

138



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

CANAL 22, UNA ALTERNATIVA PARA LA DIFUSION
CULTURAL EN LA TELEVISION DE MEXICO.

TESIS

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

PRESENTA:

NELLY YAZMIN RODRIGUEZ LOPEZ

Acompañado de un diskett

DIRECTOR DE TESIS: MAESTRO JORGE LUMBRERAS CASTRO



MEXICO, D.F., MAYO DE 2002

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

**A mi Madre, con especial respeto,
carifio y admiración.**

**A Yadira, por ser mi mejor amiga
y cómplice.**

Quiero agradecer profundamente a todo aquello, material o espiritual, que me motivó y me ayudó para que este ideal se cumpliera:

A este país por darme la fortaleza y las armas para sobrevivir.

A la Universidad Nacional por formarme.

A mi Facultad por compartir su crecimiento conmigo.

A Jorge Lumbreras, por su ejemplo, su tiempo, su dirección;
en especial por su amistad.

A Lucía Rivadeneira, por enseñarme que la vida se enriquece con las letras,
por sus consejos; por la sensibilidad compartida.

A Roy Meza, por forjar mi carácter, por enseñarme a ser y hacer en los medios;
por el camino recorrido.

A Javier Villegas, por sus ideas, por su apoyo; por toda su ayuda.

A todos y cada uno de mis maestros, amigos, familiares.

A Dios.

Índice General.

Capítulo I. Algunas precisiones sobre la cultura y los medios.....	1
1.1. ¿Qué significa la cultura?.....	1
1.2. El estudio de la comunicación.....	7
1.3. La televisión.	15
1.3.1. Televisión pública y televisión privada.....	22
1.3.2. Televisión educativa y televisión cultural.....	25
1.4. Difusión de la cultura en México.....	29
Capítulo II. La televisión... el medio que llegó para quedarse.	38
2.1. Semblanza del desarrollo de la televisión en México.....	38
2.1.1. La televisión privada en México.	38
2.1.2. La televisión estatal en México.	48
2.1.3. Televisión cultural mexicana.....	55
Capítulo III. Surgimiento de Canal 22.....	58
3.1. Origen y funcionamiento de Canal 22.....	58
3.2. Su incorporación a Imevisión.....	61
3.3. Desincorporación de la televisión estatal y separación de Canal 22 del de "paquete de medios"	64

Capítulo IV. La cultura también se ve. El nuevo Canal 22 (Televisión Metropolitana S.A. de C.V.).....	70
4.1. ¿Cuál es la finalidad de Canal 22?.....	70
4.2. Estructura orgánica.....	74
4.2.1. Objetivos y funciones administrativas y técnicas.....	75
4.3. Orden financiero.....	93
4.3.1. Comercialización y patrocinios.....	96
4.4. Producciones.....	97
4.4.1. Convenios nacionales e internacionales para la adquisición de programas.....	115
4.4.2. Programación y rating.....	117
4.5. Cobertura y calidad de la señal.....	123
4.6. Políticas y lineamientos.....	125
4.7. Premios y reconocimientos.....	130
Conclusiones.....	132
Fuentes de información.....	137

Introducción.

Hoy día el hombre se encuentra inmerso en un mundo donde la tecnología le "facilita" la vida, a nuestro alcance tenemos: teléfono, fax, computadora, horno de microondas, agenda electrónica, etc., elementos que simplifican y agilizan nuestras ocupaciones y que se han adherido a nuestra vida hasta convertirse en entes comunes, su vertiginoso avance ya no nos sorprende pues su atractivo escaparate obliga a un desarrollo exagerado pero indispensable.

Las grandes empresas inventan y patentan "los avances" conocidos por todos como desarrollo, luego las imponen al mundo; quienes tardan en modernizarse corren el riesgo de quedar fuera del juego; hay que avanzar al mismo paso para ser parte del mercado y adquirir de éste sus productos, tal situación es especialmente clara en los medios de comunicación, los cuales han crecido y se han desarrollado para conformar un enorme circuito comunicativo, una "telaraña global" que permite que los hombres entre sí, se formen, informen, entretengan, se acompañen y se diviertan a cada momento.

En el catálogo de medios de comunicación que los seres humanos almacenamos en nuestra mente, los más populares, a los que recurrimos inconscientemente por su inmediatez, los que constantemente nos acompañan y a los que, por lo regular, prestamos una mayor atención son la radio y la televisión. Prácticamente no hay persona alguna que no incluya la radio en el desayuno, en el automóvil o hasta en la oficina; asimismo, la televisión, la poderosa caja transmisora

de imágenes que nos puede trasladar a distintas geografías y culturas, también tiene el poder de proporcionarnos, a través de imagen en movimiento y sonido, diversas propuestas para mantenernos informados, entretenidos, contarnos historias, educarnos y hasta “cultivarnos” si este fuera nuestro deseo. Personalmente considero a la televisión como uno de los medios más completos, efectivos y funcionales que la sociedad tiene a su alcance, no así, la mayor parte de los productos que ésta genera (producciones, opiniones y mensajes que este medio emite).

Actualmente en nuestro país las instituciones de mayor potencial socializador para dirigir a la comunidad nacional, más que las que conforman el aparato de gobierno, son los medios electrónicos de comunicación masiva, particularmente, la radio y la televisión, ya que el desarrollo de las nuevas tecnologías, de los “nuevos medios” ha sido débil y pausado. Con base en lo anterior, podemos considerar que gran parte del intelecto, la emoción y el espíritu del país se ha formado, o mejor dicho, deformado por los medios de comunicación, lo cual nos lleva a reflexionar sobre el poder que ellos tienen para intervenir, encaminar y manipular la capacidad intelectual de la sociedad.

Desde que la televisión surge en nuestro país, hace más de medio siglo, ha servido fundamentalmente para satisfacer al interés mercantil más que al beneficio básico de la sociedad; ha sido un medio para multiplicar capitales, un negocio que se ha usado al mismo tiempo para generar dinero, directrices de control y de poder; en el camino se ha quedado el valor social de la información, la transmisión de conocimientos, de sensibilidad, y, desafortunadamente, la creatividad. Hoy en día la programación que nos ofrece la televisión se reduce a telenovelas, programas de “chismes” del espectáculo, y noticias, por lo regular, mal sustentadas; son contados

los programas que ofrecen al televidente mensajes claros que lo llevan a una reflexión consciente y analítica; que fortalezcan el sentido de ver y escuchar programas lógicos y basados en la realidad y el interés social, con opiniones inteligentes, sustentadas e imparciales, buscando un trasfondo, creando una sensibilidad y un punto de vista crítico de las diversas situaciones a las que se enfrenta el público.

La televisión que necesitamos es una televisión que hable con calidad, no sólo comercial sino humana, que muestre y fomente los valores humanos, la sensibilidad y el gusto por las bellas artes, que motive en el público una crítica social y que proponga con creatividad programas vanguardistas; esto podría hacer el equilibrio en un escenario dominado por los grandes capitales, por el entretenimiento entendido como negocio.

Con la capacidad de análisis y crítica que la Universidad Nacional nos ha inculcado, podríamos considerar que un ejemplo palpable de la utilización adecuada de un recurso tan poderoso para difundir información relevante sobre arte, cultura y ciencia es, sin duda, Canal 22, un canal que nace en 1993 como una televisora pública de carácter cultural y que hoy, después de varios años de maduración es un caso concreto de la evolución de un medio de comunicación con objetivos precisos basados en lo que se debería ser la función social de la comunicación, la elevación del nivel de vida a través de la difusión cultural.

Lo que es un hecho es que la televisión comercial no nos ofrece más alternativas pues nosotros no se las exigimos, sin embargo, es necesario tener en cuenta que no es tan fácil modificar los gustos de una sociedad que a lo largo de medio siglo, se ha acostumbrado a programas de muy pobre contenido y deliberadamente superficiales, aunque no se puede dejar de reconocer que a lo largo

de medio siglo que lleva existiendo la televisión en México, se han hecho algunos intentos por difundir temas educativos y culturales, sólo que la falta de imaginación, creatividad, conocimiento y, factor importante, presupuesto ha truncado el desarrollo estos proyectos.

Específicamente en el caso de la televisión educativa en este país, existen proyectos que han sobrevivido y se han mantenido por su propia razón de ser, ya que uno de los cometidos que marca la Constitución Política, es la educación, por esta razón se han mantenido a lo largo de varios años, auspiciados por el Gobierno para la difusión de ésta, el ejemplo más significativo de ello es Canal 11, un canal educativo que se ha desarrollado favorablemente ante diversas vicisitudes, sin dejar de lado el proyecto UTEC (Unidad de Televisión Educativa y Cultural) y el ILCE (Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa).

En materia de televisión de tipo cultural el panorama no es muy favorable, pues el único proyecto considerable de televisión cultural, estrictamente hablando, es el de Canal 22 ó Televisión Metropolitana S.A. de C.V., precisamente por esta razón Canal 22, es el objeto de estudio de esta investigación, ya que es importante conocer y entender la formación y desarrollo del único canal de televisión que, en los albores del siglo XXI, difunde temas de tipo cultural a un país de cerca de 100 millones de habitantes.

Canal 22, es el único canal de televisión que a lo largo de ocho años se ha propuesto transmitir al público mexicano las diversas expresiones artísticas de la cultura nacional e internacional, y debido a que existen pocos estudios sobre el tema, considero necesario hacer una aportación a los estudios en comunicación, una investigación, lo más completa posible que permita exponer los argumentos que

sustentan la hipótesis de que Canal 22 (Televisión Metropolitana S.A. de C.V.), desde su salida al aire, ha enriquecido la oferta de la televisión mexicana, en las distintas expresiones del conocimiento y la creación, a través de un proyecto que tiene como fin una nueva cultura audiovisual adquiriendo y produciendo programas que fomentan la sensibilidad e inteligencia del público, bajo la consigna de que la cultura no tiene porque ser aburrida. Canal 22, se ha convertido en una alternativa, dentro de los medios de comunicación audiovisuales, para difusión de la cultura de manera fresca, divertida, creativa y abierta.

Con el escrito que a continuación se presenta, se intenta ofrecer un estudio que explique lo que es Canal 22: cómo y por qué surgió, cómo se ha desarrollado, qué fines persigue, cómo está organizado y que tan productivo, o no, ha sido su desarrollo.

Como ya se mencionó en párrafos anteriores, las razones por las cuales se originó esta investigación son, entre otras: que la televisión con la que hemos crecido es una televisión hecha por personas que consideran que el porcentaje de rating debe ser proporcional al porcentaje de ventas, aunque para obtener y mantener dicho rating se deje de lado la veracidad, la lógica, el análisis y hasta la estética de los programas televisivos, el fin justifica los medios; porque después de conocer la vida de la televisión de este país se encontraron diversos proyectos de corte cultural que tuvieron un comienzo favorable y al poco tiempo, por razones injustificadas se acabaron, se estancaron o simplemente caducaron, ya que en realidad nunca ha existido una verdadera continuidad para que estos proyectos se desarrollen y fortalezcan hasta crear una "cultura" en el televidente, una alternativa viable en el menú de programas de la televisión mexicana; asimismo, porque en los últimos años

Canal 22, ha sido punto de debate de periodistas, críticos, intelectuales y “estudiosos” de los medios de comunicación, cuestionando los objetivos alcanzados como inversión cultural de Gobierno; también, el hecho de que existen escasos escritos que hablan del desarrollo y la aportación real de la televisión cultural a la sociedad actual; así como, el interés de aportar a los estudios en comunicación, un documento que presente, lo más completo posible, el proceso de desarrollo, transformación y situación actual de un canal de televisión dedicado a la difusión de temas culturales, el cual no tiene precedente en la historia de los medios de comunicación en México.

De manera general, la metodología de investigación que exigió este planteamiento nos remitió, en primera instancia, a definir la perspectiva teórica bajo la cual se realizaría la misma investigación.

Por lo anterior, en el Capítulo 1, como parte del marco teórico conceptual, se explica que la perspectiva teórico-metodológica que sigue esta investigación está inscrita en la postura empírico-analítica conocida generalmente como funcionalismo; asimismo, con la intención de establecer bases en la investigación, se definieron conceptualmente términos tales como comunicación, televisión, cultura, televisión pública y privada, entre otros; posteriormente se trató de abundar acerca de la difusión de la cultura en México.

Para exponer el Capítulo 2, fue necesario hacer un recorrido en la historia de la televisión mexicana y extraer los hechos que se consideran claves para entender su desarrollo; para un mejor entendimiento el tema se dividió en tres rubros: Desarrollo de la televisión privada, Desarrollo de la televisión del gobierno y finalmente

Televisión Cultural Mexicana; con ello se presentaron los antecedentes históricos del objeto de estudio.

El tercer capítulo, es el resultado de un rastreo bibliográfico y hemerográfico que explica detalladamente, el origen y los procesos de desarrollo de Canal 22, en la génesis de su supervivencia como canal de televisión.

Posteriormente, en el Capítulo 4, se realizó una investigación de campo, para obtener datos de la organización, funcionamiento, administración, producción, programación, y políticas culturales que sigue Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

Con la exposición de los cuatro capítulos se presenta un testimonio que fortalece la tesis en la que se propone a Canal 22, como la alternativa ideal, en medios de comunicación audiovisual, para difundir la cultura a la sociedad mexicana.

De este modo, para cerrar la investigación, de manera general se expusieron las conclusiones, tomando como base los resultados de la investigación de los cuatro capítulos.

El trabajo que ahora se presenta, requirió de un amplio período de investigación, de rastreo bibliográfico y hemerográfico para, posteriormente, completarse con la investigación de campo, fundamental para poder presentar los resultados de este trabajo, que, entre otros procedimientos, requirió de una serie de trámites obligatorios para la adquisición de accesos autorizados a instalaciones, documentos internos, reuniones de producción, administración, programación y, en general, a la información del funcionamiento del Canal.

A continuación, se presentan los resultados de dicha investigación...

Capítulo I. Algunas precisiones sobre la cultura y los medios.

1.1. ¿Qué significa la cultura?

El propósito de este capítulo es el de ahondar en el concepto de cultura y precisar el término que define a la programación de un canal de televisión denominado cultural; por lo anterior, se considera también necesario exponer, bajo la perspectiva de distintos autores, la relación que dicho término tiene con la sociedad, la ciencia y el arte.

La ciencia, se define como “conocimiento racional, sistemático, exacto, verificable y por consiguiente falible (...) Amasa y remoldea la naturaleza sometiéndola a sus propias necesidades; construye la sociedad y es a su vez construido por ella; trata luego de remoldear este ambiente artificial para adaptarlo a sus propias necesidades animales y espirituales, así como a sus sueños: crea así el mundo de los artefactos y el mundo de la cultura”¹; por lo cual se deduce que la ciencia transita en dos terrenos la naturaleza y la cultura.

Naturaleza del latín *natura*, es el “principio universal de todas las operaciones naturales e independientes del artificio”², son todos aquellos fenómenos que suceden sin la participación del hombre, o todo aquello que surge en el mundo sin que la mano del hombre lo provoque. Las ciencias que se ocupan del estudio de la naturaleza, son las Ciencias Naturales, como la física, la química, la biología, las matemáticas, etc., éstas son consideradas como ciencias nomotéticas o nomológicas (de nomos ley), esto quiere decir que buscan descubrir leyes generales que rigen todos los fenómenos a los que se enfrentan.

¹ BUNGE, Mario. La ciencia (su método y su filosofía). Pág. 9.

² Enciclopedia Universal Ilustrada. Europeo americana. Pág. 1203-1204.

Contrariamente a lo preciso que pueda ser la definición de naturaleza, el término cultura, tiene quizás como ninguna otra idea una enorme ambigüedad, ya que las diferentes áreas de estudio le han dado enfoques distintos según sus propios intereses. La palabra cultura, "proviene del latín: culturae, derivada de colere, cultivar, que significa cultivo, cuidado."³ Dado que es multívoca, a menudo escuchamos que se habla de hombre cultivado, cultura general, tierra culta, transculturación, etc.⁴

Recasens Siches, bajo una perspectiva social, define a la cultura como: el conjunto de creencias, pautas de conducta (mental, emocional y práctica), actitudes, puntos de vista, valoraciones, conocimientos, utensilios, arte, instituciones, organizaciones, lenguaje, costumbres, etc., compartidos y transmitidos por los miembros de una determinada sociedad, en suma -refiere- cultura es lo que los miembros de una determinada sociedad concreta aprenden de sus predecesores y contemporáneos en esa sociedad, y lo que le añaden y modifican. Es la herencia social utilizada, revivida y modificada.⁵

Ruth Benedict, define la cultura en términos de "emocionalidad"; Lévi-Strauss en términos de discontinuidades "... un fragmento de humanidad que desde el punto de vista de la investigación, ofrece discontinuidades importantes si se la compara con el resto de la humanidad"; E.B. Taylor, apunta que la cultura es "...todo el complejo

³ Op. cit. Pág 1105.

⁴ La palabra "cultura", usada en singular, expresa en términos abstractos un concepto general, que cubre la totalidad de las culturas particulares. Pero el hecho real es que existe una multiplicidad y variedad de culturas particulares, tanto en el pasado como en el presente. Tal variedad sin embargo, no excluye, como ya se explicó, que haya dimensiones comunes que permitan lograr un concepto general de cultura, tal como se expone en párrafos anteriores; ni excluye, tampoco, que las diversas culturas, además de las notas que integran la noción genérica de cultura, presenten semejanzas muy importantes por debajo de sus diferencias. Dentro de estas culturas particulares se puede hablar de la llamada "cultura general" (es, por cierto así, el ABC de la educación, el estrato básico y general de la cultura); "cultura popular" (la cultura en, por y para el pueblo). Así también existen las "subculturas" (aquellas que viven dentro de ámbito más restringido, modelos propios, característicos condicionados por varios factores: étnico, de jerarquía o de rango, de grupo profesional, etc. Una subcultura posee sus normas, sus símbolos, sus valoraciones, su lenguaje, más o menos en armonía con los modelos de la cultura más amplia en la que se halla inmersa); la "aculturación" (adaptación de un individuo o grupo a una nueva cultura, de otra nación); la "inculturación" (coincide con el término de incorporación de individuo a la cultura que le rodea).

Si se desea profundizar en el tema Cfr. KAHN S., J, comp. y prólogo. El Concepto de Cultura, (Textos Fundamentales); WEBER, A. Historia de la Cultura. Ed. FCE. México; LARROYO, Francisco. Introducción a la filosofía de la cultura. Ed. Porrúa.

⁵ RECASENS Siches, Luis. Tratado General de Sociología. Pág. 171.

que entraña conocimiento, creencia, arte, moral, ley, costumbre y todas las demás capacidades adquiridas por el hombre como miembro de la sociedad.”⁶

Edward T. Hall⁷, bajo la premisa de que la cultura entraña todo un modo de vida propone una definición que engloba las anteriores y la vincula con la comunicación humana, esta definición es la que, personalmente, considero aporta elementos suficientes para entender el término y nos permite comprender la función de un medio de comunicación de tipo cultural; esta explicación sostiene que “La cultura es el medio de comunicación del hombre; no existe ningún aspecto de la vida humana que la cultura no toque y altere. Esto es lo que significa la personalidad, el cómo los individuos se expresan (incluyendo las demostraciones de emoción), la forma en que piensan, el cómo se mueven, el cómo resuelven los problemas, el cómo planean y proyectan sus ciudades, el cómo funcionan y se organizan los sistemas de transportes, así como la forma en que los sistemas económicos y estatales se estructuran y funcionan. -explica que los antropólogos están de acuerdo en tres características de la cultura- ...no es innata, sino aprendida; las distintas facetas de la cultura están interrelacionadas (se oca una cultura en un punto y todo lo demás se ve afectado); es compartida y de hecho determina los límites de los distintos grupos.”⁸

De la cultura se desprenden los productos culturales, se llaman productos culturales al resultado de la acción humana. En este sentido la ciencia, el arte, la moral y la religión son productos culturales. Los productos culturales también se llaman bienes culturales, aunque su naturaleza ontológica (propia del ser) no siempre sea material, concreta, física, por ejemplo: una cosa, un libro o una vela; sino que su naturaleza ontológica puede ser ideal, fuera de espacio y del tiempo, como los conceptos científicos o los pensamientos. Todavía se distingue entre bienes y valores culturales éstos son dignidades, que hacen preferibles a los bienes.⁹

⁶ XIRAU, Ramón. “Cultura y crisis”. La Jornada Semanal. Sec. Retablo Semanal. Nueva Epoca No. 149. México 19 de abril de 1992. Pág.14.

