques, es que sí hay tiempo para ver telenovelas, programas "periodísticos de crítica artística", amarillistas o series, entre otra variada programación ¿y acaso esto no es ocioso, irreal e innecesario? Lo cierto es que no se puede exigir a una población pobre que vea o sepa apreciar una opera que por educación no va saber valorar.

Es clara la desventaja de la televisión de carácter cultural contra la eminentemente comercial, la cual ofrece una programación más espectacular o atractiva y variada para el público televidente. La televisión cultural cuenta con un público más restringido o selecto,

---

<sup>5</sup> Rojas, Alberto, et al. Consejo del Sistema Nacional de Educación Tecnológica. SEP. La Televisión Educativa en México. Serie: Comunicación y Tecnología. México, 1985. pp.39

aún cuando su importancia sea igual o mayor que la de la televisión comercial, dentro de un contexto nacional.

La televisión comercial todo lo hace espectacular, incluyendo un evento cultural, claro siempre y cuando sea comercializable, en cambio la televisión con propósitos culturales debe de contar con los requisitos mínimos de una actividad recreativa y social: informar, orientar, entretener y educar, proporcionando al espectador descanso, distracción y nuevos conocimientos.

Hasta ahora en México se ha subestimado la importancia y transparencia de la cultura a todos los niveles. No existe un interés real de difundir cultura en todos los canales de televisión.

La televisión que busca objetivos de carácter cultural, educativo y de orientación general para el televidente, es una realidad que carece de apoyo. Los primeros canales culturales de televisión, los cuales por nacer en un medio ya muy condicionado a las características manejadas por la televisión comercial, permanecieron un tanto apartados del ritmo del desarrollo de la televisión general en nuestro país.

En realidad, "el medio televisual resulta, como todas las tecnologías, un fenómeno circunstancial de la cultura contemporánea, es decir, forma parte de nuestra vida cotidiana como un referente básico de información, entretenimiento y relación social."<sup>6</sup>

Se producen y emiten programas de buena calidad, bien enfocados y elaborados, que tienen que nadar muchas veces contra corriente de los condicionamientos creados y alimentados a diario por la televisión comercial, asimismo es como el televidente tiene un punto de comparación y se da cuenta que en el televisor también se proyectan programas diferentes que además de entretener enseñan.

Es cierto que el espacio o la barra dedicada a programas culturales, es porcentualmente más bajo "la educación y la cultura nunca han sido rentables. Tan es así que los estados neoliberales tienden a privatizarlas. En consecuencia, es impensable que la televisión logre cumplir con una tarea que básicamente corresponde al Estado. En México la televisión privada ha cumplido ampliamente con sus objetivos mercantiles, pues es un negocio".<sup>7</sup>

Pero aunque el fin no sea la ganancia, en cualquier tipo de producción el dinero es determinante y el talento es muy codiciado, como consecuencia es difícil adquirirlo a bajo costo, sin embargo con presupuestos raquíticos se han podido hacer programas de gran calidad; lo caro no necesariamente está bien hecho.

La televisión cultural tiene un compromiso con los diferentes estratos sociales en sus distintos momentos históricos, por lo tanto, realizar programas culturales no es fácil, es una tarea que encuentra diversas dificultades, partiendo desde lo económico pasando por las

<sup>6</sup> González, Fernando. et al. *Apuntes para una historia de la Televisión Mexicana*. México, 1998. pp.256

<sup>7</sup> Resendiz, Rafael. "México en la Aldea Global" en *Revista de la Universidad de México*. Mayo, 1991 pp.15



políticas culturales, deteniéndose en lo ideológico y basándose del hecho de que sólo hay una televisión, para una gran ramificación de culturas.

Como conclusión se puede definir a un canal cultural de la siguiente forma:

Un canal cultural es un espacio que procura una programación variada y aunque sería lo ideal, no necesariamente produce las propias series que transmite.

Como televisora que es, requiere de fuertes insumos monetarios; los patrocinadores forman parte de sus ingresos. Los canales culturales no operan ni se rigen con base en anuncios publicitarios, no obstante, sacrifican la ininterrumpibilidad de sus programas para dar cabida a la participación de éstos por escasos lapsos.

Los canales de televisión cultural normalmente forman parte de una política pública o de Estado, con el fin de crear un compromiso con la sociedad y utilizar el medio como un servicio público. De esta manera el Estado es responsable de la evolución (financiamiento, desarrollo, políticas, renovaciones etc.) de este medio. Los conceptos que sobre la cultura se establezcan están determinados por la legislación vigente y por supuesto también por las emisoras.

“Un canal cultural, entonces, no sólo es una fuente de entretenimiento o esparcimiento, sino un referente de información general, orientación pública, educación informal y de expresión de los valores y la ética de todo un país, esto es, promotor de tolerancia, respeto y comprensión de la diversidad e integrador de los diferentes grupos socioeconómicos y étnicos que normalmente configuran una formación social determinada.”<sup>8</sup>

Los esfuerzos invertidos en la televisión cultural mexicana han sido inagotables y muy alentadores, cada vez hay una oferta más sólida en cuanto al espacio televisivo cultural se refiere, en los últimos años ha incrementado la gente que demanda este tipo de programación.

La televisión cultural no ha sido una de las privilegiadas de la producción audiovisual en nuestro país y es que de los nueve canales de televisión abierta que actualmente se pueden captar en la capital de la República (2,4,5,7,9,11,13,22,40), sólo dos corresponden a la definición de un canal cultural: el 11 y el 22 los cuales han recibido premios nacionales e internacionales en los que se reconoce su calidad y profesionalismo.

Sin embargo, antes de abordar la historia de canal 11 se hará mención al canal 8 y al canal 40. El primero, porque a pesar de su poca permanencia al aire como canal cultural, no deja de ser precedente de la televisión cultural en México; y el segundo, porque gracias a su innovadora programación se ha ido caracterizando como un canal de corte político - cultural.

El canal 8 cuyo lema fue “La alegría de la cultura” surge como proyecto cultural a partir de la renovación y ampliación del convenio entre la Universidad Nacional Autónoma de

<sup>8</sup> González, Fernando. et al. Apuntes para una historia de la Televisión Mexicana. México, 1998. pp.289

México y Televisa en la difusión cultural en el año de 1983. Dicho convenio fue firmado por primera vez en 1977 por el entonces Rector Guillermo Soberón Acevedo, para impartir clases a los estudiantes.

El 25 de marzo de 1983, Televisa anunció la conversión del canal 8 en una emisora cultural, que iniciaría transmisiones a partir del 4 de abril bajo el eslogan antes mencionado.

Los objetivos generales de canal 8; según Héctor Vasconcelos<sup>9</sup>, asesor cultural de la presidencia de Televisa, eran ofrecer al público en general más opciones de las que había tenido hasta ese momento. Con el fin de incrementar el interés personal de los televidentes en las artes, la historia y de manera muy especial, en su propio país.

La idea era que el público que normalmente no había tenido acceso suficiente a su propia cultura y a la internacional, pudiera elevar su nivel de conocimiento, percepción y por consiguiente elevar su nivel de vida.

En cuanto a los objetivos concretos de canal 8, su entonces director Miguel Sabido señaló que no se serviría a la élite cultural que conformaba el tres por ciento de la población, ni a los más pequeños grupos (la élite de poder económico y la de poder político). También estaría dedicado a la población menor de 30 años que en el futuro dirigirían al país y hacer perder el miedo a la cultura, haciendo entender que la cultura es simplemente aquello que diferencia al ser humano de los demás seres vivos.

Poco tiempo después, el canal 8 (de poca cobertura nacional) se convirtió en el Canal del Valle de México, "Nuestro Valle" mostrando la idea de una cultura nacional disfrazada de juventud y alegría.

Una gran parte del horario de la emisora fue cubierto por los programas de Divulgación Universitaria e Inducción a la Universidad (7.30 horas diarias que, aproximadamente, representaban el 40 por ciento del total de la programación) aportación de la misma Universidad Nacional Autónoma de México.

Sin embargo, estos programas se caracterizaron por la pobreza de su producción en la que predominaba la cámara fija frente a un profesor que no parecía dirigirse a nadie y cuya temática estaba supeditada a los intereses de la empresa.

El resto de la programación estaba integrado por ciclos de películas, obras teatrales, y demás manifestaciones culturales. Uno de los programas considerados de mayor relevancia fue "Videocosmos" en el cual se sintetizaba la noción que Televisa tiene de la cultura. Éste se transmitía los fines de semana con una duración de nueve horas y presentaba a la cultura como "una serie de conocimientos acumulativos, acrílicos y desarticulados entre sí"<sup>10</sup>.

<sup>9</sup> Millan Carranza, Jovita. La televisión como promotora del desarrollo cultural. Tesis de Licenciatura. UNAM, FCPyS, pp. 73

<sup>10</sup> Ibid. pp.81

Finalmente y debido a su poca cobertura nacional y al bajo nivel de audiencia canal 8 sale del aire y se convierte en canal 9, también de Televisa, manteniendo por muy poco tiempo su perfil como canal cultural.

Con relación al canal 40, su historia da inicio el 28 de junio de 1991, año en el que aparece en el *Diario Oficial* la convocatoria que lo declaraba susceptible de explotarse. "La concesión se otorgaría para operar una señal comercial, cuyo equipo de transmisión se ubicaría en la capital de la República, con una potencia de 5,000 kilowats, y que emitiera durante 24 horas."<sup>11</sup>

El 23 de septiembre del mismo año apareció en la publicación oficial el acuerdo por medio del cual se otorgaba la concesión para operar y explotar comercialmente en la banda de UHF el canal 40 a la Compañía Televisora del Valle de México, SA. de CV., perteneciente al industrial Francisco Javier Moreno Valle. Bajo las siglas XHEXI el canal debía transmitir 24 horas en la modalidad noticiosa.

Es hasta el 19 de noviembre de 1993, que culmina la instalación de la antena en el Cerro del Chiquihuite para que, exactamente, un año después, el 19 de noviembre de 1994, se prendiera el transmisor y se emitieran barras de programación por primera vez.

A partir de la definición del contexto televisivo que marcaría la venta de los canales estatales 7 y 13, la nueva estación busca explotar un modelo televisivo que no ha sido aprovechado ampliamente.

"Con un costo de inversión de 20 a 25 millones de dólares"<sup>12</sup>, canal 40 trabajó en su etapa inicial con instalaciones pequeñas y una planta laboral de alrededor de 200 personas. Sus horarios de transmisión eran, tentativamente, los siete días de la semana de 06:30 a 00:00 horas.

El 5 de diciembre de 1994, se inician transmisiones de prueba con una programación conformada por la serie inglesa "Landscape", un concepto nuevo en México en el que se combinan el lenguaje de la música clásica y new age con imágenes recogidas por todo el mundo. Este canal puede captarse como cualquier otra estación abierta de televisión, debido a su potente equipo de transmisión estratégicamente ubicado y apegado a las normas de la más alta tecnología.

"Cualquier punto en la República Mexicana puede recibir CNI canal 40 gracias al envío de nuestra señal en modo digital y a la cobertura del satélite Morelos II. Actualmente más de 100 sistemas de cable a lo largo y ancho de México redistribuyen nuestra señal 24 horas al día, 365 días al año."<sup>13</sup>

<sup>11</sup> Toussaint, Florence. "El Canal 40, a punto de salir al aire." En *Proceso* No.847, 25/Enero/ 1993, pp.9

<sup>12</sup> González, Ana María. *La Jornada*, 26/ marzo/1993 pp.25

<sup>13</sup> Internet: <http://www.cni40.com.mx/html>

El 19 de diciembre de 1994, CNI comienza a transmitir el servicio noticioso Telenoticias el cual representa una opción informativa, atractiva y creíble que desde hace mucho tiempo no se tenía en la televisión mexicana. Su programación se encuentra integrado por documentales, reportajes, series, películas de corte histórico y noticiarios propios que se complementan con los de la cadena Telenoticias.

El 19 de octubre de 1995, la programación de CNI toma formato con 19 horas diarias de transmisión. En esta fecha comienzan las emisiones formales de la serie estelar del canal, REALIDADES, se integran series, Cinema 40, Palco Deportivo y documentales de la barra Contrastes.

El 24 de marzo de 1996, se integra dentro de la barra de Testimonios un programa dirigido por Guadalupe Loaeza "A través del espejo". El 29 de marzo de 1996, se integra dentro de la barra de Realidades un programa dirigido por Germán Dehesa "El ángel de la noche".

Con Javier Moreno Valle como principal accionista de la empresa y el ingeniero Hernán Cabalzeta como director general, el canal 40 pretende ubicarse lejos del modelo de televisión de entretenimiento y perfilarse como una alternativa informativa, que no de noticias.

## CANAL 11

En lo que se refiere a la televisión cultural, el ejemplo más representativo por su larga trayectoria es Canal 11 cuyo lema inicial fue ser “La primera estación cultural de América Latina”.

“XEIPN TV Canal Once es la televisión de servicio público más antigua de América Latina, fundada en diciembre de 1958, esta emisora del Instituto Politécnico Nacional transmite una programación rica y variada con miras a satisfacer las necesidades de entretenimiento del auditorio con programas de calidad, así como información veraz y objetiva”.<sup>14</sup>

El Canal 11 fue un permiso otorgado al entonces *Director General del Instituto Politécnico Nacional*, Ingeniero Alejandro Peralta. Salió al aire por primera vez el 2 de marzo de 1959 como una dependencia del IPN, de conformidad con el entonces permiso otorgado por la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas, dedicado a la labor de ser transmisor de programas educativos, culturales y recreativos.

Esta emisora surgió como circuito cerrado, el cual tenía como función el apoyo audiovisual a la docencia del Politécnico. Al salir al aire su cobertura inicial se limitó en cuanto a la potencia, ya que solo llegaba al área metropolitana, con una señal débil y de calidad baja, desde su inicio contó con limitaciones técnicas y presupuestales.

“La escasez de recursos, la falta de personal calificado, así como el equipo y una inadecuada infraestructura técnica, fueron factores que impidieron el despegue y el despliegue de su señal”<sup>15</sup>

En consecuencia, los recursos económicos eran limitados y no se realizaban programas que tuvieran penetración en el auditorio, añadiendo la formación de indiferencia casi general por limitación de su recepción era casi imposible mejorar la señal del Canal 11.

Por lo anterior, la televisora se mantuvo en el anonimato durante 10 años, hasta 1969 fecha en que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) se haría cargo de la operación técnica del sistema transmisor de televisión.

Asimismo, “el 2 de agosto de 1969 se publicó un acuerdo en el Diario Oficial de la federación (DOF) determinando que dicho canal sería utilizado para la producción y transmisión de programas educativos y culturales, así como de orientación social. Tal acuerdo, le dio al Canal 11 la figura de organismo intersecretarial con mayor capacidad de producción y con una señal visible para un mayor número de personas.”<sup>16</sup>

Es entonces hasta el 2 de agosto de 1969 cuando el Canal 11 renace por medio de un decreto presidencial donde se establecen las bases para su funcionamiento, y se definen los

<sup>14</sup> Internet <http://www.oncetv.ipn.mx/>

<sup>15</sup> González, Fernando, et al. *Apuntes para una historia de la Televisión Mexicana*. México, 1998, pp.291

<sup>16</sup> *Ibid*

objetivos de esta televisora cultural; teniendo en claro que el lucro no es su meta primordial.

Para ser más precisos los objetivos que surgieron del Decreto son los siguientes:

- 1) Apoyo a la Educación: Servir como apoyo y soporte a la educación popular.
- 2) Difusión de la Cultura: Presentar al público las más altas manifestaciones de cultura universal y nacional, incluyendo sus expresiones populares, contextualizándolo y recreando esas manifestaciones.
- 3) Información: Dar a conocer acontecimientos nacionales e internacionales desde sus antecedentes, los elementos que constituyen el hecho y sus repercusiones con los ciudadanos. De esta manera se permitirá comprender al televidente las políticas internas.
- 4) Entretenimiento: Las transmisiones no deben ser sólo una distracción, deben entenderse como estímulos al televidente para la imaginación y una mejor percepción de la realidad.
- 5) Servicios: Dar a conocer los derechos y prestaciones que el estado otorga a los ciudadanos. El Canal Once auxiliará en la promoción de programas de colaboración comunitaria y de mejoramiento cívico.

Estos 5 puntos fundamentales deben ser alternados para lograr un mejoramiento en el contenido y la realización de sus programas y asimismo optimizarlos para conjugar un mejoramiento en cuanto su administración.

Es preciso recordar que hasta 1977 el Canal Once transmitía en Blanco y negro el 80% de su programación, y en cuanto al aspecto técnico todavía contaba con problemas de audio y video, por tal motivo el público prefería la espectacularidad del color.

En resumen, los objetivos de la emisora son:

Apoyo y auxilio a la educación.

Difusión de la cultura.

Información.

Servicios.

Entretenimiento.

Estos objetivos se encuentran claramente plasmados en la programación del Canal 11. "Cualquiera de nuestras emisiones tienen el propósito de dejar en el público: un residuo de educación, de información, de cultura y estímulos que induzcan a los individuos a pensar y percibir, recrear o asimilar, criticar o aceptar, con ayuda del lenguaje de la televisión lo que la educación, la ciencia, la tecnología, el arte ofrece, para la transformación de su circunstancia material y por ende existencial".<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> Marentes Pablo. La actividad de canal 11 en el beneficio de la economía familiar. Ponencia presentada en el seminario internacional de Economía Familiar, Población y Comunicación, 14 de febrero de 1980.

Era clara la postura del Canal 11 y la competencia con los canales comerciales de Televisa no entraba en sus expectativas, su programación claramente se inclinaba a la difusión de la cultura, de la información, del servicio para sus ciudadanos y claro, al entretenimiento. No buscaba ganar “raiting” de audiencia, sino más bien obedecer a sus necesidades.

Pero en 1980 fue el año en que se replantearon nuevas metas, mejorando con ello el equipo y la amplitud de su cobertura, en esta nueva etapa junto con el Instituto Nacional de Bellas Artes, el Canal Once comenzó a dar magnitud a los programas que cubrieran aspectos vinculados con: la conservación del patrimonio artístico nacional, literatura y arquitectura, así como las bellas artes. Este nuevo camino en la programación del canal se logró transmitiendo los eventos más importantes de Bellas Artes.

Es a principios de los noventa, cuando Canal 11 sin olvidar su estilo cultural debe enfrentarse al desarrollo de la tecnología (sistema de transmisión por cable y satélite). Cultural o no, se encuentra dentro de un contexto televisivo de alta competencia, producto de la globalización de los medios. Frente a esta situación se fijó la intención de llegar a un mayor número de televidentes, que exigen programación entretenida y a la vez inteligente.

Otro cambio que se concretó fue en 1991 cuando Canal 11 informó que buscaba cambiar su permiso por una concesión que permitiera comercializar sus espacios, también solicitó la garantía de una mejor señal mediante una antena transmisora, en cuanto a su programación comenzó a establecer convenios con instituciones encargadas de producir televisión.

“Actualmente su señal llega al cincuenta por ciento de los telehogares de la República Mexicana, mediante las estaciones transmisoras localizadas en la Ciudad de México, el Valle de Morelos, las poblaciones de Valle de Bravo, San Luis Potosí y Tijuana. Además existen convenios con las televisoras regionales de Baja California Sur, Nayarit, Michoacán, Guerrero, Tlaxcala y Oaxaca.

Asimismo, más de dos millones de telehogares reciben la programación de Canal Once a lo largo y ancho del país por medio de los sistemas de cable, emisoras regionales y antenas parabólicas”<sup>18</sup>

En cuanto a la cobertura esta se efectúa a través del Satélite Morelos II a toda la República Mexicana, Centroamérica y Sur de los Estados Unidos, también por el sistema SKY. En lo que respecta a la cobertura por cable, esta llega a 318 ciudades en la República Mexicana.

“Canal Once mantiene un cinco por ciento de la participación de audiencia de la Ciudad de México, lo cual se traduce en más de quinientos mil telehogares distintos sintonizando su frecuencia a lo largo del día”<sup>19</sup>

Esta emisora tiene cada vez más apoyo financiero (o de patrocinios) lo que la nutre ventajosamente en el mejoramiento técnico de su señal, y a la expansión de ésta, yendo más

<sup>18</sup> Internet <http://www.oncc.ipn.mx>

<sup>19</sup> Ibidem

allá del área metropolitana. Otro punto que la beneficia enormemente es la diversidad en la importación de materiales culturales de calidad y el empuje para realizar producciones propias, consolidándose en una de las mejores alternativas televisivas.

“En Canal once, las normas de patrocinio respetan al televidente. Esto permite que la pantalla conserve su calidad y el nivel de entretenimiento inteligente, a la vez que el mensaje del patrocinador logra una mayor penetración”<sup>20</sup>

Sobre la base de éstos parámetros su programación es variada y completa, capaz de llegar a cualquier gama de público, por la calidad y diversidad de sus programas, además es un canal para todos ya que está dirigido al público de cualquier edad.

Se encarga de producir el cincuenta y uno por ciento de los programas que transmite semanalmente, entre los programas propios, destacan dos noticieros de gran profesionalismo: *Enlace* y *Café Express*. Cabe señalar que este canal fue el primero en producir y mantener al aire un noticiero dedicado a plasmar los acontecimientos artísticos y culturales de México: *Hoy en la Cultura*.

Entre su versatilidad e interés por complacer con su programación, Canal Once cuenta: con series de programas al servicio comunitario (*Diálogos en Confianza*); de reportajes (*Aquí nos tocó vivir*, *Conversando con Cristina Pacheco*); programas infantiles (como *Bizbirije*, *Mi gran amigo* o *Inter@ciencia*) donde la interacción y el entretenimiento divierten de manera educativa, inteligente y sin violencia.

Pero para quienes gustan de la aventura, la exploración y de conocer lo nuestro, también hay una variada programación que cubre estas expectativas (*Mochila al hombro*, *Detrás de la Aventura*, *México: Ciudad de Ciudades*, *los Últimos Santuarios*, *Boleros... y un poco más* o *el Rincón de los Sabores*). Entre otras posibilidades de entretenimiento e información.

La programación que adquiere Canal 11 en el extranjero (la BBC de Londres, a la REI italiana o a la Televisión Española) contiene calidad óptima en cuanto a su producción y contenido, pues a lo largo de su historia y desarrollo como canal cultural Canal Once se ha mantenido fiel a sus objetivos y dentro de la misma línea: reflejar la realidad educativa y cultural de la sociedad mexicana.

A través de años de perseverancia e ingenio se ha convertido en parte integral de la sociedad mexicana, motivado por la integración familiar, los valores humanos y el conocimiento del entorno, respondiendo a los intereses y necesidades de un público ansioso de recibir calidad televisiva.

---

<sup>20</sup> Ibidem



### III. TELEVISION EDUCATIVA

“El destino de la patria depende del rumbo que tome la educación” es una definición muy acertada de la importancia que tiene la educación aquí y en todas partes, pues forma una pieza primordial en la formación de una persona, es la transmisión por parte de la sociedad de su cultura, a la vez que le permite asimilar los elementos que lo incorporen a su sociedad para seguir desarrollándose como parte de ella.

La prioridad de la política educativa del estado mexicano ha consistido en extender la cobertura, calidad y equidad de la educación a un mayor número de mexicanos, siempre se han buscado las mejores opciones para combatir el grave rezago educativo del país y una de ellas ha sido emplear los medios de comunicación, en particular la televisión.

La televisión mexicana se inicia a finales de los años 40's y a partir de ese momento inicia una larga trayectoria que sitúa a nuestro país como una de las pocas naciones en el mundo con una historia ininterrumpida y destacada en el desarrollo de la televisión y, en general, del audiovisual educativo.

De esta forma la televisión con fines educativos en México, con medio siglo de vida constituye hoy en día uno de los proyectos con mayor trascendencia dentro del sector educativo.

Los orígenes de la televisión educativa en nuestro país fueron sencillos pero llenos de creatividad, se suscitó en 1948 en un quirófano cuando con motivo de “la VIII Asamblea Nacional de Cirujanos realizada en el Hospital Juárez se permitió a Guillermo González Camarena llevar a cabo, el 15 de noviembre la transmisión por TV en blanco y negro de dos operaciones quirúrgicas”<sup>1</sup>

La operación fue televisada en vivo por primera vez en México, al año siguiente repiten el experimento con la TV en color, en el mismo lugar, durante la IX Asamblea de Cirujano, desde entonces, en México se utiliza la televisión con fines educativos.

A partir del momento en que nació la teleducación en México las opciones se ampliaron, surgieron nuevas propuestas y proyectos como la creación del Departamento de Enseñanza Audiovisual (DEAV) o el Departamento de Ayudas Audiovisuales, creadas también en 1948, las dos dependencias de la SEP.

“Entre 1950 y 1951, la Escuela Nacional de Medicina, que contaba con 700 alumnos, padeció problemas de sobrepoblación, ya que los estudiantes representaban casi la cuarta parte del total de los alumnos inscritos en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)”<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> González, Fernando, et al. Apuntes para una historia de La Televisión Mexicana. México, 1998, pp 312

<sup>2</sup> Op. Cit pp. 314

<sup>3</sup> Op. Cit. pp. 315

Esta situación caracteriza el comienzo del proyecto mexicano de teleducación y marca el inicio de una serie de experimentaciones, proyectos y trabajos que utilizan la TV como una herramienta auxiliar con fines educativos.

Para 1951 la SEP crea la Dirección General de Educación Audiovisual (DGEA) con el propósito de distribuir, adquirir y producir materiales audiovisuales de corte educativo.

En pocos años la televisión educativa creció hasta convertirse en un poderoso sistema diversificado de audiovisual educativo con numerosas opciones abiertas y escolarizadas, otra prueba de ello se dio “el 14 de mayo de 1952, cuando el Presidente Miguel Alemán Valdés inauguró el primer sistema de circuito cerrado de televisión a colores en apoyo a la docencia en la Escuela Nacional de Medicina de la UNAM”<sup>3</sup>

Pasado cinco años el Instituto Politécnico Nacional (IPN) como entidad educativa preocupada por un desarrollo en el ámbito de los nuevos cambios, crea primeramente circuitos cerrados de TV, después realiza transmisiones desde un estudio semiprofesional, para finalmente establecerse en 1959 como el primer canal abierto de televisión de carácter educativo y cultural en Latinoamérica, Canal 11.

Un proyecto que marcó la pauta experimental de la televisión educativa no sólo a escala nacional sino internacional, fue el sistema educativo Telesecundaria que inició en 1966 como etapa experimental en circuito cerrado, y debido a su gran funcionamiento de enseñanza en 1968 se le otorgó plena validez oficial.

A raíz de este importante avance tecnológico y educativo se han desplegado un enorme número de proyectos, programas, instancias, acuerdos, intercambios, todos ellos con el objetivo de apoyar la educación y darle la cobertura necesaria para dar solución al problema de la alfabetización.

Con la intención de plantear nuevas propuestas para el uso de la televisión y atender sistemáticamente a todos los niveles educativos escolarizados o no, surge en 1995 un sistema que permite propagación de la educación a distancia y es la Red Satelital de Televisión Educativa EDUSAT.

“Sus objetivos se encaminan a apoyar la labor del maestro para atender la creciente demanda del servicio educativo, abatir el rezago en las poblaciones más dispersas, promover el esfuerzo personal por una educación a lo largo de la vida y elevar la calidad de la enseñanza. Los programas transmitidos por EDUSAT para su producción y selección se apegan a criterios de equidad, pertinencia y calidad para la mejor utilidad dentro del proceso enseñanza-aprendizaje”<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Internet <http://www/sep.gob.mx.ute/index.htm>

La Red EDUSAT despliega su enorme potencia en todo el territorio mexicano, al norte de Sudamérica y de algunas zonas del Sur de los Estados Unidos, se pretende que la cobertura se siga extendiendo.

“Para entender a la televisión educativa en México hay que adoptar una postura teórica sobre la educación en nuestro país, desde una perspectiva global en la que la educación aparezca como fenómeno social total, es decir, como resultante de un conjunto de determinaciones sociales que definen su naturaleza y sus características pero que a la vez influye sobre las condiciones sociales que la determinan”<sup>5</sup>

Se ha suscitado toda una evolución estética, pedagógica y tecnológica que ha experimentado la televisión educativa, pasando por el blanco y negro y clases en vivo, hasta la transmisión a color y con clases pregrabadas lo que requirió el empleo de más y mejores recursos para la producción.

A lo largo de la historia de la Televisión Educativa podemos definir sus funciones de la siguiente forma:

“Ayudar a la población a entender su entorno y afrontar los distintos problemas que aquejan a cada región.

La formación, socialización y promoción sociocultural mediante la enseñanza y divulgación de campañas de educación permanente.

Fomentar el desarrollo del sujeto como ser social.

Optimizar las transmisiones de la televisión educativa con el proyecto EDUSAT

Apoyar el sistema educativo nacional incluyendo la enseñanza a distancia.

Atender las necesidades de formación de profesiones.

Incrementar la capacitación de recursos humanos para el diseño y producción de programas educativos, entre otros”<sup>6</sup>

Es preciso abordar qué es lo que hace a un programa de televisión un programa educativo, esto se delimita en su contenido, información, estructura, el material didáctico, y una cuestión importante es que nos aporte algo que pueda servirnos en nuestra vida; cualquier acción educativa debe tomar en cuenta las transformaciones de su contexto social.

Para alcanzar un alto nivel en cuanto a las posibilidades de uso educativo y cultural hay que adquirir responsabilidad y ante todo compromiso para esto es necesario la intervención de todos.

“La función principal de la enseñanza audiovisual es adquirir conocimientos y con ello, desmitificar los medios, acercar la práctica y la problemática al mayor número de personas posible y hacer de este conocimiento práctico un patrimonio útil para las masas y por

<sup>5</sup> Rojas Alberto, et al. Consejo del Sistema Nacional de Educación Tecnológica, SEP. La Televisión Educativa en México. Serie Comunicación y Tecnología, México, 1985, pp. 54

<sup>6</sup> Internet <http://www/sep.gob.mx.utcf/index.htm>

consiguiente se convierta en un fruto de la reflexión que nace de la realidad de las experiencias hechas”<sup>7</sup>

La televisión pública ha abierto sus espacios al campo de la educación formal y no formal, a lo que se han integrado distintas entidades: la Telesecundaria, La Unidad de Televisión Educativa, Canal 22, Canal 11, TV UNAM, el Instituto Nacional para la Educación de Adultos, entre otros.

Algo que busca la televisión educativa para los alumnos que estudien en forma independiente es que “a medida que los educandos vayan adquiriendo una mayor destreza para la autoenseñanza con los medios, en este caso la televisión, podrán desarrollar intereses y talentos individuales y así estarán capacitados para afirmar mejor su propia personalidad”<sup>8</sup>

Asimismo, la televisión educativa nacional, siempre ha tratado de transmitir información y conocimientos a grandes distancias y a grandes públicos, como apoyo didáctico complementario y como herramienta pedagógica directa de enseñanza - aprendizaje, la televisión educativa, desde el inicio, se ha caracterizado por tres puntos: su perfil público, su amplia difusión y su interés por promover la cultura.

Es una realidad el importante rol que posee la televisión dentro del desarrollo cultural del país, el uso que se le otorgue a este “poder” dependerá de lo que se desee recibir, por lo tanto la televisión educativa es una alternativa de provecho.

“La televisión como medio audiovisual tiene ventajas en diferencia con los demás medios, posee mayor posibilidad de penetración y condicionamiento, ya que el espectador lleva al máximo su participación consiente o no, en el proceso de recepción del propio mensaje, en el caso de que el ambiente esté plenamente condicionado para este proceso”.<sup>9</sup>

Entonces, el uso educativo en la televisión puede ser definido como aquel que intenta servir los intereses del espectador aportándole beneficios concretos.

La televisión educativa no es espectacular. “Hay tres elementos que marcan la diferencia entre lo espectacular de la televisión comercial y la educativa: Contenido y objetivo de los mensajes, los modos de ver una y otra televisión, su propia situación histórica coloca a la TV como vehículo privilegiado de la cultura de masa como tal: fragmentaria y a veces espectacular”<sup>10</sup>

La diferencia fundamental entre la televisión comercial y la televisión educativa radica que, en la televisión comercial su propósito es atraer la atención del espectador y para esto le ofrece diversión, entretenimiento, y también la promoción de diferentes artículos comerciales. Y la televisión educativa su propósito fundamental es ofrecer orientación,

<sup>7</sup> Giacomantonio, Marcelo. La enseñanza audiovisual Colección punto y línea, México 1983 pp. 64

<sup>8</sup> Hancy, Jonh B. El maestro y los medios audiovisuales Ed. Pax, México pp.74

<sup>9</sup> Giacomantonio, Marcelo. La enseñanza audiovisual Colección punto y línea, México 1983 pp. 68

<sup>10</sup> Rojas Alberto, etal. Consejo del Sistema Nacional de Educación Tecnológica, SEP. La Televisión Educativa en México. Serie Comunicación y Tecnología, México, 1985, pp. 49

información, promover valores humanos, valores nacionales, valores comunitarios y en varias medidas acrecentar la información que se pueda tener.

Entre otros conceptos y diferencias Delia Crovi cita: “La televisión educativa se traza objetivos de aprendizaje con relación a un grupo bien definido de alumnos y no a la gran masa, la educación debe trabajar con contenidos concretos y objetivos trazados, no acepta elementos distractorios, la comercial se nutre de ellos, la educativa necesita imágenes limpias, austeras, donde no haya ruptura con sus objetivos pedagógicos”<sup>11</sup>

A modo de conclusión puede decirse que la Televisión Educativa en México a coadyuvado a solucionar problemas como es la falta de aulas, la escasez de maestros, la imposibilidad de llegar a lugares recónditos, o el bajo presupuesto que se destina para la educación.

El Estado mexicano, a través de la SEP y de pioneros como el bachiller Gálvez y Fuentes y el Secretario de Educación Pública y escritor, Agustín Yañez, han sido promotores de la televisión educativa, no sólo produciendo una gran cantidad de programas por medio de organismos educativos públicos, sino difundiendo los ampliamente.

La televisión educativa nacional siempre se ha definido como un gran medio de difusión que puede llegar a todas partes, transmitiendo información y conocimientos a grandes distancias y amplios públicos, pero integrada como un instrumento pedagógico directo de enseñanza - aprendizaje.

También desde sus orígenes la televisión educativa, incorporó dentro de su esfera institucional a la televisión cultural, porque la propia difusión de la cultura ha sido una tarea prioritaria que le corresponde a las instituciones gubernamentales de educación.

Hoy la televisión educativa ya no es un proyecto, es una realidad que a lo largo de los años se ha ido fortaleciendo poco a poco. Prueba de ello es la Telesecundaria, la Unidad de Televisión Educativa y TV UNAM de los cuales se hablará en los capítulos siguientes.

---

<sup>11</sup> Op. Cit. pp. 50

## LA HISTORIA DE LA TELESECUNDARIA

México es un país grande y cuenta con diversas comunidades que se encuentran apartadas por largas distancias entre ellas así como de cualquier tipo de urbanización, por consecuencia en muchas comunidades rurales existía un rezago educativo originado por su aislamiento geográfico, factores demográficos y aspectos de tipo económico.

La SEP emprendió la búsqueda de otras alternativas que permitieran con el empleo de los medios de comunicación llevar educación secundaria hasta los rincones más apartados del país, hace poco mas de 30 años este proyecto parecía casi imposible.

Sin embargo la Secretaría de Educación Pública creó el Proyecto de Enseñanza Secundaria por Televisión que inició sus operaciones en "circuito cerrado" de televisión el 5 de septiembre de 1966, este proyecto quedó en manos del Bachiller Alvaro Gálvez y Fuentes, Director General de Educación Audiovisual en ese entonces.

Este proyecto tuvo un carácter experimental cuya finalidad fue desarrollar y evaluar el modelo pedagógico, con base en un esquema muy simple: transmitir "clases en vivo" por profesores especializados de educación secundaria (telemaestros) a grupos de alumnos que se encontraban en teleaulas y que eran asesorados por un maestro monitor.

Después de evaluado y ajustado el proyecto, durante 1967 se convocó a maestros de quinto y sexto grado de educación primaria a participar en un curso de capacitación sobre esta modalidad educativa; así como en comunidades que recibían la señal del canal 5 de Telesistema Mexicano para que solicitaran ser consideradas receptoras del servicio de enseñanza secundaria por televisión.

Finalmente este sueño se ve cristalizado cuando La Telesecundaria inició sus actividades en circuito abierto el 21 de enero de 1968, con 304 maestros adscritos a igual número de teleaulas en las que se atendieron a 6 569 alumnos en los estados de Morelos, Hidalgo, Puebla, Tlaxcala, México, Oaxaca, Veracruz y el Distrito Federal. Con la transmisión de las lecciones por Canal 5 y su repetidora en Veracruz, junto a un modelo pedagógico basado en 4 elementos: Los alumnos, el maestro coordinador, la lección televisada y la guía impresa.

Asimismo, queda asentada la obligatoriedad de la secundaria de la educación elemental con el apoyo nacido del empeño de combinar tecnología y esfuerzo humano, para lograr dar más cobertura y acceso a la educación.

Fue así como comenzó la educación a distancia en México y quedó conformada la primera generación de alumnos "un total de cinco mil 437 alumnos, con una eficiencia terminal de 82.7 por ciento que terminó sus estudios con éxito y utilizando la Telesecundaria como forma de enseñanza"<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Qvaciones 26 de enero de 1998 pp. 18

Al iniciarse la Telesecundaria se trazaron los siguientes objetivos:

Brindar la oportunidad a los trabajadores y amas de casa para que desde su hogar como alumnos libres, sigan los cursos y tengan derecho a solicitar exámenes a título de suficiencia al Departamento Técnico de Segunda Enseñanza de la SEP y puedan así obtener las boletas y certificados respectivos.

Otorgar los créditos correspondientes a la educación secundaria debidamente legalizados por el Departamento respectivo.

Complementar el servicio educativo ofrecido por la Secretaría de Educación Pública en la Educación Media

Hacer llegar los beneficios del servicio a todos aquellos mexicanos que por diversas causas no recibieron más que la educación primaria.

Experimentar con nuevas técnicas audiovisuales para la escuela secundaria.

Llevar a los hogares conocimientos útiles, dosificados y sistematizados pedagógicamente.

Abrir nuevas expectativas de trabajo a los maestros mexicanos.

La televisión se utilizó como medio educativo y permitió llevar la enseñanza a personas que se encontraban en aquellos lugares donde no llega la secundaria normal, beneficiando a personas con posibilidades de asistir a una educación tradicional y paralelamente a aquellas personas que tenían más dificultad para llegar a donde se ofrece un servicio educativo, de esta manera se cubren zonas rurales, urbanas y semiurbanas.

Llevar a cabo este modelo pedagógico requirió un arduo trabajo enfocado a definir los planes y programas de estudio, pero precisamente la reforma educativa de 1974 en la que señaló la necesidad de vincular a la escuela con la comunidad y el fortalecimiento del aprendizaje formativo de los alumnos propició que la telesecundaria mejorara sus materiales impresos y televisivos.

Las clases televisadas en vivo y los telemaestros fueron sustituidas por programas pregrabados estelarizados por actores profesionales. Así la lección televisada junto con el material impreso manejado por los alumnos y maestros tendía a cubrir los aspectos informativos del aprendizaje.

Con ello los elementos del modelo pedagógico de la Telesecundaria a partir de la reforma educativa de 1974 quedaron conformados por el alumno, el grupo, el maestro y como principales fuentes de información las lecciones televisadas e impresas. A fin de superar los rezagos que quedan en la educación básica para eliminar lo más posible la analfabetización.

Como producto de los nuevos cambios que se suscitaron a partir del programa para la modernización educativa y el acuerdo nacional para modernización de la educación básica Telesecundaria revisó su tecnología educativa, sus métodos y estrategias didácticas lo cual dio origen a un nuevo modelo educativo.

El papel del maestro también se adaptó hacia formas más interactivas y un uso simple del lenguaje, en la manera de presentar sus clases asume su más profunda responsabilidad: contribuir a la formación integral del educando.

El telemaestro es el conductor del proceso de aprendizaje, su papel consiste en motivar, orientar e impulsar la actividad de los alumnos y el logro de los propósitos educativos,

también contribuye a que jóvenes cumplan con su responsabilidad a realizar un trabajo conjunto que aporte un beneficio común.

La Telesecundaria pretende vincular el aprendizaje con las necesidades y realidades de los alumnos, sus familias y la comunidad donde habitan, de manera que se consideren los principios y valores de la sociedad básica.

Por lo anterior el modelo educativo actual de telesecundaria se puede definir como un proceso: interactivo, participativo, democrático y formativo entre alumnos, maestros, grupo, escuela, familia y comunidad. Apoyado en una información de calidad transmitida por televisión, publicada en materiales impresos, para alumnos y maestros.

De entonces a la fecha este servicio educativo a hecho posible que miles de mexicanos hayan podido continuar sus estudios al terminar la primaria en su lugar de origen.

La telesecundaria ha generado eficiencia pedagógica, el resultado es que “a lo largo de estos 30 años, su ritmo de crecimiento promedio ha sido cercano al 20% anual. Con un total aproximado de 13 mil escuelas, 800 mil alumnos y 38 mil docentes”<sup>13</sup>

Sin embargo, el sistema ha pasado por varias situaciones de ajuste para llegar al nivel actual, la Telesecundaria ha evolucionado en todos sus aspectos como son el diseño de los programas, la producción de textos y materiales aptos para la televisión.

El objetivo es que los alumnos aprovechen ágilmente sus textos en sesiones de grupo o de manera individual, el material didáctico es combinado para apoyar el sistema televisivo.

Los materiales impresos son fundamentales para el apoyo del maestro y al alumno en el desarrollo del proceso de enseñanza. Para cada materia existen 3 libros: una guía de aprendizaje y un libro de conceptos básicos para los alumnos y para el maestro una guía didáctica.

En los programas de televisión se busca combinar los elementos visuales y auditivos de forma dinámica y atractiva. Para ello se cuenta con tecnología contemporánea.

Para llevar a cabo la metodología propia en telesecundaria se requiere de tres elementos: un maestro que conduzca el trabajo en el aula, apoyos impresos y programas de televisión.

A través de la historia de telesecundaria se ha acumulado conocimiento y experiencia que han servido para realizar otros proyectos educativos como la Telesecundaria Intensiva para Adultos en 1980, por citar alguno.

Debido a esta demanda que se ha caracterizado por su procedimiento enseñanza - aprendizaje, el modelo prospera y evoluciona, interesa retroalimentarlo y evaluarlo continuamente para garantizar su crecimiento y la calidad de su servicio.

---

<sup>13</sup> Ibidem



Ya que ninguna modernización puede alcanzar un éxito perdurable si el sistema educativo es inadecuado a los nuevos tiempos. Y es que cualquier acción educativa debe de tomar en cuenta las transformaciones de la sociedad mexicana y del mundo contemporáneo.

En relación con esto, un sistema de educación que cambia la huella que hasta 1994 la Telesecundaria había logrado, es el nuevo desarrollo del proyecto vía satélite llamado EDUSAT con la intención de cubrir todo el territorio nacional.

En 1995 el sistema educativo EDUSAT fue puesto en operación por el presidente Ernesto Zedillo, ahora la telesecundaria cuenta con una tecnología educativa e informativa a través de esta red pone al alcance de alumnos y maestros lo más avanzado en apoyos educativos y didácticos que permiten el aprendizaje y la formación personal. Inicialmente sus transmisiones fueron por el Canal 22 y el satélite Solidaridad I y a través del canal 6, no obstante su alcance se ha ampliado y desde 1997 llega al sur de los Estados Unidos y al norte de Sudamérica.

Esto permitió la realización de diversos convenios de intercambio y cooperación mediante el establecimiento de programas de atención educativa en las comunidades hispano hablantes del sur de los Estados Unidos. A través de un convenio llevado a cabo en 1996 con los siete ministros de educación de los países centroamericanos, el programa de la Telesecundaria mexicana se ha ido adaptando a las diferentes regiones.

“En Costa Rica, el Salvador, Panamá el proyecto está ya en su fase instrumental, y se han dado importantes avances en el resto de los países. Estos convenios han sido posibles gracias a la cobertura que hoy tiene la Red Satelital de Televisión Educativa (EDUSAT)”<sup>14</sup>

A lo largo de estos años la Telesecundaria ha adquirido experiencia al servicio de la enseñanza escolarizada, lo cual le ha permitido emprender el Programa de Educación a Distancia para México cumpliendo con su objetivo medular de educación para la sociedad y difusión cultural.

Es evidente que la telesecundaria al cumplir 30 años de vida trae consigo logros, avances, nuevas metas, ambiciosos proyectos, modalidades de educación renovadas y un desarrollo satisfactorio en la experiencia educativa.

Pero precisamente, para llegar hasta estas tres décadas ha afrontado varios problemas y experiencias fallidas en el campo de la comunicación educativa dentro de los medios de comunicación, es decir, hay que tomar en cuenta las características específicas del medio, sus posibilidades y limitaciones.

\*\*Como se ha mencionado, dentro de la televisión en los espacios enfocados a la educación la preparación conceptual de los mensajes es básica, para un acierto o bien para un acto fallido. Es un punto difícil de manejar dentro de este campo.

---

<sup>14</sup> Ibidem

La falta de retroalimentación entre el educando y el profesor es una de las limitaciones dentro de los mensajes, ya que se carece de métodos de enseñanza como es la lluvia de ideas, sin embargo es necesario tomar en cuenta lo difícil que es la interacción dentro de la televisión educativa.

Otro punto al que se enfrentó la Telesecundaria fue adolecer de impartir contenidos y contextos que involucraran al educando, "el proyecto Telesecundaria parece más bien información electrónica escolarizada que comunicación educativa. El problema reside en que se confunde cantidad de información con calidad educativa"<sup>15</sup>

Es evidente que para aprehender los mensajes la comunicación educativa debe ser atractiva visual y estéticamente, para que así el receptor se interese, además debe existir una relación entre los contenidos a impartir y el contexto en que se envuelve el educando, es decir, para que exista una verdadera comprensión es necesario que los conocimientos se ubiquen en una realidad.

Como todo proyecto que se inicia, durante su desarrollo se presenta algún obstáculo, más sin embargo las anteriores fallas que tuvo la Telesecundaria en algún momento, debido a la inestabilidad política en las dependencias responsables o a los frecuentes cambios, se han superado para garantizar la calidad de la enseñanza, de lo cual no hay duda alguna.

Actualmente las lecciones de Telesecundaria contienen veinte minutos de dinámico e interesante aprendizaje, existe la libertad y flexibilidad de moldear el programa de televisión; por supuesto siguiendo un patrón básico, pero adaptable a las necesidades o características del alumno, o bien, al estilo del profesor.

Finalmente, cabe señalar que la Telesecundaria es una modalidad escolarizada del sistema educativo nacional la cual proporciona educación secundaria dirigida a formar integralmente al educando y a prepararlo para una participación constructiva en la sociedad, su peculiaridad específica es que el trabajo frente al grupo lo realiza un sólo maestro que conduce el aprendizaje de todas las materias del plan de estudio y con ello se apoyan en materiales televisivos e impresos.

La telesecundaria ha contribuido en forma significativa a incrementar la cobertura educativa del país y ahora en algunas partes del extranjero, permite, desde hace 30 años llevar comunicación a las comunidades pequeñas localizadas en lugares geográficamente apartados, mejorando sus condiciones de vida.

Es una obra educativa respaldada por los avances tecnológicos y principalmente por su sensibilidad profesional e igualmente por su capacidad para detectar las necesidades educativas de México y actualmente de otros países.

---

<sup>15</sup> Becerra Raúl Los desfases en la comunicación educativa. *Revista Mexicana de Comunicación* México 1992 mayo-junio pp. 21

## UNIDAD DE TELEVISION EDUCATIVA (UTE)

En 1964 la Secretaría de Educación Pública (SEP) dio vida a un producto derivado del sueño: utilizar la televisión en apoyo a la educación, y poder así llegar a esos millones de mexicanos que por razones de geografía, de lejanía, de pobreza, de economía, no contaban con acceso a distintos niveles educativos.

Con el fin de ampliar y mejorar sus funciones la SEP dispuso la transformación de la Dirección General de Educación Audiovisual, que era la encargada de este modelo de televisión educativa, en Dirección General de Materiales Didácticos y Culturales (MADIC). Esta dirección tuvo a su cargo la dirección de los guiones, la producción de los programas y la transmisión de los mismos. Todo se hacía en blanco y negro, en vivo y en directo.

En la década de los 80's se dio un paso más y por decreto oficial durante los primeros meses de 1982 se creó la Unidad de Televisión Educativa y Cultural (UTE), dependiente de la Secretaría de Educación Pública. Durante este periodo se transmitieron y produjeron un gran número de series culturales que buscaban fortalecer la identidad cultural del país y estimular la difusión de los valores nacionales.

Para 1988 la UTEC transfirió toda la producción cultural que había venido realizando avocándose exclusivamente a la producción y difusión de programas educativos, surge así la Unidad de Televisión Educativa UTE.

De manera concreta la UTEC como tal, enlaza sus funciones con la Telesecundaria apoyándola, no sólo con la supervisión en el aspecto técnico y didáctico, sino además promueve la realización de series que destacaron y posteriormente se transmitieron en el Canal 11, tal es el caso de la serie cultural *Los que hicieron nuestro cine*.

La función de la UTEC es concentrar las actividades que realiza la SEP en materia de televisión, "... ha destacado en su producción una serie de programas culturales que buscan fomentar el interés por el conocimiento de nuestro país, enriquecer la memoria histórica de la nación y fortalecer la identidad cultural de los mexicanos"<sup>16</sup>

Sin embargo, lo que actualmente conocemos como la UTE se ha venido desarrollando con diferentes nombres y funciones desde 1964 con la tarea de poner los medios electrónicos televisuales al servicio de la educación.

A partir de un nuevo modelo de producción y con base en los nuevos planes y programas de estudio para la educación básica, la UTE ha producido durante estos años los programas de apoyo a la Telesecundaria que se basan en la definición de formulas pedagógicas en las que se combinan un género televisivo y un método didáctico para cada asignatura,

<sup>16</sup> El Día, 12 de Diciembre de 1985 pp. 24

asimismo estos programas hacen uso de los recursos que la tecnología electrónica a puesto al servicio de la televisión.

Las producciones del UTE se han ampliado hacia otros niveles y modalidades: preescolar, primaria, bachilleratos tecnológicos, educación indígena y cursos extraescolares por citar algunos ejemplos, también mediante las nuevas tecnologías de comunicación e información hay cursos de capacitación a distancia, a través de teleconferencias a grupos localizados en el interior del país. Lo anterior se debe a que esta unidad tiene acceso al canal 10 del Satélite Morelos II.

Por otra parte, un elemento de trabajo indispensable es la videoteca de la UTE, que cuenta con un material audiovisual de aproximadamente 100 mil videocasetes que contienen programas terminados al igual que imágenes de stock, resultado de años de trabajo. El servicio de la videoteca tiene como objetivo facilitar el desarrollo audiovisual como instrumento educativo. Por tanto, existen series y programas de carácter curricular, complementario, apoyo al docente, capacitación y de educación para la sociedad.

Es bien sabido que la producción de programas educativos no es tarea fácil y requiere de personal altamente calificado, por esa responsabilidad la UTE cuenta con el Centro de Entrenamiento de la Televisión Educativa (CETE) que es el área de la Secretaría de Educación Pública encargada de capacitar, actualizar y de formar a los profesionales que laboran en los campos relacionados con los medios de comunicación y sus nuevas tecnologías.

El CETE fue inaugurado en 1992 y en particular se enfoca al perfil educativo, cultural, empresarial e institucional, de igual forma en el CETE se brinda capacitación a las personas especializadas en hacer televisión educativa.

El avance tecnológico con el que cuenta la UTE, tiene como tarea fundamental procurar una comunicación permanente, para esto México cuenta con una infraestructura educativa por televisión respaldada por la red Edusat, con el objeto de abatir los graves rezagos educativos.

Como parte de esta estrecha relación e intercambio con la Red Edusat, la producción de la UTE apoya a la educación en las diversas modalidades y modelos del Sistema Educativo Nacional.

La programación se establece según las necesidades de quienes soliciten el material audiovisual como un recurso para favorecer la educación en México o bien, a las instancias educativas participantes en el proceso de educación a distancia.

Así la labor de la Unidad de Televisión Educativa la podemos definir de la siguiente conformación:

La producción de programas de Televisión Educativa.

La investigación, el desarrollo y el análisis del uso audiovisual y las nuevas tecnologías para favorecer la educación.

La formación, actualización y la capacitación de profesionales en el ámbito de los medios audiovisuales orientados a la educación.

La difusión del audiovisual como medio para contribuir al mejoramiento y ampliación de la oferta educativa a través de la red EDUSAT.

## TV UNAM

La televisión universitaria existe desde 1950, y es precisamente la Universidad Nacional Autónoma de México, la instancia que se ha caracterizado desde su origen por estar permanentemente en la línea ascendente de la educación y en todo lo que a ello rodea e implica.

Y es con trabajo, apoyo, unión, objetivos bien planteados, proyectos incesantes, y claro a veces con algunos errores que hacen que el camino a la meta sea más claro, y se sensibilice, buscando no sólo el bienestar propio, sino el de toda una sociedad llena de necesidades, así la UNAM mediante TV UNAM se ha convertido en una instancia de producción televisiva alternativa en nuestro país.

“Durante la década de los cincuenta se inician las gestiones orientadas a la adquisición de un canal propio para la Universidad Nacional Autónoma de México, pues habían quedado demostradas las bondades del medio para la enseñanza, en especial de la medicina. Así, se instala un circuito cerrado entre la Facultad de Medicina y el Hospital Juárez, con el equipo a color diseñado por el ingeniero Guillermo González Camarena y adquirido por la Universidad.”<sup>17</sup>

Desde la década de los 50s. diversas Facultades de la UNAM como Medicina, Veterinaria, Contaduría y Administración creían pertinente tener una producción televisiva, teniendo como punto vertebral una visión de carácter didáctico y de capacitación particularmente enfocado a la medicina.

“El 11 de octubre de 1951 se realizó la primera transmisión televisiva de la UNAM (en color) en torno a un congreso internacional de estudios anatómicos y de técnica operatoria. Después con el mismo equipo y en circuito cerrado, se dieron dos años de clases en prácticas medicas”.<sup>18</sup>

Los primeros programas producidos por la UNAM, fueron transmitidos inicialmente desde el canal comercial en febrero de 1955: *Información profesional*, fue el nombre de la serie que salió al aire, fue un programa de entrevistas a distinguidos personajes de las carreras que ofrecía la UNAM, dando orientación vocacional a los estudiantes que deseaban ingresar a la Universidad, esto estuvo a cargo de la Dirección General de Información.

A principios de la década de los 60s. como resultado de la innovación técnica, la UNAM promueve la instalación de circuitos cerrados de televisión dentro de numerosas escuelas y facultades como apoyo a las funciones educativas de la universidad mediante diversas series.

Durante esta misma década se crean dependencias como: “la Filmoteca de la UNAM y el Centro Universitario de Estudios Cinematográficos (CUEC), lo que da un gran auge a la

<sup>17</sup> González Fernando, etal. Apuntes para una historia de la Televisión Mexicana. México, 1998, pp.337.

<sup>18</sup> Cano Pablo. “La UNAM y sus medios electrónicos”. Revista Mexicana de Comunicación. México, Julio-Agosto de 1993, pp. 55

actividad artística y cultural de la Universidad. Por otro lado, las escuelas y las facultades despliegan un gran esfuerzo para introducir los medios audiovisuales como apoyo a la docencia”<sup>19</sup>

Asimismo en los sesenta, Ignacio Chávez quien era rector de la UNAM decide integrar la estación de radio cultural (Radio Universidad Nacional) como apoyo a la producción televisiva dando origen a los Servicios Coordinados de Radio, TV y Grabaciones de la UNAM.

En años posteriores durante algunos periodos se produjo televisión universitaria y se realizó una serie semanal llamada: *La Universidad Presenta*, transmitida por el Canal 11 del IPN.

Subsiguientemente, existió un periodo de poca producción debido a una incompatibilidad de formatos y falta de planeación, pero hubo motivación para producir televisión educativa que cubriera las necesidades de las escuelas y facultades, con la creación de la Asociación Civil Didacta. Sin embargo, la carencia de un criterio establecido no permitió que se concretaran estos objetivos y a finales de los años 70s desaparece Didacta.

A pesar de esto, el interés de la Universidad por continuar en la búsqueda de proyectos que apoyaran de manera audiovisual la preparación de los estudiantes, llevó a la creación en 1973 del Centro Latinoamericano de Tecnología Educativa para la Salud (CLATES), y con el paso de los años se convirtió en el Centro Universitario de Tecnología Educativa para la Salud (Ceutes) en el cual se realizaban producciones audiovisuales de materiales para el Sector Salud.

Hay una pauta que logra marcar el ritmo de trabajo en cuanto a producción se refiere y ésta se genera a partir de 1976 cuando se realiza un convenio con Televisa, sumándose a lo que públicamente esa empresa denomina la Fundación Cultural Televisa. “Esto permitió la transmisión de la serie *Introducción a la Universidad* que después del primer año compartió el tiempo con *Divulgación de Temas y Tópicos Universitarios*. Así la UNAM se responsabilizó con la planificación y el diseño en cuanto al contenido de los programas”<sup>20</sup>

Se realizó una elevada cantidad de programas sobre diversos temas donde se contó con la participación de casi 4 mil profesores y, a través de este convenio se creó un mecanismo de acercamiento entre académicos y alumnos, es una época de incorporación de escuelas y facultades con el fin de producir programas televisivos.

Y es así como el desarrollo y el continuo interés logran en 1979 crear “el Centro Universitario de Producción de Recursos Audiovisuales (CUPRA) cuyas funciones eran normar la adquisición de equipos, proporcionar asesoría técnica a las dependencias, producir materiales audiovisuales y televisivos, y coordinar las actividades de producción

<sup>19</sup> González Fernando, et al. *Apuntes para una historia de la Televisión Mexicana*. México, 1998, pp. 338

<sup>20</sup> Cano Pablo. “La UNAM y sus medios electrónicos”. *Revista mexicana de Comunicación*. México Julio-Agosto 1993, pp 56

de las escuelas y facultades que contaban con el equipo, principalmente la facultad de Química y Medicina”<sup>21</sup>

En el CUPRA se hicieron 142 programas hasta el año de 1983 y algunos de los programas más destacados fueron: *Filmoteca de la UNAM*, *Actualidades Universitarias*, *Los Universitarios en la Cultura*, etc.

En 1983 se constituye la Dirección General de Comunicación Universitaria mediante la fusión con el CUPRA, dando origen a la Dirección General de Televisión Universitaria (TV UNAM). Esto se logra con la aportación de experiencia en la investigación educativa de las dependencias ya establecidas.

“A finales de 1985 se firma un convenio con IMEVISIÓN que establecía tiempos de transmisión matutina y vespertina por el canal 13 para la programación de la UNAM, con repeticiones a través del canal 7 en diferentes días y horarios”<sup>22</sup>

TV UNAM cuenta con un edificio acondicionado con cinco estudios, salas de producción y postproducción, videoteca, equipo para realización y transmisión, “TV UNAM posee la infraestructura adecuada para ofrecer servicios de transmisión en vivo y en tiempo real: a través de sus estudios plenamente equipados o bien desde cualquier punto del país, ya que cuenta con una Unidad Móvil con Sistema Microondas”<sup>23</sup>

La producción de TV UNAM también a requerido del Satélite para expandir sus producciones, como en el caso de los seminarios de la serie *Alis Vivere* por mencionar alguno. También a sido puente de comunicación en conferencias, cursos y diplomados todo esto vía satélite, igualmente de una diversa gama de programación de interés universitario y de la sociedad en general.

La producción de TV UNAM abarca una enorme serie de áreas temáticas, lo que la ha llevado a participar en coproducciones con organismos nacionales e internacionales, asimismo universitarios, públicos y privados.

TV UNAM tiene una importante participación en eventos nacionales e internacionales obteniendo premios y reconocimientos en muchos de ellos, mencionarlos llevaría a una larga lista de concursos y festivales ya que se han otorgado más de 50 premios y menciones a sus producciones.

El desarrollo audiovisual con objetivos de uso didáctico y de apoyo a la enseñanza que ha ido puliendo la UNAM mediante TV UNAM, ha logrado satisfacciones por medio de esfuerzos coordinados por detectar y restaurar necesidades, fallas y carencias de nuestra máxima casa de estudios y de la sociedad en general, elevando el nivel de enseñanza.

---

<sup>21</sup> González Fernando, etal. Apuntes para una historia de la Televisión Mexicana. México, 1998, pp.339

<sup>22</sup> Ibidem pp.346

<sup>23</sup> Internet tvunam serpiente.dgsc.unam.mx



#### IV. CANAL 22: 1993-1997

El 23 de junio de 1997 Canal 22 cumplió cuatro años de transmisión, durante los que ha buscado difundir a través de sus contenidos las diferentes manifestaciones del arte y la cultura al mismo tiempo que ha ido transformando la conciencia del televidente.

Desde sus inicios, después de la desincorporación del grupo IMEVISION, Canal 22 intentó ser un organismo tolerante en el que existiera una plena libertad de expresión y de libertad artística que lograra reflejar eficientemente la cultura tanto étnica como regional.

De la misma forma pretendió buscar un nuevo tipo de televidentes, intentando hacer del público algo más que un simple receptor de imágenes y sonidos para convertirse en interlocutores comprometidos con la realidad, dejando atrás la pasividad.

Televisión Metropolitana, conocida en sus inicios como "el Canal de los intelectuales", surgió a raíz de la propuesta de un selecto grupo de colaboradores de la cultura y la educación que buscaban satisfacer la necesidad a través de la televisión, del vacío existente en las necesidades culturales de nuestra sociedad.

Gracias a la creación de un Consejo de Planeación y Política de Desarrollo se conformó o pretendió conformarse, un enlace entre el Canal y la sociedad; ya que ciertas instancias civiles, aunque no del todo representativas intervendrían en el funcionamiento del mismo.

Para la consolidación de este proyecto se pidieron diversas opiniones tanto a instituciones involucradas en los medios, como a Universidades nacionales y regionales, así como a organismos como el CONACYT y a otras instituciones de investigación científica.

Dentro de los objetivos iniciales del canal se encontraba el tratar de "establecer una televisión interactiva, en los programas de foro que permitan la participación del auditorio". Canal 22 también, se constituiría... "como un ejercicio para fortalecer la democracia, una revaloración de los medios públicos y un hito en la televisión mexicana". Otro de los principales objetivos era que el canal se consolidara como una red cultural nacional y no sólo como otro canal repetidor del Estado.

Divulgar las más diversas formas de manifestaciones de la cultura nacional e internacional a través de su pantalla, promover un nuevo lenguaje audiovisual en México y difundir temas no suficientemente atendidos por las televisoras en nuestro país, así como buscar una permanencia de calidad antes que cantidad; fueron otros de los objetivos primordiales que marcaron el inicio de una nueva televisión en nuestro país.

Asimismo, se indicó que el canal debería crecer con un criterio de descentralización del quehacer cultural, ya que es ahí donde radica gran parte de su propuesta. También debería convertirse en una opción cultural plural que respondiera a una sociedad cada día más

participativa, cuidando la sustancia educativa y cultural, con criterios de calidad que no se alejaran de la atención del público y del entretenimiento.

También se estableció, que debería reflejar el rico mosaico que conforma nuestra cultura y sociedad, atendiendo con especial cuidado los rasgos regionales y los matices locales que hacen nuestra nacionalidad, de tal forma que satisficiera las necesidades culturales de la sociedad mexicana hoy: un país joven en expansión, con vacíos e insuficiencias de los actuales esquemas televisivos.

Para lograr esto se pensó en la originalidad y capacidad creativa, así como artística en el ámbito televisivo; aceptando plenamente el riesgo de la experimentación y la innovación, de modo que el Canal impulsara la producción y la creatividad de los mexicanos. Es decir, una televisión pública receptiva de las modernas propuestas videográficas. Desde un principio y a pesar de todas sus limitaciones, se pensó que el Canal podía crecer y convertirse en una red nacional.

En la historia de Canal 22 se manejan dos fechas importantes referentes a su nacimiento: 3 de febrero de 1982 y el 23 de junio de 1993.

La primera fecha nos remonta a la existencia de Televisión Rural de México (TRM) coordinada por la Dirección General del Instituto de Radio Televisión y Cinematografía (RTC) y encabezada por Margarita López Portillo en 1980.

El primer antecedente que se tiene de la Televisión de la República Mexicana lo constituyó Televisión Cultural de México, desde marzo de 1972 cuando el entonces presidente de la República, Luis Echeverría Álvarez, inauguró la primera estación de televisión en Oaxaca.

Los objetivos iniciales de Televisión Cultural de México eran satisfacer las demandas de servicio televisivo de aquellas regiones del interior de la República de poco desarrollo y poco atractivo para la televisión privada.

El trabajo de TCM se mantuvo hasta el inicio del sexenio presidencial del Lic. José López Portillo, quien en 1977 centralizó las acciones de este organismo y las transfirió a la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, dependiente de la Secretaría de Gobernación, asimismo modificó su nombre por el de Televisión Rural Mexicana (TRM)<sup>1</sup>

El objetivo de TRM fue poner a funcionar la Red Federal de Televisión que se había creado en 1969 durante el gobierno de Díaz Ordaz. Durante el período de José López Portillo se precisaron algunos objetivos para TRM, entre ellos difundir la cultura regional a nivel del Distrito Federal.

En marzo de 1979, al adquirir el rango de Dirección, a TRM se le asignó la tarea de "extender los beneficios de la televisión a aquellas regiones excluidas del proceso de desarrollo del país, así como educar, capacitar, orientar, informar y entretener".

<sup>1</sup> Memoria de Televisión de la República Mexicana. El proyecto de TRM 1979 - 1982 Pág. 20 Citado en Directrices para un modelo de Televisión de Servicio Social. Pp. 108

TRM tuvo el deseo de convertirse en una opción televisiva para el televidente del área rural y el marginado del desarrollo social. De igual forma, introdujo una nueva modalidad en las funciones que debe contemplar la televisión, como es la capacitación. Prueba de ello fueron series como "Capacitación Agropecuaria", "TV Oficinas", "Agroindustrias Caseras" y "Corte y Confección".

El 18 de febrero de 1980 Margarita López Portillo hace la petición al Lic. Emilio Mújica Montoya, secretario de Comunicaciones Y Transportes, para obtener un canal en la Banda de UHF y ser operado en el Valle de México, con el fin de ampliar la cobertura en el Distrito Federal de la Red TRM.

Meses después, en abril del mismo año, TRM solicita la autorización a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes para operar seis canales en diferentes partes de la República y se acordaba la necesidad de operar el Canal 22.

El permiso para operar el Canal 22 se justificaba bajo la intención de promover en el área metropolitana las producciones televisivas de los distintos estados de la República a donde TRM llegaba.

El 5 de enero de 1981, se reitera la necesidad de contar con más canales y asimismo se explica la idoneidad de abrir la frecuencia del Canal 22 con las siglas XHTRM, especificando que la estación quedaría ubicada al sur de la ciudad de México, y que sólo tendría una cobertura a nivel metropolitano.

El 3 de febrero de 1981 se obtiene la respuesta a través de la Subdirección General de Permisos y Concesiones de SCT. Se otorga, entonces, el permiso a todos los canales solicitados tanto del interior de la República como el de Canal 22.

Se le ubica al sur de la ciudad de México con una potencia de 500kw, su clasificación queda circunscrita a una emisora cultural de tipo oficial con clase regional.

Una vez aceptada la petición del Canal 22, la SCT envía a Luis Cueto, director de TRM, otro oficio en el cual se señalan las condiciones que debe cumplir el canal para empezar a operar. Por ello es que la fecha que generalmente se maneja como nacimiento del 22 está relacionada a este momento, 24 de junio de 1982.

Una de las cláusulas para que el Canal 22 entrara en operación fue que se le otorgaba un permiso provisional por ser una emisora con características culturales. Las condiciones jurídicas, técnicas y administrativas señalaban lo siguiente: "El permiso que se le otorga al Canal 22 deberá sujetarse a las disposiciones contenidas en los artículos 1, 2, 96 y 98 de la Ley General de Bienes Nacionales; 3 y 16 de la Ley de Vías Generales de Comunicación aplicada supletoriamente y al artículo 1, 37, 76 y 101 de la Ley Federal de Radio y Televisión".

A partir de ese momento se le dan 45 días hábiles al canal para que presente su estructura administrativa, jurídica y técnica bajo las cuales va a funcionar. Cabe mencionar que pasaron 6 años para que el canal normalizara su situación.

En uno de los oficios enviados a TRM por parte del Canal se explica lo siguiente "...se hace constar que el Canal 22 inició transmisiones con un aparato toshiba TU-56 A3B serie 85893. Las instalaciones ubicadas en el cerro del Ajusco quedaron en San Nicolás Totolapan en la delegación de Tlalpan. Su horario de operación quedó de 8:00 a 21:00 horas de lunes a viernes y de 8:00 a 24:00 horas los sábados y los domingos. La zona a cubrir comprende sólo el Distrito Federal y el Valle de México. Se anuncia que las instituciones son propiedad de Televisión de la República Mexicana y que los gastos de instalación corrieron a cargo de la misma. El enlace se efectúa a través de un sistema de microondas propiedad de TRM y en algunas ocasiones se encadena la estación a la red de TRM."

En abril de 1982, el Canal 22 (XHTRM) empieza a transmitir en UHF (Frecuencia Ultra Alta) como parte de la Red de Televisión de la República Mexicana. Al principio transmitió como un canal de circuito cerrado experimental con cursos de capacitación para empleados de dependencias gubernamentales, principalmente a los sectores de escasos recursos.

"Con este fin Canal 22 por conducto de TRM donó monitores de doble selector - capaces de captar la señal de UHF a instituciones con la que efectuaría acciones de servicio social mediante la transmisión de cursos y programas de contenido social.

La donación a la que se hace referencia, era parte de un acuerdo en el que las instituciones beneficiadas, se comprometían a proporcionar personal especializado para apoyar el buen desempeño de los cursos y de algunos programas.

Las instituciones a las que se hizo entrega de estos monitores fueron:

- a. Secretaría de Salubridad y Asistencia (SSA). Recibió 86 monitores.
- b. Centro de Capacitación para los Trabajadores (CECAT), recibió 21 monitores.
- c. Secretaría de Educación Pública (SEP), recibió 50 monitores para el sistema de telesecundaria.
- d. Instituto de Seguridad Social del Estado de México y Municipios (ISSEMYM), recibió 6 monitores para sus centros de salud.
- e. Instituto Politécnico Nacional (IPN), recibió 8 monitores para los Centros de Estudios Científicos y Tecnológicos (CECYT).
- f. Reclusorios y Centros de Readaptación Social, recibieron 7 monitores"<sup>2</sup>

Durante un año el 22 funcionó bajo las condiciones de TRM; convirtiéndose en repetidora de la misma y del canal 4 que transmitía las series de Telesecundaria. Por tres años, el Canal 22 estuvo transmitiendo sin que su programación se diera a conocer, por lo que no se sabe cuál fue específicamente su función.