⁷ Edward T. Hall., Profesor de antropología de la Universidad de Northwestern. Conocido por sus trabajos sobre la comunicación intercultural, es autor de textos tan capitales por clásicos como, The Silent Language y La Dimensión Oculta. Enfoque antropológico del uso del espacio (Hidden Dimension), así como del Handbook for Proxemic Research y The Fourth Dimension in Architecture: The Impact of Building on Man's Behavior, todos ellos con aportaciones originales y decisivas para el conocimiento profundo del hombre.

⁸ HALL T. Edward. Más allá de la Cultura, Pág. 23.

⁹ GARCIA García, Fernando Augusto. Fundamentos Éticos de la Seguridad Social. Pág. 15-16.

El arte entendido como un producto cultural, es una de las ramas primarias y más importantes de la cultura. Se considera fundamental, porque el arte es uno de los campos propios de espíritu creador y generalmente el campo en donde suelen anunciarse nuevas formas de sensibilidad, acciones espirituales genuinamente creadoras, las cuales, además de lo que aporten en el terreno artístico, se proyectan hacia otros campos en la medida en que constituyen nuevas actitudes espirituales que van a producir consecuencias en otras varias zonas de la vida humana, incluso en las de carácter práctico, como por ejemplo, la política, el comercio, etc.¹⁰

Francisco Larroyo, en una visión más cercana a lo comunicativo explica que "el arte es representación que suscita la vida emotiva del hombre gracias a una imagen bella, a través de la cual se comunica algo en un lenguaje específico (dibujo, caricatura, pintura, escultura, música...). A través de este concepto, se puede entender la vocación artística, la cual varía al tenor del arte elegido. El artista es un imaginativo en alto grado, con resuelta voluntad y sensibilidad por las formas simbólicas. El arte es comunicación, comunicación de ideas, y sentimientos en un lenguaje original".¹¹

Todo lo anterior, nos lleva a considerar una revisión a los estudios realizados por Nestor García Canclini¹², que bajo una perspectiva actual del desarrollo y las implicaciones de la cultura explica:

"La palabra cultura se ha convertido en una de las más comunes de nuestro vocabulario general. Se menciona frecuentemente en los medios de comunicación locales, nacionales y mundiales. Sin embargo, no siempre queda claro cuál es el concepto fundamental al que hace referencia... Quizá cultura sea una de las palabras

¹⁰ RECASENS Siches, Luis, *Op. cit.* Pág. 650.

¹¹ LARROYO, Francisco. *Los principios de la ética profesional.* (Tratamiento analítico de la ética profesional). Págs. 309-310.

¹² Néstor García Canclini es director del Programa de Estudios sobre Cultura Urbana en la Universidad Autónoma Metropolitana de México. Ha sido profesor en las universidades de Stanford, Austin, Barcelona, Buenos Aires y Sao Paulo. Obtuvo la beca Guggenheim y otras distinciones entre las que se encuentran el premio Casa de las Américas 1981 al libro *Las culturas populares en el capitalismo* (traducido al inglés y portugués) y el premio iberoamericano Book Award de la Latin American Studies Association a *Culturas Híbridas* (Grijalbo, 1990), como mejor libro sobre América Latina publicado en el periodo 1990-1992.

más complejas del vocabulario. El Diccionario de la Real Academia asienta las siguientes definiciones: a) Resultado o efecto de cultivar los conocimientos humanos y de afinarse por medio del ejercicio las facultades intelectuales del hombre; b) Conjuntos de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época o grupo social, etcétera. Realmente la palabra cultura encierra casi todo lo vivido y expresable del ser humano. Todo puede ser considerado bajo alguna óptica como cultura. La cultura está íntimamente relacionada con el desarrollo humano, incluyendo por supuesto el económico. La cultura no solamente es la fuente de la creatividad, sino del progreso. No podemos pensar a un pueblo con niveles de vida altísimos, después de que ha resuelto sus necesidades básicas y obtiene dividendos para rodearse de comodidades y satisfactores, sin una vida cultural intensa. El desarrollo económico de los pueblos y del mundo incluye necesariamente el crecimiento cultural.”¹³

Explica que la cultura es un modo de vida y una forma de convivencia. La cultura está viva en las comunidades. Actualmente, en medio del proceso de globalización, se le da mucha importancia a las expresiones que surgen de las localidades de una región. Las sociedades experimentan un renacer del pluralismo cultural. No hay, aunque a primera vista pareciera que sí, uniformidad mundial en el ámbito de la cultura, porque la cultura sirve para que las comunidades se definan, se movilicen y se expresen.

Con lo anterior se infiere que la cultura es el cómo los individuos se expresan (costumbres, ideas, organización, etc.) y el arte es uno de los medios por los cuales se comunican dichas expresiones. El arte, como medio de expresión, ayuda a los hombres a conocerse, a entenderse, a comprenderse, a pesar de las diferencias de caracteres y de civilización de los pueblos; esto explica que un canal de televisión cultural tenga como carta fuerte la difusión de programas de arte en todas sus modalidades.

Cierto es que algunas manifestaciones culturales, el arte por ejemplo, a lo largo de la historia, se han ubicado en el terreno del elitismo, la cultura resulta una afición,

¹³ GARCÍA Canclini, Nestor. Cultura y Globalización. Ed. Dos siglos, dos milenios. Tomo II. Libro electrónico, dirección en la red: http://www.ucoi.mx/publicacionesonline/dos_siglos/tomo2.html

de la gente selecta, un derecho de las clases privilegiadas, del intelecto. Es precisamente, el desarrollo de los grandes medios de comunicación como la radio y la televisión lo que ha determinado que la cultura, o mejor dicho las manifestaciones culturales trastocuen la vida de cualquier persona y no sólo a la élite o las clases privilegiadas.

Con todo anterior podemos concluir que el termino *Cultura* es sumamente ambiguo pues es posible aplicarlo en todo aquello que involucra al hombre, sin embargo, para los propósitos del presente trabajo es necesario adoptar un concepto del termino, y éste es el siguiente:

“La cultura es un modo de vida y una forma de convivencia. La cultura está viva en las comunidades. Actualmente, en medio del proceso de globalización, se le da mucha importancia a las expresiones que surgen de las localidades de una región. Las sociedades experimentan un renacer del pluralismo cultural. No hay, aunque a primera vista pareciera que sí, uniformidad mundial en el ámbito de la cultura, porque la cultura sirve para que las comunidades se definan, se movilicen y se expresen.”¹⁴

Retomando la proposición de que ciencia transcurre en dos terrenos, la naturaleza y la cultura; las ciencias que se encuentran dentro del marco de la cultura son las Ciencias Sociales “aquellas que atienden los procesos y relaciones propias de la sociedad”¹⁵ tales como la sociología, la antropología y la psicología y las ciencias de la comunicación, entre otras.

Las Ciencias Sociales, analizan los fenómenos a los que se enfrentan usando un método explicativo, esto quiere decir que buscan comprender y explicar los hechos con base en motivos y fines, sin dejar de lado, en el momento que se requiera, las explicaciones causales.

¹⁴ GARCÍA Canclini, *Op. Cit.*

¹⁵ GALLARDO CANO, Alejandro. Curso de Teorías de la Comunicación. Pág. 16.

1.2. El estudio de la comunicación.

En este apartado se presentará explícito el concepto de comunicación y se dará a conocer el proceso de comunicación que se toma como base para fundamentar esta investigación.

Posteriormente, se señalará desde qué óptica de pensamiento se abordará o analizará el objeto de estudio, en este caso Canal 22 (Televisión Metropolitana S.A. de C.V.) como medio de difusión de la cultura por televisión en México.

Etimológicamente comunicar significa “poner en común”, hacer la comunicación.¹⁶

De acuerdo con el libro *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*, de manera general, existen dos variedades de definición del término comunicación; “Según la primera, la comunicación es un proceso en virtud del cual A envía un mensaje a B, que provoca en este un efecto. La segunda definición ve en ella una negociación y un intercambio de sentido, donde mensajes, gente perteneciente a una cultura y ‘realidad’ interactúan para que se produzca un sentido o un entendimiento.”¹⁷ Ambas ponen en relación a emisores y receptores a través del objeto de la comunicación.

G. Garrido explica, “La comunicación es una de las formas de interacción entre los hombres en el proceso de su actividad. Siendo un proceso de intercambio de noticias que contienen los resultados del reflejo de la realidad por los hombres, la comunicación constituye una parte inseparable de su existencia social y un medio de formación y funcionamiento de su conciencia tanto individual como social. Es mediante la comunicación como se organiza la interacción adecuada entre los hombres durante su actividad conjunta, la transmisión de experiencia, de hábitos

¹⁶ MOTA Oreja, Ignacio. Diccionario de Comunicación. Pág. 130

¹⁷ O’SULLIVAN, Tim, et al: Conceptos clave en comunicación y estudios culturales. Págs. 66-67.

laborales y cotidianos, la aparición y satisfacción de las necesidades espirituales."¹⁸

Thomas E. Laswell, en 1948, plantea las preguntas: "¿Quién dice qué por qué canal a quién y con qué efecto? Con esta fórmula que lo ha hecho famoso y que aparentemente está desprovista de ambigüedad, Laswell ofrece un marco conceptual a los medios de comunicación..."¹⁹

Con el fin de estudiar la comunicación humana, surge la llamada ciencia de la comunicación la cual está interesada en el desarrollo de "todas aquellas manifestaciones comunicativas que tienen que ver con el hombre, con el quehacer humano; lo que equivale a decir, del hombre en sociedad"²⁰ por lo que su campo de estudio se encontrará en la sociedad en la que interactúa y se desarrolla dicho hombre.

Alejandro Gallardo Cano, explica que para un mejor estudio, la comunicación humana, a su vez se divide en seis tipos. "Tipología que no sólo es valiosa porque proporciona distintos niveles de análisis de los fenómenos comunicativos sociales, sino que se presentan como campos por explorar -y explotar- dentro de la investigación en comunicación."²¹

Esta tipología es la siguiente:

La comunicación intrapersonal.- Se refiere a los procesos comunicativos que se dan internamente en el individuo, estos cobran importancia ya que dan la pauta para la comprensión de otros fenómenos de la comunicación social, ya que toda comunicación está sujeta a la interpretación privada del individuo.

La comunicación interpersonal.- Ocurre cuando dos o más personas están cara a cara y logran una reciprocidad de estímulo-respuesta en los mensaje que éstas mismas están enviando.

La comunicación intragrupal.- Es aquella que tiene lugar en el interior de algún grupo social.

La comunicación intergrupala.- Es la manera en que los grupos, asociaciones u organizaciones se interrelacionan comunicativamente.

¹⁸ GARRIDO G. R. Psicología de la comunicación. Pág. 156.

¹⁹ MATTELART Armand. Historia de las teorías de la comunicación. Pág.30.

²⁰ GALLARDO Cano, Alejandro. Op.cit. Pág. 26-27.

²¹ Idem. Pág. 39.

La comunicación colectiva o masiva.- Es la comunicación de la que se vale un hombre, a través de cualquier medio, para moldear la opinión de las masas.

La comunicación social.- Es el conjunto o agrupaciones de datos que, una vez procesados por el, o los receptores conformarán la información del acontecer diario para cualquier miembro de la sociedad.

Para estudiar la comunicación humana en lo general y los medios de comunicación masiva o colectiva en lo particular, es necesario, primeramente, comprender las diferentes líneas de pensamiento que hay.

Jorge Lumbreras, en *Curso General de Teoría de los Medios de comunicación*²², explica que siguiendo a Mardones y Habermas existen tres posturas de conocimiento en el estudio de lo social en lo general y de la comunicación humana y de los medios de comunicación en lo particular, estas son: las ciencias empírico analíticas, las ciencias lingüístico-hermenéutico-fenomenológicas y las ciencias sistemáticas de la acción; de las cuales a su vez se derivan corrientes o perspectivas teórico-metodológicas, que constituyen una manera de pensar y explicar la realidad; luego se desprenden las disciplinas de estudio e investigación humanística, y finalmente éstas son la base de una gama de teorías sobre lo social y lo comunicacional.

“Las ciencias (o postura) empírico analíticas constituyen un pensamiento instrumental, y el interés que persiguen está dirigido al éxito. Esto significa básicamente que este conocimiento tiene una utilidad y que pretende comprobar sus hipótesis de trabajo (...) para estas ciencias el conocimiento se fundamenta en la observación sistemática de las cosas, en la medición y examen de las características del fenómeno, en la construcción de leyes que expliquen el movimiento universal, y en la búsqueda de predecir el desarrollo y resultado futuro de un evento.”²³

De esta ciencia surgen corrientes o perspectivas teórico metodológicas como son: el sensualismo, el empirismo, el organicismo, el funcionalismo y el racionalismo entre otras; y las disciplinas de estudio de esta perspectiva son, por ejemplo, la

²² LUMBRERAS Castro, Jorge. Curso General de Teorías de los Medios de Comunicación. Inédito.

²³ Idem. Pág. 20.

sociología empírica, la psicología conductual, la publicidad y la comunicación política; con teorías como la de la bala mágica, la teoría del caos, teoría de las normas culturales, siendo los autores más representativos; Comte, Lazarfeld, Laswell y Berelson, entre otros.²⁴

El segundo tipo de Ciencias, o postura lingüístico-hermenéutico-fenomenológica, "retoma elementos de la filosofía platónica y en mayor grado de la aristotélica con sus estudios sobre Lógica, Estética y Retórica.(...) Otros de los núcleos de articulación de estas ciencias, lo constituyen la obra de Ferdinand de Saussure (recuperada y divulgada por sus discípulos), donde la lingüística cobra vital importancia, desarrollándose gracias a esta y de manera casi simultánea, los análisis sobre fonología, fonética y otras ramas de pensamiento afines."²⁵ De estas surgen el idealismo, existencialismo, romanticismo histórico, la hermenéutica, la fenomenología y estructuralismo, donde se encuentran disciplinas como la antropología, la lingüística, la lógica, la retórica, y la semiótica entre otras, con teorías como la teoría del signo lingüístico, teoría de la recepción literaria, teoría de las mediaciones y teoría de la posmodernidad; y, autores como Nietzsche, Eco, Barthes, Foucault, y Vattimo.²⁶

Y, finalmente de las ciencias sistemáticas de la acción, cuyo interés de conocimiento consiste en la emancipación humana. De ella se desprenden el utopismo, materialismo histórico, psicoanálisis, Historicismo, Socialismo científico, etc; cabe mencionar que en realidad no existen disciplinas propias de esta postura, sin embargo puede hablarse de una aplicación de sistemas y conceptos como; el psicoanálisis, la historia, el cambio social y revolución, etc. las teorías que se desarrollan dentro de esta postura son; la teoría de la enajenación, teoría de la dependencia y, teoría de los aparatos ideológicos del Estado; con autores como Campanella, Marx, Freud, Lenin, Habermas, Pascualli, Adorno y Marcuse.²⁷

Como el propósito principal de esta tesis es el de dar a conocer un canal de televisión como alternativa de difusión cultural en este país, esta investigación tiende

²⁴ Idem . Cuadro sinóptico División de las ciencias para el estudio de lo social y de lo comunicacional.

²⁵ Idem. Pág. 22-23.

²⁶ Idem. Cuadro sinóptico División de las ciencias para el estudio de lo social y de lo comunicacional.

²⁷ Idem.

a seguir una postura de estudio o perspectiva teórico metodológica de las antes mencionadas.

Esta tesis se inscribe en la postura empírico-analítica y retoma de ésta una perspectiva teórico metodológica conocida por lo común como funcionalismo; tomando en cuenta que éste busca responder el por qué de la comunicación masiva o los medios de difusión colectiva, el para qué de su existencia y cuál es el fin o la función de los medios de comunicación colectiva dentro de la sociedad (Laswell 1948). Asimismo por lo que cita Mauro Wolf, en *La Investigación de la Comunicación de Masas*: "La teoría funcionalista de los medios representa básicamente una visión global de los medios de comunicación de masas en su conjunto: es cierto que sus articulaciones internas establecen diferencias entre géneros y medios específicos, pero la observación más significativa es la que tiende a explicitar las funciones desarrolladas."²⁸.

Por lo anterior, específicamente el objetivo de este estudio consiste en explicar qué es Canal 22: cómo y por qué surgió, cómo se ha desarrollado, qué fines persigue, cómo está organizado y que tan productivo, o no, ha sido su desarrollo como alternativa para la difusión cultural en la televisión del área metropolitana de México.

Dentro de esta perspectiva teórico-metodológica se retoman en lo particular los conceptos de David K. Berlo²⁹ sobre la comunicación y el proceso comunicativo; los de Marshall MaLuhan³⁰ en lo referente a medios de comunicación masiva, público de

²⁸ WOLF Mauro. *La investigación de la comunicación de masas*. "Crítica y Perspectivas". Pág. 68.

²⁹ BERLO Kennet David, investigador de la Michigan State University. Ha reunido material de las ciencias del comportamiento y de lingüística, semántica y filosofía del lenguaje. Empleando lo esencial de esta disciplinas, examina los factores implicados en la comprensión y el análisis de la conducta humana.

³⁰ McLuhan Marsall. (1911-1980) Nació en Edmonton, Alberta (Canadá). Fue estudiante de ingeniería en la Universidad de Manitoba, en donde empezó sus estudios de maestría en 1933 y 1934. Fue en la Trinity Hall en la Universidad de Cambridge donde termino la maestría en 1935 y el doctorado en 1942.

En Cambridge, McLuhan estuvo bajo la poderosa influencia de la metodología y el temperamento moral de los llamados Nuevos Críticos que expresaban un profundo antagonismo hacia la civilización industrial moderna.

La obra de McLuhan puede dividirse aproximadamente en tres periodos: sus primeros años como crítico literario tradicional, culminando con la publicación en 1951 de *The Mechanical Bride* (La novia mecánica) su primer análisis completo de los medios de comunicación y la cultura popular. La segunda fase durante la cual adaptó la obra de Harold Innis, y donde se absibió en la antropología

los medios y específicamente de televisión; y los de otros autores que se dieron a la tarea de investigar los contenidos y los canales comunicacionales, así como las conductas y efectos provocados sobre el público; aplicado al estudio de Canal 22 y su papel en la difusión de la cultura en nuestro país.

David K. Berlo, autor inscrito en la postura empírico analítica, construye un modelo básico del proceso de comunicación humana, lo relaciona con el proceso de aprendizaje considerando la interacción individual y social en este medio, y destaca con grandes proyecciones el enriquecimiento de la tarea educativa.

Berlo, en su obra más conocida *El Proceso de la Comunicación*, nos explica que la comunicación "...implica la emisión de un mensaje por parte de alguien, y, a su vez la recepción de ese mensaje por parte de otro."³¹ de igual forma, propone el proceso de comunicación humana; explicando y esquematizando detalladamente la función de cada uno de los elementos que intervienen en el proceso comunicativo humano, estos son:

1. La fuente de la comunicación. Alguna persona o grupo de personas con un objetivo y una razón para ponerse en comunicación.
2. El codificador. Es el encargado de tomar las ideas de la "fuente" y disponerlas en un código, expresando así el objetivo de la fuente en forma de mensaje.
3. El mensaje. Traducción de ideas, propósito e intenciones en un código, en un conjunto sistemático de símbolos.
4. El canal. Es el medio, un portador de mensajes, o sea, un conducto.
5. El decodificador. Retraduce, decodifica el mensaje y le da forma para que éste sea utilizable por el receptor.
6. El receptor de la comunicación. La persona o las personas situadas en el otro extremo del canal.

histórica culminando con la publicación de *Explorations* (Exploraciones); y la etapa de madurez de la década de 1960, cuando publicó sus teorías en *The Gutenberg Galaxy* (La galaxia de Gutenberg) (1962), *Understanding Media* (Comprendiendo los medios) (1964), y varios trabajos más también de gran significancia.

³¹ BERLO K., David. *El proceso de la comunicación*. Pág. 13.

Al hablar de este proceso afirma que "Es provechoso utilizar estos ingredientes para hablar de la comunicación. Pero sería arriesgado suponer que uno de ellos se halla antes y otro después, que son independientes unos de otros. Esto niega el concepto de proceso, y la comunicación es un proceso."³²

Marshall McLuhan, también inscrito dentro de las ciencias empírico analíticas y en la perspectiva teórico metodológica funcionalista, es uno de los autores más controvertidos de la segunda mitad del siglo XX en el análisis de la comunicación y de los medios de comunicación. En los años noventa su obra tiene un renovado interés, debido al alcance de las comunicaciones a través de los satélites, las fibras ópticas, las microondas y el cable, situación que algunos han llamado globalización de las comunicaciones. "McLuhan tuvo una gran fama por su trabajo sobre las implicaciones culturales de los medios de comunicación masiva. Su contribución más perdurable se refiere al hecho de que ayudó a establecer a los medios de comunicación masiva entre la intelectualidad como un objeto propio de estudio, quizás más por su celebridad que por su metodología o por el peso de sus ideas."³³

Las propuestas de McLuhan son profundamente discutibles pero, en este caso, sirven como base para analizar al objeto de estudio a lo largo de esta investigación.

Marshall MacLuhan está convencido que los medios de comunicación, son prolongaciones de nosotros mismos, los medios sobre los cuales basa su pensamiento son: la radio, la televisión las computadoras y la automatización; es decir, una persona puede verse prolongada al momento de utilizar un medio como la radio o la televisión, por ejemplo., un deportista victorioso en las olimpiadas no puede dar las gracias a uno por uno de los aficionados que le apoyaron, pero a través de una transmisión de radio o televisión logrará llegar a todos para ofrecerles su agradecimiento.

En el libro, *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre* de MacLuhan; René Rebetez cita en el prólogo: "En MacLuhan el hombre ve prolongar

³² Idem. Pág. 30.

³³ WINSTON, Bian. Internacional Encyclopedia of Communications, Pág. 463.

sus ojos y oídos en vociferantes o traslúcidas pantallas, sus pies transformándose en embragues y aceleradores, sus manos florificándose en palancas y timbres, y su columna vertebral obtiene una prolongación que olvida su pasado prensil para enroscarse en los circuitos eléctricos de las computadoras.”³⁴

En sus estudios, McLuhan define como público de los medios de comunicación a aquellos “(...) individuos aislados que van de un lado para otro con puntos de vista separados, fijos. La nueva tecnología exige que abandonemos el lujo de esta postura, este enfoque fragmentario.”³⁵

La televisión ha ocupado un lugar importante en las investigaciones de Marshall McLuhan, a lo largo del desarrollo del siguiente apartado, se expresará la concepción que tiene este autor sobre dicho medio de comunicación.

³⁴ REBETEZ, René. Prólogo a la primera edición castellana del libro La comprensión de los medios como las extensiones del hombre, autor Marshall MacLuhan. Pág. 7.

³⁵ MCLUHAN, Marshall El medio es el mensaje. s/p.

1.3. La televisión.

Dado que este trabajo gira en torno a un medio de comunicación con tanta influencia en nuestra sociedad, como lo es la televisión, es necesario explicarla conceptualmente, y hacer un recuento en forma general del surgimiento y desarrollo del mismo con el fin de tener los antecedentes necesarios para analizar, posteriormente el objeto de estudio que es Canal 22.

También se considera conveniente especificar los propósitos y las funciones de la televisión pública y la televisión privada y posteriormente aclarar la diferencia entre lo que se conoce como televisión educativa y televisión cultural ya que en general se tiende a confundirlas.

En la actualidad, se perciben los efectos de todos los inventos técnicos que operan sobre las relaciones y los procesos sociales, determinando así en ellos cambios de gran importancia. Con el automóvil se extiende el alcance de las relaciones sociales; se determina la aparición de zonas suburbanas (las cuales quedan ligadas al centro urbano por medio del transporte rápido y flexible); se influye en algunos países en la decadencia del tráfico ferroviario; entre tantos otros efectos.

El cinematógrafo, el periódico, la radio, la televisión, las computadoras y en general todos los medios de comunicación, ponen en contacto al hombre contemporáneo con un sinnúmero de personas, de lugares y modos de vida que el propio hombre no ha visto personalmente, pero que gracias a estos medios los conoce y se familiariza con ellos.

Así, estos medios de comunicación son poderosos agentes de información, de comunicación, de recíproco conocimiento, sobre todo de difusión de las pautas culturales de los pueblos más civilizados, y, consiguientemente, dan oportunidad para que las personas de un círculo cultural conozcan y adopten modos de vida de las personas de otro círculo.

Uno de los medios de comunicación con mayor influencia en la sociedad contemporánea es la televisión, dicho término técnicamente se entiende como la "Transmisión a distancia por corrientes eléctricas u ondas hertzianas de la imagen de un objeto animado"³⁶; cabe mencionar que dicha transmisión de imágenes requiere de diversos elementos tecnológicos como: un transmisor, una antena y un aparato receptor de televisión (televisor propiamente dicho), por mencionar algunos.

Marshall McLuhan al referirse a la televisión la explica como un medio de comunicación que supone una elevada participación del espectador, que resulta obligado a rehacer por su cuenta una imagen materialmente incompleta. Mientras que en el cine la imagen es continua y, por decirlo así, "macisa", la imagen de la televisión es discontinua, en cuanto a la suma de puntitos. El espectador debe terminar de formar la imagen, es decir debe llenar los huecos, esta actividad es mecánica y totalmente inconsciente. Esto se traduce a que el espectador al ver la televisión está más comprometido sensorialmente, más integrado en cierto quehacer de traducción de unos signos. La manifestación más leve de esta participación puede ser la opinión, esto es, formar un juicio propio sobre lo que se le ha ofrecido.³⁷

Por lo anterior MacLuhan define que, "la televisión es, por encima de todo, una prolongación del sentido del tacto que implica la máxima acción recíproca de todos los sentidos."³⁸

Asimismo, una visión más actual del término televisión, la expone Giovanni Sartori, en su libro, *Homo Videns*: "La televisión- como su propio nombre lo indica- es "ver desde lejos" (tele), es decir, lleva ante los ojos de un público de espectadores cosas que pueden ver en cualquier sitio, desde cualquier lugar y distancia. Y en la televisión el hecho de ver prevalece sobre el hecho de hablar, en el sentido de que la voz del medio, o de un hablante, es secundaria, esta función de la imagen, comenta la imagen. Y, como consecuencia el telespectador es más un animal *vidente* que un animal simbólico. Para él las cosas representadas en imágenes cuentan y pesan más que las cosas dichas con palabras."³⁹

³⁶ Diccionario Larousse. 1986.

³⁷ REVILLA, F. tv interlocutor imposible? Pág. 15.

³⁸ MCLUHAN, Marshall. La comprensión de los medios como las extensiones del hombre. Pág. 407.

³⁹ GIOVANNI, Sartori. Homo Videns. "La sociedad teledirigida". Pág.30

En México, investigadores en comunicación como Raúl Cremoux afirman que hoy en día "Resulta imposible negar el poder de la televisión sobre la moral y la estética de las masas,(...) La amplitud del medio permite cambiar o reforzar los valores éticos conocidos; adaptar los gustos a objetivos prefijados; crear estímulos sorpresivos al interés personal y colectivo. Se le atribuyen a la televisión aptitudes para modificar el estado de ánimo de los individuos, de las comunidades, y hasta de la época misma."⁴⁰

Asimismo, Fernando González y González, apunta "Hoy en día no se puede concebir un hogar sin la televisión y se ha convertido en un mueble indispensable de la casa. Para los niños de esta época, es un aparato que ha existido desde siempre y que ven como un juguete más, que los entretiene.

Pero este mueble, es en realidad uno de los inventos más importantes del hombre, pues no sólo sirve de entretenimiento. Su gran importancia radica en que comunica al mundo, lo pone al alcance de las manos del hombre."⁴¹

El invento de la televisión no se debe a una sola persona, ni se logró en un solo día, se gestó paulatinamente y es el resultado de la participación de varias personas, que en diferentes épocas, aportaron sus conocimientos para su creación.

Para entender en qué consiste esta invención, es necesario hablar someramente de algunas personas y hechos que más contribuyeron a su progreso:

El año de 1817 marca el inicio del moderno sistema de televisión cuando el químico sueco Juan Jacobo Berzelius descubre el elemento químico denominado selenio. Años más tarde se descubre que el selenio produce una corriente de electrones cada vez que la luz incide sobre él, y que la intensidad de dicha corriente varía fielmente de acuerdo con la intensidad de la luz recibida. Este fenómeno, llamado fotoelectricidad, constituye de hecho el principio fundamental de la televisión.

Años más tarde, en 1875, el inventor norteamericano G. R. Carey, construye un sistema muy sencillo de televisión el cual usa la célula fotocelétrica, con lo cual se sienta otro principio básico de la televisión.

⁴⁰ CREMOUX, Raúl. ¿Televisión o prisión electrónica? Pág. 7.

⁴¹ GONZALEZ y González, Fernando. Historia de la Televisión Mexicana 1950-1985. Pág.

Para 1884, Pablo Nipkow, inventa el disco analizador de imágenes, que consiste en un disco metálico delgado, provisto de una serie de perforaciones dispuestas en espiral. El transmisor lleva una de estos discos colocado entre el objeto que se va a televisar y la fotocélula, al girar el disco a razón de 20 a 30 revoluciones por segundo, la imagen transmitida a través de los agujeros y captada por una lente de aumento, aparece prácticamente completa, aunque en realidad era una secuencia de señales luminosas fragmentarias. Este aparato se experimenta durante la Primera Guerra Mundial.

El alemán Henrich R. Hertz, en 1888, descubre que las ondas electromagnéticas se propagan a través del espacio sin el auxilio de hilos o medios mecánicos de conducción; es por esto que a dichas ondas se les denomina "ondas hertzianas".

Este principio, se pone en práctica por primera vez en 1923, en un sencillo sistema de televisión, cuando J. L. Baird, en Inglaterra, y C. F. Jenkins, en los Estados Unidos, demuestran la transmisión de siluetas en blanco y negro.

En 1923, Zworykin inventa el iconoscopio, y en 1928, Farnsworth concibe el sistema designado como director de imágenes. Ambos inventores fijan la pauta para la descomposición de las imágenes en millones de impulsos electrónicos en la cámara y su composición en el receptor.

Dos años más tarde, Baird y Jenkins tienen éxito en la transmisión electrónica de imágenes en movimiento, esto se considera como el inicio de la televisión, como parte de la tecnología operacional.

La televisión aparece casi de manera simultánea en 1936, en Inglaterra y en los Estados Unidos. Pero es hasta el primero de julio de 1941, que la National Broadcasting Company (NBC) comienza el servicio comercial de televisión con programas patrocinados.

En 1945, se utiliza el orticonoscopio, el cual ofrece mayor sensibilidad a la luz y su tamaño es comparativamente pequeño.⁴²

Hoy en día los televisores usan un tubo de rayos catódicos conocido como cinescopio o tubo de Brown, que sustituye al antiguo disco mecánico de Nipkow.

⁴² Idem. Pág.

Por su parte, en México, Guillermo González Camarena, en 1940, obtiene la primera patente mexicana de televisión a colores, y en 1942 la patente norteamericana. Hay que apuntar que dichas patentes son la culminación de sus experimentos que desde 1934 realiza, que se refieren a un sistema tricromático de secuencia de campos, en el que se utiliza los colores primarios: rojo, verde y azul, a este sistema se le considera la base de la televisión a colores.⁴³

Al paso de los años las nuevas tecnologías se aplican a la televisión, por lo que hoy se puede ver que tanto la transmisión como la recepción de la señal se ha perfeccionado rebasando a la televisión tradicional. Toda vez que existe televisión por cable, televisión vía satélite, televisión vía microonda, televisión interactiva, y televisión de alta definición, esta última supera prácticamente todas las especificaciones técnicas de los sistemas que en la actualidad se utilizan en el mundo. Esta televisión conocida como HDTV (Televisión de Alta Definición) hace uso de una pantalla ancha y sonido digital estereofónico que proporciona mayor realismo a telespectador que escucha y ve una imagen con mayor calidad y nitidez, resultado de la duplicación en las líneas que la componen.⁴⁴

Aún situados en la postura de conocimiento instrumental, es necesario reconocer desde otra mirada sobre el mundo los efectos negativos que la televisión tiene o puede tener sobre las personas.

Los efectos sociales del proceso tecnológico, y en especial de la televisión se pueden percibir en muy diversos órdenes: afecta la vida familiar totalmente; afecta las creencias convicciones; valoraciones y costumbres; se valoran más las ventajas materiales que las excelencias espirituales; disminuye el hábito de la lectura; decrece la asistencia a espectáculos públicos (cine, teatro, conciertos, etc.), asimismo se generan analfabetas funcionales y las llamadas sociedades de consumo.⁴⁵

A propósito de los efectos sociales de la televisión, Sánchez Vázquez, refiere que: "...Es evidente que esos medios de comunicación, por los intereses económicos a los que sirven, se integran en un proceso general de mercantilización -al que no

⁴³ Idem. Pág. 45-49.

⁴⁴ Cfr. Revista. *Intermedios*. No. 7 México 1992. Pág. 39-47.

⁴⁵ RECASENS Siches, *Op. cit.* Págs. 632-635.

escapa la cultura misma, y , por supuesto, la moral-. La moral así difundida no tiene por fin el hombre, sino el lucro. Y de ahí que respondiendo a ese fin interese afirmar principios, modelos y ejemplos de conductas enajenadas, en los que se alternan la resignación y la violencia, el fracaso irracional y el éxito egoísta, la mojigatería y la pomografía más o menos embozada.

La moral que aspira espontánea y pasivamente el consumidor de estos productos masivos (particularmente, los que le suministran el cine, la radio y la televisión) no hace sino presentar como virtudes las limitaciones humanas y morales de un hombre cosificado o enajenado, y, en este sentido, su influencia moral no puede dejar de ser negativa. Pero lo característico de esta influencia de los medios masivos de comunicación en nuestra época no está sólo en el contenido moral de los productos que difunden, sino en la amplitud gigantesca de su difusión, que anula, en gran parte, la labor de las instituciones culturales y educativas empeñadas en la elevación moral de los individuos. Mas el mal no hay que buscarlo en los medios de difusión mismos, sino en el uso que, en unas circunstancias dadas, o bajo las exigencias de un sistema, se hace de ellos. Las experiencias positivas –aunque limitadas- que, pese a todo, se registran en este terreno (en la difusión de la buena música, de la literatura y del arte, en la enseñanza audiovisual o televisada, etc.) ponen de manifiesto, con sus logros limitados, las enormes posibilidades del uso adecuado de los medios masivos de comunicación en el terreno de la formación de un hombre nuevo, incluyendo por supuesto su formación moral.⁴⁶

Para abundar en este sentido se tienen algunos otros efectos sociales “positivos” (que pueden ser benéficos para la sociedad) por ejemplo: difundir la educación, cultura y el arte; propagar noticias sobre acontecimientos mundiales, informes meteorológicos importantes para la actividad diaria y como medida de prevención; auxilio para localizar personas extraviadas, conocer hábitos, tradiciones y formas de vida de otras sociedades; creación de nuevas áreas de trabajo, entre otros.⁴⁷

⁴⁶ SÁNCHEZ Vázquez, Adolfo. Ética. Pág. 191-192.

⁴⁷ Cfr. MALVIDO, Adrián. “La comunicación severamente deteriorada por el libre mercado”. La Jornada, México 28 de agosto de 1997. Pg. 27. En donde el investigador James Halloran sostiene la televisión y la familia per se no existen como tal, sino que hay diferentes tipos de familia, con diferentes escalas, competencias, experiencias y antecedentes, factores que determinan en gran parte el uso que se le dará a la tv. Según sus investigaciones, dos familias o dos niños pueden estar viendo el

Por lo anterior coincido con Raúl Lobato Villegas, cuando afirma: "Pensar sobre el impacto televisivo contemporáneo es una tentación ideológica: la lucha entre los que están "a favor" o "en contra" de la TV es infinita... Sabemos que la televisión es un poderoso instrumento para la difusión de la cultura, de información y de entretenimiento, pero, también un poderoso instrumento para el ejercicio del poder ya que a través de la televisión se 'pueden' manipular a las masas.

La televisión es el mayor productor de cultura anónima así como el mayor transformador del habla cotidiana. El espectáculo televisivo es una oferta permanente de representaciones que alimentan y se pueden servir para ligar el mundo; en este sentido es posible pensar un mundo rico a partir del desarrollo de los medios masivos de comunicación."⁴⁸

Ninguna de las dos posiciones extremas ayuda para el análisis objetivo de este medio de comunicación; la televisión, como cualquier instrumento creado por el hombre, puede ofrecer efectos positivos y negativos, lo importante es saber diferenciarlos y aprovechar, en la medida de lo posible lo benéfico que pueda aportar este instrumento como medio de comunicación.

mismo programa durante el mismo tiempo y, debido a como están estructuradas sus relaciones familiares, hacer de eso cosas totalmente diferentes. Es decir, las implicaciones no sólo vienen de la televisión, sino de toda una red de factores de vida como la educación, la cultura, la lengua y la etnicidad que hacen a la tv.

Esta investigación se centra en la familia porque ha detectado en ella un poderoso filtro. Por ejemplo, encontramos que hay familias muy estrictas en el control de lo que sus hijos pueden o no ver en televisión, mientras que otras les permiten ver lo que quieran. Y lo que los niños harán de lo que ven no deriva tanto de los contenidos, sino del entendimiento con los padres, del sentido de responsabilidad inculcado; si hablan con ellos de lo que vieron, si hay un diálogo, una convivencia, si discuten juntos, si pasean. No podemos mirar la tv sola, sino en una red más amplia de relaciones sociales.

⁴⁸ LOBATO Villegas, José Raúl. Los Talk Shows. Tesis profesional de licenciatura. Instituto de Estudios Superiores del Colegio Holandés. Pag. 50.

1.3.1. Televisión pública y televisión privada.

Como ya se mencionó, la televisión es la conjunción de sonido e imagen en movimiento que se transmite a distancia.

A partir de su nacimiento a nivel de masas en 1936, la televisión adopta básicamente dos modelos de organización y funcionamiento; el primero surge en Londres y posteriormente lo adoptan otros países del continente europeo por lo que se le conoce como el modelo de televisión europeo de base pública; y el segundo aparece en Estados Unidos denominado como el modelo de televisión privada.

La finalidad del modelo de televisión europeo de base pública lo explica Pere-Oriol Costa en su obra *La crisis de la televisión pública*, y afirma que este modelo tiene "(...) finalidad de informar, formar y distraer. Estos objetivos, entre los que no se encuentran el ánimo de lucro, serían imposibles de cumplir sin una intervención muy directa del Estado, en el sector, lo que, de hecho, sitúa a la televisión en el área pública."⁴⁹ Ivar Ivre, citado en la obra de Pere-Oriol Costa, complementa: "La intervención directa del Estado, que no se limita únicamente a regular las frecuencias, sino que crea la sociedad pública que se encarga de la televisión y la explota directamente o interviniendo mayoritariamente en ella, es un elemento esencial del modelo europeo que da lugar a una televisión de auténtico servicio público. Pero además el hecho de que el Estado haga reserva de la televisión para el área pública comporta otros dos elementos esenciales en la configuración del modelo europeo: una financiación que no está subordinada a los índices de audiencia de los programas y un control reglamentado del medio que aleja al modelo occidental tanto de los sistemas puramente comerciales, en los que este control apenas existe (...)"⁵⁰

El segundo modelo, el modelo de televisión privada surge en oposición al

⁴⁹ COSTA, Pere-Oriol. *La crisis de la televisión pública*. Pág. 76.

⁵⁰ IVRE, Ivan. *Conflitti e soluzioni in Svezia*. En VV.AA., *Le politiche dei mass media*. Bari De Donato, 1980. Pág. 275.

modelo público, se crea en Estados Unidos, y más tarde la mayoría de los países lo adoptan. Enmarca mayoritariamente su funcionamiento bajo el régimen de concesión privada que conserva hasta hoy y trabaja con fines comerciales definidos así por la venta de tiempo publicitario.⁵¹

Mejía Prieto, comenta que "(...) organismos de estudio internacional aseguran que la televisión de empresa privada tiene mejores resultados debido a la competencia, da beneficio al Estado pagando altos impuestos, vitaliza las fuerzas de capital y trabajo, y contribuye a la fluidez económica mediante la publicidad de productos."⁵²

México ha seguido el modelo de televisión comercial estadounidense desde la aparición de la televisión. Dentro de este esquema comercial, el desarrollo de la televisión mexicana ha alcanzado hasta ahora su mayor dinámica de expansión e influencia sobre la cultura nacional, aunque ha habido interés por desarrollar la televisión pública, y en ocasiones se han puesto en práctica proyectos para su desarrollo, logrando algunos resultados favorables, sin embargo, ésta más que televisión pública, ha sido una televisión básicamente estatal, entendida como una televisión donde todo se encuentra bajo la disposición del Estado. (Vid. Infra, Capítulo 2, apartado 2.1.1).