<sup>2</sup> Chávez Moreno, Rolando. Directrices para un modelo de Televisión de servicio social. Tesis, pp.143-144

Es hasta 1985 con la nueva imagen de IMEVISIÓN, que dicha frecuencia empezó a transmitir de manera formal.

Todo 1982 y parte del 83, el Canal estuvo encaminado a retransmitir las producciones regionales de TRM, a dar cursos de capacitación y a promocionar las actividades a través de programas realizados por varias dependencias gubernamentales. Al mismo tiempo, se dedicó a promocionar series elaboradas de RTC con interés para la salud, la vivienda y la educación.

Parte de su trabajo durante este período fue la impartición permanente de tv cursos, que a continuación se mencionan:

- Servicio de sistema de telesecundaria en el Estado de México.
- Servicio de teleprimaria en escuelas oficiales del D.F.
- Transmisión permanente de las series "Nuestra salud" y "Conociéndote a ti mismo" a los centros de salud de la SSA e ISSEMYM.
- TV cursos de actualización médica a médicos profesionales de SSA e ISSEMYM y a estudiantes de diversas universidades.
- TV cursos de capacitación agropecuaria y oficios en centros de readaptación social, CECAT,CECYT.

"El aspecto más relevante de estos cursos se debió a las fórmulas que se utilizaron para facilitar la retroalimentación entre los individuos emisores y los grupos perceptores. Ejemplo de ello fueron las experiencias obtenidas en los cursos de "TV actualización médica".

Para la realización de este programa los médicos conferencistas se organizaban con los productores de TRM y exponían en vivo sus cátedras acompañadas de imágenes, desde el centro de transmisión de la Torre de Telecomunicaciones.

A su vez en cada Centro de Salud se atendía la recepción de la señal de Canal 22 y un médico coordinador se hacía cargo de vigilar el buen desarrollo de las sesiones con los médicos. También se encargaban de canalizar debidamente las inquietudes y preguntas con respecto a las conferencias y en ocasiones ampliaba la información del mensaje televisivo a fin de disipar las dudas existentes.

El resto de ellas se enviaban de la Torre de Telecomunicaciones por vía telefónica para que los conferencistas las resolvieran una vez concluidas sus exposiciones iniciales."<sup>3</sup>

En 1982 y con la administración de Miguel de la Madrid, el Canal 22 mantuvo orientada su programación al área educativa, a la cual dedicó seis horas diarias de su transmisión total. Sin embargo, ésta no tuvo el impacto deseable debido a que no podía captarse en cualquier aparato de televisión. Por otra parte, su programación no fue dada a conocer en ningún medio durante el tiempo que transmitió programas de corte educativo.

<sup>3</sup> Directrices para un modelo de Televisión de servicio social" Op. Cit. pp.145

Al ingresar a IMEVISIÓN, el entonces director Pablo Marentes anunció que el canal empezaría a operar con objetivos más específicos, con una nueva imagen y programación.

La imagen del 22 fue, en un principio, limitada y sin mayor trascendencia. Primero por falta de televisores con frecuencia UHF y segundo, porque se dedicó a retransmitir programas de la recién extinta TRM. Eliminó por completo las series de Telesecundaria, la capacitación agropecuaria y los programas de tipo educativo de corte formal.

Su línea cultural oficial, establecida desde 1982, cambia a partir de que Pablo Marentes solicita que se le permita comercializar con sus espacios. Aún para esas fechas la situación jurídica y administrativa del canal era indefinida. Sin embargo, en 1984 cambia sus siglas de XHTRM a XHIMT-TV Canal 22.

El 22 se integra a partir de entonces a la red IMEVISIÓN, convirtiéndose en su concesionaria. Al incorporarse a la red, el canal pasó sin presupuesto ni producción propios y sin programación definida.

En 1985, desaparece formalmente la red de TRM y el gobierno decide fortalecer la red del canal 7 con un alcance mucho mayor del que Televisión de la República Mexicana tenía. Con ello Canal 22 se incorpora al sistema de Cablevisión junto con el 7.

Durante el sexenio de Miguel de la Madrid y a principios del gobierno de Salinas de Gortari, el 22 estuvo marginado. Su imagen se dio como un canal de "servicios metropolitanos". Toda su línea estaba encaminada a dar información respecto a las prestaciones que diversas instituciones metropolitanas otorgaban a los ciudadanos.

Para 1986 el Canal 22 transmitía todavía especiales de TRM, la mayoría de su programación estuvo enfocada al ámbito nacional y metropolitano. Su horario al aire era a partir de las 5 de la tarde, hasta las 12 de la noche. Tuvo varios movimientos en cuanto a sus horas de transmisión y durante tres años (1986 a 1989) no varió su línea, por lo que su impacto fue limitado.

Ya por finalizar el sexenio de la madrista, el 22 se convirtió en un cine canal. A finales de 1988 difundía casi en su totalidad películas de corte extranjero y uno que otro programa cultural.

En su programación se incluían documentales y programas culturales como: La Guía de cada día, Video Mundo y Nexos. En el área informativa no manejó un noticiero propio, su cobertura se realizaba a través de la retransmisión de IMEVISIÓN informa. Cabe señalar que aunque gran parte de su tiempo estaba dedicado a la cultura, la gran mayoría de su programación era extranjera.

Es así como el 22 antes de convertirse en Televisión Metropolitana, aproximadamente desde 1989 a 1991, estuvo dedicado a transmitir además de películas, programas de corte educativo cultural, algunas entrevistas, reseñas de revistas culturales tanto europeas como norteamericanas y cápsulas de cine.

También se transmitieron programas que inicialmente se generaban en el 7, tal es el caso de Nexos, Selecciones CNN y Monitor Financiero. El 22 se enlazaba con dicho canal durante los noticieros nocturnos y los cortes informativos.

Rolando Chávez subraya en su tesis, que aún durante el período en que el Canal 22 estuvo bajo la tutela de IMESIÓN deben reconocerse algunos aciertos:

- Ser un canal no comercializado
- Ser el primer canal de servicio en el área metropolitana, porque a lo largo de su programación, transmitía cápsulas referentes a la atención hospitalaria y farmacéutica en casos de emergencia; orientación sobre la adquisición de productos básicos a bajo costo así como información relacionada con los servicios que brindan las instituciones públicas.
- Además, fue la primera ventana de difusión del estado que presentaba los trabajos audiovisuales producidos por las Universidades del país, Centros de Educación Superior, Institutos de Investigación y Productores independientes, a través de la barra de Televisión y Cine Experimental. Lo cual fue considerado como uno de sus mayores logros.

Poco después de que el gobierno anunciara la desincorporación de la red 7 y el Canal 22, éste último salió del aire sin aviso alguno.

El 7 de diciembre de 1990 aparece publicado en el Diario Oficial de la Federación la decisión del Gobierno mexicano por desincorporar las frecuencias de los canales 22, la Red Nacional 7, el 8 de Monterrey y el 2 de Chihuahua; que se encontraban bajo la tutela del Estado.

El principal motivo de esta desincorporación fue buscar el fortalecimiento de la estructura de la televisión pública en México. En diciembre de 1990 la Secretaría de Comunicaciones y transportes abrió la convocatoria para la venta de éstos canales, iniciándose así la subasta.

El 21 de enero de 1991 Carlos Monsivais y Héctor Aguilar Camín lograron convocar cerca de 800 representantes de la comunidad cultural del país; escritores, artistas, periodistas, productores, académicos, rectores, científicos de todo el país y de asociaciones civiles; así como academias e instituciones, publicaron un desplegado, en una carta abierta al Presidente de la República Carlos Salinas de Gortari en la cual demandaban al Estado el mantenimiento del Canal 22 para destinarlo como un canal de televisión con propósitos culturales.

El 2 de febrero de 1991 el Presidente Salinas responde a "los intelectuales" decidiendo que el Canal 22 sea utilizado con fines culturales. Así surgía la permanencia de una televisión no comercial, que transmitiría en Frecuencia Ultra Elevada (UHF- Ultra High Frequency). Esta señal había sido usada por el Estado por poco tiempo como repetidora de algunas señales del mismo gobierno.

Para sintonizar la banda UHF es necesario un monitor que se conecte al sistema de cable, a una antena parabólica o bien que el monitor incluya esta banda. Esta frecuencia permite

transmitir, según normas de la SCT, con potencia de hasta 5000 kilowatts; en su primera etapa la señal llegó a cubrir únicamente la ciudad de México y los estados de Querétaro, Hidalgo, Tlaxcala, Puebla y el Estado de México.

Sin embargo, uno de sus principales objetivos fue ampliar su cobertura creando una red estatal de televisión cultural a través del servicio de cable (Multivisión) con acceso al sistema de satélite Morelos II Solidaridad I, por medio del transponder de la Secretaría de Educación Pública; permitiendo el enlace con las televisoras estatales.

En 1991 el Consejo de Planeación y Política de Desarrollo del Canal 22, conformado por 14 miembros; entre ellos intelectuales, académicos, rectores de universidades que representaban la educación y la cultura; llevarían el asesoramiento y la planeación de las políticas generales de desarrollo y divulgación de las actividades culturales.

Dicho Consejo entregó al Presidente de la República un documento denominado "Consideraciones en torno al Canal 22" en el que señalaban las directrices programáticas, técnicas, jurídicas y administrativas que deberían determinar el rumbo de dicha empresa.

Éste elaboró el perfil de la programación, sugiriendo que se conformara principalmente de series mexicanas y extranjeras de carácter cultural, con un bajo porcentaje de producción propia y con el apoyo básico de producciones extranjeras.

Finalmente el 23 de marzo de 1992 el Presidente Carlos Salinas Gortari inauguró el Canal 22 "como una alternativa de televisión y como un modelo de organismo público eficiente, competitivo y sobre todo responsable ante la comunidad".

Este nuevo canal estaría circunscrito al sector educativo al igual que el canal 11 y no a RTC. La Secretaría de Educación Pública, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público así como la Secretaría de Comunicaciones y transportes, serían las tres instituciones encargadas de aportar los recursos necesarios para una eficaz consolidación del Canal 22.

La primera, estaría enfocada en brindar apoyo en la realización de los proyectos y programas del canal, mientras que la segunda se encargaría de otorgar los recursos económicos adecuados para la operación e instalación de la institución, con el propósito de facilitar un espacio en las instalaciones de los estudios América, actualmente Churubusco. Finalmente, Comunicaciones y Transportes se encargarían de contribuir al desarrollo tecnológico del canal, lo cual serviría para que en corto plazo tuviera una mayor cobertura en todo el territorio nacional a través de los sistemas estatales, mediante la utilización de frecuencias y de la red satélite Morelos.

Durante la inauguración, se nombró al escritor y ensayista José María Pérez Gay; participante del grupo de la revista Nexos y director de Intermedios, revista oficial de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía; como director general de Canal 22 Televisión Metropolitana, S.A. de C.V.

Antes de finalizar la ceremonia, Salinas de Gortari señaló... "el Canal 22 deberá ser pilar de la primera red cultural nacional en dos sentidos: Primero, logrando que sus



transmisiones tengan mayor cobertura dentro del territorio nacional y segundo, difundiendo los materiales de calidad que se produzcan también en las diferentes regiones de nuestro país”.

En 1992 el proyecto del canal avanzó lentamente, su salida al aire se postergó una y otra vez con tres intentos fallidos, principalmente por problemas financieros del Estado y problemas técnicos.

Las críticas a Pérez Gay eran fuertes debido a sus vínculos con Nexos y por rumores sobre su ineptitud al no verse un resultado claro sobre el Canal 22 y la falta de organización y comunicación entre las instituciones así como del mismo Consejo de Planeación hacia el canal.

El trabajo y los preparativos continuaron dentro del espacio que ocupa el Canal 22 en los Estudios Churubusco utilizando algunas oficinas y un foro de televisión a la espera de una expansión a un edificio más grande.

Mientras tanto, se obtenían resultados ante la necesidad técnica de trasladar la antena del 22 del cerro del Ajusco, al cerro del Chiquihuite - lugar idóneo para una señal de transmisión del área metropolitana- cuya área es de 1,600m<sup>2</sup>. Fue hasta el 13 de julio de 1992, ya conformado como Televisión Metropolitana S.A. de C.V; que se tiene registrado un oficio en el cual se anuncia la sus pensión de la programación por el cambio de la antena al cerro del Chiquihuite.

El sistema de IMEVISIÓN le heredó el transmisor que casi resultaba obsoleto, así como el sistema unidireccional de transmisión que impedía una señal amplia y clara. Debido a esto se demandó la compra de una transmisor y se instaló un sistema omnidireccional que amplió la señal en un 150 por ciento tan sólo en la ciudad de México, mientras que en zonas como Querétaro e Hidalgo, donde la señal era débil, ésta mejoró notablemente.

La antena multidireccional consta de 120 metros con una potencia de 60,000 kws, que transmite en banda UHF, esta reubicación y mejoría sustancial se conjunta con el estudio y acondicionamiento del terreno, lo cual implicó, según datos de El Nacional publicados el 20 de abril de 1993, una inversión de 2,000 millones de viejos pesos asesorados por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

Todo estaba listo para que comenzaran las transmisiones con una programación cultural cuyo material era equivalente a 1124 horas, del cual sólo el 30 por ciento correspondía a producción propia, mientras que el restante 70 por ciento era de origen extranjero.

Es hasta el 23 de junio de 1993 que Canal 22 sale al aire, después de múltiples problemas económicos, políticos, administrativos y de organización, en la frecuencia UHF. Para este primer año la Secretaría de Educación Pública asignó un presupuesto de 60 millones de nuevos pesos.

La planilla de empleados del Canal 22 se conformó por 180 personas divididas entre técnicos y cuatro subdirecciones: comercialización, patrocinios, política cultural, Subdirección técnica y Subdirección administrativa.

Después de un arduo rastreo, entre catalogar y categorizar, se localizaron 2,400 casas de televisión cultural a las cuales se les compró la programación diseñada por la Subdirección de Programación Cultural. Quedando con un horario de programación inicial de 8:00 a 12:30 de la noche.

En su primera transmisión al aire, el canal arrancó con una entrevista al premio Nobel de Literatura Gabriel García Márquez, un concierto grabado en Siena en el Festival Tchoi Ko dirigido por Zubin Metha, el noticiero cultural “Nueve Treinta”, el documental de la exposición “Esplendores de Treinta siglos” el primer capítulo de la serie “Me Alquilo para Soñar” realizada por Ruy Guerra y el inicio de la serie documental “El Gran Juego”.

Tras una larga espera se vio cristalizado el proyecto de Televisión Metropolitana Canal 22, sin embargo, comenzarían nuevos retos y compromisos; entre ellos el cumplimiento mismo de sus objetivos, entre ellos el convertirse en una opción televisiva cultural, diferente y variada donde se representara lo más característico de la cultura nacional.

Para 1994 el Canal 22 cumplía su primer aniversario. Durante este año logra consolidarse como una televisora pública; contando con infraestructura técnica avanzada, gracias a la ubicación de su antena en el cerro del Chiquihuite. También se compró un equipo de computo de transmisión o cartuchera que, evita los errores de continuidad al aire, misma que se da de manera automática.

Los beneficios de estos avances, dieron resultados de forma inmediata ya que el canal empezó a perfilarse como una posibilidad de televisión al aumentar en un 150 por ciento su cobertura – debido a su transmisor omnidireccional - cabe mencionar que en este año de vida, la videoteca tuvo un ingreso de 850 horas de programación, lo que equivale a unas 2 500 a 300 mil horas en el acervo, la idea inicial de que esta emisora se convirtiera en una red cultural nacional fue consolidándose ya que a través de este lapso lleva cerrados 17 convenios con distintas televisoras regionales.

Durante su primer aniversario, Pérez Gay señaló que de todos los objetivos planteados inicialmente, ya se habían cumplido por lo menos en un 80 por ciento, teniendo como resultado un rating de 1.1 por ciento.

En cuanto a programación, este año se inició la nueva serie denominada “Los que Hacen Nuestro Cine”, en la que a través de 26 programas se habló del cine de la década de los 80's considerada la época más difícil del cine mexicano.

Entre los programas nacionales que destacaron durante 1994 se encuentran “Échale un lente”, programa infantil que alcanzó un rating de 1.4 por ciento; siendo considerado como un éxito y “Tratos y Retratos” conducido por Silvia Lemus contando con buen auditorio y la posibilidad de una expansión internacional.

Un punto favorable y básico en esta emisora es que se han creado vínculos complementarios para la exhibición de las diversas formas de televisión cultural en México.

Sin embargo, la crisis económica de 1995 afectó las operaciones de la televisora cultural, de ahí su cambio programático y la inclinación hacia la producción nacional, siendo esto aceptado ante la consolidación del canal.

A finales de este año los “pioneros en la banda de UHF” estaban en 274 ciudades de la República Mexicana a través de la televisión por cable; alcanzando un rating de 3.1 por ciento a través de esta señal de difícil acceso.

Durante los últimos meses de 1995 se planeó que la programación de 1996 contaría con un 55 por ciento de programas mexicanos y el resto sería producción internacional.

Entre otro de los proyectos de 1996 fueron los productos televisivos, resultado de convenios con el IMCINE y con las universidades Iberoamericana, Tecnológico de Monterrey, De las Américas, junto con otras que poseen producciones de alta calidad.

Sin duda el suceso más relevante de este año fue la celebración del canal por haber obtenido el Premio Nacional de Periodismo en el área de difusión cultural. A tres años al aire, en 1996, alcanzó el 3.4 por ciento, según el Instituto Brasileño de la Opinión Pública (IBOPE).

Un logro más durante este año fue la instalación de dos retransmisores, la inauguración de un nuevo estudio en Churubusco así, como un nuevo edificio de tres pisos. En cuanto al equipo técnico, éste se nutrió con cuatro cámaras más. Sin duda la infraestructura del canal superó y rebasó el gris futuro que varios intelectuales le anticipaban al canal.

El Canal 22 en el 96' llegó a 284 ciudades del país, tras firmar un convenio con veinte sistemas estatales y, a través de los sistemas de cable.

Indudablemente este año para Televisión Metropolitana fue satisfactorio, recogió frutos de lo que, por tanto, tiempo se planeó. Se consolidó como un canal que pudo cumplir sus objetivos iniciales: ser público, plural y principalmente cultural y educativo. Demostró, como en alguna ocasión mencionó su director Pérez Gay, que México es un país que debe abrirse, ya que no somos un islote apartado del mundo.

Cuatro años después de haber iniciado operaciones como televisora cultural, Canal 22 se hace merecedor el 4 de octubre de 1997 al premio “CAMERA” que otorga el Consejo Audiovisual Mundial de Publicaciones e Investigación sobre Artes de la UNESCO.

De esta manera durante el presente año el Canal 22 se consagra en materia de programación cultural, el mejor en el mundo.

Su cobertura anual ha avanzado notablemente por medio del sistema de cable del país, durante este año se logró estar en 470 ciudades, en lo que se ha conformado en una pequeña red nacional.

Al principio, la programación internacional fue la columna vertebral del canal, abrió nuestras ventanas al mundo, sin embargo, los cambios y nuevos parámetros han dado la pauta para el aumento en la producción nacional.

Prueba de ello es que en 1997 el canal se conformó por un 48 por ciento de programación nacional y un 52 por ciento de internacional, no obstante una de las políticas del canal es exhibir programación nacional e internacional.

Lo anterior ha destacado la labor de la emisora debido al subtítulaje, hasta aquél momento, con más de 1500 horas traducidas. Entre la programación internacional televisiva que se adquirió están: producciones de Francia, Inglaterra, España, de la televisión pública Estadounidense, Italia y del Franco-Germano Canal Arte.

A pesar de contar con un presupuesto un tanto reducido, ha demostrado poseer una ingeniosa estrategia administrativa que les ha permitido llevar a cabo sus proyectos. El presupuesto de 1995 fue de 94 millones de pesos.

Por otro lado, el público que ha seguido las transmisiones, muestran que el 70 por ciento lo ve por televisión abierta y no por cable; de ese 70 por ciento, un 45 responde a la tipificación de la clase media y media baja. Esto significa que el teleauditorio del canal es diverso y está dirigido a todo el público, no sólo a un grupo determinado o de intelectuales.

Según Pérez Gay, “ la programación de Canal 22 expresa toda la diversidad, creativa, emocional y pasional, de nuestras costumbres y de nuestra vida cotidiana. La televisión cultural es una lucha contra lo efímero”.

## CAUSAS DE LA ADQUISICIÓN DE CANAL 22 POR EL ESTADO MEXICANO

Durante el mandato de Salinas de Gortari el gobierno mantuvo un proyecto neoliberal muy claro en todos los ámbitos de la vida del país; las telecomunicaciones y los medios no fueron la excepción.

El Estado no ha dejado de tener un control importante en la televisión, incluso en la privada: las secretarías de Gobernación, Comunicación y Transportes vigilan todo lo que es la programación televisiva del país.

Sin embargo, lo que el Estado ha dejado a un lado es la exploración del medio televisivo como medio tecnológico y artístico importante; olvidando las posibilidades plurales de la televisión como medio de comunicación.

*“Con base en la modernización y la Reforma del Estado, el fortalecimiento de la cultura y su difusión; el gobierno busca revalorar la importancia de los medios públicos en un marco de absoluta diversidad, sin más restricciones que la calidad, la eficiencia y la lealtad de la nación, aseguró Carlos Salinas de Gortari durante la presentación del proyecto del Canal 22”.*<sup>4</sup>

Desde diciembre de 1990 el gobierno de México inició un programa cuyo objetivo consistió en poner en manos de particulares la mayor parte de los medios de difusión estatales.

Hasta entonces, Televisa pudo disfrutar de un real monopolio de la televisión privada, que le había permitido controlar casi todas las manifestaciones artísticas comerciales y toda clase de espectáculos. La amenaza para el gran consorcio televisivo surge de la inminente venta de la red difusora del canal 7 y del Canal 22 de la banda UHF que se encontraban bajo control de IMEVISIÓN. La Secretaría de Gobernación informó que con el fin de fortalecer estructura de la televisión pública en México y proporcionar opciones televisivas de mejor calidad se desincorporarían el canal 7, 22 y 8 de IMEVISIÓN.

Se hacía necesaria una regulación que permitiera la competencia y la participación de todos los sectores; una regulación que propiciara un proyecto general de telecomunicaciones del país en el que se inscribieran todos los medios. Sin duda, se pensó que privatizándolos se modificaría sustancialmente su papel en esta actividad.

Tres fueron los elementos que distinguieron a los medios de comunicación durante 1992: su expansión tecnológica y económica en los sectores privados; su aislamiento de la presencia del Estado al grado de convertir los medios estatales en especie prácticamente de extinción; la intención de Carlos Salinas de Gortari por crear una nueva relación Medios - Estado.

---

<sup>4</sup> Macías García, Javier. *“Calidad, eficiencia y lealtad a México, únicas restricciones”*. EL NACIONAL, 26 DE JUNIO 1991, PP.1

También la participación del Estado en los medios electrónicos, tuvo distintas características. En primer lugar se modificó su esquema al retirar cada vez más la presencia del modelo público y abrirlo a la participación del sector privado.

En segundo lugar, los espacios sociales de participación se vieron reducidos sin haber sido sustituidos. En tercero, la poca participación estatal aun existente en los medios se vio orientada hacia la tecnificación considerable de los medios para poder competir a nivel internacional. Lejos de modificar los contenidos, sólo se transformaron las presentaciones, los formatos, los estilos, los colores, las formas a partir precisamente de la incorporación de nuevas tecnologías.

En la difusión del fortalecimiento de la cultura, la televisión pública transitaba por un importante proceso de reestructuración que responde a los criterios de la modernización y la reforma del Estado.

Como parte de un intento del gobierno federal por ordenar y organizar mejor los medios de comunicación, en 1983 el Estado mexicano crea el Instituto Mexicano de Televisión que diera origen dos años después a IMEVISIÓN. También se crearon los institutos de Radio y de Cine (IMER e IMCINE) respectivamente.

El 18 de mayo de 1985, cuando se integra formalmente IMEVISIÓN, lo hace con los siguientes canales: el 13 con 44 repetidoras, el 7 con 99 repetidoras, cuatro canales locales (8 de Monterrey, 2 de Chihuahua, 11 de Ciudad Juárez y el 22 del Distrito Federal en UHF), sistemas locales y regionales de televisión en Michoacán, Tabasco, Hidalgo, Veracruz, Sonora, Guerrero y Quintana Roo.

“ Con esta compra se puede considerar que es la primera vez que el Estado mexicano se interesa por manejar la televisión con proyecciones políticas; ya que la función del 11 se había centrado en lo cultural y educativo”.<sup>5</sup>

El 7, que era un canal nuevo, se integró con las emisoras que habían pertenecido a la ya desaparecida TRM, Televisión de la República Mexicana, obligando a la reubicación de la señal del 8 en el 9.

IMEVISIÓN se encargaría de la administración y operación de los canales, mientras que la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) de la Secretaría de Gobernación se seguiría responsabilizando de lo normativo.

Este conjunto de esfuerzos televisivos reunidos por el Estado en torno a IMEVISIÓN, parecía colocar la relación televisión – gobierno en las mejores condiciones, sin embargo, en la práctica no fue así. IMEVISIÓN experimentó innumerables cambios en sus puestos directivos por dos razones fundamentales: por derroche de recursos económicos y por tratar de imitar en vano a la televisión privada. Además, IMEVISIÓN salvo cortos períodos de tiempo trabajó en números rojos dejando al Estado el gran paquete que representaba su manejo.

<sup>5</sup> Covi Druetta, Delia. Televisión y Neoliberalismo. (TESIS DOCTORADO) pp.85 UNAM

Dentro del Plan Nacional de Desarrollo 1989 – 1994 se advertía una clara disposición a la apertura de los medios, asegurando el acceso a las diferentes corrientes políticas.

Esta nueva apertura del proyecto neoliberal consideraba entre otras muchas cosas la privatización de los canales de IMEVISIÓN.

Los problemas financieros y sobre todo, el alto costo que representaba para el Estado hacer televisión, fueron los argumentos centrales de una serie de rumores que condujeron primero, al despido masivo de empleados; luego a cambios de programación con el propósito de abaratar la producción, así como la reducción en el número de horas de emisión en los canales 13 y 22 y finalmente, al anuncio de la desincorporación de los canales 7 y 22, realizado el 14 de septiembre de 1990 por la Secretaría de Gobernación.

En octubre del mismo año, IMEVISIÓN aprobó la desincorporación de la Red Nacional 7 y los canales 22 del Distrito Federal, el 8 de Monterrey y 2 de Chihuahua.

“La deuda contraída con el Departamento del Distrito Federal; las Secretarías de Hacienda y de Comunicaciones y Transportes y el Instituto para la Seguridad Social de los Trabajadores del Estado (ISSSTE) sumaba 109.800 millones de pesos, de la cual el 58% correspondía al canal 13 y el resto a IMEVISIÓN. Además, para esas fechas 2,246 trabajadores habían sido liquidados”.<sup>6</sup>

A partir de entonces los canales 7, 13 y 22 transmitieron una misma señal, mientras que el 8 de Monterrey y el 2 de Chihuahua se transformaban en repetidoras sin producción local.

“En 1988 la desincorporación, que no es otra cosa más que la privatización de empresas públicas (entidades paraestatales), adquiere un papel relevante aunque ya se venía gestando desde el sexenio Delamadrista”.<sup>7</sup>

El proceso de privatización de las dos redes nacionales más importantes que poseía el Estado mexicano: la del 7 y la del 13, duró dos años aproximadamente ya que los medios de comunicación se han desenvuelto en un terreno donde el capital privado se sobrepone a los intereses sociales, su función social y cultural a sido relegada.

Para comenzar la desincorporación era necesario ordenar aspectos jurídicos y administrativos. En el caso de la red del 7 se separó el canal capitalino de otros 79 dispersados por el país.

“Se convocó a una reunión para analizar la desincorporación de las televisoras estatales, tras una serie de obstáculos suscitados a partir del proceso de privatización, se dieron

---

<sup>6</sup> Ibidem, pp.89

<sup>7</sup> Vázquez Corra Jacaranda, De la Cultura al Poder. (TESIS LICENCIATURA) pp.65

diversos cambios de estrategias y se formó un paquete de medios con tal de hacer más atractiva su compra”<sup>8</sup>, lanzándose la Convocatoria en el Diario Oficial.

Las protestas no se hicieron esperar y el 17 de diciembre tres organizaciones relacionadas con la comunicación impugnaban las condiciones de la convocatoria. “El Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación y la Fundación Manuel Buendía, se manifestaron contra cuatro décadas de concesiones que favorecían las tendencias monopólicas y excluían la participación de pequeños empresarios, las agrupaciones sociales y políticas, y las Instituciones de educación superior”<sup>9</sup>.

A partir del año siguiente, en 1990 se decidió desincorporar del aparato estatal a IMEVISIÓN y dar paso a la privatización de la Red Nacional 7 y el canal 13.

El 26 de febrero de 1991, Carlos Monsivais y Héctor Aguilar Camín, lograron convocar alrededor de 800 intelectuales representantes de la comunidad cultural del país, en una carta abierta dirigida al Presidente de la República con la intención de mantener el Canal 22 como un canal no comercial bajo un sello cultural. Para ello se proponía la creación de un Consejo plural de planeación que diseñara su programación.

La carta se publicó en todos los periódicos nacionales. En su parte central menciona lo siguiente:

“La desincorporación de canales y frecuencias que en estos días emprenderá IMEVISIÓN, puede reforzar el marco de la competencia privada, pero debilitará el de la televisión pública no comercial. Esa televisión puede no ser rentable, pero es una inversión de primer orden, fundamental como parte del clima cultural abierto y democrático que debe consolidarse en México. Por ello en vísperas de la desincorporación de los canales 7 y 22 de IMEVISIÓN, nos parece oportuno poner a la consideración de su gobierno las siguientes propuestas:

“1. Que la frecuencia del Canal 22 de IMEVISIÓN no se venda a inversionistas privados, siga en propiedad del Estado y proponga cubrir, por cualquier vía, el territorio nacional.

“2. Que el propio Estado asuma, a través de IMEVISIÓN, los costos financieros y operativos del Canal 22, con vistas a convertirlo, en un futuro inmediato, en un canal no comercial de interés público y contenido cultural. Sugerimos que parte de los ingresos de la desincorporación del Canal 7 se destinen a este propósito.

3. Que al efecto se integre un consejo de planeación plural, representativo de la sociedad civil para diseñar el proyecto de programación del Canal 22.”<sup>10</sup>

<sup>8</sup> Mejía Barquera, Fernando. “Los medios en 1992: Una triste historia” en Revista Mexicana de Comunicación. Enero- febrero 1993 pp.12

<sup>9</sup> Bernal, Guadalupe. “Bitácora del Canal 22” en Revista de la Universidad de México. Mayo 1991. pp.21

<sup>10</sup> *ibidem*, pp.21-22



El 1º de febrero de ese mismo año la presidencia responde afirmativa la solicitud integrándose, 20 días después, el Consejo de Planeación del Canal 22 el que trabajaría presidido por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, y un grupo de representantes de distintos sectores culturales del país.

La lista de los integrantes del Consejo de Planeación estuvo encabezada por “Víctor Flores Olea, presidente del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, quien estaría encargado de coordinar los trabajos del grupo. Jorge Bustamante, investigador universitario, presidente del Colegio de la Frontera Norte, articulista del periódico *Excelsior*; Julieta Campos, escritora; Emilio Carballido, escritor y dramaturgo; Teodoro Césarman, cardiólogo y escritor, presidente del Consejo Consultivo de la Ciudad de México; Rolando Cordera, economista y ensayista político, profesor e investigador de la UNAM, conductor del Programa *Nexos*; Carlos Escandón, rector de la Universidad Iberoamericana; Fátima Fernández Christlieb, comunicóloga, investigadora de la UNAM, articulista del periódico *La Jornada*; Emilio García Riera, crítico e historiador de cine, director del Centro de Investigación Cinematográfica de la Universidad de Guadalajara; Hugo Hirriart, dramaturgo; Margarita Michelena, escritora y periodista, directora del suplemento cultural de la revista *¡Siempre!*; Carlos Monsiváis, escritor y periodista; Raúl Padilla, rector de la Universidad de Guadalajara; Mauricio Reyes, coordinador de asesores del director general de Comunicación Social de la Presidencia de la República; Enrique Rubio, publicista y comunicólogo, director de la agencia Consultores en Comunicación Social; Jorge Sánchez Sosa, cineasta, director de Video Zafra y Macondo S.A.; José Sarukhán, rector de la UNAM; Beatriz Solís, comunicóloga e investigadora universitaria; Raúl Trejo Delarbre, investigador de la UNAM y periodista, y Eraclio Zepeda, poeta, cuentista, ensayista y actor, entonces director del Festival Cultural del Caribe”.<sup>11</sup>

La tarea del Consejo de Planeación estuvo relacionada a la orientación y a la política del desarrollo del 22, así como a la evaluación programática basada en el contenido. La línea a seguir: la difusión cultural y el impulso al desarrollo del servicio comunitario. El 22 debía tener un perfil que respondiera a las necesidades culturales del país, a la vez de llenar los vacíos existentes en la televisión y ellos tenían la responsabilidad de garantizar la libertad y la pluralidad cultural.

El Consejo de Planeación fue un cuerpo provisional creado para presentar los lineamientos bajo los que debería operar el Canal 22 “...este cuerpo trabajó en sesiones plenarias y decidió, para abordar las tareas encomendadas crear cuatro comisiones que se ocuparan de los aspectos jurídicos, financieros y administrativos, técnicos y de programación.”<sup>12</sup>

Con la firme intención de que no fuera desincorporada la empresa Televisión Metropolitana y constituirla como una entidad con fines culturales el 25 de junio de 1991 el Consejo de Planeación del Canal 22 presentó al presidente las directrices ( programáticas, técnicas, jurídicas y administrativas) que pretendían determinar el perfil del nuevo canal, contenidas en el documento “Consideraciones en torno al Canal 22”.

<sup>11</sup> *Ibidem*, pp.24

<sup>12</sup> “ *El 22, un Ejercicio para fortalecer la Democracia*” en *Revista Mexicana de Comunicación*, Julio - agosto 1991 pp.12

Respecto a la estructura del nuevo medio se sugirió un órgano innovador en su campo: el Consejo de Planeación y Políticas de Desarrollo del Canal 22 con una organización novedosa, especializada y de prestigio que oriente a la dirección y al gobierno de la entidad, haciendo a un lado la burocracia.

“El Presidente Salinas de Gortari manifestó que ante la propuesta presentada el Estado se ve obligado a actuar y respaldar este trabajo para lograr una televisión cultural atractiva, profesional, de interés público y de excelencia, y demos así una respuesta a la solicitud de la comunidad intelectual y, sobre todo, a las expectativas de la sociedad mexicana.”<sup>13</sup>

El gobierno salinista se afianzó en su proceso de modernización y reestructuración de los medios televisivos, con reformaciones del Estado y con la aprobación de la demanda cultural el gobierno destacó haber cumplido su compromiso con la comunidad al proteger y difundir el patrimonio de México y la humanidad.

De esta forma se fue definiendo el proyecto del Canal 22, el manejo del Estado ante este, y el cumplimiento de las propuestas del aún Consejo de Planeación donde se encuentran las tareas con las que se inició la etapa de la red cultural, expuesta ante el Presidente durante la ceremonia.

Se coincidió en la necesidad de descentralizar la producción de los programas tanto locales como regionales reconociendo sus valores culturales; de la siguiente manera se delimita la etapa para una red cultural:

1. **Integración del Consejo de Administración y nombramiento del director general (atribuciones, facultades y obligaciones en los artículos 58 y 59 de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales).**
2. **Nombramiento del Consejo de Planeación y Políticas de Desarrollo (órgano plural, integrado aproximadamente por diez personas, encargado de los vínculos con la sociedad; de orientar respecto a los elementos de pluralidad y descentralización, de impulsar el rigor profesional, la calidad, la innovación televisiva; responsable del equilibrio en la programación; definir sistemas de evaluación, entre otras funciones). Su composición, renovación, facultades y obligaciones quedarán contempladas en un reglamento que el propio Consejo propondrá.**
3. **Modificación del acta constitutiva de la empresa Televisión Metropolitana SA de CV titular actual de la concesión, para atender a las características de la nueva entidad cultural pública.**
4. **Realización de los estudios financieros para la operación de la red cultural nacional con base en los cálculos presupuestales entregados.**
5. **Inicio de pruebas para la transmisión en el Valle de México, una vez que se haya reubicado la antena.**
6. **Establecimiento de vínculos entre Televisión Metropolitana SA de CV y empresas y organismos de TV local de los estados para que la señal inicial tenga salida al aire en todas las entidades.**
7. **Continuación de los trámites ante la Secretaría de Comunicaciones y Transportes para el otorgamiento de dos concesiones en la banda de UHF en cada estado de la República, con la finalidad de que la red cultural nacional cuente más adelante, con canales propios en todo el país.**
8. **Integración de los Comités de programación y Evaluación para seleccionar los primeros materiales a difundirse y actualizar los acervos nacionales de video. Simultáneamente a lo anterior sería conveniente encontrarle un nombre adecuado a esta red nacional, que sólo operará en el D.F. como Canal 22, ya**

<sup>13</sup> Rocha, Alberto. “Con voluntad y el fortalecimiento de la cultura se mantendrá la Soberanía.” Excélsior, 26 de junio 1991, pp. 1

que en los estados las transmisiones se harán por otras frecuencias y en la mayoría de los casos por otra banda en su primera etapa.

La denominación es importante para no distorsionar a lo que se explica con claridad en los lineamientos generales del documento: se trata de una red cultural nacional y no de una serie de canales repetidores de lo que emitía el centro.”<sup>14</sup>

Este proyecto se concretó cuando el 23 de marzo de 1992 el gobierno del Presidente Salinas de Gortari inauguró la etapa de consolidación de una nueva política frente a los medios de comunicación.

Durante la reunión en los pinos, el jefe ejecutivo encabezó la ceremonia de instalación del Primer Consejo de Planeación y Políticas de Desarrollo del Canal 22 y el nombramiento de Pérez Gay como Director General del canal, en lo que respecta al CPPD el presidente estableció que este deberá poseer la tolerancia, la libertad de expresión y creación artística para constituirse en una red que refleje la pluralidad de las expresiones culturales del país.

*Asimismo el Consejo de Administración fue el encargado de designar a los 14 miembros que conformarían el CPPD, posteriormente 3 personajes más se unieron a la lista, (Martínez Hernández, Vigil Avalos y Medina Viedas) de manera sorpresiva pues el reglamento establecía de forma estricta el número de sus integrantes, a menos que haya habido renunciaciones desconocidas y por lo tanto vacantes por cubrir.*

“Las funciones de este Consejo de Planeación de Políticas y Desarrollo (CPPD) quedaron expresadas en la cláusula XXII de la escritura constitutiva. En ella se dice que el Consejo servirá para el asesoramiento de planeación de las políticas generales de desarrollo y divulgación de las actividades culturales del canal”.<sup>15</sup>

Tal documento “Consideraciones en torno al Canal 22” ha sido referente básico para los trabajos realizados hasta la fecha en cada una de las áreas que constituyen a Televisión Metropolitana SA de CV y el instrumento teórico y práctico que ha determinado sus políticas iniciales y las perspectivas de su desarrollo interior.

La gestión del Consejo fue muy larga y al parecer difícil, ya que apenas el 23 de junio de 1993 el canal comenzó las transmisiones de ocho horas diarias dedicadas íntegramente a temas culturales. Hasta ese entonces el canal no transmitía anuncios publicitarios, sin embargo, una vez que afianzó su funcionamiento, empezó a aceptar patrocinios para sus programas.

El 10 de diciembre de 1991 parece en el Diario Oficial de la Federación el decreto de extinción del Instituto Mexicano de Televisión, debido a su inviabilidad económica. Este

<sup>14</sup> Fernández, Fátima. “Canal 22: Hacia la red cultural Nacional.” *LA JORNADA*. 14 de julio 1991. pp.31

<sup>15</sup> Granados Chapa, Miguel Ángel. “Plaza Pública”. *LA JORNADA*. 16 de octubre 1992. pp.47

decreto, no interfería con la Corporación Mexicana de Radio y Televisión, aún concesionaria del canal 13. Las declaraciones oficiales de entonces enfatizaron la permanencia en manos del Estado de canal 13, IMER e IMCINE, mientras que el canal 7 se privatizaría, destinándose el producto de su venta a fortalecer el 22.

Durante 1991 se concretaron los cambios que darían una nueva fisonomía al mapa de la televisión mexicana; se reestructuró la programación del 13; el 11 cambió el rumbo que lo había caracterizado como canal cultural sin publicidad aceptando patrocinios y cambiando su producción; el 22 se transformó a pedido de un grupo de intelectuales en canal cultural; mientras se siguió con el procedimiento para vender el 7, consistente en transformar su permiso de operación en una concesión y se canceló formalmente IMEVISIÓN.

Al comenzar 1992 la televisión mexicana pública o del Estado contaba únicamente con la transmisión del 11 y el 13, mientras se esperaba lograr la venta del 7 y que el 22 comenzara a salir al aire. Tres meses después, el 30 de marzo, la Secretaría de Gobernación anuncia la desincorporación de la empresa Corporación Mexicana de Radio y Televisión, concesionaria del canal 13, depositando en la Secretaría de Hacienda la responsabilidad de vender el canal con sus repetidoras. Las funciones del 13 – se dice – pasan a ser asumidas por los canales 11 y 22.

El 26 de junio se concreta la creación de este canal y unos meses después se le otorga un presupuesto de 70 millones de pesos. El Presidente Carlos Salinas de Gortari explicó que la decisión del gobierno es otorgar al Canal 22 el carácter cultural que ha solicitado la comunidad intelectual, porque ello responde al interés de garantizar una frecuencia televisiva abocada a la preservación de valores nacionales y universales del pensamiento.

Al dar a conocer el proyecto del Canal 22, el jefe del Ejecutivo indicó que con él se busca revalorar la importancia de los medios públicos en un marco de absoluta diversidad sin más restricciones que la calidad, la eficiencia y la lealtad a la nación. En la medida en que este canal se consolide y refleje nuestra pluralidad y diversidad, el alcance de las transmisiones será colmado con una audiencia tan variada, como lo es la cultura nacional.

“El proceso privatizador culmina en julio de 1993 con la adjudicación de los canales 7 y 13, así como sus 189 estaciones repetidoras, a la empresa Televisión Azteca la cual pagó por la adquisición 640 millones de dólares”.<sup>16</sup>

Los eventos anteriores manifiestan claramente dos cosas: por un lado, el Estado considera que la televisión (medio de comunicación por excelencia) no debe formar parte de su estructura administrativa, y que corresponde a los particulares definir el espectro de la información, la formación y el entretenimiento. Por otro lado, los sectores pensantes de la sociedad civil se oponen a que el Estado deje de asumir esta tarea y que, por el contrario, sea él quien se responsabilice de la difusión cultural por televisión. Dos concepciones se vislumbran: una, la del reclamo de algunas fuerzas sociales (los intelectuales), y la otra (la del gobierno).

<sup>16</sup> Covi Druetta, Delia. Televisión y Neoliberalismo. (TESIS DOCTORADO). UNAM. pp.98

Sin embargo, el peso de la decisión para conservar el Canal 22 como cultural puede interpretarse de varias maneras: a) como una respuesta del Estado a la comunidad científica y cultural de México que sólo abogó por el Canal 22 y no por una televisión estatal comprometida por el arte, la ciencia y la cultura; b) como una respuesta del Estado para legitimar la privatización de la Red Nacional 7 y los canales 8 de Monterrey y 2 de Chihuahua; c) como una respuesta con la cual el Estado decide que la cultura por televisión se difunda por UHF (cobertura limitada), aunque pretende la creación de una red cultural nacional en un mediano plazo.

En síntesis, lo que se había logrado hasta la fecha fue: La respuesta de un estado asistencial de corte neoliberal que satisfizo las expectativas de los intelectuales que deseaba difundir cultura por TV.

El gobierno salinista se afianzó en su proceso de modernización y reestructuración de los medios televisivos, con reformaciones del Estado y con la aprobación de la demanda cultural el gobierno destacó haber cumplido su compromiso con la comunidad al proteger y difundir el patrimonio de México y la humanidad

## POLITICAS INSTITUCIONALES

Para poder hablar acerca de las políticas institucionales de Canal 22, es importante señalar que estas encuentran su fundamento en el Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000, donde se menciona la realización de un programa de cultura el cual incluye diversos aspectos para el desarrollo cultural de la nación, entre los que señala al de Cultura en Medios Audiovisuales, que atañe a Canal 22.

Con relación a lo anterior, Canal 22 estableció un programa que busca ser realista y capaz de ser llevado a cabo en los términos de este periodo establecido, según su disponibilidad financiera. En consecuencia, Canal 22, reconoce la necesidad de crear nuevas fórmulas que le permitan diseñar una nueva televisión que verdaderamente sea cultural y que impacte positivamente la educación nacional.

Televisión Metropolitana, SA de CV cuenta con las siguientes áreas funcionales:

- Subdirección General Técnica Operativa.
- Subdirección General de Política Cultural.
- Subdirección General de Patrocinios y Comercialización.
- Subdirección General de Administración y Finanzas.
- Contraloría Interna.
- Dirección de Asuntos Jurídicos.

Mismos que bajo la coordinación de la Dirección General, se encargan de realizar y dar congruencia a los objetivos planteados por la entidad, a través de sus propios programas operativos y de continuar desarrollando los siguientes proyectos: Técnico Operativo, Carta de Programación (Carta de Programación y Producción Televisiva), Patrocinios y Comercialización. Así como Apoyo Administrativo y Financiero.

Las Políticas Institucionales del Canal, basan sus directrices en el objetivo primordial de dar un lugar destacado a la cultura nacional. El Consejo, determinó en el documento "Consideraciones en Torno a Canal 22", las políticas iniciales y las perspectivas de su desarrollo consecutivo.

"El 30 de abril de 1992 en la Asamblea General Extraordinaria de Accionistas se acordó la ampliación del objeto social, para que actúe como una entidad eminentemente cultural desarrollando y divulgando la cultura en general".<sup>17</sup>

Cabe señalar que la dinámica de Canal 22 en el inicio de sus operaciones dependió del apoyo y colaboración de un sinnúmero de instituciones tanto públicas como privadas, nacionales y extranjeras con las que se realizaron convenios y contratos que permitieron cumplir con la normatividad base para elaborar la Carta de Programación televisiva.

<sup>17</sup> Programa Institucional de Mediano Plazo 1995-2000. Televisión metropolitana, SA de CV Canal 22 pp. 9

En ese sentido, bajo la coordinación del Director General se trabajó estrechamente en contactar las distintas televisoras públicas del mundo como: National Film Board of Norway, National Film Board of Canadá, el Canal Arte (Franco-Alemán), Public Broadcasting Sistem de EUA, RAI de Italia, entre otras. La relación sobresaliente establecida fue con la Sociedad de Radio y Televisión de Quebec de Canadá, una de las televisoras más importantes del mundo.

Con esta sociedad se suscribió un convenio General de Colaboración que le permite a Canal 2 recibir asistencia técnica para la instalación y funcionamiento de los equipos de producción, postproducción y transmisión; asistencia técnica para el análisis de audiencia, la investigación informativa, el seguimiento de programación y la investigación evaluadora; así como en la gestión financiera, ventas publicitarias, financiamiento a proyectos y la representación exclusiva de los intereses comerciales de ambas entidades, en sus respectivos países.

En el ámbito de la normatividad establecida para la transmisión de programas de televisión, se gestionó ante las autoridades de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación (SG); de la Dirección General de Derechos de Autor de la Secretaría de Educación Pública (SEP); de la Dirección General de Inventiones y Marcas de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI), a fin de atender los registros de guiones, rúbricas musicales, diseños, reserva de títulos, registro de marcas, registro de contratos autorales y transmisión de programas de televisión.

El 15 de febrero de 1993, es estableció y registró ante la Junta Federal de Conciliación y Arbitraje, el Convenio de Administración de Televisión Metropolitana, SA de CV y el Sindicato de Trabajadores de la Industria de la Radiodifusión, Televisión y Similares y Conexos de la República Mexicana, donde se le acredita como titular y administrador del Contrato Ley, quedando sindicalizadas 44 plazas del área técnica operativa.

“Durante 1993 se regularizó al personal ante el Instituto Mexicano del seguro Social con retroactividad a la fecha de ingreso que data desde 1992. Se cumplieron las disposiciones del Sistema del Ahorro para el Retiro y se actualizaron las altas y bajas del personal en la Aseguradora Hidalgo”.<sup>18</sup>

Una de las Políticas del Canal ha sido, precisamente la de mantener el mismo tamaño de la estructura orgánica hasta la fecha. Otra de las políticas es la elaboración e implementación de los manuales de organización política y procedimientos.

Respecto a las disposiciones legales que regulan el funcionamiento de las entidades paraestatales, destacan por su importancia las diversas estrategias y acciones como fue el programa anual de control y auditoría para 1993 y 1994 cuya finalidad fue apoyar a los

---

<sup>18</sup> Op. Cit. pp. 15

titulares de las áreas auditadas, identificando las deficiencias de control y posibles desviaciones en el manejo de los recursos asignados.

Cabe destacar que en los inicios de Canal 22 los sistemas de control eran incipientes, al no existir operaciones, no se requería de procedimientos específicos de control, siendo hasta abril de 1993 que se iniciaron las actividades de Contraloría Interna, la cual fue aprobada y autorizada en su estructura orgánica por la actual, Secretaría de Desarrollo Administrativo y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Por otro lado, en cuanto a programación se refiere, el Canal preparó inicialmente, paquetes de 20 horas de programación mensual. De los cuales 14 son nacionales y 6 extranjeros. Esta programación es variada e interesante para todo tipo de público: además, ha llevado a cabo la verificación de que los programas no tuvieran problemas de derechos autorales.

Con relación a este aspecto normativo, en 1994 para cumplir con lo establecido por la Ley Federal de Radio y Televisión se presentaron para su autorización 1,962 horas de programación y se pautaron 51 horas, 39 minutos; 04 segundos para cubrir los tiempos oficiales que definió la autoridad competente.

La estrategia de patrocinios y comercialización permitió obtener recursos económicos y materiales, de forma creciente e importante a partir de 1993 que se aplicaron al desarrollo de la entidad.

En ese mismo año se inicia la constitución de dos figuras de enlace para obtener recursos: la Asociación Civil Amigos del Canal 22, misma que quedó formalmente constituida en 1994, el Fideicomiso Canal 22 y un subfondo de FONACULTA, para los dos primeros se crearon los mecanismos de trabajo y el conjunto de sus servicios, en tanto el último es un apoyo directo a la televisora.

Se realizaron proyectos de apoyo para la difusión y la presencia de Canal22 entre la sociedad civil y patrocinadores para programas específicos y necesidades materiales. Entre ellos se encuentran apoyos de empresas, instituciones académicas y culturales, representaciones diplomáticas y artistas plásticos mexicanos.

Bajo este esquema se recibieron donativos, patrocinios y coproducción para la realización de programas de televisión, intercambios en especie, participaciones en ferias, muestras, concurso de diseño de cartel, acuerdos de colaboración y convenios. Estas actividades se consolidaron en 1994 cuando se dio un incremento importante en la obtención de recursos para programas culturales.

La comercialización, por su parte, ha logrado el acercamiento directo y de participación de anunciantes con la emisora. Una variante que ha tenido éxito son los intercambios publicitarios con anunciantes, con empresas e instituciones. Puede señalarse que a diciembre de 1994 el ingreso por intercambios ascendió a N\$16,991 miles, y para diciembre de 1995 resultó ligeramente menor N\$16,768 miles cantidad que tiene peso significativo con respecto a las transferencias del Gobierno Federal.



La estructura orgánica y la plantilla de personal autorizadas, permanecen prácticamente iguales al momento de su creación. Este suceso ha dado lugar, a tener personal contratado por otros regímenes, como el caso específico del personal de la Dirección de Noticias contratado por el régimen de honorarios y el personal free lance, ambos autorizados por el Consejo de Administración, y que realizan funciones obligadas y necesarias para el buen desempeño de la entidad.

En el transcurso de 1994 se realizó un esfuerzo extraordinario por parte de la televisora para documentar las políticas y procedimientos con lo cual se logró concluir los Manuales de Organización, Políticas y Procedimientos, sin embargo los requerimientos para definir aspectos complementarios o actividades que han surgido posteriormente, son de un volumen significativamente superior a la capacidad de respuesta de las áreas para adicionar dichos documentos.

La atención de nuevas necesidades: las rutinarias, las relativas a documentar procedimientos y las de expansión de las transmisiones y equipo, generan obligadamente una sobrecarga de actividades en distintas áreas o personas de Canal 22 que pueden ocasionar falta de atención a pequeños detalles, no por ello menos importantes.

Las políticas institucionales de Canal 22 pretenden integrar un modelo de cultura que propicie la conducción y actuar del servidor público con ética y mística de servicio, e involucrar a la entidad en el desarrollo nacional que genera el programa de Mediano Plazo del periodo 1995-2000. Para propiciar el cumplimiento de los planes, programas, políticas y procedimientos de cada una de las áreas.

Orientar la programación a la ampliación de la educación popular, la difusión de la cultura, extensión de los conocimientos, la propagación de las ideas que fortalezcan nuestros principios y tradiciones; además de estimular 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 las orientaciones adecuadas que afirmen la voluntad nacional.

Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las buenas costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma evitando palabras insolentes y las frases de doble sentido, exaltar los valores de la nacionalidad mexicana dentro del respeto a la vida privada y a la moral, fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional, la amistad y la cooperación internacional.

Asimismo, dentro de las políticas institucionales, se busca establecer una serie de acciones que permitan:

- Hacer llegar al mayor número de televidentes el contenido cultural de Canal 22, no sólo a través de las transmisiones cotidianas, si no allegando la riqueza de su acervo a los institutos de educación del país como material de consulta imprescindible para el académico y el estudiante.
- Difundir los principales valores democráticos nacionales y sociales con la participación en las tareas culturales del país, por ello una perspectiva inmediata a cubrir es lograr una cobertura territorial de nuestra señal del 100% que cada hogar tenga la posibilidad real de recibir la programación de Canal 22.
- En el periodo mencionado se consolidaran las coproducciones y el Sistema Nacional de Producción Televisiva Cultural.
- Avanzar en la adquisición de equipos y tecnología de punta para el eficaz desarrollo de Televisión Metropolitana, SA de CV; promover intercambios técnicos y consolidar la cobertura de la señal.

El mismo Plan Nacional de Desarrollo (PND) se propone normar los programas institucionales y sectoriales, por lo que plantea los siguientes cinco objetivos fundamentales:

- I. Fortalecer el ejercicio pleno de la soberanía nacional, como valor supremo de nuestra nacionalidad y como responsabilidad primera del Estado Mexicano.
- II. Consolidar un régimen de convivencia social regido plenamente por el derecho, donde la ley sea aplicada a todos por igual y la justicia sea la vía para la solución de los conflictos.
- III. Construir un pleno desarrollo democrático con el que se identifiquen todos los mexicanos y sea base de certidumbre y confianza para una vida política pacífica y una intensa participación ciudadana.
- IV. Avanzar a un desarrollo social que propicie y extienda en todo el país, las oportunidades de superación individual y comunitaria, bajo los principios de equidad y justicia.
- V. Promover un crecimiento económico vigoroso, sostenido y sustentable en beneficio de los mexicanos.

Por ello en los próximos años el Canal procurará un mayor aprovechamiento del potencial educativo y de difusión cultural de los medios de comunicación. Se promoverá su participación comprometida para fomentar actitudes que afirmen nuestros valores fundamentales.

En este contexto Televisión Metropolitana, SA de CV, se propone permanecer como una entidad eminentemente cultural, por ello bajo los objetivos general y específicos del PND,

los objetivos institucionales globales de Canal 22 que darán respuesta a la política cultural nacional son:

Fortalecer la capacidad tecnológica de difusión de la televisora.

Llevar al público mexicano "lo mejor" del arte y la cultura, nacional, y universal.

Convertir a Canal 22 en el medio de expresión de la pluralidad cultural y democrática, y en el espacio de jóvenes creadores mexicano.

En el Plan Nacional de Desarrollo también se habla sobre la soberanía, las estrategias y líneas de acción dirigidas a garantizar la seguridad nacional de México, asimismo se señala la importancia de "fomentar el aprecio a nuestra historia, a nuestra cultura, a las costumbres, los valores y principios que nos dan identidad, tanto en el sistema educativo nacional y en los medios de comunicación.

Además se menciona la necesidad de fortalecer y extender el intercambio y el conocimiento de las culturas de estas naciones, y también que: "se dará un mayor impulso a temas como la promoción del desarrollo, la creación y modernización de infraestructura y el intercambio científico, técnico y cultural", en lo social, "se promoverán y preservarán las capacidades creativas y el patrimonio cultural de los mexicanos".

Bajo el perfil de las estrategias señaladas por el PND, y conforme a sus propios objetivos Televisión Metropolitana, S.A. de C.V. plantea las estrategias así como las líneas de acción que le permitirán el logro de sus objetivos, indicadas en lo particular bajo la corresponsabilidad de cada una de las áreas que conforman a la televisora.

Canal 22 ubica como estrategias generales las siguientes:

Determinación de las necesidades de infraestructura tecnológica.

Elaboración de proyectos de adquisición, mantenimientos y reacondicionamiento del equipo.

Propiciar la red Nacional de Televisión Cultural.

Seleccionar y adquirir lo mejor del arte y la cultura, sobretodo aquéllos que resalten y fortalezcan la identidad nacional.

Apoyar proyectos televisivos que difundan la cultura, sobretodo aquellos que resalten y fortalecen la identidad nacional.

Impulso a programas educativos.

Apoyar la formación de recursos humanos profesionales en los medios audiovisuales de comunicación, comprometidos con la educación y la cultura.

General nuevos públicos (atraer a niños y jóvenes) con programas culturales destinados a ellos.

ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA

Dentro del área Técnico Operativo es necesario ampliar la red de transmisión a través de la ubicación de repetidoras y el enlazamiento con las televisoras regionales que fortalezcan el modelo de televisión cultural, creado por esta entidad, en el ámbito nacional. Sus objetivos son:

Fortalecer la infraestructura tecnológica de Canal 22 con el fin de que su señal cubra cada vez más amplios espacios de territorio nacional con altos niveles de calidad de transmisión y recepción.

Consolidar la cobertura de la señal manteniendo con los organismos involucrados en este tipo de proyectos información y contacto, y promoviendo con ellos intercambios técnicos.

Dentro de la Programación y Producción Televisiva se encuentra el avance tecnológico de los medios audiovisuales el cual generó nuevas expectativas en cuanto a la difusión de la comunicación; en lo que respecta a la cultura Canal 22 en el corto tiempo que lleva de vida ha dado prueba fehaciente de las posibilidades de difundir cultura a través de este medio. Ofreciendo una visión amplia y moderna de la cultura y las artes nacional y universal.

Pero, aún queda mucho por hacer; como es el caso de la atracción de nuevos públicos, específicamente niños y jóvenes. Por ello se requiere una nueva programación y producción televisiva altamente planeada que sea capaz de transmitir educación y cultura logrando la tolerancia y el respeto a las diferencias de "credo". Sus objetivos primordiales son los siguientes:

Mantener a Canal 22 como la propuesta cultural dentro de los medios audiovisuales de comunicación masiva, asegurando que la producción, realización de programas, noticias y eventos informativos, incluyendo la publicidad comercial, sea compatible con la estrategia y filosofía establecida para la entidad.

Propiciar una nueva generación de creadores audiovisuales comprometidos con la cultura y las artes, con visión nacional e internacional.

Ofrecer la nueva producción nacional televisiva a los principales mercados y escenarios regional, nacional e internacional.

Con relación al área de **Patrocinios y Comercialización**, la política institucional del Canal establece que las estrategias aplicadas hasta el momento han dado nuevos resultados en la obtención de recursos financieros y en la de patrocinios; sin embargo se considera que esta puede ser todavía más representativa.

Es por ello que se plantean acciones de mayor "agresividad" a fin de lograr mejores ingresos por comercialización y patrocinios. Asimismo, se busca involucrar a particulares

en el financiamiento de programas culturales. Aspectos que en el futuro son muy prometedores: lograr mayores ingresos propios. Los objetivos de esta área son:

*Establecer un sistema de promociones, y acciones de patrocinios y comercialización que permitan obtener recursos financieros adicionales, con el fin de lograr la mayor autosuficiencia financiera posible de Televisión Metropolitana, S.A. de C.V.*

*Estimular el intercambio de publicidad y espacio de tiempo, así como de materiales televisivos, con organizaciones que se dediquen a la transmisión de la cultura y educación a través de los medios audiovisuales.*

*Consolidar la imagen de Canal 22 ante la sociedad civil con miras a aumentar el teleauditorio.*

Con el Apoyo Administrativo y Financiero se lograron establecer las estrategias administrativas y financieras que permitieron, con una estructura de personal mínima, el lanzamiento de la señal de televisión. Ello bajo el marco normativo definido para las entidades paraestatales, apoyados en un esquema de racionalidad.

Hoy a este programa le compete continuar avanzando en la consolidación de las actividades administrativas y financieras que se van complejizando, resultado del crecimiento natural de la cobertura y difusión de la televisora. Por ello se aboca a planear las actividades que le son propias y redefinir y administrar los recursos humanos, materiales y financieros, con que cuenta así como los que obtenga.

*Propiciar la gestión planeada, con apego a la normatividad vigente para las entidades paraestatales, de la administración de los recursos humanos, técnicos, materiales y financieros (patrimonio, fondos y valores de la propiedad o al cuidado de la entidad) bajo un esquema de racionalidad, productividad, modernización y transparencia.*

*Coordinar la estrategia financiera de las unidades que conforman la entidad y supervisar la elaboración de sus presupuestos y dar apoyo para la realización de proyectos viables en especial aquellos que permiten el ingreso de recursos propios.*

Las siguientes dos áreas realizan actividades sustantivas que no se cubren por otros proyectos o Subdirecciones. 1) la Contraloría Interna se encarga de la vigilancia del cumplimiento de las normas emitidas por la Ley, de los compromisos contraídos y de los emanados de los programas de Canal 22. 2) La Dirección de Asuntos Jurídicos es la representante legal de Televisión Metropolitana, S.A. de C.V. y esta encargada de la revisión de toda la normatividad de aspecto legal que enfrenta la televisora, así como ser su representante en cualquier juicio de tipo jurídico.

En sus inicios la actividad del área de Contraloría era mínima, el crecimiento de la entidad determinó la necesidad de mayores controles; entonces la contraloría definió todo lo necesario para ello e incrementó notablemente su participación y vigilancia del cumplimiento de la normatividad y objetivos del Canal 22. El objetivo fundamental de esta área es:

*Dar apoyo al titular de Televisión Metropolitana S.A. de C.V. En la vigilancia del cumplimiento de las disposiciones legales, reglamentarias, administrativas, políticas, planes, programas, presupuestos, normas y lineamientos, como también de los procedimientos acordes a las políticas por la Dirección General y a la normatividad y lineamientos emitidos por la Secretaría de la Contraloría y Desarrollo Administrativo.*

Por otra parte, el cumplimiento de la normatividad legal ha sido cubierta ampliamente por el área jurídica. En el futuro habrá de realizar mayores actividades como es el caso de revisión de convenios, elaboración de contratos, revisión del marco legal y sensibilización e parte de los integrantes de Canal 22 de la necesidad del cumplimiento de los requisitos legales. Su objetivo es: lograr la protección jurídica de los derechos morales y patrimoniales de Televisión Metropolitana.

## **POLITICA CULTURAL**

*La Política Cultural del Canal 22 se basa fundamentalmente en los lineamientos contenidos en el Programa de Cultura 1995-2000” presentada por el Poder Ejecutivo Federal y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA).*

*Dicho programa define la Política Cultural a fines del siglo XX como un elemento de estrecha relación con la soberanía, el fortalecimiento del federalismo y la consolidación de la vida democrática.*

*A continuación se indican aquellas formas de vinculación de la cultura con la vida nacional y con la labor de los medios de comunicación, tales como el Canal 22.*

*El “Programa de Cultura” especifica el fortalecimiento de la soberanía nacional, como primer objetivo del Estado mexicano, que implica la reafirmación de nuestra cultura, así como la proyección de nuestra nacionalidad, fortaleciendo la presencia de nuestro país en el mundo.*

*Por otra parte —especifica del documento- “la consolidación de la vida democrática en México tiene en el desarrollo cultural un elemento de especial importancia en la creación de las condiciones sociales que le son indispensables: expresión de la pluralidad ideológica, elevación de la capacidad crítica y la comprensión de la realidad y los problemas nacionales así como la disposición al diálogo, a la tolerancia y a la convivencia civilizada”.*

*Asimismo, se establece que en la construcción de un nuevo federalismo, la cultura contribuye a manifestar la diversidad étnica y social del país.*

*En relación con la integración de los servicios básicos, se menciona a la educación como un espacio natural de vinculación con la cultura. “El mejoramiento de la calidad de los servicios de educación tiene que ver, entre otros factores y necesidades, con una mayor vinculación entre educación y cultura...”*

*Dentro del mismo “Programa de Cultura 1995-2000” se menciona la función del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA), la cual consideramos importante mencionar debido a la vinculación que tiene con Canal 22.*

*Así, se señala al CNCA como la instancia encargada de llevar a la práctica la política cultural del Gobierno de la república, el cual...”en sus siete años de existencia, ha recogido la experiencia acumulada en el país en materia de política cultural, coordinando los esfuerzos de las instituciones públicas consagradas a la presentación, promoción y difusión de la cultura y actualmente; fortalece sus programas y acciones en el campo de la descentralización de los bienes y servicios culturales, con el fin de alcanzar un desarrollo equilibrado en las diversas regiones y entidades de la República”.*

Por ello, el CNCA debe mantener como objetivo primordial el brindar una mayor atención en el campo de los servicios culturales al mayor número de mexicanos, con el apoyo de los medios y canales de difusión; con el fin de ampliar la infraestructura cultural nacional. Considerando como “necesario que los distintos grupos y sectores sociales reconozcan y asuman la responsabilidad y el papel que a cada uno corresponde en la preservación del patrimonio cultural, la impartición de la educación artística, el aliento a la creatividad y la difusión de la cultura”.

Entre las estrategias generales se encuentra la reafirmación del carácter nacional de la política cultural, a través de una mayor participación de la sociedad y la comunidad cultural con el CNCA mediante sus propuestas. Con base en lo anterior, se busca una ampliación del papel de los medios de comunicación masiva en la difusión de la cultura.

“El Programa de Cultura contempla el desarrollo de nueve programas sustantivos y dos programas especiales que comprenden el conjunto de campos de atención de la política cultural. Mediante ellos, se organizan y articulan los esfuerzos de las dependencia y entidades que agrupa el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.”

El objetivo de la política cultural es destacar el uso intensivo y sistemático de los medios modernos de comunicación a efecto de ampliar las oportunidades de acceso de los diversos sectores de la sociedad al goce y la recreación de la cultura y el arte.

La difusión del arte a través de los medios de comunicación y la formación de públicos, es una de las principales líneas de acción contenidas en la propagación de la cultura. Asimismo, el gobierno exalta en sus programas la apertura de nuevas vías de expresión en los medios de comunicación a través del reforzamiento d la producción de series y programas en tomo a la vida cultural de los estados de la República.

Canal 22 se convirtió en uno de los medios capaces de contribuir al desarrollo cultural de la sociedad mexicana, a partir de su dependencia con el Estado, razón por la cual el gobierno amplía su red de transmisión.

Cabe señalar que el objetivo primordial de Canal 22 ha sido promover un nuevo lenguaje audiovisual en México, impulsando en su programación toda la diversidad de expresión cultural, tanto nacional como extranjera. Empero, buscando siempre dar una mayor difusión a las muestras culturales del interior de la República. De tal forma, el canal ha formado una nueva clase de público televidente.

También, Canal 22 ha tenido la tarea de adentrarse en la conciencia cultural, social e histórica de México respondiendo, a los vacíos existentes en la televisión que han predominado hasta hoy.

Es por ello que todo este esfuerzo debe plasmarse y verse reflejado a través de su programación. Es decir, que su carta de programación logre mostrar “el dilatado horizonte del saber, la reflexión y las artes” asumiendo que la cultura puede transmitirse de forma amena y accesible a todo el público, superando la idea de que cultura es igual a aburrimiento.



Su proyecto cultural a buscado dar voz e imagen a todas las manifestaciones y diciplinas creativas que conforman el vasto campo de la cultura nacional, así como a todas aquellas que la crean y reproducen.

En el documento "Consideraciones en torno al Canal 22", se menciona como premisa para la consideración del auditorio televisivo el partir del principio que establece que no hay temas sino tratamientos. Por ello lo que importa es el modo de presentación de los asuntos que admite todo género de contenidos pero, como se señaló anteriormente, sin rigidez ni aburrimiento.

"Canal 22 —señala el documento- deberá alcanzar un sello de originalidad mediante un estilo propio que resulte ágil y dinámico, en virtud del alto nivel profesional de sus emisiones y deberán normarse por el principio de descentralización de los bienes y servicios culturales".

Igualmente, se establece que el canal debe acceder a las diversas propuestas televisivas y videográficas, dando lugar a la experimentación e innovación televisiva, de tal manera que promueva la producción de los diversos grupos de la sociedad. Resulta imprescindible fomentar el trabajo de los realizadores independientes y los centros de producción televisivos y videográficos.

De acuerdo con este criterio, el Canal 22 decidió financiar varios proyectos televisivos, de entre los más de 150 se recibió en sus primeros meses y que respondían a criterios aceptables en cuento a contenido, costo y realización, además de que eran representativos para la comunidad cultural.

La adquisición de programas es una de las etapas fundamentales en la contribución al mantenimiento de lo establecido en las políticas culturales del Canal, ya que, como se mencionó anteriormente, su objetivo es presentar los diferentes productos que se generan en todo el mundo alrededor de la cultura básicamente en las bellas artes, tanto internacional como nacional.

Para cumplir con los objetivos de programación, el Canal mantiene contacto con proveedores extranjeros y nacionales del material televisivo, que han comprobado suficiente calidad en su producción como para ser programados por el Canal 22.

Según Manuel Villanueva, "a partir de la calidad con la que cuentan los distribuidores, son elegidos los catálogos de sus programas: primero pasa por Manuel Villanueva, Jefe del Departamento de Programación, posteriormente se presenta el material al Subcomité de Programación y Producción, éste se encuentra integrado por la gente más importante del canal, las "cabezas" del canal y ellos lo aprueban".