A propósito Florence Toussaint explica "Por costumbre, al hacer referencia a medios no privados, se les llama estatales. Ello es inexacto porque generalmente han sido manejados como si fueran del gobierno e inclusive de grupos en el poder o del partido oficial. Si la televisión que se ha hecho en México hubiese sido genuinamente de Estado, la sociedad incluidas la disidencia y la oposición, hubiesen tenido mayor oportunidad de estar presentes en la pantalla."⁵³

Varios investigadores y analistas de los medios de comunicación masiva en México realizaron una serie de ponencias que Florence Toussaint compila en el libro *¿Televisión pública en México?*⁵⁴ donde explican que para que exista un proyecto de

⁵¹ ESTEINOU Madrid, Javier. "Televisión de Estado ¿para qué?" Ponencia publicada en el libro *¿Televisión Pública en México?* coordinado por TOUSSAINT Alcaraz, Florence. Ed. CNCA. Pág. 9.

⁵² MEJIA PRIETO, Jorge. *Historia de la radio y la televisión en México*. Pág. 10-11.

⁵³ TOUSSAINT Alcaraz, Florence. Coord. *¿Televisión pública en México?* Pág. 11.

⁵⁴ TOUSSAINT Alcaraz, Florence. Coord. *¿Televisión pública en México?* Ed. CNCA.

modelo de televisión pública en México, debe ser un modelo el cual:

- Ha de tener vinculación con la audiencia y con el entorno en el que opera, ello determinará en gran medida los temas y los tratamientos.
- El gobierno tiene injerencia en las decisiones y participa con dinero en su operación, la sociedad civil ha logrado una participación mayoritaria , tanto en su dirección como en su financiamiento.
- Puede inicialmente pasar por lo educativo y lo universitario.
- Debe ser responsable, crítica y con contenidos que reflejen la diversidad y pluralidad del saber universal.

1.3.2. La televisión educativa y la televisión cultural.

Otros rubros que es necesario diferenciar y que se desarrollan por lo general dentro de la televisión de modelo público son: la televisión educativa y la televisión cultural.

Lo más llamativo, indudablemente, del fenómeno televisión es lo que ésta nos ofrece: las telenovelas, las películas o la noticia captada al momento. Dicho de otro modo su contenido.

La opinión que cada persona tiene de la televisión depende, en gran medida, de lo que consideren es su finalidad propia.

Se habla de tres finalidades principales de la televisión: entretener, informar y educar. Según el valor respectivo que se otorgue a cada una de ellas, habrá de ser el juicio que merezca un programa o un canal de televisión.

En México, la mayoría de los canales de televisión son propiedad privada, por lo tanto su mayor interés es de tipo comercial, finalmente lo que quieren es vender y los programas que transmiten son primordialmente los de entretenimiento, en segundo lugar están los programas de corte informativo, las noticias; así que, básicamente la programación de la televisión mexicana es de entretenimiento, aunque no se puede negar que se le dedica un espacio considerable a la información y en muchas ocasiones logran programas donde se conjugan el entretenimiento y la información; pero lo menos rentable para los empresarios, cuyo negocio es la televisión, es lo referente a la cultura y la educación, por consecuencia, este tipo de televisión se ha quedado rezagada y los pocos programas de este tipo tienden a ser ortodoxos, lentos, acartonados y poco ingeniosos.

Cabe mencionar que entre la televisión educativa y la televisión cultural existen diferencias aunque, desde siempre, se tiende a confundirlas o a creer que son una misma.

La televisión educativa es concebida como una "tecnología moderna, híbrida, que conjuga los efectos de color, movimiento, entrenamiento e instrucción y permite satisfacer necesidades de capacitación, a través de circuitos abiertos y cerrados, con una cobertura superior a la de educación tradicional, así como con una mayor economía relativa."⁵⁵

En México existen pocos estudios acerca de la televisión educativa, entre estos se encuentra el denominado: *La televisión educativa: un instrumento de política de desarrollo de México*⁵⁶ donde se explica que la televisión educativa intenta desarrollar, a través de sus programas, las facultades físicas, intelectuales y morales del individuo se puede hablar entonces de una educación "formal" cuando se desarrolla a través de sistemas que utilizan a la televisión como parte nodal de su tarea educativa.

Además se menciona que esta televisión "(...) debe desempeñar un papel de catalizadora del desarrollo participando en los procesos y ciclos de enseñanza-aprendizaje; debe hacerlo en el corto plazo para que con su actuación sea más expedito el tránsito del desarrollo incipiente al desarrollo acelerado. Paralelamente se debe considerar como un factor importante de información e instrucción que cuenta con un lenguaje propio y con diversos procesos mixtos en cuanto a técnicas y métodos, para llevar a la sociedad instrumentos que le sirvan para mejorar sustancialmente su situación actual."⁵⁷ finaliza su explicación asegurando que la televisión educativa puede ser usada para "...auxiliar al educando en ese proceso de reunir la experiencia necesaria y suficiente para formar su conciencia individual y grupal, así como para detectar sus alternativas vocacionales y para enfrentar los retos que la sociedad moderna impone a todos sus miembros."⁵⁸

El alcance y desarrollo de la televisión educativa en México se puede ver reflejado con los programas que realiza el Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa (ILCE) que transmite vía satélite por la red EDUSAT en

⁵⁵ GARCIA Jiménez, Jesús; GALVEZ y Fuentes Álvaro. Televisión Educativa para América Latina. Ed Porrúa Hnos.

⁵⁶ DOMÍNGUEZ Frey, María Martha. La televisión educativa: un instrumento de política de desarrollo de México, Tesis de licenciatura. UNAM.

⁵⁷ DOMÍNGUEZ Frey, María Martha. Op. cit., Pág 83.

⁵⁸ Idem.

canales de televisión nacionales.

De la televisión educativa se desprende lo que llamamos televisión escolarizante, ésta tiene como meta impartir una educación completa, siguiendo objetivos muy específicos, este tipo de televisión también tiene como objetivo llegar a un determinado grupo de personas, que se encuentran reunidas en un lugar específico, es decir, imparte una educación formal.

Un ejemplo claro de la televisión escolarizante es Telesecundaria, un servicio educativo que ofrece, desde hace treinta años, la Secretaría de Educación Pública, a fin de coadyuvar a satisfacer la demanda de educación básica, lleva a la televisión las lecciones que se desprenden del plan de estudios y de los programas de aprendizaje correspondientes al ciclo básico de educación secundaria.

Ligada a la televisión educativa coexiste la televisión cultural, y aunque no existe una definición precisa que explique su función, se puede decir que es aquella televisión que brinda erudición a cualquiera un poco interesado en ampliar o mejorar su cultura o que tiene interés por lo "cultural."⁵⁹

Bajo el entendido que los medios de comunicación en general son reproductores de una determinada cultura, (las telenovelas, la lucha libre, los programas de concurso son parte de la cultura de la sociedad que los produce) es conveniente especificar que un canal de televisión cultural se abocará a la transmisión de programas que muestren las diversas manifestaciones y disciplinas creativas del arte, entendido éste como producto cultural.

Ciertamente esta variante de televisión invita a dos tipos de individuos: al que carece de algún conocimiento de tipo cultural y ésta se lo ofrece, y al que ya posee un cierto nivel cultural y que a través de la televisión cultural revisa, refresca o goza sus conocimientos.

Desde esta perspectiva se puede afirmar que la televisión puede funcionar como una positiva invitación a aumentar nuestra cultura, sin que por ello se elimine su función de entretenimiento y de información.

Un ejemplo claro del desarrollo de la televisión cultural en México es Canal 22 Televisión Metropolitana S.A de C.V., objeto de estudio de esta investigación; este

⁵⁹ Vid. Supra, Capítulo. 1.1.

canal de televisión desde 1993 ha cautivado poco a poco a los interesados en programas relacionados con el arte, la cultura, la naturaleza, etc. y a los espectadores que desean ver programas distintos a los que ven por las cadenas comerciales.

En la actualidad, este canal de televisión ha tenido una aceptación notable entre el público y un buen desarrollo, desafortunadamente, la mayoría de la población metropolitana no está bien informada de qué es el Canal 22 y qué programación ofrece al público.

Por su parte, es necesario señalar que, Canal 11 (XEIPN TV), que en sus orígenes (1959) se inscribe como canal educativo, ha sabido, a lo largo de los años, desarrollarse con una programación que combina tanto lo educativo como lo cultural, los resultados no fueron tan inmediatos, fue a lo largo de décadas que conquistó a su público y desarrolló su propia producción. Hoy en día uno puede considerarlo como un canal televisivo con programación de buena calidad, desde el punto de vista del contenido, temática variada y amena, y con producciones que respetan los intereses de su audiencia.

1.4. La difusión de la cultura en México.

Este apartado tiene el fin de otorgar al lector un panorama general de la difusión de la cultura en México y con ello entender lo necesario que son las alternativas de difusión cultural como lo es Canal 22.

A lo largo de este siglo, los medios de comunicación fueron afianzando terreno y poder, hoy en día no hay persona que no se exponga, consciente o inconscientemente, a la radio, la televisión, la prensa o el cine, diariamente la población recibe permanentemente la información que los medios masivos brindan.

En México, los medios de comunicación siempre han otorgado un espacio muy pobre a la difusión de la cultura, normalmente, en los periódicos, los artículos más relevantes, amplios y profundos son de política, nota roja y hasta deportes; en la radio, por ejemplo, la mayoría de los programas de corte cultural son transmitidos en estaciones poco conocidas, en horas de la madrugada y, con locutores poco preparados; el caso de la televisión es muy similar al de la radio; el cine, tal vez, por su misma naturaleza, sería el que le otorga un mayor espacio a la difusión de la cultura; aunado a esto existe un factor determinante que es el hecho de que al pueblo mexicano poco le interesa: las expresiones culturales que se puedan dar en su sociedad.

No se puede negar que en los últimos años se le ha puesto una mayor atención a la difusión cultural en los medios de comunicación, y que se han reestructurado organismos importantes para la difusión cultural, tales como el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA) y el Instituto de Cultura del Distrito Federal.

El órgano que se ha ocupado especialmente a la difusión cultural a nivel nacional es el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA), creado el 7 de diciembre de 1988⁶⁰ como órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de

⁶⁰ El Decreto de creación del CNCA fue publicado en el *Diario Oficial* el miércoles 7 de diciembre de 1988 y está conformado por cuatro artículos centrales.

educación Pública, que se encarga de ejercer las atribuciones que en materia de promoción y difusión de la cultura y las artes corresponden a dicha Secretaría.

Para efectuar lo anterior, desde su creación, el CNCA formuló y definió seis líneas de acción o programas sustantivos, que en su conjunto abarcan las áreas de responsabilidad de difusión cultura del Estado en el quehacer artístico y cultural.

1.- Preservación y Difusión del Patrimonio Cultural Nacional.

Refiriéndose de manera general a la vastedad y riqueza del patrimonio arqueológico, histórico y artístico de la nación. Sus principales proyectos son:

- Conservación de zonas arqueológicas.
- Conservación y revitalización de zonas históricas.
- Museos (estudio y análisis del acervo de los museos).

2.- Aliento a la Creatividad Artística y a la Difusión de las Artes.

Su objetivo es ampliar la difusión de las creaciones artísticas y el estímulo a quienes realizan éstas. Sus principales proyectos son:

- Apoyo a Teatro.
- Apoyo a la Música.
- Apoyo del Fondo Nacional para la Cultura y las Artes a la creación artística.
- Festivales Nacionales e Internacionales.
- Acciones de descentralización.

3.- Desarrollo de la Educación y la Investigación en el Campo de la Cultura y las Artes.

Atiende a la necesidad de formación profesional de creadores e intérpretes, la capacitación de promotores culturales, el desarrollo de técnicos y profesionales en conservación y restauración, la investigación de diversas disciplinas artísticas y en áreas específicas de las Humanidades y las Ciencias Sociales. Sus principales proyectos son:

- Educación profesional.
- Capacitación a maestros.

4.- Fomento del Libro y la Lectura.

Las acciones planeadas para cubrir los objetivos son:

- Ediciones.
- Distribución de los libros.
- Coordinación y concretación.
- Bibliotecas públicas.
- Videotecas.
- Fondo para la Cultura Económica.

5.- Preservación y Difusión de las Culturas Populares.

Las culturas populares, espejo de la historia, la tradición y la cultura de los mexicanos comprenden una rica gama de manifestaciones que dan sentido y coherencia a muchos aspectos de la vida. Se trata de conocimientos, habilidades, creencias y hábitos que expresan las capacidades creativas del pueblo mexicano en el campo del arte y de la vida cotidiana. Son múltiples los ámbitos en que se generan estas expresiones; los pueblos indígenas y las comunidades rurales así como los barrios, las colonias y las organizaciones urbanas (fiestas y tradiciones). Sus principales proyectos son:

- Programa de Apoyo a las Culturas Urbanas y a las Culturas Municipales y Comunitarias.
- Programa de apoyo a la música popular.
- Programa de apoyo a las artesanías.

6.- Fomento y Difusión de la Cultura a través de los Medios Audiovisuales de Comunicación.

Los medios audiovisuales de comunicación representan valiosos instrumentos para difusión de la cultura y el arte y para la transmisión de las creaciones del pensamiento universal.

Los artículos VI y IX del Decreto de Creación del CNCA, atribuyeron a este organismo las funciones de "establecer criterios culturales en la producción

cinematográfica, de radio t televisión” así como “ proponer directrices en relación con las publicaciones y programas educativos y culturales para televisión”.

El CNCA incorpora criterios en los medios audiovisuales gubernamentales, de tal modo que éstos reflejen la rica gama de nuestras manifestaciones artísticas y culturales y las creaciones del pensamiento universal.

En el caso de la radio y la televisión, el CNCA supervisa que en la programación prevalezcan criterios culturales y de calidad. Asimismo con el sector cinematográfico era necesaria una ejemplar atención ya que desde los años 70's, el mercado del cine nacional había disminuido y las producciones cinematográficas eran de escasa calidad durante los últimos años. Sus principales proyectos son:

- En el área del cine: formar técnicos y creadores, alentar la calidad de guiones y cintas cinematográficas. Crear y conservar el Consejo Consultivo del Instituto Mexicano de Cinematografía integrado por diez destacadas personalidades vinculadas con la industria cinematográfica nacional. Atender de manera prioritaria los criterios de eficiencia y productividad en la producción de películas.
- En las áreas de televisión y radio mejorar los contenidos y orientarlos a la transmisión de programas que difundan el patrimonio cultural y las diversas manifestaciones artísticas nacionales. Producir programas específicos de contenido cultural y educativo y la concertación para esos fines con organismos públicos, instituciones de educación superior e investigación científica, empresas y asociaciones civiles.

Para un mejor entendimiento de estructura organizacional que el gobierno aplica para la difusión de la cultura nacional, se considera necesario dar a conocer las entidades que forman parte del Consejo y una breve explicación de sus funciones:

El Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA), el cual administra organiza y programa las acciones de difusión cultural y artística mediante conciertos, espectáculos teatrales y dancísticos, temporadas anuales de sus compañías, apoyo a grupos independientes, exposiciones, mesas redondas, presentaciones de libros espectáculos internacionales, actividades para niños y homenajes nacionales a los grandes creadores mexicanos.

El Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) que tiene como misión el resguardo de nuestro patrimonio histórico, arqueológico, antropológico y paleontológico; efectúa investigaciones científicas en estas áreas, asume tareas relativas a la conservación y el uso social del patrimonio cultural, asimismo forma profesionales en estos campos.

Fondo de Cultura Económica (FCE), el cual ha editado y difundido desde su creación, obras fundamentales de la cultura universal y de la cultura mexicana, cumpliendo fielmente con su misión institucional: publicar y comercializar, en México y en otros países, obras de primer calidad, dirigidas primordialmente a la población hispanoparlante.

El Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART), que tiene el propósito de preservar, comercializar, y difundir la obra de los artesanos. Este cumple con la encomienda prioritaria de fomentar la producción nacional de artesanías, promover su distribución y comercialización, y difundir en el ámbito nacional y más allá de nuestras fronteras el trabajo artesanal y los valores culturales de las comunidades que lo producen.

La biblioteca de México la cual ofrece un acervo de aproximadamente 500 000 volúmenes, distribuidos en: dos salas generales, una de colecciones especiales, una de consulta, una infantil y una sala de invidentes.

Radio Educación, una emisora educativa y cultural de servicio público desconcentrada de la SEP. Sus tareas básicas son la transmisión de programas que satisfagan al auditorio en materia de información, orientación y recreación, y contribuir a la educación y a la reflexión pública sobre la realidad social, de tal manera que Radio Educación mantenga su papel de vanguardia en la difusión de la cultura.

La Red Nacional de Bibliotecas Públicas (RNBP), se crea en coordinación de la SEP y cada uno de los gobiernos de los estados, para definir las responsabilidades básicas de las diferentes instancias de gobierno en la instalación y operación de las bibliotecas públicas en todo el país.

La Dirección General de Publicaciones (DGP), que por medio de un programa de fomento al libro y la lectura pretende estimular el gusto por la lectura, promover la

creación literaria e incentivar a la industria editorial mexicana en su producción, distribución y comercialización.

La Dirección General de Culturas Populares (DGCP), la cual promueve la preservación y la difusión de manifestaciones populares y urbanas ya que las considera parte medular de la cultura nacional, y canalizar recursos para su desarrollo autónomo.

El Instituto Mexicano de Cinematografía que al pasar a formar parte del CNCA, desarrolló un programa que tiene como objetivo elevar la calidad de producción, la distribución y la exhibición, así como optimizar la infraestructura y el empleo de los recursos del sector cinematográfico paraestatal, y establecer políticas para planear y evaluar periódicamente su operación; creación de circuitos alternos de exhibición de películas mexicanas de calidad, el apoyo a las escuelas de cine, la producción y coproducción de una decena de películas anuales y participar en los festivales internacionales.

Canal 22 Televisión Metropolitana, tiene como objetivo el de responder a la condición plural de la cultura contemporánea. Su programación ofrece una visión amplia y moderna del saber científico, la reflexión y el arte. (Vid. Infra, Capítulo 4).

La Unidad de Producciones audiovisuales (UPA) la cual produce y divulga materiales audiovisuales que contribuyen a fortalecer y extender las tradiciones y los valores actuales de la cultura y la creación artística entre la población del país. Cabe mencionar, dado que esta investigación gira alrededor de Canal 22, que la UPA tiene un programa de coproducciones con Canal 22, con programas como Divagate, Hacia la Tercera Bienal y Tercera Bienal de Video, así como las series multimedia de televisión, radio y prensa: Cinematografía: los trazos de un film, en coproducción con Imcine y radio Educación, e Intersticios: cultura y comunicación. Con el objeto de apoyar los servicios informativos de las distintas empresas televisivas, pero principalmente los de Canal 22, la UPA realiza la cobertura en video y cápsulas informativas sobre las actividades más importantes del CNCA. Desde 1993, el Canal 22 fue el principal vehículo de difusión para sus producciones.

El Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA), procura contar con un mecanismo novedoso que apoye a la comunidad intelectual y artística del país. El FONCA, desde su fundación, introdujo un mecanismo financiero en el que se asocian voluntariamente el Estado, los empresarios, y la comunidad artística para fomentar; por un lado, la creación artística con apego irrestricto a la libertad de creación, y por el otro la preservación y el incremento del patrimonio cultural.

El Festival Internacional Cervantino (FIC), que tiene como objeto ofrecer al público espectáculos artísticos de primer nivel mundial con reconocidos exponentes del arte en varias disciplinas: música, ópera, teatro, danza, etc. para ampliar la perspectiva del público mexicano y extranjero.

Educal S.A. de C.V., fue creada para el diseño de material didáctico que apoye al Sistema Educativo Nacional, es una empresa paraestatal que distribuye y vende publicaciones editadas por el CNCA.

El Centro Cultural Tijuana (CECUT), es un organismo cuyo objetivo es divulgar, promover y difundir los valores de la cultura nacional, así como fomentar las manifestaciones artísticas regionales en la frontera norte del país.