Se distribuye un tanto por ciento para música (clásica, opera) para cumplir y llenar las barras del canal; programas de naturaleza; programas de naturaleza, películas, documentales, danza, teatro y otros. Una vez de acuerdo con el presupuesto y las barras de

programación se decide la compra del material y éste va llegando de acuerdo con lo establecido en el contrato a lo largo del año.

*Representantes del canal asisten a las diversas ferias que se hacen anualmente con el fin de realizar convenios con distintos mercados de televisión cultural, entre ellas se encuentran Cannes en Francia, durante los meses de abril y octubre; Nueva Orleans, Canadá y Londres, durante el periodo restante.*

*Ello ha dado como resultado un promedio de 80 empresas distribuidoras con las que el canal sostiene comunicación y relaciones constantes. Sus principales distribuidores son RM en Londres, ITEL en Inglaterra, SEPARTE en Francia y NVC Arts. Entre las distribuidoras americanas, sobresale Columbia.*

*Los programas y series producidos por Canal 22, así como las coproducciones realizadas con diferentes instituciones culturales del mundo y los programas comprados a los distintos distribuidores, deben cumplir con los requisitos establecidos por TELEVISIÓN METROPOLITANA, los cuales son culturales e informativos, para poder ser transmitidos*

*Destaca el hecho de que Canal 22 desde el inicio de sus operaciones ha incrementado sistemáticamente el nivel de espectadores, habiendo iniciado en junio de 1993 con un rating de 0.598% para sus programas, en la actualidad rebasa el 1.5%. La importancia de este hecho estriba primero en lo (relativamente) nuevo de tipo de transmisión "cultura audiovisual" y en la dificultad para atraer el público a este tipo de programación puesto que la cultura se asimila por convicción propia y no por imposición.*

*Con ello se puede decir que el objetivo de abarcar un mayor auditorio e impactar el desarrollo cultural se cumple. Obvio es decir que la superación de esta meta y el alcanzar niveles de ratings similares a los internacionales en este tipo de cultura audiovisual es una perspectiva factible en el inmediato.*

*El fortalecimiento de la red cultural regional ha sido una de las prioridades de Canal 22, no obstante su consolidación es limitada debido a que las televisoras estatales no cuentan con la infraestructura necesaria para adecuarse al proyecto. Esto es, carecen de equipo técnico para transmitir con calidad broadcast; sus proyectos de producción son limitados; mantienen estructuras jurídicas que en algunos casos permiten el desarrollo de modelos televisivos sanos, pero en otros originan conflictos en su funcionamiento interno.*

*La premisa para mantener el intercambio continuo de materiales y experiencias, es respetar su perfil pero dependerá de las posibilidades de cada televisora regional para modernizarse y lograr una mayor vinculación con la sociedad.*

## ESTRUCTURA ORGÁNICA: OBJETIVOS Y FUNCIONES

La estructura orgánica básica de Canal 22 fue dictaminada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, con vigencia a partir de noviembre de 1993. Las plazas autorizadas fueron 171 de las cuales 52 corresponden a servidores públicos y mandos medios, y 119 operativas. De la plantilla se tenían contratadas 148 y las vacantes se fueron cubriendo según las necesidades y perfiles satisfechos.

Durante ese año la organización interna se constituyó por los siguientes órganos:

1. "Consejo de Administración
2. Consejo de Planeación y Políticas de Desarrollo
3. Director General
4. Comité de Programación
5. Comité de Evaluación

Para la operación del Canal se establecieron 4 direcciones en principio:

- a) Dirección de Programación y Producción
- b) Dirección de Comercialización y Captación de Recursos
- c) Dirección Técnica y de Operaciones
- d) Dirección de Administración y Recursos Financieros
- e) *Contraloría Interna*".<sup>19</sup>

El último dictamen emitido por la SHCP de la estructura orgánica fue en 1993 y cuenta con 184 plazas; 61 corresponden a servidores públicos y mandos medios, en tanto el nivel operativo cuenta con 123. Para dar cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 19 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, Canal 22 presentó un Manual de Organización con el fin de explicar la organización y el funcionamiento de todas las unidades sustantivas y de apoyo de Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

La estructura actual se conforma de las siguientes áreas:

1. Dirección General
2. Política Cultural
3. Patrocinios y Comercialización
4. Técnica y de Operación
5. Administración y Finanzas
6. Contraloría Interna
7. Asuntos Jurídicos

<sup>19</sup> Velázquez, Correa Jacaranda. De la Cultura al Poder. (Origen, desarrollo y transformación cultural del Canal 22). Tesis de Licenciatura. UNAM. FCPyS. 1994 pp.82

8. Imagen Televisiva y comunicación Social
9. Noticias

A continuación se desarrollaran los objetivos y funciones de las áreas que componen su estructura. Cada uno de los departamentos debe realizar un programa anual de metas y actividades. Elaborar un reporte de avances y resultados a las instancias internas que se lo requieran y cumplir, en los términos establecidos, con los requerimientos del Sistema Integral de Información.

### **Dirección General**

Para Juan Luis Carmona Koski, Gerente de Comunicación Social e Imagen Televisiva, el área de Dirección General está conformada por lo que él llama “los cerebros: el Director General, el grupo de Asesores y un importante Comité de Programación. El Director, José María Pérez Gay; determina los votos, parámetros o guías de calidad que deben regir los contenidos del Canal, *no porque él sepa muchísimo sino porque lo tenemos que convencer de que es la mejor versión o programa, si la ve y se convence queda aprobada.*”

También, señaló “él nos guía en cuanto al aspecto de calidad final, su tarea es no aceptar nada que no sea lo mejor, lo que optima calidad; esa es su verdadera función. Para esto debe no saber un rato largo de lo que es televisión sino saber que es cultura, para establecer ese parámetro de calidad auxiliado por todos sus asesores internos y externos, él es el cerebro de todo el Canal, lo demás es lo operativo”.

### **FUNCIONES:**

- Administrar y representar legalmente a Televisión Metropolitana S.A., de C.V.
- Formular los programas institucionales de corto, mediano y largo plazo, así como los presupuestos de Televisión Metropolitana S.A. de C.V. y presentarlos, para su aprobación al Organó de Gobierno.
- Proponer al Organó de Gobierno el nombramiento o la remoción de los dos primeros niveles de servidores de Televisión Metropolitana S.A., de C.V., la fijación de sueldos y demás prestaciones, conforme a las asignaciones globales del presupuesto de gasto corriente aprobado por el propio Organó.
- Presentar periódicamente al Organó de Gobierno el Informe del desempeño de las actividades de la Empresa, incluido el ejercicio de los presupuestos de ingresos y egresos y los estados financieros correspondientes.
- Dirigir el establecimiento de planes, estrategias y políticas que contribuyan al cumplimiento de los objetivos institucionales.
- Presidir el Comité de Programación de Material Televisivo y presidir el Consejo de Planeación y Políticas de Desarrollo de Televisión Metropolitana S.A., de C.V.

### **Subdirección General de Política Cultural**

La Subdirección General de Política Cultural se articula con las áreas de Patrocinios y Comercialización, Administración y Finanzas y Técnica y de Operación.

Esta área se compone del siguiente personal: Subdirector General, Director de Programación, Gerente de Planeación Televisiva, Jefe de Departamento de Videoteca y Archivo; Jefe de Departamento de Apoyo a Programación, Gerente de Imagen Televisiva y Comunicación, Director de Producción y Continuidad, Gerente de Realizaciones; Jefe de Departamento de Apoyo a Producciones, Jefe de Departamento de Apoyo a Coproducciones, Gerente de Control Técnico, Jefe del Departamento de Operación y Continuidad.

Entre las principales actividades que esta área busca optimizar para su desarrollo, se encuentran las siguientes: elaborar y proponer la estrategia y filosofía de la oferta audiovisual, políticas y desarrollo de la producción, programación y noticias, propiciando vínculos entre el Consejo de Planeación y Políticas de Desarrollo, la sociedad civil, empresas independientes, promotores, difusores y creadores de la cultura y Televisión Metropolitana, S.A., de C.V.

Busca coordinar, diseñar y definir los contenidos de la programación del Canal 22, con apego a las políticas, normas y lineamientos establecidos. Asimismo, pretende mantener el nivel de aportación cultural de Televisión Metropolitana, S. A. de C.V.

Promover una adquisición de material de la más alta calidad a precios congruentes, sin elevar los costos promedio del mercado, con apego a las políticas, normas y lineamientos establecidos.

También, depende de esta área lograr un óptimo control y resguardo de los materiales vírgenes y grabados, producidos por el Canal 22 o adquiridos a proveedores nacionales o extranjeros, de acuerdo a las políticas, normas y lineamientos establecidos. Apoya con información necesaria la elaboración de la carta de programación.

Promover la difusión e imagen del Canal 22, manteniendo relaciones públicas mediante una óptima comunicación social a los diferentes medios, públicos y privados, buscando la promoción y difusión del mismo.

Por otra parte, esta área organiza y da fluidez al proceso de producción, con el fin de que los costos y la realización de programas, se apeguen a las normas de racionalidad, austeridad y simplificación administrativa vigente; esto con el fin de disminuir los costos de producción y lograr una utilización óptima y racional de las instalaciones técnicas.

Promover el intercambio de materiales, ideas y contenidos con otras televisoras y empresas productoras, nacionales e internacionales, con el fin de establecer lazos convenientes, efectivos y prácticos con Televisión Metropolitana.

Supervisar y ejecutar la transmisión para que sea limpia y sin errores, persiguiendo una buena imagen del Canal.

## **FUNCIONES**

- Conformar y coordinar los grupos de trabajo para la producción y realización de programas, noticias, eventos informativos, de común acuerdo con la Dirección General.
- Aprobar los planes de producción con base en los objetivos planteados por la Dirección General y a los lineamientos del Consejo de Planeación y Políticas de Desarrollo.
- Coordinar y supervisar las negociaciones de los convenios de coproducción y colaboración establecidos por el Canal 22 con diversas instancias gubernamentales, educativas y privadas, nacionales e internacionales.
- Diseñar y establecer los lineamientos generales de los contenidos de la programación del Canal para la elaboración de la carta de programación, con el fin de apearse a la política cultural establecida por Televisión Metropolitana S.A., de C.V.
- Elaborar los trámites ante la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación, para la autorización de la transmisión de programas y de los tiempos oficiales, así como coordinar el copiado.
- Coordinar que el material publicitario, gráfico y de derechos musicales recibido sea enviado a las áreas correspondientes y verificar que el material recibido corresponda al contratado. Asimismo, generar las solicitudes de los servicios de subtítulo, doblaje y edición.
- Facilita a las diversas áreas del Canal el material requerido para las múltiples necesidades de producción; tales como unidades móviles, viáticos, transportes y personal para grabaciones dentro y fuera del área metropolitana.
- Llevar a cabo reuniones con las diversas instancias gubernamentales, educativas y privadas que difundan la cultura, para proponer convenios de coproducción con Televisión Metropolitana.
- Revisar la transmisión al aire para analizar todos los problemas de la transmisión para evaluarla y tomar, en su caso, las medidas para mejorar y/o corregir los errores.

### **Subdirección General de Patrocinios y Comercialización.**

Esta área se compone del siguiente personal: Subdirector General, Director de Patrocinios de Proyectos Culturales, Gerente de Promoción y Proyectos, Jefe del Departamento de Servicios a Patrocinadores, Jefe del Departamento de Atención a Patronos, Jefe del Departamento de Operación y Pautas Comerciales, Jefe del Departamento de Investigación de Mercados.

Esta área resulta fundamental en el sostenimiento económico del Canal ya que se encarga de dirigir las políticas, programas y acciones de patrocinios y comercialización que permiten obtener recursos financieros adicionales para apoyar el objeto social de Televisión Metropolitana S.A. de C.V., así como generar los mecanismos necesarios para vincular al Canal 22 con la sociedad civil, en apego a las políticas, normas y lineamientos establecidos.

La generación de estos recursos financieros se hace a través de patrocinios, donaciones y convenios con empresas e instituciones públicas y privadas, nacionales e internacionales, que acepten respaldar los proyectos culturales. Establece fuentes alternativas de financiamiento e ingresos para Televisión Metropolitana, mediante el diseño de las estrategias comerciales.

Asimismo, busca promover la creación de instancias que permitan el enlace con la sociedad a través de la Asociación Civil Amigos del Canal 22 y de instrumentos para la coordinación adecuada de los proyectos de producción y recursos para ellos (fideicomisos).

Finalmente, provee a la Dirección de Comercialización de la información, estudios, proyectos y encuestas necesarios para la toma de decisiones en materia de mercadotecnia, comercialización e intercambio.

## FUNCIONES

- Diseñar, definir e instrumentar las políticas generales para obtener financiamientos, comercialización y patrocinios.
- Crear y coordinar las estrategias que requiera el Canal 22 para identificar y captar patrocinadores y patronos.
- Promover los proyectos del Canal 22 ante todas las instituciones cuyo fin sea la difusión de la cultura.
- Coadyuvar en el diseño de estrategias que permitan la captación de aportaciones económicas para el Canal. De igual forma, dar seguimiento a los ingresos, donativos y aportaciones provenientes de los patrocinadores.
- Promover y negociar la venta de espacios publicitarios, programas, producciones y coproducciones, nacionales e internacionales.
- Dirigir los estudios sobre audiencia, cobertura, clientes y prospectos comerciales, además de analizar los estudios sobre tarifas, público, opinión, comercialización e investigación de mercados.

## Subdirección General Técnica y de Operación

### OBJETIVOS

Esta área se compone del siguiente personal: Subdirector General, Director de Transmisión, Gerente de Transmisión, Jefe del Departamento de Operación de Transmisión, Director de Mantenimiento, Gerente de Operación, Jefe del Departamento de Estudios y Control Maestro, Jefe del Departamento de Unidades Móviles, Gerente de Mantenimiento; Jefe del Departamento de Videograbación, Audio y Video, Jefe del Departamento de Iluminación y Talleres, Jefe del Departamento de Instalación y Mantenimiento de Talleres.

Busca optimizar los recursos materiales, técnicos y humanos; promover la infraestructura necesaria para obtener y mantener la mejor calidad de la señal a transmitir, mediante la obtención de una mayor eficiencia, exactitud y automatización para minimizar el efecto de fallas en su transmisión. Además de desarrollar aquellos proyectos que permitan la ampliación de la transmisión de Canal 22.

Otros de sus puntos a seguir son la participación en la planeación, instalación, mantenimiento de antenas y equipos transmisores que permitan llevar la señal a un mayor número de poblaciones; igualmente se encarga de vigilar que la operación de transmisión y recepción de la señal a las plantas transmisoras cumpla con los estándares de calidad.

Esta subdirección, funge como enlace con el área Administrativa en lo referente a requisiciones, compras de equipo y refacciones por supuesto, con apego al presupuesto autorizado. De igual forma cumple con las normas nacionales e internacionales en la

transmisión, grabación y procesamiento de señales, tanto para audio como para video y proporciona a las áreas de producción los elementos técnicos necesarios para la realización oportuna de programas, ya sea en estudio o en locaciones.

## FUNCIONES

- *Proyectar en unión con la Dirección General las instalaciones, adquisiciones de equipo y metas que contribuyan al crecimiento del Canal.*
- *Planear y coordinar la instalación de estaciones repetidoras del Canal 22, para ampliar su cobertura a nivel nacional.*
- *Mantener contacto permanente con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y demás organismos oficiales, a fin de obtener la mayor calidad posible de la señal a difundir.*
- *Proponer programas de mantenimiento preventivo y correctivo al equipo de transmisión, microondas, transmisores, torre y antenas.*
- *Planear los requerimientos de necesidades de estudio, salas de edición, postproducción, control maestro y unidades móviles a corto, mediano y largo plazo.*
- *Realizar el copiado de películas y comerciales o cualquier señal de video y/o audio, contenida en diferentes formatos manejables en el Canal, como son: cintas de video de 1 pulgada, videocasetes de 3/4 y 1/2 pulgada, ya sean Betacam, Betamax o VHS.*
- *Revisar y actualizar, de manera constante, las existencias de refacciones en el almacén.*
- *Supervisar el buen funcionamiento del equipo de las salas de edición de audio y video tanto auxiliares como periféricos, en caso de haber fallas, notificar a la Gerencia de Mantenimiento.*

## **Subdirección General de Administración y Finanzas.**

Esta área se compone del siguiente personal: Subdirector General, Gerente de la Unidad Técnica de Enlace, Director de administración; Gerente de Personal, Jefe del Departamento de Nómina y Pago, Jefe del Departamento de Relaciones Laborales; Gerente de Recursos Materiales y Servicios Generales, Jefe del Departamento de Recursos Materiales y adquisiciones, Jefe del Departamento de Servicios Generales, Director de Finanzas, Gerente de Presupuesto; Jefe del Departamento de Control Presupuestal, Gerente de Contabilidad, Jefe del Departamento de Control de Documentación.

## OBJETIVOS

Contribuir a que Canal 22 actúe como una entidad eminentemente cultural, desarrollando y divulgando la cultura en general, dirigiendo la administración de los recursos humanos, técnicos, materiales y financieros bajo un esquema de racionalidad, productividad, austeridad, modernización y transparencia. También apoya en la aplicación, seguimiento y control de los recursos humanos, materiales y financieros que se asignen a la producción y transmisión de programas.

Además de diseñar e instrumentar el sistema de información contable y la traducción a su expresión presupuestal, para proporcionar la información financiera que respalde la toma de decisiones, basándose en las políticas establecidas.



En cuanto a recursos humanos se refiere, su tarea es administrar, coordinar y desarrollar éstos en forma oportuna, suficiente y eficaz. Asimismo, demanda contar con una adecuada selección, capacitación, motivación e integración del personal que labora en el Canal 22, gran parte de su labor es planear y dirigir los procedimientos tendientes a optimizar los recursos humanos.

Mantener los sistemas de control presupuestal actualizados a fin de conocer con oportunidad y veracidad el ejercicio del presupuesto tanto como la disponibilidad del mismo, para procurar el *aprovisionamiento financiero oportuno* de la empresa, el control de los saldos en bancos, inversiones y fondos fijos de caja, de acuerdo con la normatividad vigente.

## FUNCIONES

- Coordinar, controlar y supervisar el cumplimiento de las obligaciones y disposiciones fiscales en las operaciones comerciales y laborales del Canal.
- Definir y dirigir, las políticas, normas y procedimientos que deberán observar todas las áreas en materia de estructuración funcional - organizativa y de simplificación administrativa, a fin de lograr que respondan a las necesidades operativas y de modernidad de la empresa.
- Dirigir la contratación, la política de mantenimiento y conservación de los bienes, muebles e inmuebles, patrimonio de Televisión Metropolitana.
- Dirigir las negociaciones ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, para conseguir las autorizaciones necesarias de operaciones de crédito que requiera la Empresa.
- Aplicar los principios laborales que se estipulan en las Condiciones Generales de Trabajo y en la Ley Federal del Trabajo, así como las normas y políticas del personal determinadas por el Canal 22.
- Proponer ante las autoridades, de acuerdo con la disponibilidad presupuestal, mejoras a las prestaciones y estímulos que pudieran otorgarse al personal, para mantenerlo motivado. También elabora el programa general de capacitación y adiestramiento.
- Someter a autorización las requisiciones, cotizaciones y adquisiciones de bienes materiales y servicios, así como autorizar el proyecto de Programa Anual de Adquisiciones con apego al presupuesto autorizado.
- Contactar y negociar con proveedores y prestadores de servicio, descuentos y créditos para efectuar las compras del material y equipo necesarios.
- Informar oportunamente a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Secretaría de Educación Pública, Tesorería de la Federación y al Director General de Televisión Metropolitana, sobre los estados financieros y el estado del ejercicio del presupuesto.
- Elaborar los estados financieros, tales como la balanza de comprobación, el balance general, el estado de resultados y el estado de origen y aplicación de recursos.
- Llevar a cabo todas las acciones necesarias para mantenerse permanentemente actualizado en materia contable y fiscal.

## Contraloría Interna

Esta área se compone del siguiente personal: Contralor Interno, Director de Supervisión y auditoría, Gerente de auditoría, Jefe del Departamento de auditoría, Gerente de Supervisión, Jefe del Departamento de Quejas y Denuncias, Gerente de Control y Evaluación, Jefe del Departamento de Evaluación

## OBJETIVOS

Entre los principales objetivos de esta área se encuentran el dirigir, organizar, instrumentar, coordinar los sistemas de control y evaluación. Esto con el fin de apoyar al titular del Canal en la vigilancia del cumplimiento de las disposiciones legales, reglamentarias, administrativas, políticas; planes, programas, presupuestos, normas, lineamientos, órganos y procedimientos que se apliquen y utilicen eficientemente por las áreas del Canal, atendiendo a las políticas del Director General de acuerdo a las normas y lineamientos que emite la Secretaría de la Contraloría General de la Federación.

También, es responsable de elaborar y coordinar la ejecución del Programa Anual de Control y Auditoría de conformidad con los lineamientos emitidos por la Secretaría de la Contraloría General de la Federación y el Contralor Interno para promover el mejoramiento de gestión de Canal 22. Debe solicitar de la debida supervisión para dar seguimiento y cumplimiento a las recomendaciones emanadas de las auditorías para lograr las metas trazadas.

Otro de sus objetivos es atender y tramitar las quejas o denuncias que se presenten respecto a la conducta o desempeño de los empleados, así como aquellas derivadas de acuerdos, contratos o convenios que hubiesen celebrado con el Canal 22.

Esta área, verifica que la empresa implemente y opere razonablemente tanto sus sistemas como sus procedimientos de control que permitan garantizar el óptimo aprovechamiento de los recursos humanos, financieros y materiales, para conseguir sus metas con los máximos grados de efectividad y economía.

## FUNCIONES

- Promover la modernización, desconcentración, simplificación administrativa y demás programas prioritarios contenidos en el Plan Nacional de Desarrollo.
- Promover la existencia de mecanismos de control interno adecuados que coadyuven a la protección de los recursos, obtención de información suficiente, oportuna y confiable, la promoción de la eficiencia operacional y el apego a las leyes.
- Presentar a la Secretaría de la Contraloría General de la Federación, al Comité de Control y Auditoría, al titular de Televisión Metropolitana los informes de resultados de las revisiones, auditorías y evaluaciones realizadas a las áreas, programas, sistemas y procedimientos, proponiendo alternativas de solución.
- Participar en la toma de decisiones, en la fijación de directrices que articulen los programas y presupuestos, que fomenten la economía y eficiencia en el manejo de los recursos.
- Elaborar los informes derivados de las revisiones en que participe precisando observación, causa, efecto y recomendaciones preventiva y correctivo.
- Establecer y mantener actualizado un banco de datos de las observaciones pendientes de atender así como de las medidas preventivas y colectivas que deben implementar las áreas auditadas.
- Realizar la recepción, trámite y atención de quejas y denuncias, responsabilidades e inconformidades que presenten particulares o servidores públicos, con motivo del incumplimiento de acuerdos, convenios, contratos o servicios que involucren a las operaciones o personal de la Empresa, comprobando su procedencia e integrando los expedientes respectivos.
- Colaborar en el diseño de estándares e instrumentos de medición y análisis que permitan la realización de evaluaciones sobre la operación de la Empresa.

- Participar en la elaboración de los análisis necesarios para determinar el avance físico - financiero de las áreas en el cumplimiento de los objetivos del Canal, así como, la productividad, eficacia y eficiencia alcanzadas.

### **Dirección de Asuntos Jurídicos**

Esta área esta conformada por el Director de Asuntos Jurídicos, el Gerente de Estudios y Proyectos Jurídicos y el Jefe del Departamento de Gestión Jurídica.

#### **OBJETIVOS**

Lograr la protección jurídica de los derechos morales y patrimoniales de Televisión Metropolitana así como promover el cumplimiento de todas las áreas que la conforman con base en la normatividad que la rige y a la cual se sujeta su actuación.

#### **FUNCIONES**

- Brindar asesoría técnica legal a la Dirección General y demás áreas del Canal en materia civil, derechos de autor, laboral, mercantil, penal y administrativa.
- Proponer las políticas, en materia de asuntos jurídicos, en las que el Canal 22 deba intervenir y auxiliar en su aplicación.
- Auxiliar a las diferentes áreas del Canal 22 en la elaboración de actas, circulares y negociaciones.
- Formular los convenios y contratos nacionales e internacionales que el Canal 22 deba suscribir, de acuerdo a las negociaciones que realicen las diversas áreas que forman Televisión Metropolitana S.A. de C.V.
- Controlar y registrar la elaboración y seguimiento de los convenios y contratos.
- Patrocinar jurídicamente a Televisión Metropolitana S.A. de C.V. en los asuntos contenciosos en que sea parte.
- Intervenir en las reclamaciones judiciales, negocios o procedimientos que incidan directamente en la Institución, ante particulares, dependencias o autoridades.
- Resolver las consultas de carácter jurídico que le son formuladas por las diversas áreas de la Empresa.
- Actuar como enlace jurídico con los organismos administrativo gubernamentales y no gubernamentales, nacionales y extranjeros.

### **Gerencia de Imagen Televisiva y Comunicación Social**

#### **OBJETIVO**

Promover la difusión e imagen del Canal 22, manteniendo relaciones públicas con medios de comunicación, entidades públicas y privadas y organizaciones culturales en el país, así como proponer y desarrollar campañas de promoción, con apego a los lineamientos establecidos.

Mantener una óptima comunicación social con los diferentes medios públicos y privados, buscando la promoción y difusión del Canal 22, dentro del marco de normatividad vigente.

## FUNCIONES

- Establecer los convenios y acuerdos con las áreas de Comunicación Social de los sectores públicos y privados, para impulsar y desarrollar programas de promoción y difusión de Canal 22.
- Diseñar estrategias para mantener e incrementar la imagen, posicionamiento y penetración del Canal 22.
- Establecer convenios con los medios de comunicación, con el fin de difundir la programación, acuerdos, avances y desarrollo del Canal.
- Llevar a cabo negociaciones de intercambio publicitario con los medios, asimismo establecer contacto con los encargados de las secciones de espectáculos, cultura y reporteros de diferentes medios, para verificar la información que se genere sobre el Canal.
- Organizar conferencias de prensa, coordinar la elaboración de boletines y anuncios de programación así como elaborar y distribuir la síntesis cultural informativa de prensa del Canal.

### Dirección de Noticias

El área de Noticias se encuentra integrada por el Director de Noticias, Asistente de Dirección, Conductor de Noticiarios (4), Gerente de Producción; Jefe del Departamento de Realizaciones ( post- productor, editor y asistente de editor), Jefe del Departamento de Producción (asistente de producción, encargado de Videoteca), Gerente de Información, Jefe del Departamento de Información (reporteros y asistente de Información) y el Jefe del Departamento de Redacción (guionista y auxiliar de guionista).

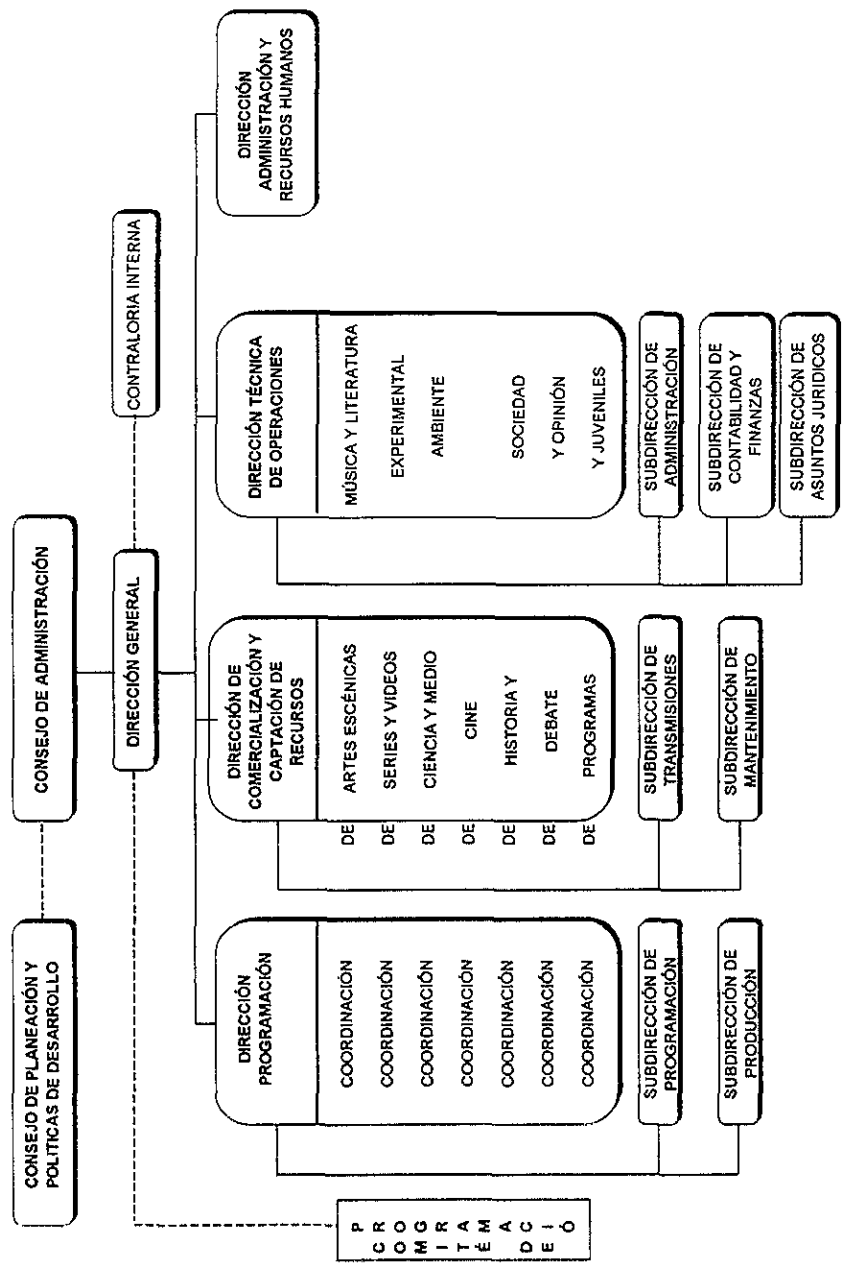
### OBJETIVO

La divulgación a través de la pantalla del Canal 22 de los acontecimientos culturales más importantes, mediante emisiones periódicas de información en un formato televisivo. Así como la difusión de las expresiones culturales e intelectuales de quienes participan activamente en las artes y en la cultura general y vincularlas con los telespectadores.

## FUNCIONES

- Coordina las líneas de información, la producción y la transmisión de noticiarios y establece las normas operativas.
- Coordina la producción y transmisión de programas especiales de Canal 22, además de la grabación en estudio y/o locaciones de los noticiarios en los que intervenga la Dirección de noticias.
- Establece y consolida las relaciones con diversas instituciones dedicadas a la cultura y las artes.
- Vincula a las áreas de producción, técnica y operativa, programación y videoteca del Canal para la elaboración de noticiarios.
- Marca las pautas de cobertura diaria, el diseño y la aprobación de la escaleta diaria de los programas de noticiarios.
- Provee los medios y mantiene al día la información necesaria, también revisa y aprueba la información que se transmitirá en las emisiones de los noticiarios.

Los siguientes organigramas describen la estructura orgánica de Televisión Metropolitana, el primero detalla la manera en que fue conformado durante sus inicios, mientras que el segundo muestra su actual estructura.



## CONTENIDO DE LA PROGRAMACIÓN

A lo largo de cuatro años (1993-1997) Canal 22 ha integrado todas las manifestaciones culturales en su carta de programación: artes plásticas, música, literatura, historia, danza, cine, animación, miniseries, programas infantiles, informativos y de investigación periodística. Su programación está enfocada en difundir la riqueza de las expresiones culturales mexicanas, así como del arte y la cultura del mundo.

Cabe recordar que el objetivo primordial de Canal 22, es la promoción de un nuevo lenguaje audiovisual en México, por ello, la plástica, la literatura, danza, cine, historia, ciencia, música y las producciones de los nuevos creadores han tenido un lugar privilegiado en su programación.

Entre las prioridades de la programación, se encontraba la realización de programas de producción propia, en los rubros informativos, de análisis y debate de problemas nacionales e internacionales.

“En un principio la programación para Canal 22 se estructuró para mediano plazo, exactamente para seis meses. La programación quedó delimitada en seis rubros:

- Programas de debate y opinión: especiales y noticieros de información cultural.
- Programas de ficción: cine, series y miniseries.
- Programas históricos y sobre la sociedad contemporánea: series y documentales.
- Programas sobre arte: especiales varios.
- Programas de entretenimiento: comedia, musicales, video, deportes e informativos.”<sup>20</sup>

Con Canal 22 se buscó romper con el esquema rígido de clasificar programas como comerciales para poder diferenciarlos de los culturales. Esto con el fin de que la programación del Canal no quedara delimitada en producciones o realizaciones de los sistemas regionales, de las universidades y de otras instituciones culturales.

Inicialmente- aconsejaba el documento de planeación- deberán programarse, en aras de la calidad, pocas horas diarias de transmisión, con una especial supervisión de los materiales que garantice su excelencia. Siguiendo tales normas de calidad antes que cantidad- obligadas también por la disponibilidad presupuestales con que ha contado hasta hoy TELEVISIÓN METROPOLITANA- la Carta de Programación propuso espacios de transmisión vespertina y nocturna (de 16:30 a 01:30 horas diariamente); los contenidos fueron determinados según los lineamientos establecidos el Consejo de Planeación.

Sus espacios iniciales de transmisión fueron en un horario de 19:00 a 01:00 horas (en su primera etapa en 1993) posteriormente se incrementó de las 16:30 a las 01:00 horas y en el

mes de abril de 1994 se inició desde las 14:00 hasta las 01:00 horas. En total, la transmisión en este último año fue de 9 horas en promedio.

<sup>20</sup> Velázquez Correa, Jacaranda. De la cultura al poder. Tesis de Licenciatura. UNAM. FCPyS. 1994

En el transcurso de 1992 se adquirieron las primeras 1,341 horas para nutrir la transmisión de 1993; en 1993 las segundas 1,148 horas para cubrir hasta el mes de septiembre de 1994 y en 1994 para cumplir con lo establecido por la Ley Federal de Radio y Televisión se presentaron para su autorización 1962 horas de programación y se pautaron 51 horas 39 minutos 04 segundos para cumplir los tiempos iniciales de 1995.<sup>21</sup>

Durante la modificación que se llevó a cabo en 1994 a la Carta de Programación, se ofrecieron retransmisiones de los programas de mayor importancia, se incorporaron nuevas barras de música, otras dos barras de cine, se fortaleció la programación nacional, e introdujo el concepto de sesión temática semanal, a la cual se dedican 5 horas a un tema nacional e internacional considerado como un formato de gran efectividad en el proyecto televisivo cultural europeo, más una barra de ciencia.

En el documento "Consideraciones en torno al Canal 22" se estableció que las líneas específicas de la programación deberían ser variadas, asimismo se deberían rescatar para el público las diversas expresiones culturales de excelente calidad y que son poco promovidas.

Las condiciones propuestas por el Consejo de Planeación para desarrollar la programación de Canal 22 se basan en la "participación social", "participación de especialistas", "independencia creativa" y "nuevas formas para evaluar programar y contratar", las cuales han sido observadas en sus criterios de programación.

En México, como en todo el mundo producir televisión es muy caro debido a ello Canal 22 divide el subsidio que se le otorga para producir programas, "nosotros se lo damos a productores independientes que ya tienen un material, un acceso a filmaciones inéditas, con un proyecto, un enfoque"; señaló el Gerente de Comunicación Social, Juan Luis Carmona.

También, explicó que esta propuesta que ofrece el productor independiente es analizada por el comité de programación, para esto el productor independiente fija un precio a su trabajo y se llega a un acuerdo. Si el comité lo aprueba se lleva a cabo, Canal 22 no cuenta con los recursos para poder hacerlo, pero el productor independiente ya los tiene, se le da un adelanto y el resto cuando lo entregue terminado.

Por otra parte, los contenidos propuestos obedecen a un estudio de las ofertas existentes actualmente en la televisión mexicana. Aunque, Canal 22 no pretende competir directamente con fórmulas televisivas de probado éxito comercial, tampoco tiene una vocación minoritaria. Por lo que sus ofertas de contenido pretenden colocarse en los momentos más propicios para garantizar un mayor número posible de televidentes.

De igual forma, en el documento citado, se propuso fijar barras específicas y formatos flexibles que atendieran a los diferentes intereses del auditorio, difundiendo los materiales producidos en las distintas regiones del país. En atención a ello, durante 1993 Canal 22 recibió más de 300 proyectos de producción nacional y en 1994 se reforzó el apoyo a

<sup>21</sup> Televisión Metropolitana, S.A. de C.V. Programa Institucional de Mediano Plazo 1995-2000 pp.17

realizaciones mexicanas. Con ello, los nuevos creadores audiovisuales del país han encontrado el respaldo y el foro para sus realizaciones.

En lo que corresponde a la producción nacional, Canal 22 cuenta con programas como: "Échale un lente", "Galería Plástica", "Universos Privados", "Tiempo de Bellas Artes", "Tratos y Retratos", "TV UNAM", "Los que Hacen Nuestro Cine", "Tercera Bienal de vídeo", "Chicanos", "De Cine y Literatura", "Noticiero Nueve treinta", "Espacio 22", "Personajes y Escenarios", entre otros.

Además de la producción interna, se aumentó la producción nacional que llegó a ocupar el 40% de la programación. Se realizaron series de 13 programas de media hora de duración y se difundieron semanalmente. En el caso de las series "Tratos y Retratos", "Universos Privados", "Libros y Autores" y "Galería Plástica", su producción y transmisión se mantienen hasta la fecha.

Su contenido, se determinó de acuerdo a la matriz básica del Consejo de Planeación. El material se adquirió a precios muy por debajo del mercado internacional, después de una exhaustiva exploración del mercado televisivo extranjero, cerca de 980 horas de programación cultural que equivalen a nueve meses de programación. Además de efectuar la catalogación de 7,000 cintas que formaron el acervo videográfico inicial del Canal.

Con lo anterior se estableció la conceptualización, diseño e integración de un trimestre de programación para la Carta Televisiva y el control y supervisión de 200 horas de traducción y subtítulo.

En sus contenidos se encuentran las empresas de mayor calidad mundial en el mercado televisivo, los sujetos más destacados del arte y la cultura, algunos de los directores más célebres del cine mundial. Miniseries como "El Joven Picasso" (la cual se estrenó con gran éxito en España), "El siglo de las Luces" (basada en la obra homónima de Alejo Carpentier), "Castigo Divino" (serial de la novela del escritor nicaragüense Sergio Ramírez), "Gallego" (coproducción España - Cuba) y "Me Alquilo para Soñar" (producción colombiana basada en una obra de Gabriel García Márquez).

Para poder cumplir con los objetivos de programación, Televisión Metropolitana estableció relaciones con todos los proveedores extranjeros y nacionales de material televisivo, que han comprobado suficiente calidad en su producción. "Cada tres meses - mencionó el Jefe del Departamento de Programación, Manuel Villanueva- se asiste a un mercado importante de televisión, generalmente es Nueva Orleans además en abril y octubre se asiste a Cannes".

Esto dio como resultado un promedio de 80 empresas distribuidoras con las que el canal sostiene comunicación. Sobresalen por su importancia las asociaciones con RM, ARTE e Itel que es proveedora de "Survival", la competencia más fuerte de NATIONAL GEOGRAPHIC.



De igual manera, fijó convenios de cooperación con distintas estaciones de la televisión pública internacional como la National Film Board of Norway, National Film Board of Canadá, Canal Arte, Public Broadcasting System of USA, RAI de Italia, entre otras.

En el corto tiempo que Canal 22 lleva al aire, ha coproducido programas con empresas como REINER MORITZ, una de las casas productoras más importantes de Europa. Entre los programas producidos conjuntamente se encuentran: "Capriccio", "El camino de Santiago", "Turandot", "Tanhauserr", "Kaguvahime" y "Coppelia". También, en colaboración con el canal France 2 y Televisión de Sevilla, coprodujo la serie sobre "Manolete", el mítico torero español.

Con el fin de crear un espacio para los niños dentro de la programación de Canal 22, éste organizó un concurso en el que los niños pudieran crear su propio programa de televisión con el fin de ser producido y transmitido por el Canal. En la realización de este proyecto Televisión Metropolitana recibió apoyo de compañías como Nintendo y de otros medios impresos.

En un año de transmisiones Canal 22 difundió un promedio de 2,580 horas. Las barras con que cuenta su programación incluyen opera, conciertos, jazz, documentales, noticieros, literatura, artes plásticas y miniserias.

Con relación a la compra y venta de material televisivo, Canal 22 comenzó la edición de un catálogo bilingüe que le sirve para promover las producciones propias del Canal a otras estaciones de televisión tanto nacional como internacional. Asimismo, estableció un acuerdo de intercambio de material con ARTV y el Filmocentro de Chile.

En lo referente a la preferencia que Canal 22 mantiene en el gusto del público, se han alcanzado puntos en ratings nunca antes logrados en televisión cultural. La aceptación del público hacia esta televisora se basa en lo variado e innovador de su programación. En junio de 1993 Canal 22 comenzó con un rating de 0.598%, incrementándose a 1.5% en el último semestre de 1994. Los objetivos de Televisión Metropolitana son alcanzar niveles de audiencia similares a los registrados por la media internacional.

De mayo a diciembre de 1997, AC Nielsen realizó un estudio de medición de la audiencia de los canales 22, 11 y 40, en los hogares mexicanos de nivel socioeconómico alto; obteniendo el siguiente resultado:

Canal 11	1.14%
Canal 22	0.43%
Canal 40	0.41%

Para 1997, la consolidación de la programación era clara; con muestras de la televisión al extranjero y la nominación al Premio EMMY en 1996 y al Premio Mídia en el siguiente año, así como el Premio Avanca 97 de Portugal otorgado a la serie mexicana "Eisenstein en México" el cual manifestó una evolución y aceptación favorable del mercado para esta televisión cultural.

Igualmente como televisora ha sido galardonada en dos ocasiones con el Premio Nacional de Periodismo por Divulgación Cultural, en los años 1996 y 1997. También ha recibido el Azteca de Oro de la Ampryt por su producción *Mujeres que Trabajan* y la mención honorífica del Festival Internacional de Cine y Televisión de Cartagena, Colombia para la serie *Guerra e Imágenes*.

Sin duda el uno de los reconocimientos de mayor relevancia en el ámbito internacional, el Premio CAMERA 1997 otorgado a Canal 22 por "*La mejor política cultural de una Televisora*", luego de analizar los contenidos programáticos y de producción de la emisora, galardón que es otorgado anualmente por la UNESCO con sede en París, Francia.

A lo largo de su trayectoria ha cubierto importantes eventos de la cultura mexicana entre los que se encuentran la "Exposición de Arte Guadalajara", "Festival Internacional Cervantino", "Festival Internacional de Música de Morelia", "Encuentro de Bandas de viento", "la Guelaguetza"; "Encuentro de videoastas indígenas", "Exposición Jean Charlot", "Encuentro Interamericano de Teatro" y otros.

En cuanto a las producciones nacionales, Televisión Metropolitana continúa con la transmisión de eventos importantes como el "Festival Internacional Cervantino" que alcanza una audiencia de aproximadamente 1,300,000 personas. Además, produjo programas en asociación con editores importantes para transmitir muestras sobre la poesía mexicana y los personajes importantes de la historia mexicana.

También, ha mostrado programas documentales de personalidades importantes como Jim Morrison, Che Guevara, Juan Pablo I, Ho Chi Minh, y otros. La música se convirtió en parte fundamental de su programación, para llevar a cabo la transmisión de programas de ópera, ballet y música clásica. De igual forma, las películas se convirtieron en parte importante ya que se programaron películas de directores importantes como Hitchcock, Kurosawa, Antonioni, Resnais, Scorsese, Fellini, Buñuel, Bergman, Allen, principalmente.

Canal 22 ha dado pasos importantes en su modernización, en cuanto a programación se refiere, ya que comenzó con un promedio de cinco horas y en abril de 1994, a diez meses de su nacimiento aumentó a nueve horas su transmisión.\* Asimismo, se han realizado innovaciones en la forma de programación, al incluir ciclo de cine de un solo director, algo antes no realizado en televisión mexicana.

Por otra parte, estableció las sesiones temáticas semanales, lo que significa que un día a la semana (específicamente el lunes) se transmiten varios programas relacionados con un solo tema en particular.

---

\* Ver *Cartas de Programación al final de este capítulo*.

# CARTA DE PROGRAMACIÓN CANAL 22

JUNIO DE 1993

	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
19:30 A 20:00					NATURALEZA	NATURALEZA	NATURALEZA
20:00 A 20:30	POR AQUÍ PUEDEN PASAR	UNIVERSOS PRIVADOS	NATURALEZA	LIBROS Y AUTORES	POR AQUÍ PUEDEN PASAR	REVISTA 22	ANTROPOLOGIA
20:30 A 21:00				COMIC 9º ARTE	LOS CAMINOS DE LO SAGRADO		ENCUENTROS Y DESENCUENTROS
21:00 A 21:30	IMAGINACIÓN	UNO / TODOS CINE	GRANDES CONCIERTOS	GALERIA PLÁSTICA	TRATOS Y RETRATOS		CLAVE DE SOL
21:30 A 22:00	NOTICIERO 9:30	NOTICIERO 9:30	NOTICIERO 9:30	NOTICIERO 9:30	NOTICIERO 9:30	CLÁSICOS DE FIN DE SIGLO	
22:00 A 22:30	NUEVOS ARCAICOS	EL OJO EN LA CERRADURA	FIN DE MILENIO	ROCK DE LOS 90'S	NUEVOS ARCAICOS	ESPECIALES DEL 22	CINE MEXICANO
22:30 A 23:00	ASAMBLEA DE CIUDADES	CIUDAD INSTANTANEA			VIDEOASTAS		
23:00 A 23:30	PARA NARRAR	EN CORTO	PARA NARRAR	CINE DE AUTOR	PARA NARRAR		
23:30 A 0:00						ESTELARES DEL CINE	
0:00 A 0:30				TV UNAM	EFEECTO MARIPOSA		SERIE NEGRA
0:30 A 1:00	VIAJES CON EL 22	A LA VELOCIDAD DE LA VOZ	EL ROSTRO DEL TIEMPO	RTC		RTC	
1:00 A 1:30	RTC	RTC	RTC				RTC
1:30 A 2:00							

ENERO DE 1994

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
16:30 A 17:00							
17:00 A 17:30							
17:30 A 18:00							
18:00 A 18:30							
18:30 A 19:00							
19:00 A 19:30	ECHALE UN LENTE	EL OJO EN LA CERRADURA	LIBROS Y AUTORES	CUENTOS ALREDEDOR DEL MUNDO	ECHALE UN LENTE	VIAJES CON EL 22	OPERA 3 HRS.
19:30 A 20:00	SOBREVIVIR	TIEMPO DE BELLAS ARTES	DIVAGARTE	GALERIA PLÁSTICA	SOBREVIVIR	HACIA EL TERCER MILENIO	ARQUITECTURA EN MÉXICO
20:00 A 20:30		UNIVERSOS PRIVADOS	VISITACIONES	ROCK DE LOS 90'S	MIRADAS SOBRE MÉXICO	REVISTA 22	RITMOS DEL CORAZÓN
20:30 A 21:00	IMAGINACIÓN	UNO / TODOS CINE	CLÁSICOS DE FIN DE SIGLO	HACIA EL TERCER MILENIO	TRATOS Y RETRATOS	ESCENARIO DE	EL ROSTRO DEL TIEMPO
21:00 A 21:30	NOTICUARIO 9:30	NOTICUARIO 9:30	NOTICUARIO 9:30	NOTICUARIO 9:30	NOTICUARIO 9:30	ESPECIALES DEL 22	CINE MEXICANO
22:00 A 22:30	PARA NARRAR	DANZA 22	PARA NARRAR	CINE DE AUTOR	PARA NARRAR	ESTELARES DEL CINE	CUENTOS DE LO INESPERADO
22:30 A 23:00	NUEVOS ARCAICOS		ANTES E. MARIPOSA		NUEVOS ARCAICOS		RTC
23:00 A 23:30	TV UNAM				TV UNAM		
23:30 A 0:00	RTC	RTC	RTC	RTC	RTC		
0:00 A 0:30							
0:30 A 1:00							
1:00 A 1:30							
1:30 A 2:00							

	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
16:00 A. 16:30	ECHALE UN LENTE	POR AQUÍ PUEDEN PASAR	ECHALE UN LENTE	POR AQUÍ PUEDEN PASAR	ECHALE UN LENTE	EL OJO EN LA CERRADURA	
16:30 A. 17:00						UNIVERSOS PRIVADOS	
17:00 A. 17:30	EL ORDEN DE LA NATURALEZA	CIENCIA	EL ORDEN DE LA NATURALEZA	CIENCIA	EL ORDEN DE LA NATURALEZA	UNA MIRADA A LAS OBRAS DE M...	
17:30 A. 18:00						LOS QUE HACEN NUESTRO CINE	OPERA 4:30 HRS.
18:00 A. 18:30						NUEVOS ARCAICOS	
18:30 A. 19:00	EL GRAN JUEGO	EL GRAN JUEGO	EL GRAN JUEGO	EL GRAN JUEGO	EL GRAN JUEGO		
19:00 A. 19:30	LIBROS Y AUTORES		DIVAGARTE	TIEMPO DE BELLAS ARTES	GALERIA PLÁSTICA	VISITACIONES	
19:30 A. 20:00	ROCK DE LOS 90'S			FIN DE MILENIO (ANTES HACIA EL TERCER...)	SONIDO Y SILENCIO	TERCEL BIENAL DE VIDEO	
20:00 A. 20:30	MIRADAS SOBRE MEXICO	TEMA SEMANAL "JURI KYLIAN COREOGRAFO"	CLASICOS DE FIN DE SIGLO		TRATOS Y RETRATOS	REVISTA 22	
20:30 A. 21:00	UNO/TODOS A VISUALES		EL PODER DE LA DANZA	UNO /TODOS MUSICA	UNO /TODOS MUSICA		VIAJES CON EL 22
21:00 A. 21:30						ESENARIO DE.	DEBATE 22
21:30 A. 22:00	NOTICUARIO 9:30	NOTICUARIO 9:30	NOTICUARIO 9:30	NOTICUARIO 9:30	NOTICUARIO 9:30		
22:00 A. 22:30	PARA NARRAR		PARA NARRAR		PARA NARRAR	ESPECIALES DEL 22	
22:30 A. 23:00		TEMA SEMANAL "JURI KYLIAN COREOGRAFO"		CINE DE AUTOR			CINE MEXICANO
23:00 A. 23:30	NO ES MOZART		EFECTO MARIPOSA		NOCHES DE VIERNES "PELICULA/MUSICA"		
23:30 A. 0:00	INDICE 22 RTC	INDICE 22				ESTELARES DEL CINE	
0:00 A. 0:30		RTC	TV UNAM	TV UNAM			CLAVE DE SOL
0:30 A. 0:45			INDICE 22	INDICE 22	INDICE 22		RTC
0:00 A. 0:45			RTC	RTC	RTC		RTC
0:45 A. 1:15							
1:15 A. 1:30							









## TEMA SEMANAL VOLCAN!

HOZAOVA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
14:30 A. 15:00	RED CULTURAL 9:30	RED CULTURAL 9:30	RED CULTURAL 9:30	RED CULTURAL 9:30	RED CULTURAL 9:30	TRADICION OCCIDENTAL	100 AÑOS DE OPERA EN MEXICO
15:00 A. 15:30	ESPACIO 22		ESPACIO 22		ESPACIO 22		
15:30 A. 16:00	RUTA 22	MÚSICA CLÁSICA	MÉJORA VIVA DE CIERTOS BASTIENES	MÚSICA CLÁSICA	LO MEJOR DEL FIC '98	DANZA '90'	
16:00 A. 16:30	LINTERNAS MÁGICA (REP)		100 AÑOS DE OPERA EN MEXICO				
16:30 A. 17:00	TV UNAH	TV UNAH	CRCA	TIPO DE BELLAS ARTES	INAH	EL AULA SIN MUIROS	OPERA
17:00 A. 17:30	LA MATELA DE LOS SUEÑOS	FC INFANTIL	DEBIE GRAN BETAIRA	FC INFANTIL	LOS CUENTOS DE GABARAZ	TRATOS Y RETRATOS	
17:30 A. 18:00	NATURALEZA	NATURALEZA	NATURALEZA	NATURALEZA	NATURALEZA	PALLETES	
18:00 A. 18:30						DOCUMENTAL	
18:30 A. 19:00		PRINSEBE	PRINSEBE	MINISEBE	ROCK		PERSONAJES Y ESCENARIOS
19:00 A. 19:30	MONTE PHATUO, LA GRAN ENTUPCIÓN					LA BELLEZA DEL PENSAR	
19:30 A. 20:00							VIAJES CON EL 22
20:00 A. 20:30	BAJO LAS CENIZAS	PEÑALES UN SIGLO DE ESCUATORES	PEÑALES DANZA	PEÑALES MÚSICA	REFRES ARTES VISUALES	LINTERNAS MÁGICA	NATURALEZA
20:30 A. 21:00	VOLCANO'		MINISEBE CICLO SHAKESPEARE	MINISEBE CICLO SHAKESPEARE	CIENCIA DESASTRES NATURALES	ARQUEOLOGIA Y LITERATURA	
21:00 A. 21:30						PEPIL CINE	MEMORIA VIVA DE CIERTOS DIAS
21:30 A. 21:60	RED CULTURAL 9:30	RED CULTURAL 9:30	RED CULTURAL 9:30	RED CULTURAL 9:30	RED CULTURAL 9:30		CINE IBEROAMERICANO '95'
21:60 A. 22:30	LA MONTAGNE ENHANT		TRATOS Y RETRATOS	HISTORIA	ESTELARES DEL CINE '98	CINE DE AUTOR 137	
22:30 A. 23:00	REKAKATON, EL DIA EN QUE SE ESTRECHÓ EL MUNDO	POBRESA PELA 105'	DOCUMENTAL	CONCIERTO			PATRIMONIO AUDIO VISUAL DEL CINCA
23:00 A. 23:30			CONTOS Y AMBAGACIONES		RED CULTURAL 9:30	CRCA-INEA	NATURALEZA (REP)
0:00 A. 0:30	EL SEÑOR DE UN VOLCAN A HESNO	RED CULTURAL 9:30	RED CULTURAL 9:30	RED CULTURAL 9:30	ESPACIO 22 (REP)		
0:30 A. 1:00	RED CULTURAL 9:30	ESPACIO 22 (REP)	ESPACIO 22 (REP)	ESPACIO 22 (REP)	NATURALEZA (REP)	DOCUMENTAL (REP)	RTC
1:00 A. 1:30	ESPACIO 22 (REP)						
1:30 A. 1:60	NATURALEZA						
2:00 A. 2:30		RTC	RTC	RTC	RTC	RTC	
2:30 A. 3:00	RTC						

## NOTICIERO 9:30

Canal 22 produce el único noticiero cultural de la televisión mexicana bajo el nombre de "Red Informativa 9:30" quien está ampliando sus actividades mundiales, ejemplo de ello fue la cobertura de la exposición de Arte mexicano en Washington, la exposición de plástica mexicana en Nápoles, Italia; y también produjo un programa sobre la sala mexicana en el Museo Británico de Londres.

El Noticiero cultural 9:30 (actualmente Red Cultural 9:30) inició transmisiones al mismo tiempo que salió al aire Canal 22 y a lo largo de todo ese tiempo se ha mantenido en el gusto del público, consolidándose, primero, como una nueva opción de noticiero cultural y, actualmente, como la única.

A lo largo de estos años 9:30 ha evolucionado y como parte de esa búsqueda ha integrado a su espacio noticioso nuevas secciones como "Ciudades invisibles" que trata sobre arquitectura, una sobre ciencia en la que son tratados los avances tecnológicos que también van dando una nueva forma de apreciar qué y cómo somos; otra es "Alejandría" donde se invita al televidente a asomarse a la literatura, también cuentan con una sección de cine y otra titulada "Los sueños de la tribu" en donde se trata de buscar cuáles son nuestros sueños, utopías y deseos a fines del milenio.

Este Noticiero cultural es de las pocas producciones realizadas por Canal 22 mediante el cual se da a conocer aquello que ocurre en nuestro país relacionado con la creación artística y el fomento a la cultura. Éste se ha mantenido en muy buen rating desde sus inicios y es un programa que augura larga vida. También, es considerado como un programa vivo del Canal.

Los encargados de realizar este Noticiero son Guadalupe Alonso quien es la directora de noticias; Luis de la Hidalga, es el productor y realizador; la coordinadora de producción es Ana Betancour, la coordinación de Imagen (edición) se encuentra a cargo de Isaura Roman.

El área de información esta conformada por José Gordón, jefe de información y conductor del Noticiero junto con Myriam Moscona, después sigue Manola Rius, coordinadora de información y Verónica López asistente de información. En redacción están Mónica Alponente y Gabriel Vázquez, el equipo técnico está integrado por 5 editores, un posproductor y un productor no lineal y los reporteros. También, se cuenta con los prestadores del servicio social como asistentes.

Guadalupe Alonso, define como objetivo principal de 9:30 "difundir todos los eventos y actividades culturales que se llevan a cabo en esta ciudad, y además en todo el país. Queremos dar voz a todos los intelectuales y los hacedores de la cultura en México. Buscamos estar abiertos a todo lo que hay. Cubrimos una gama muy amplia de todo lo que se está gestando en la cultura, no solamente de cuestiones institucionales sino de todo lo demás: cultura popular, rock, cosas interesantes para los jóvenes".<sup>22</sup>

<sup>22</sup> Ramírez, Luis Enrique. "9:30 está logrando el objetivo, exponer el arte a la gente Alonso." En *La Jornada*. 23 de junio de 1996, pp.27

Alonso subrayó que el objetivo de exponer a la gente el arte se está logrando y esto se comprueba cada día con un amplio espectro de televidentes, desde los intelectuales hasta las amas de casa que han dejado de ver telenovelas para seguir las series de Canal 22.

En comparación con el desaparecido programa “Hoy en la cultura” que era un noticiero más relajado; el equipo de 9:30 hace una presentación más afondo de las cosas, a pesar de que ha sido criticado y comparado con un noticiero para intelectuales ellos consideran que el público en general – no necesariamente intelectuales – es inteligente.

Sobre esa base se le ha tratado dar a 9:30 un punto de vista a ese nivel, desde la conducción misma del programa, a cargo de una poeta que es Myriam y de un periodista cultural, novelista y ensayista, José Gordon, jefe de redacción del suplemento de la revista *Siempre!*. Hasta el contenido del mismo a cargo de una poeta, jefa de redacción y de una filósofa que es coordinadora de información.

Debido a que es un trabajo de equipo el cual está vinculado con el mundo de la cultura, es como se ha logrado transmitir al auditorio la pasión por el conocimiento, aunque una cosa es lo que se trata de transmitir y otra es la que se capta, sin embargo a través de la mirada de estas personalidades se ha logrado contagiar el goce por la cultura.

“Queremos hablar de la experiencia de la cultura como algo... ¡apasionante!. Cuando uno ha leído un buen libro, disfrutado una buena película, no te queda más que buscar al otro y compartirlo, y qué bueno que exista esta caja de resonancia que es la televisión. Así concebimos nuestro trabajo, más que como líderes de opinión, como cómplices del auditorio”<sup>23</sup>, recaló José Gordon.

Sin embargo, eso no quiere decir que este mundo de trabajo no trate de explorar y conocer cual es el lenguaje que se utiliza hoy en día y avanzar y tratar de ensanchar los límites de una manera atractiva, ya que ese es el gran reto de la comunicación.

José Gordon, conductor del Noticiero 9:30, dijo que su pequeño espacio puede ser fundamental para entender lo que pasa en nuestra sociedad e, incluso, para transformarla, en un momento en que la función de los medios es la de “desentrañar lo que es verdad en este juego de mentiras”.<sup>24</sup>

La línea de Canal 22 fundamentalmente es cultural no obstante, en entrevista personal, Gordon señaló que la educación se encuentra implícita en la programación del canal, pero si bien no aspiran a educar se está dando un proceso informal que contribuye a ganar conocimiento. “Aunque no hay una intención pedagógica ni didáctica el hecho de exponernos al mundo del arte y a otras manifestaciones de la cultura, nos permiten también ganar conocimiento que contribuya a alimentar nuestra educación, que la van transformando y hace que evolucione”.

<sup>23</sup> Rivera, María. “Desentrañar la verdad, función de los medios, señala Gordon” En *La Jornada*. 23 de junio de 1998 pp. 6

<sup>24</sup> *Ibidem*.

Es lamentable que no haya más espacios para la difusión de la cultura ahora que salió del aire "Hoy en la cultura" ya que reduce las expectativas de crecimiento de la misma en nuestro país dejando un vacío en las necesidades del auditorio. Empero, el público que está deseoso de encontrar noticias sobre el ámbito cultural, naturalmente, va a voltear al único exponente de noticias culturales.

Aunque 9:30 no sólo busca captar la atención del público que esta ya de por sí identificado con la cultura sino también la de aquel que esta asiduo de conocer, relacionarse y abrirse a más mundos. Gente común que si bien no conoce esta en la mejor disposición de acercarse a ese universo cultural del cual nadie está privado "ya que el deseo de conocer en sí mismo nos plantea la riqueza y el atractivo para que la cultura no se vuelva un fenómeno elitista y aburrido, ya que es un proceso vital; nos habla, nos explica y nos amplía nuestros márgenes de opciones" reafirmó Gordon.

Para el conductor de 9:30 "el reto es cómo en un lenguaje atractivo vamos acercándonos a un nuevo público que tiene deseos de conocer y empezamos a crear un núcleo de resonancia en torno a una obra y aunque uno no conozca acerca de ella comienza a interesarse cada vez más".

Con relación a la programación del 22 y más explícitamente con el Noticiero, el productor y realizador Luis de la Hidalga señaló que el Canal hace un registro por un lado, de lo que sucede en nuestro país y por el otro cuenta con materiales que reflejan la cultura universal; muestra los mejores programas en el ámbito mundial, basándose en el presupuesto.

El Noticiero 9:30 es considerado como característico del Canal 22 ya que es parte de su propuesta cultural, consolidándose como pieza fundamental de su estructura estableciendo una importante presencia como referente del Canal, donde el manejo de la información y el papel de la comunidad intelectual son factores característicos.

Entre los cambios más importantes que ha tenido el Noticiero se encuentran la temporalidad y el aumento de uno a tres noticieros diarios. Gordón aclaró, "nosotros concebimos un noticiero cultural con tres funciones básicas: memoria, espejo y abrir los límites de lo que consideramos realidad. Entonces es interesante que a través de condensar puedas abrir lo cual ocurre mucho en el mundo del arte, toda la realidad en treinta minutos que son como un acordeón el cual queremos que luego, nuevamente, se vuelva a abrir para enriquecer nuestra experiencia en la vida".

Para Luis de la Hidalga, "el Noticiero tiene un público perfectamente definido, no es necesariamente elitista, está abierto a quien lo quiera ver, pero en general nuestro auditorio es un público común del pueblo mexicano". Asimismo, indicó que "no es necesario tener un nivel educativo alto, sino un nivel cultural; es decir, a mayor cantidad de información, estudios, lecturas, es obvio que la apreciación va a ser mayor, es una relación inmediata".

Un ejemplo claro se observa en la música clásica, donde hay cosas muy complejas y poco digeribles, esto puede hacerla parecer aburrida pero en el fondo tiene mucho que ver con el nivel de información que tenga el auditorio.

Con relación a lo anterior José Gordón afirmó que “el conocimiento sí puede ser atractivo siempre y cuando haya alguien que nos dé elementos para darse cuenta de la universalidad de las cosas y de las situaciones. El conocimiento no es aburrido en sí mismo, lo que ocurre es que no hay pasión ni conocimiento profundo del tema, por lo tanto la comunicación del mismo fracasa.”

Asimismo, aclaró “cuando estoy entendiendo lo de afuera me estoy entendiendo a mí mismo y cuando me estoy entendiendo a mí mismo también puede entender lo de afuera y puedo darle otra dignidad, la dignidad de la existencia. El problema es que no vinculamos el conocimiento a nuestro ser en forma significativa y esto se da en los procesos formales de educación como en los procesos informales de transmisión de la cultura porque ambas están interconectadas”.

Se ha tipificado como aburrida la televisión cultural pero según Luis de la Hidalga “no necesariamente tiene que ser así, lo que sucede es que los programas culturales son mucho más complejos en su fondo y muchas veces no se entienden y eso podría parecer aburrido”.

Agregó que existen programas que a veces sí son aburridos y lentos lo cual tiene mucho que ver con el tipo de televisión que estamos acostumbrados a ver con una marcada influencia estadounidense, donde los ritmos de los programas son muy acelerados y rápidos. No obstante la televisión cultural no es así, y es ahí donde se puede creer que es aburrida pero para cierto público puede resultar muy interesante.

La ventaja que se puede tener de la televisión cultural es mediante los programas que hablen de las diferentes formas de interrelación entre el ser humano y su entorno, gracias a las cuales se va ganando conocimiento y puede ser algo muy atractivo.

Para Gordon, el problema radica en que cuando no hay esa vinculación y pasión profunda con el conocimiento, no se puede transmitir nada y es ahí cuando se habla de una cultura aburrida, carente de atractivo y de imaginación. “Cuando se habla de la cultura se hace referencia al territorio de la imaginación y cuando el individuo se percata de qué imágenes más poderosas, sorprendentes y atractivas puede comunicar el mundo del arte se convierte en un estímulo que le abre las puertas del mundo de la percepción.”

Cabe señalar que una característica importante de una buena comunicación en el terreno de educación y cultura es la compenetración profunda con los temas que se están tratando; se necesitan elementos para ver como se vinculan las diferentes cosas entre sí y la gente, para no estar aislados ni fragmentados.

Finalmente hay que destacar que el conocimiento es vital y puede ser entretenido; todo es cuestión de abrirse a los espacios culturales tales como 9:30, que se encuentran en la televisión cultural y que brindan un abanico de alternativas para quien quiere dar el primer paso a la cultura y romper esas barreras invisibles que limitan su mundo.

## PROBLEMÁTICA FINANCIERA Y TÉCNICA

Hablar acerca de que la televisión cultural es negocio o no es siempre una cuestión de polémica para la entidad dedicada a ello. Ya que en cuanto a finanzas se refiere, según Juan Luis Carmona, Gerente de Comunicación Social, “la respuesta es muy clara: en ninguna parte del mundo, puedo asegurar, no existe un solo canal cultural que viva de su comercialización, todos viven del subsidio es un fenómeno a escala mundial. Lo idóneo sería llegar al justo medio 50% de subsidio y 50% de comercialización. Actualmente, el Canal depende del 75% del subsidio y el 25% de sus esfuerzos de comercialización lo cual es considerado un récord en cifras”.

Canal 22 inició sus actividades con recursos limitados. Para 1992 el presupuesto autorizado fue de \$32,000 millones más una ampliación líquida de \$3,400 millones, por lo que aumentó a \$35, 400 millones. El ejercicio en ese año fue de \$18,814 millones, más compromisos por \$12,045 millones para antes de fin de año y los restantes \$4,540 millones en fecha posterior. Dichos montos se tramitaron y regularizaron ante el CNCA y la SHCP.

“En 1993 se registró un ejercicio de N\$59 millones 349 miles que representó el 95% de un total del gasto autorizado modificado por N\$62 millones 215 miles. El 5% restante fueron economías de los capítulos 1000, 3000 y 6000”.<sup>26</sup>

En 1994 el presupuesto original autorizado a la entidad fue de N\$62 millones 334 mil el cual se vio afectado por una reducción de N\$991 miles, derivado de los acuerdos estipulados en el Pacto para la Estabilidad, la Competitividad y el Empleo (PECE).

Asimismo, tuvo una ampliación del orden de N\$4 millones 241 miles basándose en recursos propios y en la autorización para el gasto de las economías del ejercicio de 1993. Ese mismo año, se recibió otra ampliación líquida por N\$3,318.7 miles para cubrir el aumento del 7% para sueldos y pago de estímulos por eficiencia y productividad. Con lo anterior, el presupuesto modificado ascendió a N\$68 millones 903 miles.

De acuerdo al cierre del ejercicio de la entidad se erogaron N\$68 millones 900 miles, con una economía de N\$2 mil 814, por lo que se considera prácticamente ejercido el total del presupuesto original modificado del año.

Existe la posibilidad de lograr un nivel importante de financiamiento diferente al recibido de la Federación y prueba de ello se obtiene por intercambios que para 1994 representó poco más de la cuarta parte del presupuesto gubernamental. Ingreso que para 1995 sufrió una ligera caída.

Por lo que es necesario reconocer que la realización de las estrategias y líneas de acción que se plantean permitirán atraer mayor público, lo cual justificaría la presencia de la televisión cultural, elevaría el impacto positivo de ésta y con ello la obtención de patrocinadores. Cabe señalar que se pretenden ingresos crecientes por patrocinios que van de \$852 miles a

<sup>26</sup> Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Programa Institucional de Mediano Plazo 1995-2000. pp.13

los \$2,018 miles e ingresos por comercialización en el mismo período que van de los \$20 mil 122 miles a los \$38,538 miles.

En 1993, se desarrolló una estrategia de comercialización mediante la cual se obtuvieron fuentes para mejorar el desarrollo de la compañía. Una de las entidades que fueron creadas para conseguir recursos financieros es la Asociación Civil "Amigos de Canal22", constituida formalmente en 1994.

También había, proyectos de apoyo para difundir la presencia del Canal en la sociedad civil y en los posibles patrocinadores, este apoyo fue proporcionado por compañías, instituciones académicas y culturales, representantes diplomáticos y por artistas de la plástica mexicana.

En este mismo esquema, mediante donadores subsiste el patrocinio a través de muestras de coproducción, se realizan intercambios de materiales, asistencia a exposiciones y muestras culturales, también se organiza un concurso de cartel y se reciben acuerdos de colaboración. Estas actividades sirvieron para aumentar los recursos de la institución y consolidarla durante 1994. A través de 1995 y 1996 los ingresos eran constantes y poco a poco, el Canal fue creciendo, gracias al intercambio de publicidad entre empresas públicas y privadas.

Canal 22 tiene la concesión de poder comercializar su tiempo al aire lo cual le da la oportunidad de no depender del subsidio gubernamental. Con ayuda de los patrocinios se consigue un importante porcentaje de su financiamiento al vender su tiempo al aire

Por otro lado, en 1997 se visitaron diferentes compañías para ofrecer acuerdos de comercialización y posibilidades de acceso a un mercado con bases sólidas. El Canal mantiene acuerdos de patrocinios con empresas como Alpura, Bancomer, Grupo ICA, Avantel, Domecq, La Sept Art (productor y distribuidor francés), principalmente. También, existe un acuerdo con el Palacio de Hierro (préstamo de ropa para producciones), además de la colaboración con la revista Proceso y su guía de televisión.