La Coordinación de Asuntos Internacionales, que se encarga de promover y difundir nuestro patrimonio, las manifestaciones culturales y las creaciones artísticas de nuestro país más allá de nuestras fronteras.

La Comisión Nacional para la Preservación del Patrimonio Cultural (CNPPC), es un órgano de consulta y apoyo en las tareas de protección y preservación de bienes considerados como patrimonio cultural de la nación.

La Coordinación Nacional de Descentralización, la cual busca reunir los esfuerzos de los tres niveles de gobierno y la sociedad en un proyecto cultural integral y coherente, que asegure un desarrollo más equilibrado y equitativo de las oportunidades de estímulo a la creatividad artística y de acceso a los bienes y servicios culturales.

La Coordinación de Exposiciones y Eventos Temporales, ésta organiza y promueve proyectos culturales tanto nacionales como extranjeros. Entre sus principales tareas se encargó de la creación del Centro de la Imagen.

La Coordinación Nacional de Proyectos Históricos, que coordina un conjunto de proyectos de análisis e investigación, a fin de aumentar los estudios sobre la historia de México, con un sentido de actualización y difusión de los conocimientos para lo cual convocó a las más altas instituciones académicas y a los más destacados especialistas.

La Dirección de Desarrollo Cultural Infantil, promueve el acceso de los niños a los bienes y servicios culturales, además de aumentar la creatividad bajo el principio de que la atención a la niñez es corresponsabilidad del Estado y de la sociedad en su conjunto. Esta Dirección a través de distintos proyectos procura acercar a los niños a la música, el teatro, las artes plásticas, el cine, la danza, la poesía la literatura, además de introducirlos al hábito de la lectura, interesarlos en la historia nacional y brindarles la posibilidad de asomarse a otras culturas.

El Centro Nacional de las Artes (CNA), que reúne las escuelas profesionales de música, artes plásticas, danza, teatro y cine, así como los centros de investigación artística, una Biblioteca de las Artes, un Centro Multimedia y las instalaciones de Canal 22. El CNCA se beneficia también por su proximidad con los Estudios Churubusco Azteca.

Proyectos Especiales de Arqueología que apoyado por el Fondo Nacional arqueológico, brinda un nuevo enfoque a las tareas de conservación, investigación, restauración y difusión de nuestro patrimonio cultural.

El Programa Nacional de Orquestas y Coros Juveniles de México, el cual contribuye al desarrollo de los jóvenes mexicanos, al encauzar su tiempo libre hacia la música.

Asimismo el CNCA delincó una estrategia de comunicación múltiple para promover el interés en las actividades culturales por lo que se encarga de editar varias publicaciones periódicas tales como: México Desconocido, Memoria de Papel, Luna Córnea, Biblioteca de México, Memoria y Tierra Adentro, entre otras, esta última forma parte de un programa con un fondo editorial que estimula, publica y divulgada obra de jóvenes escritores y artistas plásticos del interior del país.

Aunque pareciera que los programas del CNCA pueden cubrir las necesidades culturales del país, la experiencia indica que es preciso que existan otras alternativas

de difusión, o desarrollar mejor los programas de las dependencias del CNCA para así apoyar el surgimiento y conservación de canales alternativos por los cuales se pueda difundir la cultura, hacerlos interesantes, amenos y de fácil entendimiento, para que poco a poco el público se introduzca y disfrute de las expresiones culturales.

Cabe mencionar que Canal 22 se ha convertido en un importante medio de difusión cultural en México, el hecho de pertenecer a la barra de canales públicos de televisión lo coloca en una posición privilegiada y toma una importancia relevante dentro de los medios de comunicación de este país.

Capítulo II. La televisión...el medio que llegó para quedarse.

2.1. Semblanza del desarrollo de la televisión en México.

2.1.1. La televisión privada en México.

Para conocer la participación del Estado dentro de la televisión mexicana, es necesario, en primer lugar, reseñar a grandes rasgos el desarrollo de la televisión privada en México, ya que este modelo fue con el que se desarrolló la industria de la televisión mexicana, posteriormente ésta da la pauta para que el Estado se interese por usar también este medio de comunicación.

Dado que la historia de la televisión privada en México ya ha sido tratada profundamente en diferentes obras como *Historia de la Radio y la Televisión en México*⁶¹, *Historia de la Televisión Mexicana 1950-1985*⁶², *Televisa Quinto Poder*⁶³ y *Los Medios de Difusión Masiva en México*⁶⁴ entre otras; este apartado será un extracto de las obras antes mencionadas con el objeto de presentar de manera general los hechos que se consideran fundamentales para entender el desarrollo de este importante medio de comunicación, en nuestro país.

La televisión nació de la conjunción de tres series de descubrimientos, los que se refieren a la fotoelectricidad, a los procedimientos de análisis de fotografías descompuestas y recompuestas, y finalmente a los descubrimientos que permitieron dominar las ondas hertzianas.⁶⁵ En los años 20's de este siglo se perfeccionó el iconoscopio con el cual se equiparon las cámaras electrónicas, y en 1925 en Gran Bretaña quedó definitivamente perfeccionado el primer televisor

⁶¹ MEJIA PRIETO, Jorge. Historia de la Radio y la Televisión en México. Colección México Vivo. México 1972. 322p.

⁶² GONZÁLEZ y González, Fernando. Historia de la Televisión Mexicana 1950-1985. 551p.

⁶³ MEJÍA Barquera, Fernando. Televisa: El quinto poder. Ed. Claves Latinoamericanas. 273p.

⁶⁴ FERNANDEZ CHISTLIEB, Fátima. Los Medios de Difusión Masiva en México. Ed. Juan Pablos. México, 1993. 330p.

⁶⁵ Vid. Supra, Capítulo 1 apartado 1.3.

llamado "Baird". Hasta el 5 de febrero de 1937 "Baird" animó regularmente un programa, aunque después fue desplazado por la invención de otro televisor más fiable de la Electrician Musical Industrie.

Mientras tanto, en Estados Unidos y Francia alrededor de 1927, también se lograban las primeras experiencias públicas de televisión; más tarde también las lograría Alemania e Italia.

En México, las primeras transmisiones de televisión se remontan a la época del presidente Miguel Alemán, aunque la base de la industria televisiva se constituyó en la última década del porfiriato en donde se consolidaron los grupos económicos que impulsaron a la industria radiofónica y que posteriormente se interesaron en el nuevo medio de comunicación, la televisión.

"En ésta época no existía en México una fuente de acumulación de capital lo suficientemente desarrollada como para que surgieran capitales nacionales, así que los medios de comunicación se desarrollaron en su totalidad por capitales extranjeros."⁶⁶

En 1934 Guillermo González Camarena, ingeniero de sonido de la radiodifusora XEW, comenzó a realizar, ayudado por las actrices de radio Rita Rey y Emma Telmo, proyecciones de imágenes televisivas en esta misma radiodifusora.

En 1935 el Presidente Lázaro Cárdenas dio su apoyo a González Camarena y dispuso que se le facilitaran los estudios de la radiodifusora XEFO del Partido Nacional Revolucionario (PNR), además de mandar traer un equipo de televisión del extranjero.

Para 1940 Guillermo González Camarena inventó y patentó en México y en Estados Unidos la primera televisión a colores, llamada "tricromático" que constaba de los colores verde, azul y rojo.

A finales de los años 40's, el Presidente Manuel Ávila Camacho, recibió numerosas solicitudes de concesión para operar comercialmente canales de televisión, entre los solicitantes se encontraban González Camarena, Rómulo O'Farril y Emilio Azcáraga.

⁶⁶ GONZÁLEZ y González, Fernando. Historia de la Televisión Mexicana 1950-1985. Pag.69.

Durante la gestión del Presidente Miguel Alemán Valdés, los experimentos se fueron perfeccionando; por lo que, a través del Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA), Alemán, envía a Salvador Novo y a Guillermo González Camarena, para que se analicen la forma en que operaban los sistemas de televisión en Estados Unidos (privado) y en Inglaterra (público) y así definir qué modelo era el que México le convenía seguir.

Al regreso, Salvador Novo, nunca dijo realmente cuál de los dos sistemas de televisión debía adoptar México; en cambio González Camarena se inclinó ampliamente, por razones técnicas y económicas, a que México adoptara las especificaciones de la televisión estadounidense.

Después del viaje de González Camarena y Novo, no pasó mucho tiempo para que se estableciera la televisión comercial en México; por lo cual pocos meses después se otorgó la primera concesión para operar comercialmente un canal de televisión, su titular era Rómulo O'Farril y el Ingeniero designado era González Camarena.

Así, el 31 de agosto de 1950, apareció oficialmente XHTV Canal 4 con un programa que se difundió desde el salón principal del Jockey Club. A partir de esta fecha, la televisión se ofrece a los hogares mexicanos, suceso que coincide cronológicamente con una agudización de la dependencia económica de nuestro país con respecto a los Estados Unidos, dependencia que es especialmente notoria en la industria de la radio y la televisión, desde su surgimiento no sólo tecnológicamente considerada, sino en cuanto al contenido de las programaciones, anuncios y en el que se refiere a la legislación fundada en acuerdos internacionales.

Emilio Azcárraga Vidaurreta, contaba en su haber con una importante trayectoria en la Radiodifusión y en la industria del cine. Fundó en 1930 la XEW y estableció la Asociación de Autores y Compositores (AMAC) entre otras actividades, por lo que, lógicamente, tenía interés en ser uno de los pioneros en el naciente medio de comunicación, que le parecía tan prometedor; así que, al momento de obtener la concesión no dudó en iniciar, casi de inmediato, las transmisiones de su canal de televisión al que se le conocería como XEW-TV Canal 2.

El 21 de marzo de 1951 fue lanzado al aire formalmente Canal 2, con un control remoto desde el parque Delta de base ball, a partir de su inauguración, el canal 2 transmitió regularmente una programación constituida por diversos eventos deportivos, películas, documentales y noticias.

Así, el Canal 2 y el Canal 4 acapararon la diversión del público. En ese tiempo aún eran muchas las personas que no contaban con un aparato de televisión, por cual era común que en patios de vecindades las personas se reunieran y pagaran algunos centavos para disfrutar de los programas de televisión.

Fue tal el éxito de este medio de comunicación que hasta la radio fue desplazada por este nuevo invento.

Los programas más socorridos eran: *La lucha libre*, *Los quisases de Emmita*, *Los titeres de Roxete*, *La hora de Pedro Ferriz* y *Café taurino*, entre otros.

Un año más tarde, el 18 de agosto de 1952, se abrió otra transmisora, el Canal 5, concesionada a González Camarena por lo cual lleva las siglas XHGC.⁶⁷

En 1955, durante el sexenio de Ruiz Cortines, los concesionarios de canal 2, 4 y 5 decidieron construir una empresa encargada de administrar y operar estas emisoras y le exigieron a Ruiz Cortines mayores facilidades para fundar la nueva empresa Telesistema Mexicano, S.A., es entonces cuando surgen conflictos ya que Ruiz Cortines no se declaró tan abiertamente a favor del sector privado como lo hizo Miguel Alemán.

El convenio de la integración de Telesistema Mexicano se dio a conocer en varios periódicos de la capital, el día 26 de marzo de 1955, donde se mencionaba que el principal objetivo de Telesistema Mexicano era la fusión de intereses dentro de la

⁶⁷ Novedades, 19 de agosto de 1952.- "Fue inaugurada ayer la estación XHGC canal 5, El Lic. Manuel Álvarez Loyo, gerente de publicidad de la cervecería modelo, felicita al ingeniero Guillermo González Camarena con motivo de la inauguración de su estación de televisión. El canal 5 funcionó durante las tardes en los últimos dos meses, estas transmisiones significaron para sus constructores un periodo de prueba, los resultados fueron buenos y ello los impulsó a lanzar su imagen formal. Ante la infinidad de invitados, publicistas, periodistas, actores, artistas y dirigentes de diversas estaciones de radio y televisión de este país y de otros puntos de América- La primera estación de televisión con técnica mexicana, principió sus labores a las 20 hrs. Los asistentes resultaron muy bien impresionados cuando a las 23:00 hrs. se transmitieron localmente varias sesiones en color. El funcional equipo de canal 5 fue asimismo mostrado y explicado a los visitantes, quienes presenciaron los métodos técnicos y artísticos de elaborar las transmisiones. Los programas que se ofrecieron ayer, amén de una serie de cortes documentales fueron -El memor metro, Mundo traidor, e Imágenes de la

misma empresa, para extender la televisión a la provincia por completo.

En 1958, Telesistema Mexicano adquirió de la empresa Ampex la primera máquina de video tape, esto presentó un gran adelanto para la producción televisiva ya que permitía la grabación y edición de programas, reduciendo al mínimo los errores y reemplazando a los programas en vivo; al mismo tiempo representó expansión económica ya que en los años 60's se empezaron a exportar programas, especialmente telenovelas. El primer programa grabado en Video Tape se vió el 3 de abril de 1959 y se trató de la serie *Puerta de Suspense*.

El 2 de marzo de 1959 nació experimentalmente (señales de prueba) Canal 11 aunque fue hasta agosto de 1969 que este canal ofreció su programación al público; con este hecho nace en México la Televisión de Estado, hecho relevante para esta investigación porque además de ser la primera emisora estatal, es el primer canal educativo que además difunde programas culturales. (Vid. Infra, Capítulo 2 apartado 2.1.2.)

En la década de los 60's quedaron consolidadas las instalaciones de varias repetidoras y canales locales en la provincia.

Para 1966 eran frecuentes las transmisiones a colores.

En 1968 se terminaron los trabajos de la red nacional de telecomunicaciones iniciados desde 1963, esta red incluía la red federal de microondas y la estación terrestre de comunicaciones espaciales de Tulancingo (para envío y recepción de señales por satélite), comunicada con los satélites Intelsat III y IV, estas instalaciones hicieron posible que México se pudiera comunicar vía satélite con otros países.

El 1o. de septiembre de este mismo año empezó a funcionar la estación XHTM Canal 8, con la transmisión del 4o. informe presidencial de Gustavo Díaz Ordaz. La concesión se otorgó a la empresa Fomento de Televisión Independiente de México, empresa adscrita al poderoso grupo industrial Alfa de la ciudad de Monterrey.

También en 1968, el 12 de octubre, quedó constituido el Canal 13, Corporación Mexicana de Radio y Televisión, como empresa privada. Este nuevo canal quedó situado en el edificio de la Torre Latinoamericana. Su programación se caracterizaba

medicina, este último basado en los estudios y descubrimientos de científicos de todo el mundo. Finalmente XHGC agasajó a huéspedes."

por presentar series filmadas y películas.

A los casi cuatro años de haber estado laborando, los propietarios de Canal 13 se vieron en la necesidad de vender el Canal y pasó a manos del gobierno, suceso significativo en la historia de la televisión mexicana, porque marcó la intervención del Estado en tan importante medio de comunicación. (Vid. Capítulo 2 apartado 2.1.2.)

Ya para esas fechas la comunicación masiva se produce a nivel industrial, se convierte en un componente indispensable para las sociedades, además de un negocio extraordinario. En 1969 llega a México la televisión por cable, que había sido desarrollada en Estados Unidos para hacer llegar la transmisión de los canales existentes en zonas rurales y sectores apartados donde la recepción directa de televisión resultaba defectuosa.

En México su explotación fue meramente comercial ya que mediante una suscripción anual se ofrecía una imagen de mejor calidad que la de la televisión aérea, además de una programación exclusiva.

Fueron las mismas cadenas de televisión y las grandes compañías cinematográficas las que iniciaron la promoción del uso de la televisión por cable, como un servicio que se paga y como complementario de la televisión en zonas residenciales de áreas principales.

El 20 de mayo de ese año la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) otorgó a la empresa Cablevisión S.A., filial de Telesistema Mexicano, la concesión para operar en la Ciudad de México.

Hasta entonces Telesistema Mexicano no producía noticieros propios ya que adquiría los servicios informativos de agencias periodísticas o vendía tiempo a éstas para que transmitieran noticieros como fue el caso de: *El noticiero de la General Motors*, en donde colaboraban Pedro Ferriz y Guillermo Vela o *El Noticiero del Diario Excelsior* patrocinado por la Mercedes Benz.

En enero de 1970, Telesistema Mexicano, decidió crear la Dirección General de Información y Noticieros, y anunció que a partir del 13 de febrero de ese año produciría sus propios programas informativos. Teniendo como proyecto el noticiero *24 horas*, que conduciría Jacobo Zabłudovsky.

En marzo de 1971 se constituyó en México la Organización de Televisión Iberoamericana (OTI), cuyo objetivo es el de intercambiar programación, a través de satélite entre las televisoras de Latinoamérica, Portugal y España. Para llevar a cabo su plan de trabajo la OTI contrató los servicios del consorcio multinacional denominado Organización Internacional de Telecomunicaciones por Satélite (INTELSAT) y el 4 de noviembre, México se adhiere al sistema INTELSAT, adquiriendo el 1.5 % del total de las acciones de este consorcio multinacional.

Un hecho relevante de la historia de la televisión mexicana se dio en diciembre de 1972 con la fusión de Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México, en una sola entidad encargada de administrar los recursos que disponían ambas empresas, con esto se formó la empresa Televisa, (Televisión Vía Satélite, S.A.).

Al igual que Telesistema Mexicano, Televisa no era empresa concesionaria, las concesiones de los canales 2,4,5 y 8 seguían y siguen siendo propiedad de las empresas que las obtuvieron originalmente: Televimex, Televisión de México, Televisión González Camarena y Fomento de Televisión Nacional, respectivamente.

Televisa empezó a funcionar formalmente el 8 de enero de 1973 siendo su Presidente, Emilio Azcárraga Milmo.

A la prensa no le pareció la fusión de los canales porque veía un monopolio de la información sobre todo de los noticieros por lo que en varios medios de comunicación hicieron ver su descontento.⁶⁸

En 1976 Televisa adquirió 20% de las acciones de la empresa Spanish International Communication Corporation de los Estados Unidos y fundó el sistema Univisión, que en ese mismo año incluyó una emisora en los Ángeles, otra en Nueva York y una mas en San Antonio, así se empezaron a exportar programas vía satélite y vía microondas.

⁶⁸ Artículo de la revista Proceso. Paco Ignacio Taibo. Octubre de 1977. " Cuando un gobierno permite que cuatro canales se unifiquen, est permitiendo que todo un impresionante sistema de comunicación de noticias quede en unos solos intereses. Esto es lo más importante de lo que significa Televisa... lo más dramático es que Televisa representa a importantes grupos de presión. sale diariamente con ocho o diez horas de información en las que defiende los intereses de su grupo... Yo le preguntaría al gobierno si ahora aceptaría que la dirección de todos los periódicos quedara en manos de una sola persona. Esto estremecería a toda la opinión pública y sin embargo la creación de Televisa no estremeció a nadie."

En mayo de 1980, Televisa contrató, mediante la autorización de la SCT, los servicios del satélite estadounidense WESTAR III, con lo cual este consorcio adquirió la posibilidad de cubrir el territorio nacional con señales de televisión, además de que le permitiría transmitir directamente su programación a los Estados Unidos a través de la cadena SIN, transmitiendo 19 horas diarias de programación.

El 22 de junio de 1982, se inauguró la segunda Red Nacional de Estaciones Terrenas, la cual constaba de 71 estaciones. De ellas, 39 habían sido instaladas por la SCT y 32 por Televisa.

El rector de la Universidad Nacional Autónoma de México, Octavio Rivero Serrano, y el presidente de Televisa, Emilio Azcárraga Milmo, formalizaron el 22 de marzo de 1983 la renovación y amplificación del acuerdo que, en 1977, habían firmado ambas instituciones, donde convenían transmitir programas de corte universitario.

Con el fin de instalar un sistema de satélites para "comunicar a todo el país" la SCT convocó a un concurso para la construcción de un sistema de satélites mexicanos. A mediados de 1983 la SCT informó que el costo del Sistema Morelos de Satélites era de 140 millones de dólares aproximadamente, y que para su construcción se contratarían los servicios de la empresa estadounidense Hughes International Communications, para su propulsión el servicio de la Mc. Donnell Douglas, y para su lanzamiento, el sistema de Transporte Espacial (Taxi Espacial) de la Agencia Nacional de Aeronáutica y del Espacio (NASA).

El caso del lanzamiento de los satélites Morelos I y II, de alguna manera, se apoyaba en la participación que nuestro país había tenido en el consorcio Intelsat que lo provee de experiencia en la comunicación internacional con los otros continentes Europa, Asia y África.

Con lo anterior México inicia la era de las comunicaciones vía Satélite, al respecto la SCT afirma: "La experiencia satelital iniciada por México en 1985, con el Sistema Morelos, alcanza en el presente los más amplios horizontes, al contar con un sistema integrado por 3 satélites: Morelos II, Solidaridad 1 y 2"⁶⁹

⁶⁹ Sector Comunicaciones y Transportes, STC. Pág. 28.

En 1985, se crearon el Canal 7 y el Canal 22, que formaron parte del Instituto Mexicano de la Televisión (Imevisión), junto con el Canal 13. (Vid. Infra, Capítulo 2 apartado 2.1.2.)

A partir de 1988, con el gobierno de Carlos Salinas de Gortari, se inicia un proceso de privatización de empresas públicas (entidades paraestatales) con el propósito de redefinir el papel del sector público en la economía nacional y de tener una mayor apertura comercial. Se decide desincorporar, entre otras empresas, la televisión de Estado (Imevisión), sin embargo, Canal 22 es “rescatado” por un grupo de intelectuales, académicos y artistas que sugerían que este canal se quedara en manos de Estado y que tuviera una programación de tipo cultural. (Vid. Infra, Capítulo 3 apartado 3.3.)

En julio de 1993, un grupo de inversionistas encabezado por Ricardo Salinas Pliego (Presidente del Consejo de Administración y Director General) adquirió por 643 millones de dólares US el Paquete de Medios de Comunicación que incluía la Compañía Operadora de Teatros S.A., los Estudios América, e Imevisión con los canales nacionales de televisión 7 y 13, así como 28 empresas más. La paraestatal que abrió su pantalla al público a finales de la década de los 60’s, regresaba a las manos de la iniciativa privada en julio de 1993.⁷⁰

El 2 de agosto de 1993 se iniciaron las operaciones de los Canales 7 y 13 que forman la cadena Televisión Azteca. Al paso de los años TV Azteca le ha dado competencia a Televisa, ya que utiliza los mismos parámetros de ésta para realizar sus producciones.

El 19 de noviembre de 1993, culminó la instalación de la antena de Canal 40 (CNI) en el Cerro El Chiquihuite, Canal que se transmitiría al igual que el Canal 22 en la banda UHF. Con esto el 5 de diciembre de 1994, se iniciaron transmisiones de prueba con una programación conformada por la serie inglesa Landscape, que proponía 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.

El 19 de diciembre de 1994, CNI comenzó a transmitir el servicio noticioso

⁷⁰ Información obtenida en la página de internet de TV Azteca.

Telenoticias. Hasta 1995, la programación de CNI tomó formato con 19 horas diarias de transmisión. En esta fecha comenzaron las emisiones formales del programa estelar del Canal, *REALIDADES*, además se integraron programas como, *Cinema 40*, *Palco Deportivo* y documentales de la barra *Contrastes*.⁷¹

⁷¹ Información obtenida en la página de internet de CNI Canal 40.

2.1.2. La televisión estatal en México.

Para explicar el desarrollo de un canal de televisión con características muy particulares como Canal 22, es necesario entender los hechos que lo precedieron en el mismo campo en el que ahora se desarrolla, por lo cual se considera "clave" en este estudio hacer un recuento de la participación del Estado en la televisión ya que esto será el antecedente para la consolidación de Canal 22.

Como ya se explicó en el capítulo anterior la televisión estatal debería tener la obligación de tomar las características de la televisión pública, (Vid. Supra. Capítulo 1 apartado 1.3.1.) pero en México la televisión estatal sólo ha sido aquella que dirige, produce y transmite el Estado, y en la mayoría de las ocasiones con la finalidad de lucro; hoy en día, explica Carola García Calderón, el Estado participa en la televisión de tres maneras: "a) por medio de prácticas y acuerdos con los concesionarios, la promulgación de reglamentos y el otorgamiento y renovación de concesiones; b) por el establecimiento de tiempos de transmisión disponibles para el Estado dentro de los canales concesionados, y c) a partir de la operación de sus propias estaciones de televisión."⁷²

A continuación se desarrollará una reseña de la participación del Estado a lo largo de la historia de la televisión mexicana.

El interés del Estado mexicano por la televisión se vió reflejado, de manera inicial, cuando Lázaro Cárdenas decide apoyar a González Camarena y le proporciona para sus experimentos los estudios de la estación XEFO del Partido Nacional Revolucionario (PNR).

Posteriormente se manifestó la participación del Estado cuando éste decide otorgar las concesiones para que se explote comercialmente la televisión.

⁷² GARCÍA Calderón, Carola. "El Estado y la televisión: volver a empezar" citado en ¿Televisión Pública en México? coordinado por ALCARAZ Toussaint, Florence. Ed.CNCA. Pág. 139.

El sexenio de López Mateos tuvo una importancia especial en cuanto a facultades y limitaciones decretadas sobre la industria de la radio y la televisión, pues el 19 de enero de 1960 fue promulgada la Ley Federal de Radio y Televisión,⁷³ en esta ley los artículos 59 y 62 rigen la participación del Estado en la televisión al establecer que el Estado debe de contar con tiempo de emisión en los canales concesionados, normar la difusión de boletines relacionados con la defensa del territorio nacional, la conservación del orden público o con medidas encaminadas a remediar cualquier calamidad pública, así como la obligación de encadenarse cuando el Estado lo requiera.⁷⁴

Años más tarde, el Estado corroboró el éxito económico y comunicativo de la televisión privada, fue en este momento cuando el Estado decidió entrar, de lleno, en el proceso televisivo. Inicialmente su interés fue más de alcance comunicativo que financiero ya que, a través de este medio, podía hacerse presente de forma continua en casi cualquier hogar del país.

La primera difusora de televisión estatal fue Canal 11, la creación de este canal fue el resultado del interés que tuvo el Estado por establecer una televisión educativa. La concesión le fue dada al Instituto Politécnico Nacional (IPN) y empezó sus funciones en 1959, pero fue hasta el 11 de agosto de 1969 cuando éste tuvo las condiciones adecuadas para transmitir como tal. Su programación se definió desde sus inicios como educativa, cultural y de orientación social, se trabajaba especialmente con la transmisión de material filmado (documentales), que en forma gratuita proporcionaban diversas embajadas. Un grupo de maestros exponía periódicamente sus cátedras y en el aspecto cultural se le dio gran impulso al teatro universal y mexicano con las representaciones de grupos experimentales de teatro.⁷⁵

De la operación de Cana 11 se responsabilizó la SEP; durante varios años su señal se redujo a una parte del área metropolitana. En 1976 renovó su equipo y pudo ampliar su cobertura, el 2 de marzo de ese año se creó la Comisión de Operación y

⁷³ FERNÁNDEZ Cristlieb, Fátima. *Op. cit.* Pág. 112.

⁷⁴ GARCÍA Calderón Carola. *Op. cit.* Pág. 142.

⁷⁵ GONZÁLEZ y González, Fernando. *Op. cit.* Pág. 101.

fomento de Actividades Académicas (COFAA) del IPN para formalizar su manejo.⁷⁶

El 6 de agosto de 1969, bajo el régimen de Díaz Ordaz, se publicó el acuerdo para integrar la Red Federal de Estaciones Oficiales de Televisión,⁷⁷ mediante la asignación de 37 canales distribuidos en toda la República. "Este fue el antecedente de Televisión Cultural en México: Televisión Rural de México, Televisión de la República Mexicana y luego Red Nacional 7."⁷⁸

A principios de la década de 70's se inició un período de creación de organismos gubernamentales con el fin de ampliar la participación del Estado en la televisión.

En diciembre de 1970, el Presidente Luis Echeverría creó la Subsecretaría de Radiodifusión, dependiente de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, esta Subsecretaría, cuya creación revela un interés inmediato del Presidente por la radio y la televisión, tenía entre sus facultades y obligaciones:

- Tramitar y analizar las solicitudes de concesiones y permisos para la explotación u operación de las estaciones de radiodifusión comerciales, oficiales, culturales y de experimentación, conforme a los preceptos de la Ley Federal de Radio y Televisión. (Fracción I del artículo segundo).

- Imponer las sanciones que correspondan cuando los concesionarios o permisionarios incurran en violaciones a los ordenamientos sobre radio y televisión dentro de la esfera de sus atribuciones (Fracción V).

- Producir y difundir los programas de Radio y Televisión y con cualesquiera otras organizaciones y asociaciones que tengan relación con la especialidad (Fracción X).

- Tramitar los contratos, convenios, concesiones y permisos que celebre y otorgue la Secretaría cuando ellos se refieren a la materia de radiodifusión. (Fracción XIII).⁷⁹

⁷⁶ GARCÍA Calderón Carola. *Op. cit.* Pág. 141.

⁷⁷ *Vid.* Anexo.

⁷⁸ VÁZQUEZ Correa, Jacaranda. *De la Cultura al Poder (Origen Desarrollo y Transformación Cultural del Canal 22.* Tesis profesional de licenciatura. UNAM. México 1994. Pg. 37.

⁷⁹ FERNANDEZ Cristlieb, Fátima. *Op. cit.* Pág 119- 120.

El 15 de marzo de 1972 se dio a conocer la noticia de que la Sociedad Mexicana de Crédito Industrial, SOMEX, había comprado el total de las acciones del Canal 13, con esto el canal 13 se convirtió en una emisora oficial.

Al convertirse el Estado en el propietario del Canal 13, se estableció que éste obtendría su financiamiento del fideicomiso administrado por la Sociedad Mexicana de Crédito Industrial SOMEX, que formaba parte del Gobierno Federal.

Así mismo se acordó que Canal 13 (Corporación Mexicana de Radio y Televisión, S.A. de C.V.) sería una empresa mayoritaria responsable de la intervención directa del Estado Mexicano en el sistema nacional de televisión.

Los objetivos con los que dicho canal empezó a trabajar los cita Fernando González y González en el libro *Historia de la Televisión Mexicana 1950-1985*, estos fueron:

- *1.- Elevar los contenidos básicos de la programación para los diversos auditorios de niños, adolescentes y jóvenes.
- 2.- Alentar la producción de programas que recojan y reflejen la realidad nacional con participación del público y los grupos o individuos interesados en los temas que tocará la nueva programación.
- 3.- Estimular la comunicación para que el teleauditorio cobre conciencia de los programas nacionales, sociales y económicos.
- 4.- Difundir el conocimiento y, sobre todo, motivar los sectores del público para que aspiren a mejorar sus niveles de cultura.
- 5.- Apoyar el esfuerzo de la escuela mexicana.
- 6.- Mantener relaciones de amistad, trabajo común e intercambio publicitario con todos los medios impresos(...) y con el medio electrónico que coincida con los referidos objetivos.^{*80}

Desafortunadamente, con el tiempo, estos objetivos se fueron olvidando y poco a poco lo que la televisión estatal buscó era hacerle la competencia a los canales comerciales.

El 21 de marzo de ese mismo año el gobierno de Luis Echeverría decidió hacer llegar la televisión a las zonas marginadas integrando todos los canales oficiales al

⁸⁰ GONZÁLEZ y González, Fernando. *Op.cit.* Pág. 213.

sistema nacional de televisión, creó entonces Televisión Rural de México del Gobierno Federal (TRM) y con ella la Dirección General de Televisión Cultural de México, las cuales dependerían de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y de la Subsecretaría de Radiodifusión.

El objetivo de TRM era convertir a la televisión en eficaz vehículo para la integración y la cultura del pueblo, lograr la castellanización y transculturación de algunas zonas marginadas del país y hacerles llegar sano esparcimiento y oportuna información nacional e integral.⁸¹

El 17 de enero de 1977, por decreto presidencial, como parte de la Reforma Administrativa Gubernamental, las atribuciones de la Comisión de Radiodifusión, se trasladaron a la Secretaría de Gobernación, ésta a su vez instituyó la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) y la televisión estatal pasó a depender administrativa y financieramente del este nuevo organismo, presidido por Margarita López Portillo.⁸²

El objetivo de esta dependencia "era organizar y ejercer los programas y actividades que permitan fomentar el empleo del cine, la radio y la televisión como medios educativos y de difusión cultural."⁸³

Para 1980 Televisión Rural Mexicana, contaba con una red de transmisión que atendía a 23 Estados de la República, su crecimiento dio luces del empeño y de la calidad de sus producciones. En febrero de 1981, TRM se convierte en Televisión de la República Mexicana.

En 1981 el Estado inició la operación del Canal 22 en UHF, pero este no tenía un proyecto definido que lo sustentara, además de tener problemas técnicos y de recepción, por emitir su señal en otra banda de sintonía. El Canal 22 se destinó inicialmente a transmitir programas culturales y educativos. (Vid. Infra, Capítulo 3.)

En 1982, se creó la Unidad de Televisión Educativa y Cultural (UTECA) dependiente de la Secretaría de Educación Pública; al no contar con un canal propio para transmitir sus producciones, la UTECA funcionó como surtidor de la televisión

⁸¹ Idem. Pág.

⁸² GARCÍA Calderón, Carola. Op. cit., Pág 146-147.

⁸³ Información oficial de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía. (RTC).

pública en general, del canal 7,11,13 y 22; años más tarde se acordó que esta institución tuviera como principal meta la educación, por lo que cambia su nombre a Unidad de Televisión Educativa (UTE) y hasta la fecha, al igual que el Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa proveen a algunas televisoras de programas de corte educativo.

El sexenio de López Portillo fue el peor momento para Canal 13, cuando los desfalcos y la corrupción fueron excesivos, esto provocó que se implementara una nueva forma de administrar la televisión estatal y se pensó en un consorcio con amplia infraestructura capaz de competir por el mercado publicitario. Así, en 1985, se creó el Instituto Mexicano de la Televisión (Imevisión) que se formó fusionando los canales 13, 7 y 22, el canal 11 también estaba dentro del proyecto de Imevisión pero nunca se logró integrar completamente ya que desde su creación había cierta autonomía en sus políticas.

Imevisión se encargaría de la administración de los recursos operativos; en tanto, RTC permanecería como entidad normativa.

“Al integrarse Imevisión, su director, Pablo Marentes, señaló que se componía de 44 repetidoras del Canal 13; 99 repetidoras del Canal 7; cuatro canales locales (Canal 8 de Monterrey, 2 de Chihuahua, 11 de Ciudad Juárez y el 22 de la ciudad de México); y sistemas locales-regionales en Michoacán, Tabasco, Hidalgo, Veracruz, Sonora, Guerrero y Quintana Roo. Sin duda el proyecto de Imevisión en el nivel de inversión y de cobertura resultaba uno de los más interesantes”.⁸⁴

El instituto Mexicano de la Televisión fue la respuesta concreta y planeada del Estado ante las futuras comunicaciones televisivas.

Durante 1988, último año de la gestión de Pablo Marentes, todo indicaba éxito y triunfalismo ya que Imevisión se perfilaba como un respetable contrincante para la televisión privada.

Pero el sueño se acabó con la siguiente administración presidida por José Antonio Álvarez Lima, ya que se empezaron a descubrir cualquier cantidad de desatinos ocultos, sobre todo de tipo financiero, que se habían realizado en la administración anterior. Todas estas faltas fueron mermando el poder de aquel

⁸⁴ TUSSAINT Alcaraz, Florence. Coordinadora *¿Televisión pública en México?* Pág. 151

monstruo que momentáneamente fue Imevisión.

En los años siguientes Álvarez Lima tuvo que "torcar" las consecuencias de los errores de la administración anterior. En 1990 se reunió la Junta Directiva de Imevisión para conocer detalladamente la situación que guardaban todas las áreas del Instituto y decidir el futuro de esta empresa. Para resolver la situación y dejar a Canal 13 fortalecido, se planeó vender los canales 7 y 22 del Distrito Federal, 8 de Monterrey, 2 de Chihuahua y 11 de Ciudad Juárez, esto se convirtió en el antecedente de la desincorporación estatal de medios que realizó el Presidente Carlos Salinas de Gortari, tema que será tratado con más detalle en apartado 3.3. del siguiente capítulo.

Con lo anterior, prácticamente desaparece la posibilidad de presentar al público una televisión estatal con calidad, que pudiera ser un buen competidor para cualquier canal de televisión comercial.

2.1.3. La televisión cultural en México.

Como ya se mencionó en el apartado anterior, para explicar al Canal 22 como una alternativa para la difusión cultural, es necesario hacer un recuento de los hechos que lo precedieron; dado que Canal 22 es un canal estatal con programación cultural, en este apartado se mencionarán los antecedentes en el aspecto cultural.

Ciertamente, a lo largo de la historia de la televisión mexicana, no existe un proyecto sólido, convincente y conveniente de televisión cultural; tal vez desde que Salvador Novo no argumentó el por qué pensaba que lo mejor para México era seguir el estilo de la televisión de Londres, es decir el modelo de televisión pública que tenía entre sus prioridades la cultura, a la televisión cultural le ha restado importancia y siempre ha estado a la sombra de la televisión comercial.

Aunque la televisión cultural nunca fue un proyecto sólido, Canal 11 (XEIPN TV), desde sus inicios, presentó, como instrumento para su labor educativa, programas de corte cultural.

Desde entonces la televisión cultural ha recorrido un camino difícil para llegar a convertirse en una opción que interese y guste al público mexicano.

La intención de hacer televisión cultural siempre formó parte de los proyectos de Estados, aunque en la práctica, se llevaron a cabo pocas producciones de este tipo y ninguna con una relevancia substancial.

El proyecto más significativo, anterior a Canal 22, con respecto a la difusión cultural, fue el realizado por Televisa. Este proyecto surge a principios de los años 70's, encabezado por la Fundación cultural Televisa A.C. teniendo como objetivo la difusión de educación y cultura para la sociedad mexicana.

El proyecto se puso en marcha el 4 de abril de 1983, fecha en que XHTM Canal 8 cambió de siglas y de frecuencia para convertirse en XEQ Canal 9 dedicado a la

difusión cultural (sin transmitir publicidad) bajo el lema "*la alegría de la cultura*".⁸⁵

Una de las primeras series que se realizó para este proyecto fue la serie "*Introducción a la Universidad*", realizada entre los años 1974 y 1983 en colaboración con la Universidad Nacional Autónoma de México, la cual logró reunir más de 15,000 medias horas en la difusión de temas de carácter científico, histórico y artístico.

Paralelamente a ella, se realizó "*Temas y Tópicos Universitarios*", serie que transmitía en vivo charlas brindadas por académicos especializados en diversas áreas del conocimiento.

La serie "*Visitando a...*" conformada por 103 capítulos, fue un programa en el que el espectador era conducido a manera de una visita guiada por calles, edificios y monumentos de valor histórico de México.

En 1985, se produjo "*México a través de los libros*", en la que se narraban grandes obras de la literatura de nuestro país como la "*Historia Antigua de México*", de Francisco Javier Clavijero, entre otras.

De 1984 a 1986 se realizó el programa "*Las manos del hombre*", en el que se lleva a cabo una travesía por los grandes logros culturales de la humanidad, desde la prehistoria más remota hasta nuestros días.

En 1985, la serie "*Biografías*", presentó la vida de relevantes personajes de la ciencia, la política y el arte de México bajo la idea de que eran los mismos personajes quienes, de viva voz, narraban su historia y sus anécdotas.

Posteriormente se realizó el programa "*Bajo el mismo sol*"; integrado por los títulos "*Orígenes y hábitat*" en los que se buscó mostrar, respectivamente, una reseña histórico-arqueológica de los antiguos pueblos indígenas mexicanos y un panorama de los problemas ambientales de nuestro país.

Una de las producciones más relevantes fue "*El gran eclipse de México*", serie de 25 capítulos realizada en 1991, con motivo del extraordinario fenómeno celeste visible desde gran parte de América, la cual permitió difundir información pertinente a dicho acontecimiento así como diversos temas de interés científico.

⁸⁵ PÉREZ Espino, Efraín. Los motivos de Televisa. Instituto de Investigaciones Sociales. UNAM. Pág. 63-65.

Televisa había designado el Canal 9 para la transmisión de programas culturales, pero finalmente le redituaba más la programación de entretenimiento, sin difusión cultural, así que, al cabo de unos años, Televisa modificó la programación, regresó a ser otra vez un canal comercial, desde entonces, Canal 9 funciona en el entendido de un canal con programación "popular"; repite telenovelas, transmite películas mexicanas (principalmente de los 70's y 80's) y tiene algunos programas de concurso, infantiles e informativos.