Actualmente Canal 22 cuenta con las siguientes áreas de servicios:

- Un segundo estudio de televisión completo
- Una sala de subtítulaje
- Una sala de voz en off
- Una sala para grabación de audio
- Una sala de copiado que incluye conversión de normas
- Dos sistemas portátiles de microondas
- Parque vehicular para cubrir la mayoría de las necesidades propias de la Subdirección General Técnica.

Aunque, a pesar de lo anterior, existen deficiencias en varios departamentos, ejemplo de ello es el Departamento de Videoteca en el cual las condiciones para las cintas son pésimas ya que no existe una inspección de la temperatura y de la humedad. Álvar Negrete, Jefe del Departamento de Videoteca, señaló que “no hay control de seguridad para las cintas y pero aún, no hay seguridad para quienes laboramos en el canal, no hay accesos de salidas de emergencias, sistemas de control de incendios, ni mobiliario suficiente.”

Otro de los problemas con los que cuenta este departamento es la escasez de cintas vírgenes ya que a pesar de que el número de cintas que llegan anualmente ha ido en aumento (de 5mil a 9 mil hasta 1997), también se ha ido incrementando la programación. Generalmente, a principios de año las cintas comienzan a escasear, debido a que se adquieren más programas.

“Nosotros pedimos las cintas, pero solo se hace la compra una vez al año por eso estamos racionados y siempre las estamos limitando. Primero, se hace un cálculo de la programación y la utilización de programas al año, después se solicita la cantidad de cintas al área administrativa, quien dictamina y finalmente supervisa si alcanza para comprar ese número de cintas, evaluando la permisión del presupuesto esta adquisición se realiza por medio de una licitación pública” mencionó Álvar Negrete.

Se hace una convocatoria abierta a todos los distribuidores de cintas magnéticas de Betacam que es con lo que funciona el Canal, y así participan en el concurso, y por lo general se contrata a quien ofrece los mejores precios, supuestamente para evitar que se compre a un conocido.

Otro ejemplo de las limitaciones técnicas y financieras del Canal se da en el Departamento de Noticias el cual tiene problemas de infraestructura, según Isaura Román Martínez, Jefa de Edición de esta área “necesitamos más máquinas y cintas, no podemos verlas, sólo nos guiamos por los títulos. Un problema de la videoteca es que no sabemos que tenemos, porque no podemos ver que hay. Faltan máquinas para revisar material, otro editor, gente y una mejor definición de los puestos”.

Ella misma, considera que esta carencia de personal podría resolverse con organización para que no se dupliquen funciones y se necesita que se funja con otras funciones. “Muchas veces el organigrama no se cumple porque no esta bien definido lo que se va a hacer y como lo primero que importa es que salga el programa, pues lo demás no interesa, hay que hacerle de todo, cosa que no debería de ser”.

Otro grave problema es que falta comunicación entre los mismos departamentos del canal, principalmente porque las oficinas administrativas están separadas de las de producción. “Margarita Flores es la Coordinadora de Producción de todo el canal, ella es la encargada de asignar medios a cada programa y el colmo es que se encuentra en las oficinas administrativas” subrayó Isaura Román.



Otro problema del Canal es la infraestructura técnica debido a las limitaciones de transmisión de la banda UHF ya que no todos los televisores pueden tener acceso a ella y en el interior de la República sólo puede captarse por medio de vía cable y a través del satélite Solidaridad. Además de las limitaciones de la banda, encontramos la falta de equipo para la transmisión de la señal así como el poco alcance que tiene.

En 1995 Canal 22 sufrió las consecuencias de la crisis mexicana de 1994, a causa de la devaluación su presupuesto se vio disminuido. Fue hasta el segundo trimestre de 1996 que la economía mexicana empezó a crecer de nuevo, además la inversión extranjera en México se incrementó y por consecuencia los ingresos gubernamentales. El año de 1997 fue de continuo crecimiento con un aumento del PIB aproximadamente del 7%.

Es posible que en años posteriores la actividad del Canal se vea afectada por limitaciones presupuestales, debido a que aún cuando los montos autorizados no disminuyan significativamente, la verdad es que en términos reales, el efecto de la inflación, recortes publicitarios de su cartera de anunciantes y los costos de adquisición de programas extranjeros, entre otros factores adversos, acotaran el ritmo de crecimiento lento pero sostenido en los años previos.

Podemos decir que la posibilidad real de mayor autosuficiencia financiera sólo será después de consolidar la infraestructura física, que a corto y mediano plazo requiere de fuertes inversiones, así como de una reestructuración de la estructura orgánica, a fin de atender las tareas propias de la televisoras.

En consecuencia, la consolidación futura de Canal 22 y sus posibilidades de un mayor autofinanciamiento depende del avance y logro de los objetivos institucionales en el corto y mediano plazo.

## ENTREVISTA CON EL Lic. JUAN LUIS CARMONA KOSKI GERENTE DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IMAGEN TELEVISIVA Y VOCERO DE CANAL 22

El licenciado Juan Luis Carmona se encuentra a cargo de la Gerencia del Departamento de Comunicación Social de Canal 22 cuya función básica es informar al exterior, mediante comunicados, de todas las actividades que se llevan a cabo en Televisión Metropolitana así como de la programación que se transmitirá durante el mes en curso.

Únicamente el licenciado Carmona, Vocero del 22, y el Director del Canal, José María Pérez Gay se encuentran autorizados para dar conferencias de prensa a los medios de comunicación que así lo soliciten. También el Vocero del Canal se encarga de las relaciones públicas, la difusión y operación de la institución

A pesar de ser compositor y director de orquesta, Carmona Koski cuenta con una vasta experiencia de 30 años como publicista en casi todas las agencias de publicidad y sus diferentes áreas, también lo respaldan su extensa labor en CONACULTA dentro del área de difusión cultural del Conjunto Ollin Yolliztli.

Carmona Koski es considerado como uno de los hombres más importantes dentro de Televisión Metropolitana y su experiencia con la cultura permite el enriquecimiento de esta investigación, así como la confirmación de algunas de las hipótesis presentadas a lo largo de ésta.

¿Cuál es su definición de cultura?

Todo es cultura pero para aterrizarlo en el caso de televisión, hay que definir dónde se marca la línea entre televisión cultural y educativa, porque ambas son entretenimiento, informativas o formativas. Pero la gran diferencia entre el producto cultural es la programación que queda en la memoria, que se queda con el individuo el resto de su vida, para transmitirlo a sus demás generaciones.

¿Cree que la cultura y la educación van de la mano?

Absolutamente, no hay una división. La cultura es el producto que se ofrece y el efecto que produce en el consumidor de ese producto es la educación, para bien o para mal queda educado. No hay educación o cultura, uno es el efecto del otro.

¿Cree que el Canal 22 difunda una cultura para las mayorías donde plasme los valores, creencias y necesidades del mexicano?

Desde luego, cualquier tipo de manifestación a través de cualquier medio masivo de comunicación, en este caso la televisión, evidentemente tiene que estar enfocado a las mayorías tiene que ser para consumo de todos. Esto que sea verdaderamente para todos depende de un proceso de distinción; es decir, de la cobertura del canal y ahí es donde

empiezan los problemas porque la cobertura de un canal se refiere a un aspecto técnico de cómo mandar la señal a toda la república.

Nosotros somos un canal abierto pero únicamente del área metropolitana siempre y cuando se tenga un televisor con banda UHF, pero para el interior de la república llegamos por medio de vía cable a poco más de 250 ciudades de la República, sin embargo todo el país tiene acceso a nuestro canal siempre y cuando puedan bajar la señal del satélite Solidaridad.

En cuanto a que si fomentamos los valores de los mexicanos desde luego que si, es de gran interés nuestro el difundir los programas y las hechuras de los productores mexicanos tanto como se pueda, nuestra preferencia siempre va a estar en los mexicanos. Sin embargo no se produce tanto como en otros países del mundo, es muy costoso producir televisión y somos un país que tiene limitaciones en ese aspecto, pero completamos nuestra programación importando producción y programación del extranjero, es mucho más barato alquilar un programa que producirlo.

Nosotros mediante esto damos acceso a los mexicanos a otras manifestaciones culturales del mundo de esa medida enriquecemos el panorama cultural de todos los mexicanos, de esta forma si se cumple una labor clara, la pantalla de televisión es tan democrática como el control remoto y nuestra labor es hacerlo lo suficientemente atractivo como para que nos sinteticen pero no podemos obligar a nadie.

¿Cree que la programación de Canal 22 puede cambiar el nivel cultural de la sociedad mexicana?

Sería muy ufano decir que sí, lo que puedo asegurar es que contribuimos a esta modificación, a enriquecer la oferta de manifestaciones culturales al mexicano, contribuimos hacia ello. No vía televisión vamos a educar un país, es todo un proceso, enorme el proceso de educación de un país, pero en cuanto a nosotros corresponde si contribuimos a ese logro.

¿Qué opina acerca de que la educación y la cultura son deber de la escuela?

Es crucial la educación desde la escuela y la familia misma, la televisión viene a complementar los esfuerzos de todos los elementos del día. La televisión puede ser un complemento pero de ninguna manera podría ser una operación totalitaria, complementa pero nunca sustituye a la escuela, la lectura no puede cambiarse por una pantalla de televisión, la televisión bien llevada y bien concebida es un elemento para la vida y para su enriquecimiento.

¿Qué podría hacer el Canal 22 para llegar a todas las clases sociales sin importar su nivel educativo ni económico?

Ofrecer un buen producto es la mejor manera de llegarle a las mayorías. Estas mayorías no están acostumbradas a ver un producto de esta naturaleza, nuestro producto ahorita es de minorías, porque poco a poco lo han ido comprando, pero las minorías de hoy serán las

mayorías del mañana porque esto se va a transmitir de generación a generación, quien sea asiduo del Canal 22 podrá heredar a su hijo la costumbre de ver el canal.

El segundo esfuerzo será que aumente nuestro rating ofreciendo calidad nada más, el buen producto que de resultado al usuario lo va a volver a comprar, y el producto que le cause una decepción lo va a rechazar y no lo vuelve a comprar. Solamente a través de tener una optima calidad conservaremos a nuestra audiencia y de ahí seguirá transmitiéndose de boca a boca otros posibles usuarios, necesitamos que sepan que con una vez que nos sintonicen los vamos a atrapar, no a todos pero a lo mejor a algunos si.

Las grandes mayorías a las cuales queremos llegar en nuestro país del tercer mundo son las grandes mayorías de las clases bajas que no han estado en contacto con las manifestaciones culturales. A través de encuestas realizadas al azar por teléfono, nos hemos dado cuenta que la mayor parte de nuestra audiencia está en colonias de nivel socioeconómico bajo, nuestra gran audiencia se encuentra en Iztapalapa, donde la gente es de condición baja; porque para ellos la programación es novedosa y la están comprando a puños.

Nunca llegaremos a ser un canal comercial como lo es el 2 pero esto es un fenómeno mundial, todas las televisoras culturales de todas partes del mundo comparten un nivel de rating semejante, nunca es para las mayorías porque no están acostumbrados a consumir este tipo de programas, es un proceso de nivel de educación a escala mundial.

¿A que cree que se deba que los programas culturales sean recibidos por una mínima parte de la población?

No están acostumbrados a recibir este tipo de programación, nadie se ha dado la molestia de ofrecer algo distinto, nosotros a diferencia del canal 11 somos un canal únicamente de cultura y el 11 es de servicio social.

¿El Canal 22 es un canal elitista?

No, para nada, los elitistas no se interesan en mandar cartas, al contrario quienes nos mandan cartas son la gente común y corriente. La mayoría de las cartas que recibimos son de zonas como Iztapalapa y Ciudad Nezahualcoyotl.

¿Qué tan abierto esta el Canal a las nuevas producciones de los creadores independientes?

Totalmente abierto, tan es así que este es un canal de salida para estos productores independientes pero para nosotros la calidad es lo principal. Casi la única salida para estos productores es el Canal, sin embargo no hay recursos suficientes para producir toda nuestra programación con programas hechos en México por eso recurrimos a programación internacional.

¿Por qué cree que el público relaciona la televisión cultural con el aburrimiento?

Por la falta de costumbre a consumir este tipo de cultura, para ayudar a que no sea aburrido es importante que tenga calidad porque algo mal producido por entretenido que sea resulta material de basura y algo de calidad, bien producido no tiene porque ser aburrido.

¿Qué tanto ha logrado hacer Canal 22 para demostrar la existencia de una televisión diferente a la comercial?

Por desgracia poco, pero esto se debe a un factor enteramente económico, publicitarse y darse a conocer en forma masiva cuesta mucho dinero y no hay presupuesto, sobre todo en el área de cultura que es educación pública. No hay presupuesto para darse a conocer en una producción, no podemos disponer de los recursos que implican una promoción masiva.

El que en cinco años que lleva el Canal, el hecho de que la gente conozca o haya escuchado sobre él, para nosotros es mucho. Un paso importante es acostumbrar a la gente a que vea Canal 22 para que vayan consumiendo nuestras barras de programación.

Actualmente estamos imprimiendo 20 mil guías mensuales que se distribuyen, únicamente, en el área metropolitana, en librerías o centros culturales y poco a poco hemos aumentado el tiraje y cada vez hay más demanda, al principio lo mandábamos por correo, pero este método falló por falta de control.

¿Qué tanto pueden influir en el espectador los contenidos que tiene la televisión cultural en comparación con la televisión comercial?

Lo que ven en nuestro canal muy probablemente lo conserven en su memoria, y lo que ven en la televisión comercial muy probablemente lo olviden mañana, sino es que menos. No todo lo nuestro puede ser memorable, pero sí la gran parte. La influencia tiene otra connotación, aunque todo depende de la idiosincrasia, es cuestión de costumbres y de gustos.

¿Cuáles son las estrategias con las que compite frente a la televisión cultural?

Las dos medidas de competencia para medir un canal sería una, el rating, y el otro los ingresos por espacios publicitarios que son los comerciales. Los ratings no son necesariamente numerarios, también los hay de calidad más que de cantidad. Los publicistas venden sus productos dependiendo del tipo de gente al que se quiere dirigir, es decir, no es el mismo auditorio de Duro y Directo al de Canal 22.

La gente está ávida de aprender, de contar con otra opción televisiva, y para los anunciantes es interesante anunciarse en los espacios de Canal 22 por el tipo de corte de la gente. La estrategia consiste en no aminorar nunca nuestra calidad, mantener siempre la calidad, de esta manera tendremos televidentes siempre ávidos de ver calidad. La estrategia es el nivel de atención que logramos en el televidente.

Nosotros estamos limitados a un subsidio que nos da CONACULTA como estancia dedicada a la cultura y esto sucede en todo el mundo, no hay un sólo canal cultural del mundo que sea autosuficiente. El canal de Quebec es el único que se acerca a esa autosuficiencia con un 18% de su presupuesto, del subsidio depende de un 72%.

Para 1998 contamos con un presupuesto de 100 millones de pesos, que en comparación es lo que cuesta producir unos 10 capítulos de una telenovela y nosotros tenemos con eso mismo que sobrevivir todo un año con nuestra gama de programación.

¿Qué tan fundamental es el dinero para realizar programas de calidad dentro de Canal 22?

La calidad no es cuestión de dinero, la calidad son ganas de hacer y de imaginar, ejemplo de esto es el premio para "Eisenstein en México", con un costo de 330 mil pesos.

¿Cuáles son las limitaciones técnicas con las que cuenta el Canal?

La primera es la banda UHF por la que transmitimos y la cobertura técnica, es decir, las torres transmisoras dentro de las áreas donde actúan. Nosotros llevamos sólo cinco años transmitiendo por la banda UHF y no todos los televisores del país cuentan con esa banda, aparte de esto es una banda delicada para una ciudad como la nuestra que es abrupta y se encuentra en un valle llena de edificios, sólo basta con que haya algo que obstruya la señal para que se desvíe y ya no llegue a los hogares.

La segunda limitación, es la falta de equipo para la transmisión de la señal, en su origen fue una herencia de IMEVISIÓN, pero después se tomó la decisión de renovar el equipo mejorando un 60% la señal.

¿Estas limitaciones han impedido el desarrollo del Canal?

No, el desarrollo del Canal no depende de su calidad de su transmisión, las limitaciones de crecimiento del Canal son presupuestales.

¿Cuáles han sido los avances de Canal 22 a lo largo de sus primeros 4 años?

Las horas de transmisión han aumentado, los avances se reflejan en comentarios, porque ya está en la mente de la gente y forma parte del panorama de la vida del auditorio. Además se tiene reconocimiento a escala nacional y en el ámbito cultural la gente ya ubica al Canal 22, existe como alternativa televisiva. Canal 22 captura a los televidentes basándose en la calidad, ya que prueba el producto y se convence.

¿A pesar de la baja audiencia que tiene el canal, considera que el proyecto de Canal 22 ha sido exitoso?

El gran éxito de Canal 22 es que ha ido creciendo en la imagen del televidente, se ha ido consolidando en su mente, no ha decaído y el Director es quien se encarga de que no decaiga el Canal sino al contrario, que siga creciendo.

¿Qué lugar ocupa en sus expectativas el auditorio infantil y juvenil?

Las minorías de hoy al comprar el producto de calidad se convierten en la mayoría del mañana y los niños son la clave. El programa infantil más importante y número uno es "*Naturaleza*" que va dirigido al público infantil, es la barra más exitosa. Tenemos también la barra de caricaturas como "*Félix el gato*" entre otras, que consideramos caricaturas reales, caricaturas de seres humanos comunes y corrientes.

Otro proyecto interesante es *Escribe tu propio programa de T.V.* donde se eligieron 9 cuentos ganadores de entre una ardua selección y donde los niños tuvieron la oportunidad de desarrollar su imaginación, así como de actuar en su cuento seleccionado, estos cuentos se presentan en el programa titulado "*Los cuentos de Garabaz*".

Para el público juvenil hay rock, jazz, temas semanales, temas del SIDA, conciertos, la serie del cervantino etc.

¿Qué tan exigente es el público de Canal 22?

Son muy exigentes y eso es excelente porque demuestran que les interesa el Canal, llaman para hacer peticiones, para saber cuándo volverá a transmitirse tal o cual programa y poder grabarlo o para quejarse de la suspensión a última hora de algún programa.

Finalmente, Carmona Koski asegura que Canal 22 ha dejado de ser considerado el "Canal de los intelectuales".

## CONCLUSIONES

Hablar de cultura no necesariamente implica referirse a una exposición de arte, un museo o un concierto de música clásica; la cultura engloba todo lo que somos, nuestro entorno, nuestro lenguaje, nuestra ideología y nuestras costumbres; es en sí la vida misma.

La cultura está estrechamente ligada con la comunicación y el conocimiento, ya que a partir de la comunicación empezamos a conocernos y a tener conciencia de nuestra cultura. Ésta se encuentra saturada de emoción e inteligencia por lo que muchas de las cosas que el hombre hace ni siquiera las experimenta debido a que las hace de manera inconsciente.

El desarrollo de la comunicación y de la tecnología, en particular de los medios masivos de comunicación, hizo posible la acumulación del conocimiento. Gracias a estos el hombre adquirió las condiciones necesarias para producir esa expresión de creatividad que consideramos cultura dentro de la televisión.

Al considerar la vida principal del hombre como comunicación, contemplamos un espectro que cubre una gran variedad de casos, generalmente la cultura se ocupa de ellos. La idea de contemplar la cultura como comunicación ha sido beneficiosa porque ha planteado problemas en los que no se había pensado antes y a proporcionado soluciones que podrían no haber sido posibles de otra forma.

Como se ha observado a lo largo del último capítulo, Canal 22 contempla continuar difundiendo el gran espectáculo del arte, la ciencia y la cultura del mundo, así como el brindar apoyo a las nuevas producciones que exaltan la riqueza de nuestras expresiones culturales y el conocimiento de la realidad mexicana. Sabemos que el proceso no ha sido ni será fácil, sin embargo el 22 ha reforzado la integración de los nuevos lenguajes audiovisuales, lo cual ha servido y servirá para elevar el nivel educativo y cultural de la sociedad mexicana.

La creación de Canal 22 así como sus inicios y desarrollo no fue ni ha sido una tarea sencilla puesto que son muchos los factores técnicos, de producción y por supuesto humanos que intervienen en el establecimiento y permanencia de un medio de comunicación.

A pesar de ello, durante sus cuatro años de vida (1993 - 1997) Canal 22 logró ubicarse en el gusto del teleauditorio mexicano, como se menciona en el capítulo *Política Cultural* inició con un rating de 0.598% y actualmente rebasa el 1.5% gracias a la ampliación de su cobertura nacional y al aumento de sus suscriptores –ver Anexo1-.

Por otro lado, las gráficas que se incluyen en el anexo 2 muestran que el 70% del público que ha seguido las transmisiones ve el Canal por televisión abierta y no por cable; de ese 70%, un 45 responde a la tipificación de la clase media y media baja. Lo que significa que el teleauditorio del Canal es diverso y está dirigido a todo el público, no sólo a un grupo determinado o de intelectuales.



Por otro lado, ha establecido vínculos permanentes con las universidades y centros educativos del país, tal como se señala en el capítulo *Política Institucional*, con el único fin de apoyar el desarrollo de la educación en México a través de todas las posibilidades que ofrece la televisión, también se realizaron proyectos de apoyo para la difusión y la presencia de Canal 22 entre la sociedad civil.

En el breve tiempo de vida, esta emisora ha llevado a cabo una labor de valor incuestionable en cuanto a la difusión y el fomento de la cultura los cuales son fundamentales en el desarrollo integral de nuestro país. De esta manera, Televisión Metropolitana ha procurado crear entre su teleauditorio la conciencia de que “la cultura también se ve”.

Su consolidación es clara al haber sido galardonado con importantes premios entre los cuales destaca el Premio CAMERA 1997 otorgado a “la mejor política cultural de una televisora” por la UNESCO.

Creemos que si Canal 22 se logra constituir como una televisión cultural que logre relacionarse afectivamente con su público desarrollando satisfactoriamente su condición de entidad pública, y rompe con el tradicional concepto de lo que televisivamente se ha entendido como cultura, podrá colocarse como una empresa cultural masiva, atendida y exitosa para cumplir con la voluntad social que le dio origen.

El aumento de la competencia de este mercado es un buen signo de que éste está creciendo y de que la televisión cultural es una buena opción para hacer negocio a pesar de ser una compañía gubernamental, lo cual no significa que sea ineficaz, además el gobierno tiene la necesidad de la existencia de este tipo de canales debido a los problemas que existen en nuestro país como el de la educación, el desempleo, criminalidad y otros.

La situación que vive el país afecta igual los ámbitos de la actividad económica de los sectores público, privado y social. Sin embargo este panorama no es nuevo para la entidad ya que desde marzo de 1992 en que inició operaciones Canal 22 buscó consolidar el proyecto con carencias de recursos financieros, materiales y humanos. No obstante se logró enriquecer la oferta de la televisión mexicana en las distintas expresiones del conocimiento y la creación.

Prueba de ello es que a pesar de contar con un presupuesto un tanto reducido, en 1993 el gobierno le otorgó 70 millones de pesos para el inicio de sus transmisiones, incrementando la suma a 94 millones para 1995, finalizando con 100 millones en 1998. Cantidad con la cual – según Carmona Koski, vocero de Canal 22 – se producen 10 capítulos de una telenovela, mientras que el Canal sobrevive con esa cantidad todo un año. Esto demuestra que cuentan con una ingeniosa estrategia administrativa que les ha permitido llevar a cabo sus proyectos.

Televisión metropolitana ha transmitido series, documentales, películas y musicales nunca antes vistos en México los cuales han contribuido a ampliar la difusión de la cultura nacional y universal. Sus esfuerzos se concentraron, a su salida al aire, en elevar el nivel de audiencia del auditorio ampliando la cobertura de la señal; asegurar la formación del acervo

de televisión cultural; promover la producción nacional apoyando a los productores independientes; así como a incrementar la obtención de recursos vía comercialización y patrocinios, aligerando así el subsidio estatal; y fortaleciendo la red de televisoras regionales.

Como pudo observarse en el capítulo *Contenido de la Programación* el objetivo primordial de Canal 22 ha sido promover un nuevo lenguaje audiovisual en México, impulsando en su programación toda la diversidad de expresión cultural. Su proyecto cultural ha buscado dar voz e imagen a todas las manifestaciones y disciplinas creativas que conforman el vasto campo de la cultura nacional, dando cabida a nuevos proyectos de creadores mexicanos.

En lo que corresponde a la producción nacional se cuenta con programas como “Eisenstein en México”, “Mujeres que trabajan”, “Galería plástica”, “Miguel Covarrubias (1904-1957)”; “Universos Privados”, “Presencia de la Arquitectura en México”, “Tratos y retratos”; “Visitaciones”, “Jornadas con Fernando Benítez”, “Miradas sobre México”, “Los que hacen nuestro cine”, “La madriguera del conocimiento”, “Diálogos sobre el medio ambiente” y “Luz de la memoria”.

Canal 22 tiene que enfrentar muchos desafíos en el futuro como mejorar la calidad de su señal, ampliar su cobertura nacional, conseguir una presencia fuerte en el mercado de la televisión cultural, establecer una nueva estrategia de competencia, disminuir su dependencia gubernamental, aumentar su nivel de audiencia, principalmente.

El reto de Televisión Metropolitana es lograr una utilización óptima y racional de los recursos disponibles, hacer más con menos, ya que con poco dinero se pueden hacer muchas cosas y muy buenas, de reconocimiento internacional, lo caro no necesariamente está bien realizado, no es obligatorio que un producto de calidad deba ser costoso; asimismo deberá impulsar políticas que fortalezcan el ingreso de recursos adicionales y someterse a la austeridad que impone la situación general actual.

En estos momentos de crisis económica y debate político, las funciones de la cultura adquieren un relieve especial, tanto por el aliento reflexivo como por el goce estético. Uno y otro constituyen elementos esenciales del proyecto original de Canal 22 y propósito cotidiano de las tareas diarias.

Para los años venideros le será muy difícil culminar proyectos de equipamiento técnico diseñados anteriormente a la crisis, sobre todo aquellos relacionados con la construcción y montaje completo de un nuevo estudio de televisión, la instalación de las primeras repetidoras en ciudades del interior del país, así como otros orientados a elevar la cobertura de su señal y aumentar la eficiencia y capacidad productiva de la emisora.

En ese mismo sentido para enfatizar el apoyo a las producciones nacionales cuyo contenido cultural y calidad de producción contribuyan a mantener el perfil programático de la estación, que precisa racionalizar la infraestructura para producciones internas y del mismo modo seleccionar los proyectos para producción externos.

Queda pendiente, también, continuar con las actividades que consoliden su relación con todos los sistemas de televisión por cable del país, así como el impulso a las gestiones para contar con un transpondedor en el Satélite Solidaridad.

Como se ha mencionado anteriormente la calidad no depende de un mayor presupuesto, sin embargo las limitaciones presupuestales se han convertido en el mayor obstáculo que en años venideros frenará el desarrollo del Canal que aunque no ha sido rápido, si ha sido constante.

Creemos que Canal 22 puede llenar los vacíos existentes en la televisión a través del reflejo de su programación. Es decir, que su carta de programación logre mostrar el amplio mundo del saber, la reflexión y las artes asumiendo que la cultura puede transmitirse de forma amena y accesible a todo el público, superando la idea de que cultura es igual a aburrimiento.

El Canal 22 plantea una nueva oferta televisiva que proporcione alternativas reales a un telespectador que quiere ver otra cosa y es también mediante su programación una ventana más para la apertura de México al mundo. Tal como lo señala en sus Políticas Institucionales, Televisión Metropolitana busca contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo, al mismo tiempo que reafirma las costumbres y tradiciones del país, exaltando los valores de la nacionalidad mexicana.

En este sentido, la televisión cultural debe ser el resultado de la conjunción de diversos elementos sociales, económicos y políticos, que buscan la libertad del hombre, su enriquecimiento intelectual y espiritual así como la adquisición de una identidad cultural que se traduzca en un desarrollo del individuo. También que mantenga nuestra originalidad y diferencia respecto a las demás culturas y al mismo tiempo que fortalezca nuestra raíz nacional.

Entonces, la televisión será cultural mientras difunda valores, creencias y necesidades acordes a nuestra realidad nacional. Ya que el principal problema es la existencia de una concepción elitista de la cultura, la cual ha impedido la difusión de las manifestaciones culturales.

Pensar que la televisión cultural es elitista es un error ya que si creemos y partimos que siempre va a ser elitista hablar con inteligencia y creatividad se estará creando una expectativa de lo que es el público, olvidándose de que éste siempre es más inteligente de lo que la televisión supone, simple y sencillamente lo que se debe hacer es dar las condiciones de posibilidad del encuentro, del deseo con lo que está ahí latente, hay que despertarlo en todos para que se dé ese encuentro.

En la medida en que se establezcan vínculos entre la educación y la cultura con algo que realmente sirva para que el individuo se entienda más profundamente y conozca su mundo, entonces la cultura se volverá muy interesante, significativa y apasionante. Lo que sucede es que alrededor de la cultura y de la educación se establecen mitos que nos impiden ver que ese conocimiento está relacionado con nosotros mismos.

Como reflexión final se puede decir que aún cuando pareciera que la función de la televisión es entretener y que a los individuos no se les puede obligar a culturizarse, no se puede olvidar que la televisión es un instrumento de nuestro tiempo que influye en la formación de opiniones y actitudes que reflejan el nivel cultural de las personas, en consecuencia debe enfrentarse el reto y aprovechar a la televisión en el desarrollo de la cultura a escala nacional a fin de ayudar a mejorar la calidad de vida de la población, combatir la desigualdad y avanzar en el desarrollo social.

## BIBLIOGRAFIA

- BALZARETTI González, Liliana. *Televisión cultural, cultura en la televisión*. Tesis de Licenciatura, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 1982, pp 214.
- BELL, Daniel; etal. Las contradicciones Culturales del capitalismo México, CNCA, ed. Grijalbo (Col. Los Noventa, núm 6) 1991, pp 320
- BENEYTO, Juan. *Conocimiento de la Información*. Madrid, Alianza editorial, 1973, pp.264
- BEJAR Navarro, Raúl. *Cultura Nacional, Cultura Popular*. México, UNAM, 1979, pp.46.
- BEJAR Navarro, Raúl. *El mexicano*. México, UNAM, pp. 163
- BERLO, David K. *El Proceso de la Comunicación, Introducción a la Teoría y a la Práctica*. Buenos Aires, ed. El Ateneo, 1982.
- BLANCO, José Joaquín. *Cultura Nacional y Cultura de Estado*. pp 75-84
- BONFIL, Batalla. *Pensar nuestra cultura*. México, ed. Grijalbo, 1989.
- BRAÚDEL, Fernando. *La historia y las ciencias sociales*. Madrid, Alianza editorial, 1974, pp. 220.
- CASSIER, Henry. *La televisión y su enseñanza*. Buenos Aires, ed. Solar/Hachette 1961, pp.313.
- CATTEGNO, Caleb. *Hacia una cultura visual*. México, SEP, 1973, pp. 159.
- CHUGLIANO, Gustavo. *Filosofía de la Educación*. Buenos Aires ed. Humanitas, 1979, pp.219.
- COFFELT, Kenneth. *Técnicas de Televisión Educativa*. México, Centro Regional de Ayuda Técnica, 1971, pp. 63.
- COLOMBRES, Adolfo (comp.) *La cultura popular*. México, ed. Premiá Editora, 1986, pp. 148.
- CROVI Druetta, Delia Maria. *Televisión y Neoliberalismo: su articulación en el caso mexicano*. Tesis Doctorado, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 1995, pp. 318.
- ECO, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*. España, ed. Lumen, 1988, pp. 415.
- ENCINAS, Rosario. *Televisión y enseñanza media en México: el caso de la Telesecundaria* México: Consejo Nacional Técnico de la Educación, 1983, pp. 206
- ESTEVA, Gustavo. *El Estado y la Comunicación*. México, ed. Nueva Política, 1979, pp. 1975.
- GALINDO Cáceres, Jesús y González, Jorge A. (Coordinadores). *Metodología y Cultura*. México, CNCA, 1994, pp.282.
- GARCÍA Canclini, Néstor. *Las políticas culturales en América Latina* México, ed. Grijalbo, 1988, pp.210.
- GARCÍA Guadilla, Carmen. *Conocimiento y Cultura*. México, 1989
- GAY Lord, James. *Televisión Educativa: Guía para su utilización por maestros y educadores*. México, Trillas, 1972.
- GIACOMANTONIO, Marcelo. *La enseñanza audiovisual*. México, Colección Punto y Línea, ed. Gustavo Gill, 1983, pp. 213.
- GONZÁLEZ, Fernando; et al *Apuntes para una historia de la Televisión Mexicana*. México, ed. Espacio 98 y Revista Mexicana de Comunicación, 1998 pp 589

- GONZÁLEZ, Jorge A. *Más(+) Culturas (s). Ensayos sobre realidades plurales*. México, ed. CONACULTA, 1994
- GONZÁLEZ Pedrero, Enrique, Benitez, Fernando, et al. *Cultura Regional México*, UPN, 1980.
- GRIFFITHS, A. Phillips. *Conocimiento y Creencia*. México, Fondo de Cultura Económica, 1967, pp.255.
- GUTIERREZ Acosta, Cecilia. *Televisión educativa en México*. Tesis Licenciatura, Escuela de Periodismo Carlos Septiem García, 1978.
- HERNÁNDEZ Prado, José. *La Filosofía de la Cultura de Antonio Caso*. México, UAM Azcapotzalco, 1994, pp.290
- HANEY, Jonh. *El maestro y los medios audiovisuales*. México, ed. Pax, pp. 14 l.
- CKROPP, Gerhard. *Teoría del Conocimiento*. México, Tomo 1 ed. UTEHA, Núm. 102, 1961.
- MCQUAIL, Dennis. *Sociología de los medios masivos de comunicación*. México, ed. Paidós, 1989, pp. 318.
- MARTÍNEZ, Gerardo; Zapata, Manuel, etal. *Cultura Popular y Educación*. México, ed. Crefaf, Cuadernos del Crefaf #10, 1980
- MATTELART, Armand. *La cultura como empresa multinacional*. México, ed Era, 1976, pp. 177.
- MATTELART, Armand; etal. *¿La Cultura Contra la Democracia? Lo audiovisual en la época transnacional*. España, ed. Nitre, 1984, pp. 205.
- MILLAN Carranza, Jovita. *La televisión como promotora del desarrollo cultural*. Tesis de licenciatura, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 1985, pp. 184.
- MONTOYA, Alberto. *El impacto educativo de la televisión en los estudiantes del sistema nacional de Telesecundaria*. México: Taller de Investigación para la Comunicación Masiva, 1983, p. 123.
- NOGUEZ, Antonio. *La Telesecundaria*. México: Grupo de Estudios sobre el Financiamiento de la Educación, ILCE, 1983, p. 21.
- PARRAS Rangel, Juan F. *Metafísica del Conocimiento y de la Acción*. México, Fondo de Cultura Económica, 1976, pp.647.
- ROJAS Zamorano, Alberto. *La televisión Educativa en México*. México, Serie Comunicación: educación y tecnología, ed. Consejo del Sistema Nacional de Educación Tecnológica, 1985.
- STAVENTHAGEN, Rodolfo; Nolasco, Margarita. *Política cultural para un país multiétnico*, México, SEP, 1988
- VELÁZQUEZ Carranza, Jacaranda. *De la cultura al poder (origen, desarrollo y transformación cultural del Canal 22)*, Tesis Licenciatura, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 1994, pp. 121.