Capítulo III. Surgimiento de Canal 22.

3.1. Origen y funcionamiento de Canal 22.

Con el desarrollo del siguiente capítulo se pretende dar a conocer los hechos relevantes por los cuales surgió y se desarrolló (en sus inicios) el Canal 22, esto con el fin de saber todas las vicisitudes por las que dicho canal tuvo que pasar antes de definirse la función que en un futuro desempeñaría.

El 18 de febrero de 1980, Margarita López Portillo, Directora General del Instituto de Radio Televisión y Cinematografía (RTC), solicita al Lic Emilio Mújica Montoya, Secretario de Comunicaciones y Transportes (SCT), obtener un canal de televisión en la banda UHF para ser operado en el Valle de México, con el fin de ampliar la cobertura en el Distrito Federal de la red de Televisión Rural Mexicana; hay que recordar que el objetivo principal de TRM era el de convertir a la televisión en un eficaz vehículo para la integración y la cultura del pueblo, lograr la castellanización y transculturación de algunas zonas marginadas del país y hacerles llegar sano esparcimiento y oportuna información nacional e internacional.

Dos meses mas tarde, Margarita López Portillo, amplía esta solicitud pidiendo cinco canales más distribuidos en diferentes partes de la República Mexicana y hacía hincapié en la necesidad de operar Canal 22; dicha solicitud se hacía argumentando un proceso de reordenación y ajuste en dicha red nacional.

En un oficio con fecha del 5 de enero de 1981, RTC reitera la necesidad de contar con más canales para ampliar la red, además hace particular mención de la idoneidad de abrir la frecuencia de Canal 22 con las siglas XHTRM, para la cobertura a nivel metropolitano.

El 3 de febrero de 1981, la Subdirección General de Permisos y Concesiones de la SCT, otorga el permiso para todos los canales solicitados, entre ellos Canal 22 que transmitiría programación cultural de tipo oficial con clase regional al área

metropolitana, con una potencia de 5000 kw, pero es hasta el 14 de abril que las cláusulas de operación para los seis canales quedan definidas, fecha en la cual la Dirección de Radiodifusión de la SCT le informa al Doctor, Luis Cueto, entonces director de TRM, que ya están asignadas las frecuencias y que puede empezar a disponer de ellas para lograr los objetivos de expansión de TRM.

También en febrero de 1981 el gobierno de José López Portillo decide transformar Televisión Rural de México en Televisión de la República Mexicana con el fin de mejorar las condiciones técnicas y ampliar cobertura a las zonas urbanas y suburbanas (Vid. Supra Capítulo 2 apartado 2.1.2.), un breve informe de los alcances de lo que fue TRM lo cita Carola García Calderón en el libro *¿Televisión Pública en México?*: "Al finalizar 1981, TRM había logrado transmitir 2 500 horas de programación e instalar 23 estaciones más, ocho de alta potencia y quince de baja.

Al parecer, era la única red televisiva del Estado que había logrado continuar sus programas de expansión: firmó convenios con nueve gobernadores para ampliar su red; incrementó 45 por ciento la difusión de telesecundaria; inauguró varios centros de producción en los estados; firmó un acuerdo con Banrural para ejercer capacitación agropecuaria; dio apoyo a programas educativos de quince estados; solicitó dos canales para producir programas de educación sexual en colaboración con Pronarte; utilizó más ampliamente el 12.5 por ciento del tiempo oficial."⁸⁶

El 24 de junio de 1982, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes envía a Luis Cueto, un oficio donde especifica las condiciones que debe cumplir el Canal 22 para poder operar como tal, cabe mencionar que los directivos de dicho Canal tomaron la fecha de este oficio como fecha de nacimiento del Canal 22.

Una de las cláusulas importantes para que Canal 22 entrara en operación fue que se otorgaba un permiso provisional por ser una emisora con características culturales.

Así, el Canal 22 ubica sus instalaciones en el cerro del ajusco, al sur de la ciudad, en San Nicolás Totolapan en la delegación de Tlálpan.

En este mismo mes dicho canal empieza a transmitir en UHF (Frecuencia Ultra Alta) en circuito cerrado, experimentando con cursos de capacitación para empleados

⁸⁶ GARCÍA Calderón Carola. Op. cit. Pág 147.

de dependencias gubernamentales, pero Canal 22 nunca presentó un plan de trabajo a seguir ni una estructura definida, lo que entonces no justificó la insistencia de Margarita López Portillo por obtener dicho Canal.

Al respecto, García Calderón, apunta "Finalmente, se inició la operación de canal 22 en UHF, sin fundamentos técnicos y con problemas de recepción, pues en 1981 eran pocos los receptores de televisión en México que contaban con esta banda de sintonía. El 22 se destinó originalmente a programas culturales, educativos y de capacitación; para 1988 se dedicaba a transmisión de películas."⁸⁷

Lo cierto es que nunca hubo un proyecto real que sustentara la operación de dicho canal, por lo que en sus primeros tres años de vida, nunca hubo una programación definida y sólo se limitó a repetir la programación de TRM.

En 1982, la Secretaría de Educación Pública crea la Unidad de Televisión Educativa y Cultural (UTECA) y, como ya se mencionó en el capítulo anterior, y al no contar con un canal propio para transmitir sus producciones, la UTECA funcionó como surtidor de la televisión pública en general, del canal 7, 11, 13 y 22.

En este período se acordó que Canal 22 transmitiera las sesiones de Telesecundaria, cursos de capacitación y promocionara actividades realizadas por varias dependencias gubernamentales.

Ya en 1982 y con la administración de Miguel de la Madrid, el Canal 22 tuvo por completo orientada su programación al área educativa, misma a la que le dedicó seis horas diarias de sus transmisiones totales. Sin embargo ésta no tuvo el impacto deseable debido principalmente a que no podía captarse en cualquier aparato de televisión. Por otro lado su programación no apareció publicada nunca en ningún medio durante el tiempo que transmitió programas de corte educativo.⁸⁸

Es hasta 1985, con la creación de IMEVISION, que Canal 22 empieza a transmitir de una manera "formal".

⁸⁷ Idem. Pág. 150.

⁸⁸ VÁZQUEZ Correa, Jacaranda. De la Cultura al Poder (Origen Desarrollo y Transformación Cultural del Canal 22. Tesis profesional de licenciatura. UNAM. México 1994. Pág. 51.

3.2. Su incorporación a Imevisión.

El Instituto Mexicano de la Televisión (Imevisión), fue creado el 25 de marzo de 1983, con el objetivo de fusionar varios canales de televisión y emular la fórmula financiera y de imagen que a Televisa le había dado tan buen resultado.

La creación de Imevisión se realizó de manera simultánea a la del Instituto Mexicano de la Radio (IMER) y a la del Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine), esto con el fin de organizar y tener un mejor control de los medios de comunicación que el Estado manejaba.

El Canal 13 y 7 eran la columna vertebral de Imevisión. Las series producidas en México y los programas de debate le fueron asignados a Canal 7; las telereseries, películas extranjeras, noticiarios y deportes al Canal 13; y, a Canal 22, por la falta de televisores con recepción para la banda UHF, le asignaron una programación limitada y sin mayor trascendencia, este Canal transmitía algunos programas de la desaparecida TRM y fue hasta años más tarde que Canal 22 se perfilaría como un canal elitista, donde se podía satisfacer a un público selecto con películas menos "comerciales".

Canal 22, inició sus transmisiones con un permiso provisional, y una línea cultural oficial este permiso no le permitía lucrar por lo que, Pablo Marentes, Director de Imevisión, decide solicitar a la SCT la concesión de dicho canal y así poder comercializar los espacios en la programación en forma de patrocinios para poder contribuir en el saneamiento de las finanzas.

El gobierno decide otorgarle la concesión de Canal 22 a Imevisión y las siglas de dicho Canal cambian de XHTRM a XHIMT - TV Canal 22.

Ciertamente también pasaron algunos años para que Imevisión definiera y organizara la programación de Canal 22, ya que también como había sucedido en administraciones anteriores, no había una estructura jurídica, financiera y técnica que siguiera un proyecto definido donde se establecieran los objetivos que perseguiría el

Canal y que marcaran la pauta para un desarrollo efectivo.

Su condición jurídico administrativa permaneció indefinida hasta el 4 de mayo de 1988 que IMEVISION mandó la documentación correspondiente, misma que seis años atrás había estado solicitando la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

En 1985, el gobierno decide apoyar la red de canales 7,13 y 22 incorporándolos al sistema Cablevisión, con esto tendrían un mayor alcance y una mejor calidad en la recepción de su señal.

En 1986 desaparece formalmente la red de Televisión Rural Mexicana (TRM), la programación y transmisión Canal 22 seguían rezagadas y su función era meramente de "servicios metropolitanos", es decir, daba información con respecto a las presentaciones que diversas instituciones metropolitanas otorgaban a los ciudadanos; es hasta finales de 1987 cuando Imevisión decide empezar a ordenar jurídica y administrativamente el Canal 22, por lo que el 4 de mayo de 1988 manda la documentación correspondiente de la nueva estructuración que se había planeado, ésta proponía seguir una línea tipo "cine canal" y algunos programas de tipo cultural.

Es hasta este momento que Canal 22 empieza a formarse como un verdadero canal de televisión aunque siempre con la desventaja de no llegar a todos los hogares metropolitanos por su localización en la banda UHF.

Entre 1989 y 1991, Canal 22 difundía casi en su totalidad películas de origen extranjero, programas educativos culturales, reseñas de revistas culturales tanto europeas como norteamericanas, algunas entrevistas, cápsulas de cine y se retransmitían programas que inicialmente se generaban en el Canal 7, es el caso de *Nexos*, *Selecciones del CNN* y *Monitor Financiero*.

Jacaranda Vázquez Correa, en la investigación denominada *De la Cultura al Poder (Origen, Desarrollo y Transformación Cultural de Canal 22)* expone las horas regulares de transmisión de Canal 22 "(...) durante 1989 y 1990, hasta antes del anuncio de la desincorporación el 22 estuvo transmitiendo primero desde las 4 y media de la tarde y después de las 18:30 a las 00:00 horas, de Lunes a Viernes. Los Sábados y Domingos de las 19:00 a las 23:00 horas.

En su programación se incluían documentales y programas culturales como: *La guía de cada día*, *VideoMundo*, y *NEXOS*.

En el área informativa no manejó un noticiario propio, su cobertura la realizaba a través de la retransmisión de IMEVISION informa, el cual difundía a través del enlace con el canal 13 y el 7.

La programación de RTC también ocupó algunas horas al aire del canal. Las películas del 22, las cuales le dieron su distintivo como "Cine Canal" formaron también parte de su programación."⁸⁹

Es claro que mientras Canal 22 formó parte de Imevisión no tuvo un desarrollo favorable, pero no se puede negar el hecho que fue en este período cuando se concibe como el canal cultural que conocemos hoy.

Poco después de que el gobierno de Salinas de Gortari anunciara la privatización de Imevisión, Canal 22 salió del aire sin aviso alguno, fue hasta el 10 de febrero de 1992 con el Coloquio de Invierno que se vuelve a transmitir con el fin de revisar su frecuencia y que quedara listo para ser vendido.

En los meses siguientes el Canal 22 transmitió algunos eventos más, pero todos se transmitían con la intención de probar la señal.

⁸⁹ Idem. Págs. 54-55.

3.3. Desincorporación de la televisión estatal y separación de Canal 22 del "paquete de medios".

Dentro de los proyectos económicos del gobierno de Carlos Salinas de Gortari se encontraba la descentralización y venta de paraestatales. En 1989 se empieza a cuestionar severamente la rentabilidad de la televisión del Estado.

En este mismo período José Antonio Álvarez Lima asume la Dirección de Imevisión y contrariamente a lo que afirmaba Marentes, explica que Imevisión operaba con un déficit de 162 000 millones de pesos. Florence Tussaint cita sus palabras en la revista proceso: "Yo recibí Imevisión con 8 000 millones de pesos en caja, pero también con un adeudo equivalente a los 162 000 millones comprometidos: tiempo que ya ha sido vendido, y el dinero cobrado y gastado. Este procedimiento ha provocado un vacío y financiero que desde 1987 se cubre mediante créditos bancarios que se pagan en el mismo año, cuando se hacen las ventas, generalmente, en los meses de septiembre y octubre. Por eso el año pasado tuvimos que solicitar un crédito de 21 millones, mismo que ya rendimos con los ingresos obtenidos en septiembre. Y seguramente este año repetiremos la operación."⁹⁰

En 1990, con el fin de resolver la situación y dejar a Corporación Mexicana de Radio y Televisión, S.A. de C.V. fortalecida, se trasladaron los adeudos al Instituto Mexicano de Televisión, y se considera la posibilidad de vender los Canales 7 y 22 del Distrito Federal, 8 de Monterrey, 2 de Chihuahua y 11 de Ciudad Juárez, con esto se trataba de evitar la quiebra inminente.

La política económica de régimen y la situación particular de la televisión Estatal llevan a la aceptación de publicidad en las transmisiones de Canal 11 y a la aceptación de la desincorporación de los Canales 7 y 22.

El viernes 7 de diciembre de 1990, se publica en el Diario oficial, el acuerdo que declara susceptibles de explotarse comercialmente canales de televisión en

⁹⁰ TOUSSAINT Alcaraz, Florence. "a". Proceso. No. 506. 1 de julio de 1986. Págs. 53-54.

diversas poblaciones del país.

La convocatoria era para todos aquellos aspirantes a obtener la concesión de una red de canales comerciales (79), entre los que se incluirían el Canal 7 y 22 de la Ciudad de México y el Canal 8 de Monterrey, para entonces el Canal 7 y 22 ya se habían convertido, a partir del 20 de octubre, en repetidoras del Canal 13.

Vázquez Correa, explica que sobresale de la convocatoria del Diario Oficial de la Federación, respecto al Canal 22, lo siguiente:

“PRIMERO; Se hace del conocimiento del público en general que se declara susceptible de explotarse la frecuencia que se especifica, para ser operada con las características que se detallan a continuación;

CANAL:	22
DISTINTIVO DE LA LLAMADA:	XEIMT-TV
POTENCIA RADIADA APARENTE MAXIMA:	Video 5,000 KW
UBICACIÓN DEL EQUIPO TRANSMISOR:	México, D.F. Delegación Tlálpán. Cerro del Ajusco.
ÁREA DE SERVICIO:	Distrito Federal y zonas Aledañas.
SISTEMA RADIADOR:	Omnidireccional
HORARIO:	Las 24 horas
TIPO DE ESTACIÓN:	Comercial con programación propia.

Con relación a lo anterior se hace del conocimiento de los interesados, que para todos los casos, el horario de operación de las estaciones será de 24 horas y el tipo de estación será comercial.

SEGUNDO: en la programación cotidiana de las estaciones, se deben incluir programas de orientación, capacitación e información sobre los aspectos vinculados con las áreas de servicio, así como los referentes a los atractivos que en materia de recursos naturales, históricos o artesanales que ofrecen las mismas; además deberán afirmar el respeto a los principios de la moral, de la dignidad humana y los vínculos familiares, evitando influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la

niñez y de la juventud para fortalecer la integración familiar e identidad nacional, así como el respeto a las instituciones democráticas, toda vez que es interés del gobierno federal el propiciar una mayor actividad en las localidades de interés mediante modelos y métodos más eficaces de producción y distribución.”⁹¹

La desincorporación de Imevisión del aparato estatal creó cierta polémica ya que poca fue la información que se le dio a conocer a la opinión pública, por ejemplo, nunca quedó claro como se realizó el cambio de permiso a concesión que permitiría al nuevo dueño comercializar los contenidos abiertamente.

Cabe mencionar que en ese contexto, existían como grupos antagónicos los intelectuales de la revista *NEXOS* y los que pertenecían a la revista *VUELTA*, dos grupos que ejercían una fuerte presión política ya que, supuestamente, no se mostraban tan abiertamente partidarios de la ideología Salinista; *NEXOS* encabezada por Héctor Aguilar Camín y Carlos Monsiváis; y *VUELTA*, donde sus principales representantes eran Octavio Paz y Enrique Krauze.

El 26 de enero de 1991, Héctor Aguilar Camín y Carlos Monsiváis convocan a 800 integrantes de la comunidad científica, cultural y académica y dirigen una carta al presidente Salinas donde solicitan la frecuencia del Canal 22, “argumentando que la desincorporación de canales y frecuencias de Imevisión si bien podría reforzar el campo de la competencia privada, también ocasionaría un debilitamiento de la televisión de interés público.

Al respecto, la carta resume en tres incisos lo siguiente:

1. Que la frecuencia del canal 22 de IMEVISION no se venda a inversionistas privados, siga en propiedad del Estado y se proponga cubrir, por cualquier vía, el territorio nacional.
2. Que el propio Estado asuma a través de IMEVISION, los costos financieros y operativos del canal 22, con vistas a convertirlo en el futuro inmediato, en un canal no comercial de interés “público” y con contenido “cultural”. Sugerimos que parte de los ingresos de la desincorporación del canal 7 se destinen a este propósito.

⁹¹ VAZQUEZ Correa, Jacaranda. Op. cit. Págs. 75-76.

3. Que al efecto se integre un Consejo de Planeación plural representativo de la sociedad civil, para diseñar el proyecto de programación del nuevo canal 22."⁹²

El proceso de licitación de Canal 22, que marcara el Diario oficial el 28 de enero de 1991, no concluyó ya que el 2 de febrero de 1991, el Presidente respondía positivamente a la petición realizada dos días antes por los intelectuales, artistas y académicos del país para evitar que dicha frecuencia se pusiera a la venta, y se mantuviera como un canal en manos del Estado, destinado a cubrir necesidades culturales.

El 2 de febrero de 1991, a través de un comunicado de prensa, el Gobierno de la República anunció que el Canal 22 no formaría parte de los activos puestos a la venta y que su concesión, muebles y equipos (propiedad federal) serían manejados por Imevisión, además Canal 22 se convertiría en un canal con fines culturales.

Asimismo, el Presidente Salinas, se manifestaba a favor de la creación de un Consejo de Planeación que determinara el rumbo que debía tomar dicha empresa.

"Es así como el 21 de febrero se instala el Consejo de Planeación (CP) conformado por 20 personas de diversas especialidades dentro del ámbito cultural y académico (...) Entre las personas que lo conformaron se encontraban: Víctor Flores Olea, presidente del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA), mismo que sería el encargado de coordinar los trabajos del Consejo, Jorge Bustamante, Julieta Campos, Emilio Carballido, Teodoro Césarman, Rolando Cordera, Carlos Escandón, Fátima Fernández, Emilio García Riera, Hugo Hiriart, Margarita Michelena, Carlos Monsivais, Raúl Padilla, Mauricio Reyes, Enrique Rubio, Jorge Sánchez Sosa, Beatriz Solís, José Sarukán, Raúl Trejo y Eraclio Zepeda."⁹³

Para el 25 de junio de ese mismo año, El Consejo de Planeación del Canal 22, entregó al presidente de la República un documento que contenía las directrices programáticas, técnicas, jurídicas y administrativas que deberían determinar el rumbo del Canal como una opción cultural inédita en la historia de la televisión estatal. Dicho documento fue el resultado de seis sesiones plenas, en las que trabajaron

⁹² Idem. Págs. 77-78.

⁹³ Idem. Pág. 80.

divididos en comisiones. Contaron con el apoyo de especialistas en las materias correspondientes, y consideraron las voces "Tanto de instituciones y personalidades, como de la opinión pública en general".⁹⁴

Este documento denominado "Consideraciones en torno al Canal 22" constaba de 21 cuartillas del cual se destaca lo siguiente: "Primera fase (Inmediata) 'Atención a la infraestructura actual del Canal 22 y adquisición del equipo mínimo indispensable para el inicio de operaciones; continuación de los trámites para utilizar el Sistema de Satélites Morelos y obtener las frecuencias en UHF en los estados; establecimiento de acuerdos o convenios para los enlaces con las emisoras de los estados.

Segunda fase (corto plazo): Ajustes y enlaces para una cobertura parcial del territorio nacional con varios centros emisores permanentes'.

Tercera fase (mediano plazo): 'Organización de centros productores en todas las entidades federativas y ubicación de emisoras con frecuencia propia (...) traslado de la antena y la torre de transmisión del Ajusco al Cerro del Chiquihuite'.

-El informe también refiere la creación de- Un consejo de Administración; un Consejo de Planeación y Políticas de Desarrollo; un Director General; un Comité de Programación y un Comité de Evaluación. -además propone- la integración de unidades productoras de video y de televisión para alimentar la programación del Canal."⁹⁵

Pese a que el documento contenía una estrategia de planeación bastante completa, aún no se había decidido ubicación del canal, el financiamiento ni su conformación dentro de la administración pública.

El 23 de marzo de 1992 se designa a José María Pérez Gay, subdirector de la revista *NEXOS*, Director de Canal 22, Televisión Metropolitana S.A.de C.V., con lo cual se dijo que el presidente quiso favorecer a este grupo para acentuar la su superioridad ante el grupo *VUELTA*; así mismo muchos estudiosos de los medios opinan que Salinas cedió dicho canal para mantener tranquila y "de su lado" a gran

⁹⁴ GARCÍA, Elvira. "El 22 ¿un canal sin futuro?. *La Jornada Semanal*, No. 137, 26 de enero de 1992. Págs. 4-5.

⁹⁵ Idem.

parte de la comunidad intelectual.

En ese mismo año, se otorga un presupuesto para que el Canal inicie sus transmisiones de 32 mil millones de pesos, también se realizan los trámites jurídico administrativos para ubicar las oficinas administrativas del Canal 22 en Calzada de Tlalpan 583, Col. Álamos, y los foros y equipos de grabación en el Edificio Pedro Infante, Atletas 2 Col. Country Club, y se traslada la antena del Ajusco al Cerro del Chiquihuite.

A partir de entonces, se pospuso cinco veces la fecha de salida al aire del canal, es hasta el miércoles 23 de junio de 1993 que Canal 22 empieza formalmente sus transmisiones.

“Ese mismo día la barra programática que dio apertura a la transmisión formal, fue publicada en todos los diarios capitalinos. Días después se inició una campaña que explicaba como ver y sintonizar la banda UHF.

La difusión del 22 fue inaugurada a las 19:45 de la tarde con una entrevista realizada por Silvia Lemus a Gabriel García Márquez.”⁹⁶

A partir de entonces Canal 22 (Televisión Metropolitana S.A. de C.V.) inicia una nueva etapa, convirtiéndose en alternativa en medios de comunicación audiovisual para la difusión cultural en México.

⁹⁶ VÁZQUEZ Correa, Jacaranda. Op. cit. Pág. 87.

Capítulo IV. La cultura también se ve. El nuevo Canal 22
(Televisión Metropolitana S.A. de C.V.)

4.1. ¿Cuál es la finalidad de Canal 22?

El capítulo 4, considerado la parte sustancial de esta investigación, pretende dar a conocer de manera muy específica la situación actual de Canal 22, exponiendo, primeramente, los objetivos que persigue este medio de comunicación, y que han sido los que han trazado el rumbo por el que ha avanzado Televisión Metropolitana S.A. de C.V.; asimismo, pretende explicar minuciosamente su formación interna: el orden administrativo, financiero, de infraestructura, de producción, de cobertura y de programación, para con ello comprender el movimiento de los engranes que hacen que Canal 22 llegue a la pantalla con determinados programas que también serán propiamente detallados, y con esto obtener los argumentos que sustentan la tesis de que Canal 22 es la mejor alternativa en medios audiovisuales para la difusión de la cultura en este país.

Como ya se mencionó en el apartado anterior, Canal 22 ó Televisión Metropolitana S.A. de C.V., es una televisora pública cultural que inició sus transmisiones en junio de 1993. Es una institución dependiente de la Secretaría de Educación Pública y del Concejo Nacional para la Cultura y las Artes. Su creación fue la respuesta a la solicitud de más de 1200 integrantes de la comunidad artística y cultural de México para que el gobierno del país impulsara la existencia de una televisora cuyos contenidos procuraran la difusión de las principales manifestaciones del arte y la cultura, que al mismo tiempo, permitieran el desarrollo de un nuevo lenguaje audiovisual en la producción televisiva mexicana.

Dentro de los objetivos de la política cultural del Estado en la última década, se ha destacado el uso intensivo y sistemático de los medios modernos de comunicación

a efecto de ampliar las oportunidades de acceso de los sectores diversos de la sociedad al goce y la recreación de la cultura y el arte.

Debido a esta necesidad y siguiendo esta política, el Canal 22 intenta ser una opción distinta de televisión con programación cultural. Sus propósitos están establecidos dentro del documento "Consideraciones en torno al Canal 22" (este documento ha sido el referente básico para los trabajos realizados hasta la fecha en cada una de las áreas que constituyen a Televisión Metropolitana S.A. de C.V., y el instrumento teórico y práctico que ha determinado sus políticas iniciales y las perspectivas de su desarrollo interior)⁹⁷ del cual se destacan...

"El Canal 22, es un proyecto prioritario llamado a satisfacer las necesidades culturales de la sociedad mexicana y a responder a vacíos e insuficiencias de los esquemas de televisión que predominan hasta hoy. En este sentido el propósito de este medio es ahondar en la conciencia cultural, social e histórica de México, por lo que ha de constituirse en expresión de los diversos valores culturales, lo cual se asocia a la participación misma de la sociedad en su conjunto. Esto hace necesaria una revaloración del papel educativo de la televisión que permita al individuo tomar parte en las complejas relaciones humanas contemporáneas."⁹⁸

Canal 22, como proyecto de televisión cultural en México, pretende responder a la condición múltiple y compleja de la cultura contemporánea. Su propósito principal es mostrar en la televisión de cada uno de los hogares mexicanos, el amplio horizonte del saber, la reflexión y las artes que hoy en día transitan en una nueva dinámica; con los tratamientos propios de la televisión moderna y asumiendo que la cultura puede transmitirse con calidad, imaginación y utilizando los recursos y formatos que habitualmente se destinan a otros contenidos, superando así, los estereotipos estrechos y cerrados que prevalecen como televisión cultural, y con ello convertir a la cultura en un espectáculo tan vivaz y accesible como el de cualquier buen programa de entretenimiento y diversión de la televisión comercial.

⁹⁷ Vid. *Supra*, Capítulo 3 apartado 3.3.

⁹⁸ Cfr. "Consideraciones en torno al Canal 22" en sus lineamientos generales. Documento fundacional elaborado por el Consejo de Planeación y Políticas de Desarrollo del Canal 22. Mayo de 1991.

“Esta nueva televisión pública – menciona el documento citado- debe dar cabida a una concepción amplia de la cultura universal sin ceñirse a una visión restringida. Debe entenderse que comunicar cultura es difundirla. En consecuencia, ha de ser un instrumento de cultura audiovisual pública. La libertad, la diversidad, la corresponsabilidad, el rigor profesional y la calidad deben ser los principios de este medio de comunicación electrónica, tendiente a formar un hábito para la expresión del pensamiento donde sea posible la discusión abierta de todas las corrientes. En suma debe constituir un foro de discusión para los temas culturales y sociales cuya imparcialidad crítica evite esquemas sectoriales o elitistas.”⁹⁹

Dada entonces esta concepción, el proyecto de contenidos de Canal 22 fue hecho para dar voz e imagen televisivas a todas las manifestaciones y disciplinas creativas que conforman el vasto cuerpo de la cultura nacional e internacional y a todos los grupos e individuos que la crean y reproducen.

“El Canal 22 buscará constituirse en una opción cultural, con material audiovisual atractivo para ello se tratará de tomar en consideración el perfil de sus receptores. La premisa para conservar al auditorio televisivo debe partir del principio que establece que no hay temas sino tratamientos. Para ello importa el modo de presentación de los asuntos que admite todo género de contenidos sin rigidez ni aburrimiento. El Canal 22 debe alcanzar un sello de originalidad mediante un estilo propio que resulte ágil y dinámico en virtud del alto nivel profesional de sus emisiones y debe normarse por el principio de descentralización de los bienes y servicios culturales. La meta es una red cultural nacional, más que una serie de canales repetidores. No sólo ha de rescatarse lo que ha quedado fuera de la memoria oficial, sino exhibir los materiales aportados por las diferentes instituciones públicas y privadas de las diversas zonas del país, por lo que se establecen ‘ventanas’ a nivel regional que permitan mantener presencias locales y divulgar mensajes dirigidos al interés de las diversas entidades que conforman nuestro país.”¹⁰⁰

Estas han sido las definiciones esenciales de la tarea de Canal 22, el sustento teórico que le ha dado origen y el marco político y público por el que ha guiado sus

⁹⁹ Idem.

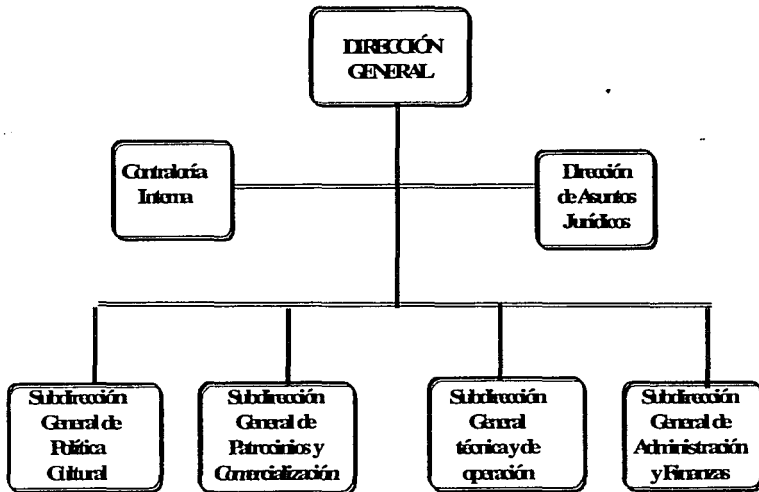
¹⁰⁰ Idem.

acciones. Ciertamente es que dichos propósitos no se han cumplido plenamente, debido a las dificultades legales, económicas y técnicas que implica hacer de un canal pequeño, con señal de transmisión limitada (y que el público percibe como elitista), la gran opción de televisión cultural; pero la intención de cumplir con estricto apego estos propósitos, han dado como resultado un Canal con una de las mejores programaciones culturales a nivel mundial.

Hoy en día, Canal 22, transmite las más diversas manifestaciones culturales, las líneas específicas de programación son variadas y rescatan para el público las expresiones, entre otras, del teatro, la música, la danza y el cine mexicano de buena factura que son poco promovidas. En este sentido, Canal 22, ha promovido campañas para orientar al público a que conozca, aprenda y/o disfrute de estas múltiples manifestaciones de la cultura nacional y universal.

4.2. Estructura Orgánica.

Con el fin de ilustrar de una forma sencilla la organización y el funcionamiento de Canal 22, a continuación se muestra un organigrama que comprende de manera general cada una de las áreas que integran Televisión Metropolitana S.A. de C.V.; esto mostrará se una forma sencilla los niveles jerárquicos, las responsabilidades, las líneas de autoridad y la relación y comunicación entre cada una de las áreas del Canal.



4.2.1. Objetivos y funciones administrativas y técnicas.

Como ya se mencionó en el capítulo anterior,¹⁰¹ para estructurar jurídicamente a Canal 22 se creó la empresa Televisión Metropolitana, S.A. de C.V., se constituyó mediante escritura pública número 54,712 de fecha 16 de noviembre de 1990, modificándose sus estatutos mediante escritura pública número 7605 de fecha 31 de julio de 1992, a efecto de contar con un órgano consultivo denominado Consejo de Planeación y Políticas de Desarrollo, y de ampliar su objeto social para operar como concesionaria de, actuando como entidad eminentemente cultural al desarrollar y divulgar la cultura en general.

Televisión Metropolitana S.A. de C.V., una empresa de participación estatal mayoritaria de capital mixto, por esta razón se le considera una empresa paraestatal.

La organización interna de Televisión Metropolitana S.A. de C.V. está constituida actualmente por:

Un Director General, cuyo objetivo es el de construir, dirigir y consolidar una alternativa de difusión en la televisión cultural mexicana, a través del proyecto Televisión Metropolitana, S.A. de C.V.

Algunas de las funciones más representativas que desempeña el Director General son:

- 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 Órgano de Gobierno.
- Tomar medidas pertinentes a fin de que las funciones de la empresa se realicen de manera articulada, congruente y eficaz.
- Establecer los métodos que permitan el óptimo aprovechamiento de los bienes muebles e inmuebles del Canal 22.

¹⁰¹ Vid. Supra, Capítulo 3 apartado 3.3.

- Recabar la información y elementos estadísticos que reflejen el estado de las funciones de Canal 22, para poder mejorar la gestión de la empresa.
- Presentar periódicamente al Órgano 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.

La Subdirección General de Política Cultural, que elabora y propone 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., asimismo busca la articulación entre las áreas de Política Cultural y las áreas de Patrocinios y Comercialización, Administración y Finanzas y Técnica y de Operación.

Entre otras, las funciones que realiza el Subdirector General de Política Cultural y su equipo son:

- Aprobar los planes de producción con base en los objetivos planteados por la Dirección General y 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.
- Conformar y coordinar los grupos de trabajo para la producción y la realización de programas, noticias y eventos informativos, así como la programación de videogramas, de común acuerdo con la Dirección General.
- Llevar a cabo reuniones con las áreas de Patrocinios Comercialización y Finanzas y Técnica y de Operación, estableciendo una estrecha vinculación y comunicación para lograr proyectos de producción.
- Dirigir la elaboración y proponer a la Dirección General la carta de programación mensual del Canal 22.

A esta subdirección pertenece la Dirección Programación, que diseña y define los contenidos de la programación del Canal 22.

Algunas de las funciones principales del Director de Programación y su equipo son:

- Iniciar las negociaciones para la celebración de contratos y hacer el seguimiento de éstos y de los convenios de intercambio y coproducción televisiva con otras entidades, para supervisar el control de los derechos de exhibición y autoría sobre los materiales que transmita, venda o intercambie.
- Identificar, inventariar y clasificar material de televisión nacional y extranjera para proponer su inclusión en la programación.
- Asegurar la custodia, conservación, uso y aprovechamiento de los materiales adquiridos y grabados para su exhibición, desarrollando para ello cartas de programación que balanceen la producción nacional y extranjera.

A la Dirección de Programación, pertenece la Gerencia de Planeación Televisiva, cuyo objetivo es mejorar el modelo selectivo de programas para mantener el nivel de aportación cultural de Televisión Metropolitana S.A. de C.V., consolida una transmisión que conserve su atributo selectivo, único y novedoso, que se transforme en una aportación sólida, sin ánimo experimental, además promueve la adquisición material de la más alta calidad a precios congruentes, sin elevar los costos promedio del mercado.

Algunas de las funciones del Gerente de Planeación Televisiva y su equipo son:

- Supervisar que el Departamento de Videoteca y Archivo lleve un adecuado registro de todo el material recibido.
- Supervisar que una vez al año se realice el inventario física de todo el material que ingresa al departamento de Videoteca y Archivo.
- Coordinar que el material publicitario, gráfico y de derechos musicales recibido sea enviado a las áreas correspondientes.

A la Gerencia de Planeación Televisiva, pertenecen:

El Departamento de Videoteca y Archivo, que tiene como cometido lograr el óptimo control y resguardo de los materiales vírgenes y grabados, producidos por Canal 22 o adquiridos a proveedores nacionales o extranjeros.

Y, el Departamento de Apoyo a Programación, cuyo objetivo consolidar un archivo con toda la información necesaria para apoyar la carta de programación, incluyendo eventos, fechas y efemérides que la nutran, para lograr una transmisión ocupada por los sucesos culturales en el mundo.

También dentro de la Dirección de Programación, se encuentra la Gerencia de Imagen Televisiva y Comunicación Social, que promueve la difusión e imagen del Canal 22, manteniendo relaciones públicas con medios de comunicación, entidades públicas y privadas y organizaciones culturales en el país, además propone y desarrollar campañas de promoción.

Entre las funciones más destacadas que desempeña el Gerente de Imagen Televisiva y Comunicación Social y su equipo están:

- Promover reuniones con funcionarios y ejecutivos de entidades públicas y privadas, para fomentar las relaciones públicas con Televisión Metropolitana S.A. de C.V.
- Diseñar estrategias para mantener e incrementar la imagen, posicionamiento y penetración de Canal 22.
- Planear, diseñar y elaborar campañas de publicidad de acuerdo a las necesidades de Canal
- Organizar conferencias y ruedas de prensa.

También a la Subdirección General de Política Cultural, pertenece la Dirección de Producción y Continuidad, la cual debe lograr que los productos televisivos producidos por Canal 22 cumplan con los requisitos de calidad para su transmisión al aire y optimizar los recursos necesarios para la producción.

Entre las funciones más relevantes del Director de Producción y Continuidad están:

- Recibir, revisar, en su caso, corregir y aceptar los proyectos presentados para la producción y realización de programas, series y promocionales.
- Supervisar los presupuestos básicos y las cotizaciones de los servicios de producción que se realizan fuera de Canal 22.

- Llevar a cabo reuniones con las diversas instancias gubernamentales, educativas y privadas que difundan la cultura, para proponer convenios de coproducción con Canal 22.
- Generar los programas especiales solicitados por la Dirección General o por la Subdirección General de Política Cultural.

A la Dirección de Producción y Continuidad, pertenece la Gerencia de Realizaciones, que organiza y da fluidez al proceso de producción, con el fin de que los costos y la realización de programas, cápsulas promocionales, cortinillas, identificaciones y videos de demostración, respondan a las necesidades del Canal 22, y lograr que el público televidente identifique a Canal 22 a través de la pantalla con el fin de aumentar la audiencia.

Algunas de las funciones que realiza el Gerente de Realizaciones y su equipo son:

- Solicitar y supervisar el servicio de doblaje, subtítuloaje o narraciones a las empresas necesarias.
- Llenar las formas de presupuesto básico para la producción de programas, resumen presupuestado y desglose de presupuesto.
- Solicitar servicios de producción y postproducción a las productora y empresas de video en base al presupuesto autorizado.

A la Gerencia de Realizaciones se adscriben:

El Departamento de Apoyo a Producciones, que proporciona servicios de producción y postproducción a los diversos productores con base en el plan de trabajo de su programa, cápsulas, promocionales, notas informativas, identificación o cortinillas.

Y, el Departamento de Apoyo a Coproducciones, que debe promover el intercambio de materiales, ideas y contenidos con otras televisoras y empresas productoras, nacionales e internacionales, para establecer lazos convenientes efectivos y prácticos con Canal 22.

En la Dirección de Producción y Continuidad, también se encuentra la Gerencia de Control Técnico, la cual supervisa y ejecuta la transmisión para que la continuidad y control técnico se lleven a cabo óptimamente.

Algunas de las funciones del Gerente de Control Técnico y su equipo son:

- Vigilar que se mantengan con precisión los horarios establecidos en las cartas de programación.
- Supervisar directamente la transmisión al aire de la programación.
- Analizar todos los problemas de la transmisión para evaluarla y tomar, en su caso, las medidas para mejorar y/o corregir los errores.

A la Gerencia de Control Técnico, pertenece el Departamento de Operación y Continuidad, que tiene como objetivo lograr que la transmisión sea limpia y sin errores, para obtener una continuidad fluida y armónica, persiguiendo una buena imagen del Canal 22 como medio de comunicación.

En la Subdirección General de Patrocinios y Comercialización, se dirigen 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 para vincular al Canal 22 con la sociedad civil.

Algunas de las funciones más destacadas del Subdirector General de Patrocinios y Comercialización y de su equipo son:

- Diseñar, definir e instrumentar las políticas generales para obtener financiamientos.
- Diseñar y coordinar proyectos del Canal 22 para obtener patrocinios
- Dirigir, conjuntamente con la Subdirección General de Política Cultural y con el Comité de Programación de Material Televisivo de Televisión Metropolitana S.A. de C.V., la elaboración de un protocolo de producción que permita la identificación y clasificación de los proyectos que con prioridad requieran ser financiados.
- Promover planes de enlace con organizaciones y representaciones diplomáticas acreditadas en nuestro país, así como con instituciones públicas y privadas, con el fin de obtener fondos y patrocinios para Televisión Metropolitana S.A. de C.V.
- Coordinar la firma de contratos y/o convenios de la Asociación Civil Amigos del Canal 22.

A esta Subdirección, pertenece la Dirección de Patrocinios de Proyectos Culturales, que se encarga de generar recursos financieros vía patrocinios, donaciones y convenios con empresas e instituciones públicas y privadas, nacionales e internacionales, que respalden los proyectos culturales y programas específicos de promociones de