- GARCIA, Hernández, Arturo. "Aspira Canal 40 a ser modelo de Televisión especializada en información", en *La Jornada*, 26 de junio de 1995, p. 26
- GARCÍA, Hernández, Arturo "Grave error creer que el público es menor de edad, dice Pérez Gay", en *La Jornada*, 4 de octubre de 1997, p. 25.
- GASCA, Victor Manuel. "José Ma. Pérez Gay, Director de Canal 22", en *El Nacional*, 24 de marzo de 1992, pp. 1-9.
- GONZÁLEZ, Ana María. "Prevén un presupuesto de 70 mil millones de pesos", en *La Jornada*. 24 de marzo de 1992, p 33.
- GONZÁLEZ, Ana María. "Canal 22 será cultural pero no elitista: Pérez Gay", en *La Jornada*, 24 de marzo de 1992, p. 33.
- GONZÁLEZ, Ana María. "Surge el Canal 40: La especialización informativa en Televisión: su meta", en *La Jornada*, 26 de marzo de 1993, pp. 25-27
- GRANADOS Chapa, Miguel Angel. "Plaza pública", en *La Jornada*, 16 de octubre de 1992, p. 47.
- GUTIERREZ, José Luis. "El derecho a la información y la reforma de los medios" en *Revista Mexicana de Comunicación*, Noviembre - Diciembre de 1992, p. 4 1.
- HERNÁNDEZ, Juan. "Presentó Pérez Gay la Carta de programación de Canal 22 a la Comisión de Política Cultural de la emisora", en *UNO MAS UNO*, 17 de junio de 1995 p.26.
- LARA Klahr, Marco. "¿El estado controla o regula los medios electrónicos?", en *El Financiero*, 30 de marzo de 1992, pp. 38.
- LARA Klahr, Marco. "Emprenderemos un viaje lleno de riesgo y sortilegios. José María Pérez Gay", en *El Financiero*, 24 de marzo de 1992, p. 38.
- LEAL, Alejandra. "Impugnan a la representante del Consejo de Planeación del Canal 22", en *UNO MAS UNO*, 26 de junio de 1991, p.1.
- MACÍA García, Javier. "Calidad, eficiencia y lealtad a México, únicas restricciones", en *El Nacional*, 26 de junio de 1991, p.1
- MALVIDA, Adriana. "El multiculturalismo, sólo una nueva frase", en *La Jornada*, 6 de julio de 1997, p. 25.
- MATADAMAS, Ma. Elena. "El Canal 22 pendiente de que aprueben su presupuesto inicial", en *El Universal*, 29 de octubre de 1992, p. 26.
- MATADAMAS, Ma. Elena. "El Canal 22 no tiene ninguna relación con la Revista Nexos: José María Pérez Gay", en *El Universal*, 26 de marzo de 1993, pp. 1-4.
- MATADAMAS, Ma. Elena. "El Canal 22 no será un medio preciosista ni elitista", en *El Universal*, 24 de junio de 1993, p. 1,4.
- MATTELART, Armand. "Tecnología, Comunicación y Cultura", en *Revista de Comunicación y Cultura*, No. 1 0, Agosto 1 983, p. 151
- MATTELART, Michele. "Educación, televisión y cultura masiva", en *Revista de Comunicación y Cultura*, agosto de 1984 p. 101 - 110.
- MEJÍA, Fabricio. "La cultura desdeñada" en *La Jornada Semanal*, 16 de noviembre de 1997, p.9.
- MEJÍA Barquera, Fernando. "Los medios en 1992: Una triste historia", en *Revista Mexicana de Comunicación*, Enero - Febrero 1993, p.9 - 19.
- MEJÍA Barquera, Fernando. "La historia de los medios mexicanos en 1992", en *Revista Mexicana de Comunicación*, Enero - Febrero 1993, p. 18 - 19, 50.
- MELENDEZ, Jorge "Veinte años no es nada", en *El Financiero*, 31 de marzo de 1992, p.58.
- MEZA M. Ana Laura. "Éxito de la Telesecundaria", en *Opciones*, 26 de enero de 1998, p.18

- MONSIVAIS, Carlos. "Notas sobre la cultura mexicana en el siglo 20", en *Historia General de México*, México, El colegio de México, Tomo IV, 1976.
- MONSIVAIS, Carlos. "La cultura nacional y los medios", en *Cultura Nacional*, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México, 1985, pp.23-32.
- MONSIVAIS, Carlos. "Cultura en la Ciudad", en *La Jornada Semanal*, 16 de noviembre de 1997, pp. 10-11.
- OLMOS, Alejandro. "Nueva directora del Canal 22", en *La Jornada*, 13 de diciembre de 1994, p. 28.
- OROZCO Gómez, Guillermo. "Uso educativo de medios de información", en *Revista Mexicana de Comunicación*, Enero - febrero de 1991, p. 33.
- ORTEGA, Gabriela. "Inició transmisiones el 22; saber, reflexión y arte. JMPG", en *El Nacional*, 24 de junio de 1992, p.4.
- PADUA, Luis. "¿Una verdadera televisión pública?", en *Revista Mexicana de comunicación*, Julio - Agosto 1992.
- Pelayo, Alejandro. " Los que hacen nuestro cine", en *El Universal*, 15 de abril de 1994, p. 14.
- PEQUERO, Raquel. "Canal 22 inaugura transmisor de 60 mil KWS en el Chiquihuite", en *La Jornada*, 18 de noviembre de 1994, p.30.
- PÉREZ Gay, José María. "Una televisión abierta y plural", en *El Nacional*, 24 de marzo de 1992, p. 1C - 10C.
- QUIROZ, Arroyo, Macarena. "Canal 22 saldrá del aire hasta febrero de 1993, afirmó José María Pérez Gay", en *Excelsior*, 24 de octubre de 1992, p.3.
- RAMÍREZ, Carlos. "Indicador Financiero", en *El Financiero*, 25 de marzo de 1992, p.31.
- RAMÍREZ, Luis Enrique. "9:30 está logrando el objetivo: exponer el arte a la gente, Alonso", en *La Jornada*, 23 de junio de 1996, p. 27.
- RAVELO, Renato. "La televisión pública cultural es el antidoto contra lo efímero: Pérez Gay" en *La Jornada*, 2 de junio de 1996, p.25.
- RESÉNDIZ Rodríguez, Rafael. "México en la Aldea Global", en *Revista de la Universidad de México*, Mayo de 1991, pp. 11 - 15.
- RESÉNDIZ Rodríguez, Rafael. "TV UNAM ¿Una opción?", en *Revista Mexicana de comunicación*, Marzo - Abril de 1993, p.27.
- RIOS Alfaro, Lorena. "Concluyen para Canal 22 los problemas por transmitir en la banda UHF: Prez Gay", en *UNO MAS UNO*, 17 de noviembre de 1994, p. 22
- RIOS Alfaro, Lorena. "Para 1996, el Canal 22 tendrá un 55 de producción nacional: Pérez Gay", en *UNO MAS UNO*, 26 de diciembre de 1995, p.17.
- RIVERA, María. "Desentrañar la verdad, función de los medios, señala Gordon", en *La Jornada*, 2 de junio de 1998, p. 6.
- RIVERA, Miguel Angel. "Clase Política", en *La Jornada*, 21 de agosto de 1990, p. 4.
- ROCHA, Alberto. "Con voluntad y el fortalecimiento de la cultura se mantendrá la soberanía", en *Excelsior*, 26 de junio de 1991, P. 1.
- ROMERO, Verónica. "Espacio 22, segundo aniversario", en *El Financiero*, 13 de septiembre de 1997, p.47.
- ROURA, Víctor. "El 22, ¿una alternativa?", en *El Financiero*, 25 de marzo de 1992, p. 59.
- ROURA, Víctor. "El ascenso intelectual", en *El Financiero*, 27 de noviembre de 1996, p.60.
- ROURA, Víctor. "¿Premios de periodismo?", en *El Financiero*, 6 de junio de 1996, p.53.
- SALAZAR Hernández, Alejandro. "Canal 22. emisora abierta a la cultura y la sociedad", en *El Nacional*, 20 de abril de 1993, p.20.



- *REVISTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN*. "El 22, un ejercicio para fortalecer la democracia", Julio - Agosto de 1991, pp 12-15.
- *REVISTA COMUNICACIÓN MEDIA*. "Civil e independiente el Canal 22: Pérez Gay", 1-6 de julio de 1994, pp. 16-18.
- *UNO MAS UNO*. "Problemas burocráticos y de presupuesto retrasan Canal 22", 24 de octubre de 1992, p. 26.
- *UNO MAS UNO*. "Será privatizado canal 13, SHCP lo desincorporará, anunció gobernación", 31 de marzo de 1992, p. 1
- *UNO MAS UNO*. "Inauguró ayer sus instalaciones e inició señal de prueba el Canal 40 de Televisión", 6 de diciembre de 1994, p. 11.
- *EL NACIONAL*. "Canal 22, promotor de cultura e identidad", 24 de marzo de 1992, p. 2.
- *EL NACIONAL*. "Vendrá a llenar vacíos de esquemas actuales. Flores Olea", 26 de junio de 1991, P. 1.
- *EL NACIONAL*. "Canal 22: cultura para una sociedad plural", 26 de junio de 1991, p. 2. "José María Pérez Gay", en *El Nacional*, Sección Cultural, 22 de junio de 1993.
- *EXCLLSIOR*. "Por 83 sistemas de televisión, El Coloquio", 21 de febrero de 1992, p. 1 C.
- *LA JORNADA*. "Se ampliará la cobertura del Canal 22 a todo el país", 25 de junio de 1994, P. 19.
- *LA JORNADA*. "Desaprueba Alejandra Lajous la creación del Canal 22", 28 de mayo de 1991, p. 15.
- *LA JORNADA*. "Ratifican a José María Pérez Gay como director del Canal 22", 12 de enero de 1995, p. 21.
- *LA JORNADA*. "El Canal 22 se encuentra aún en la indefinición", 30 de octubre de 1992, p. 24.
- *LA JORNADA*. "Más cobertura, proyecto para Canal 22", 4 de mayo de 1991, p. 3 1.
- *EL DÍA*. 12 de Diciembre de 1985, p. 24.
- *UNIVERSAL*. "La TV al servicio de la cultura", 26 de junio de 1991, p. 6.
- INTERNET <http://www.cni40.com.mx/html>.
- INTERNET <http://www.canal22.org.mx/gcine.html>.
- INTERNET <http://www.oncetv.ipn.mx>.
- INTERNET <http://www.education.unesco.org/lune.rog/lwf/doc/portfolio/abstract8.htm>. (Telesecundaria).
- INTERNET <http://serpiente.dgsca.unam.mx/tvunam/ques.htm>
- INTERNET <http://www.sep.gob.mx/ute/index.htm>
- INTERNET <http://www.sep.gob.mx/cete/articulo.htm>

## DOCUMENTOS OFICIALES

- AMADOR González, Carlos Jacobo . A case study research methodology. Televisión Metropolitana S.A. de C.V. (Channel 22).
- Televisión Metropolitana, S.A. de C.V. Julio de 1996. Perfil de la Audiencia de Canal 22
- Televisión Metropolitana S.A. de C.V. PM Lineamientos Institucionales.
- Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Información General de Canal 22.
- Televisión Metropolitana S A de C. V. Programa Institucional de Mediano Plazo 1995 -

- Televisión Metropolitana S.A. de C V Programa Institucional de Mediano Plazo 1995 - 2000.
- Televisión Metropolitana S A. de C V Cuatro años de difundir cultura
- Televisión Metropolitana S A. de C V Cinco años de difundir cultura
- Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Manual de Organización de Canal 22.
- Poder Ejecutivo Federal. Programa de Cultura 1995 - 2000

### **MATERIAL ICONOGRAFICO**

- \* 1964 - 1994 30 Aniversario UTE, 120 min.
- \* 30 Años de la Televisión Educativa en México, 90 min.
- \* La UTE y su gente, 40 min.
- \* XXX Aniversario de la Telesecundaria, 110 min.
- \* ¿Qué es la Telesecundaria?, 120 min.
- \* Programas Marco Jurídico, 80 min.
- \* EDUSAT, 60 min.

## COBERTURA

### SISTEMAS REGIONALES DE TELEVISIÓN

ESTADO.	CANAL	NOMBRE DEL SISTEMA REGIONAL
Aguascalientes	6	Radio y Televisión de Aguascalientes
Baja California Sur	8	Sistema de Radio y Televisión de Baja California Sur
Campeche	4	Comisión Campechana de Televisión y Cine
Colima	11	Teve Colima
Chiapas	10	Red Radio Chiapas
Guanajuato	4	Radio y Televisión de Guanajuato
Guerrero	7	Radio y Televisión de Guerrero
Hidalgo	3	Sistema Hidalguense de Radio y Televisión
Jalisco	7	Sistema Jalisciense de Radio, Televisión y Cinematografía
Estado de México	12	Sistema de Radio y Televisión Mexiquense
Michoacán	2	Sistema Michoacano de Radio y Televisión
Morelos	3	Sistema Morelense de Radio y Televisión
Nuevo León	28	Dirección General de Televisión de Nuevo León
Nayarit	10	Dirección de Radio y Televisión Aztlán
Oaxaca	9	Corporación Oaxaqueña de Radio y TV
Quintana Roo	7	Sistema Quintanarroense de Comunicación Social
San Luis Potosí	9	Unidad de TV de San Luis Potosí
Sonora	6	Televisora de Hermosillo (Telemáx)
Tabasco	7	Comisión de Radio y TV de Tabasco
Tlaxcala	5	Coordinación de Radio, Cinematografía y TV, S.A. de C.V.
Veracruz	4	TV Más de Veracruz
Yucatán	13	Sistema Tele Yucatán S.A. de C.V.

**ENLACES CON LOS SISTEMAS DE CABLE EN LAS ENTIDADES  
FEDERATIVAS**

Estado <i>Ciudades</i>	Canal	Suscriptores
<b>Aguascalientes</b> <i>Aguascalientes y Calvillo</i>	2	11,318
<b>Baja California</b> <i>Ensenada, Mexicali, Rosarito, Tecate y Tijuana</i>	5	45,613
<b>Baja Calif. Sur</b> <i>La Paz</i>	1	-
<b>Campeche</b> <i>Campeche, Cd. del Carmen y Cd. Lerma</i>	3	13,254
<b>Chiapas</b> <i>San Cristóbal de las Casas, Tapachula y Tuxtla G.</i>	3	6,150
<b>Chihuahua</b> <i>Cd. Camargo, Cd. Cuahitémoc, Cd. Delicias, Cd. Juárez, Chihuahua</i>	5	16,286
<b>Coahuila</b> <i>Castaños, Cd. Acuña, Cd. Allende, Cd. Lerdo, Cd. Morelos, Cd. Nava, Francisco I. Madero, Frontera, Matamoros, Melchor Muzquiz, Monclova, Nava, Nueva Rosita, Parias de la Fuente, Piedras Negras, Ramos Arizpe, Salinas, San Buenaventura, San Pedro de las Colonias, Torreón, Villa Unión y Zaragoza.</i>	23	49,256
<b>Colima</b> <i>Armeria, Coquimatlán, Colima, Comala, Cuahitémoc, Ixtlahuacán, Manzanillo, Queseria, Tecoman y Villa de Alvarez.</i>	10	20,549
<b>D.F.</b> <i>México</i>	1	210,759

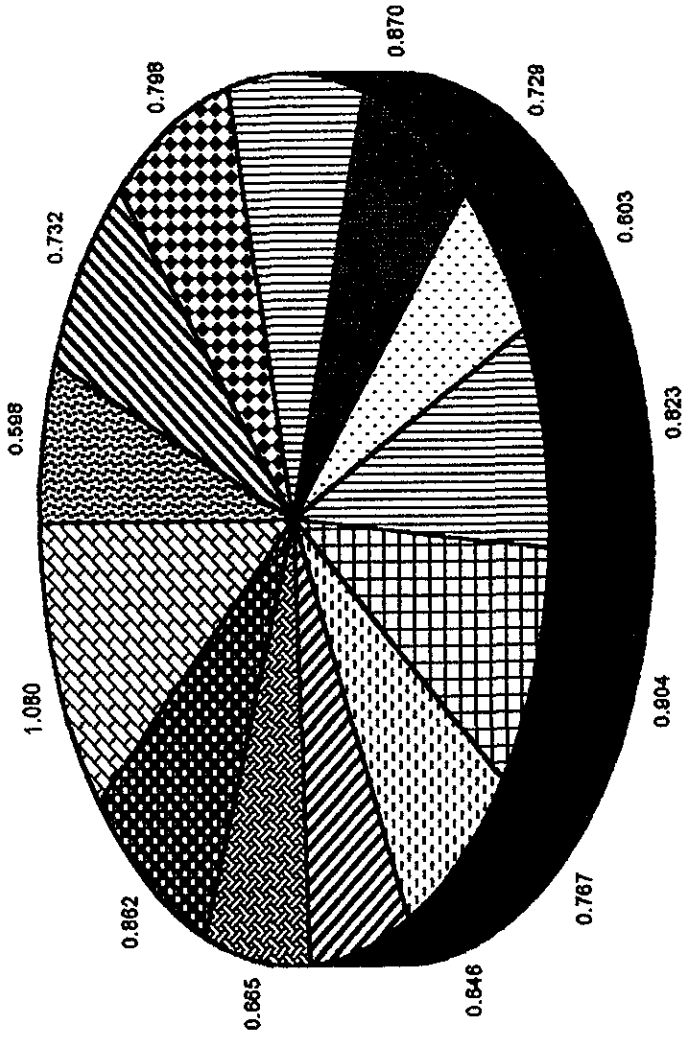
Estado <i>Ciudades</i>	Canal	Suscriptores
<b>Durango</b> <i>Cd. Lerdo, Durango, Gómez Palacio y Santiago Papasquaro.</i>	4	5,530
<b>Edo. de Méx.</b> <i>Atlacomulco, Lerma, Tenancingo, Texcoco, Toluca y Valle de Bravo.</i>	6	31,829
<b>Guanajuato</b> <i>Abasolo, Acámbaro, Apaseo el Alto, Celaya, Cd. Manuel Doblado, Cortázar, Dolores, Irapuato León, Salvatierra, San Francisco del Rincón, San Miguel de Allende, Uriangato, Valle de Santiago, Villagrán y Yiririna.</i>	16	65,600
<b>Guerrero</b> <i>Acapulco, Arcelia, Cd. Altamirano, Coyuca de Catalán, Chilpancingo, Iguala y Taxco.</i>	7	28,071
<b>Hidalgo</b> <i>Acopan, Cd. Cooperativa Cruz Azul, Huejutla, Pachuca, Tula de Allende, Tulancingo y Unidad Habitacional PEMEX.</i>	7	12,955
<b>Jalisco</b> <i>Ameca, Arandas, Atotonilco el Alto, Autlán de Navarro, Ayotlán, Colotlán, Chapala, El Grullo, Encarnación de Díaz, Guadalajara, Jalostotlán, Jamay, Jocotepec, La Barca, Lagos de Moreno, Mazamita, Ocotlán, Puerto Vallarta, San Juan de los Lagos, San Julián, San Miguel el Alto, Tala, Tamazula de Gordiano, Teocuitche, Tepatlán de Morelos, Tequila, Tzapán el Alto, Tlajomulco, Tlaquepaque, Tonalá, Villa Hidalgo, Yahualica, Zacoalco de Torres, Zapopan y Zapotlán.</i>	35	100,943
<b>Michoacán</b> <i>Angamacutiro, Apatzingán, Arteaga, Cd. Hidalgo, Cd. Lázaro Cárdenas, Colcomán de V. Pallares, Cojumatlán, Conja, Cuitzeo, Chilchota, Encarnadero, Guacamayas, Huandacaro, Huetamo, Ixtlán de los Hervores, Jacona, Jiquilpan, La Marva, Los Reyes, Morelia, Nueva Italia, Pastor Ortiz, Patzcuaro, Peribán, Playa Azul, Purepero Purnandiro, Quiroga, Sahuayo, San José del García, Tacámbaro, Tacámbaro, Tanguicuaró, Tanihuato, Tingüindín, Tocucho, Uruapan, Yurécuaro, Zacapu, Zamora y Zanatepec.</i>	41	69,918

Estado <i>Ciudades</i>	Canal	Suscriptores
<b>Morelos</b> <i>Cuernavaca, Cuauhltla, Emiliano Zapata, Juxtepec y Temuco.</i>	5	26,652
<b>Nuevo León</b> <i>Apodaca, Garza García, General Escobedo, Guadalupe, Linares, Monterrey, San Nicolás de los Garza y Santa Catarina.</i>	8	65,756
<b>Oaxaca</b> <i>Huahuapán de León, Oaxaca, Santa Cruz Amilpas y Tuxtepec.</i>	4	6,053
<b>Puebla</b> <i>Ajalpan, Atencingo, Cholula, Izúcar de Matamoros Puebla, Santiago de Miahuatlán, Tecamachalco, Tehuacán y Zacatlón.</i>	9	10,538
<b>Querétaro</b> <i>Querétaro, San Juan del Río, Tequisquitapan y Villa Correjidora.</i>	4	14,762
<b>Quintana Roo</b> <i>Chetumal, Cancún, Cozumel, Isla Mujeres y Playa del Carmen.</i>	5	21,280
<b>San Luis Potosí</b> <i>Cd. Fernández, Cd. Valles, San Luis Potosí, Tamuín, Tamazunchale y Xilitla.</i>	6	13,653
<b>Sinaloa</b> <i>Culiacán, El Fuerte, El Rosario, Esquiapa, Guamuchi, Guasave, Los Mochis, Mazatlán y Navolato.</i>	9	64,780
<b>Sonora</b> <i>Agua Prieta, Caborca, Cananea, Cd. Obregon, Empalme, Guaymas, Hermosillo, Huatabampo, Imuris, Magdalena de Kino, Navojoa, Nogales, San Luis Río Colorado y Santa Ana.</i>	14	95,663

Estado <i>Ciudades</i>	Canal	Suscriptores
<b>Tabasco</b> <i>Comulcalco, Macuspana y Villa Hermosa.</i>	3	17,090
<b>Tamaulipas</b> <i>Cd. Camarzo, Cd. Madero, Cd. Mante, Cd. Mier, Cd. Miguel Alemán, Cd. Victoria, Díaz Ordaz, Matamoros, Nuevo Laredo, Reynosa, Río Bravo, San Fernando y Vallehermoso.</i>	13	44,538
<b>Tlaxcala</b> <i>Apizaco, Santa Ana Chiautempan y Tlaxcala.</i>	3	6,996
<b>Veracruz</b> <i>Acajutlan, Agua Dulce, Ángel R. Cabada, Boca del Río, Cuernavaca, Coatzacoalcos, Comatepec, Córdoba, Cozoleacuque, Fortín de las Flores, Huautuco, Huamanguillo, Ixtacsoquiltán, Jalapa, Jalupán, La Vena, Los Choapas, Lerdo de Tejada, Minatitlán, Nanchitla, Naranjos, Nogales, Orizaba, Papantla, Poza Rica, San Andrés Tuxtla, Santiago Tuxtla, Tlacotalpan, Tuxpan, Tuxtepec y Veracruz.</i>	32	31,826
<b>Yucatán</b> <i>Conkal, Kanasin, Mérida, Tizimin, Uman y Valladolid.</i>	6	22,724
<b>Zacatecas</b> <i>Fresnillo, Guadalupe, Nochistlán y Zacatecas.</i>	4	6,962
<b>Estados</b> 31	<b>Ciudades</b> 294	<b>Suscriptores</b> 1,158,604

# Canal 22 Rating

- Jun-93
- Julio
- Agosto
- Septiembre
- Octubre
- Noviembre
- Diciembre
- Ene-94
- Febrero
- Marzo
- Abril
- Mayo
- Jun-94

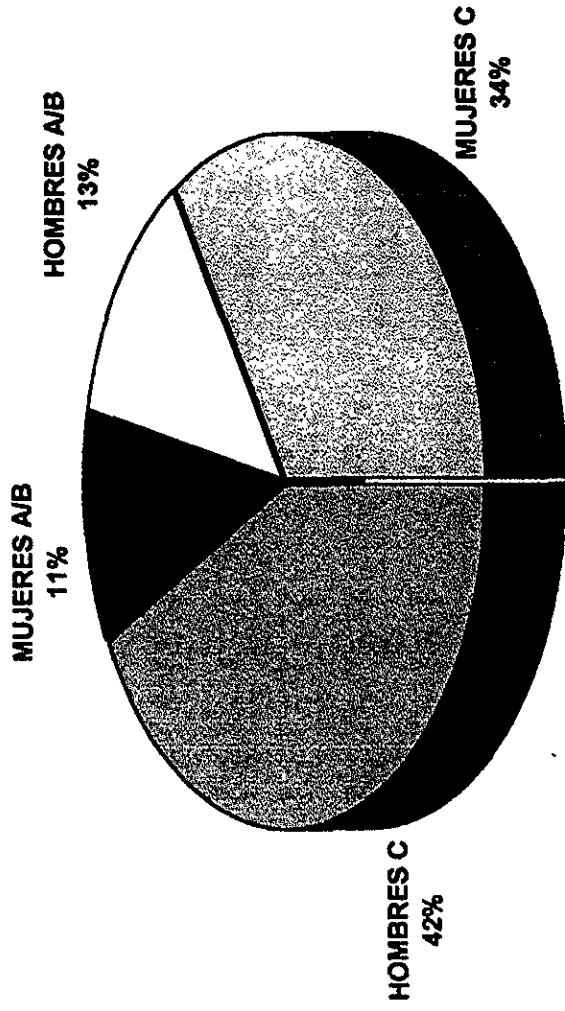


Fuente: reportes diarios de IBOPE



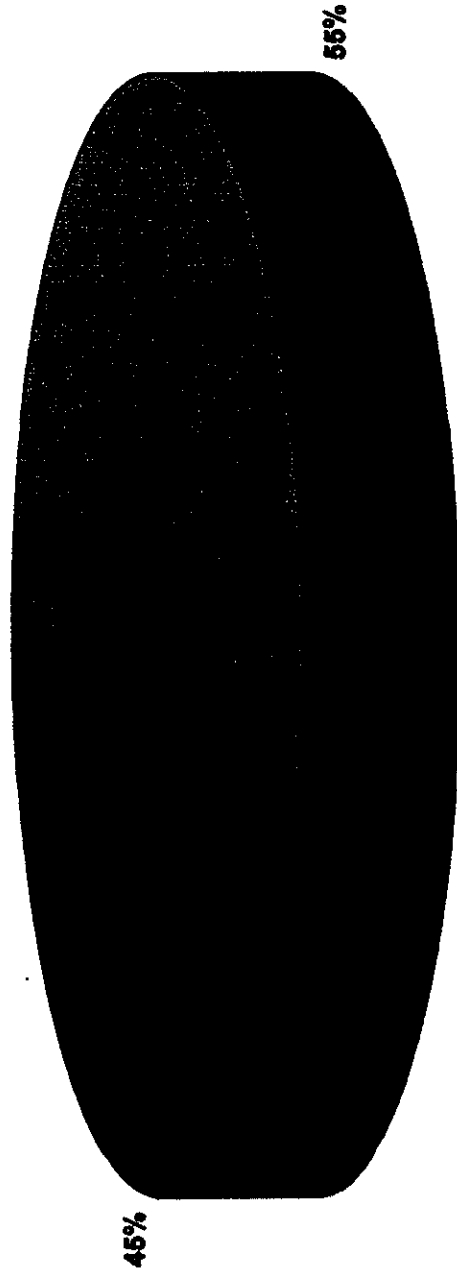
# Perfil de la Audiencia del canal 22

---



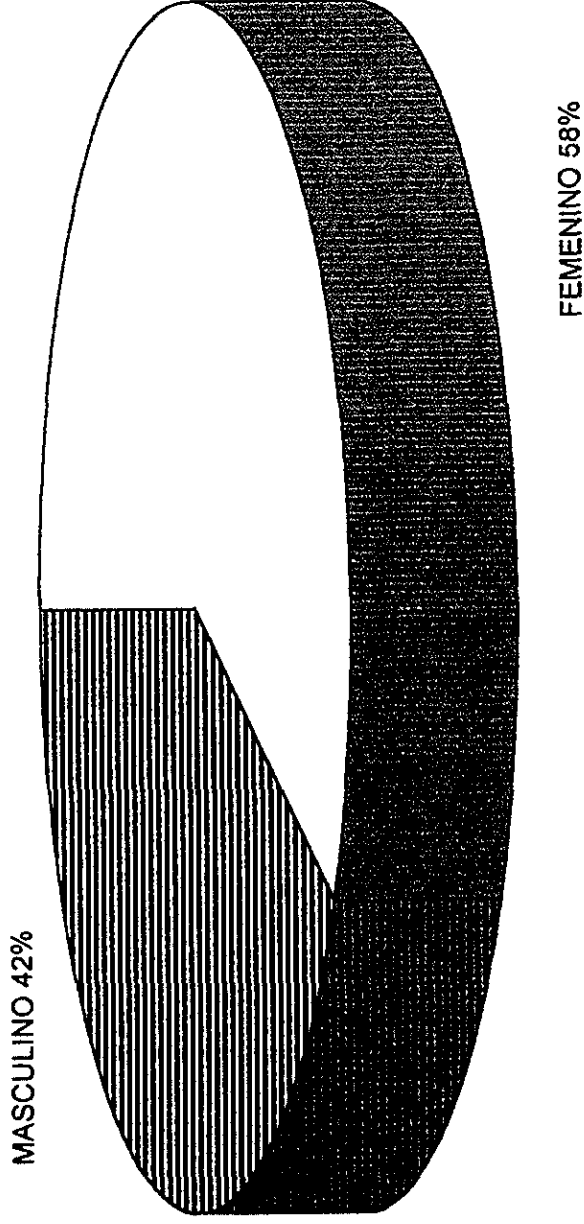
**Moctezuma y Asociados**  
5800 casos Cd México 18+ ABC  
Julio 96

# Perfil de la audiencia de Canal 22



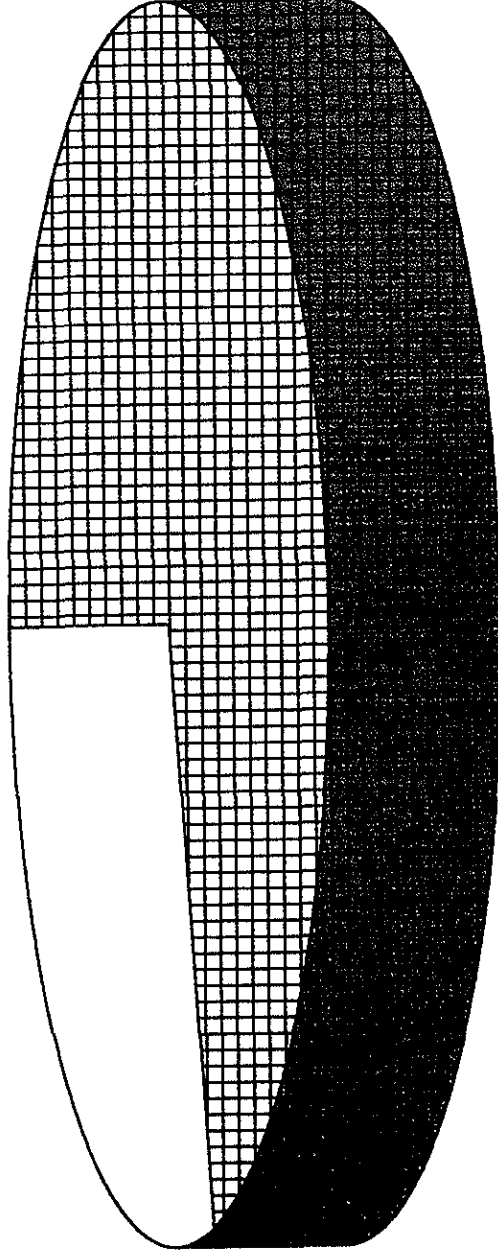
Moctezuma y Asociados  
5600 casos Cd México  
18+ABC  
Julio 1996

# DISTRIBUCION DE LA MUESTRA POR GENERO



# LOCALIZACIÓN DE LOS TELEHOGARES CONTACTADOS

29 % EDO. DE MEXICO



71 % D. F.

B= 658

Zimat / Cinco

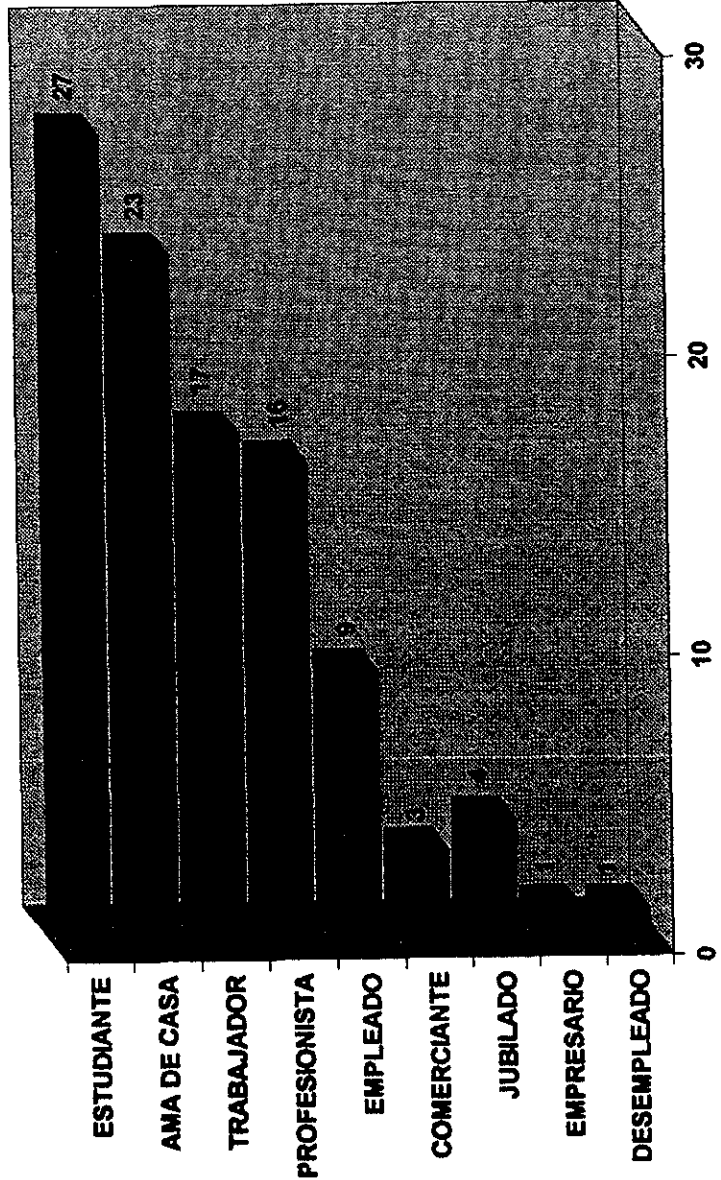
# DELEGACIONES EN LAS QUE SE UBICAN LOS TELEHOGARES CONTACTADOS

DELEGACIÓN	%
Iztapalapa	12
Coyoacán	11
Gustavo A. Madero	8
Benito Juárez	7
Tlalpan	5
A. Obregón	5
V. Carranza	5
Azcapotzalco	4
Cuauhtémoc	4
Iztacalco	4
Miguel Hidalgo	3
Xochimilco	2
Cuajimalpa	1
Magdalena Contreras	1
Tláhuac	1
Municipios Conurbados	29

**ZiMAT** Cinco

B = 658

# DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR OCUPACIÓN



# DISTRIBUCION DE LA MUESTRA POR EDAD

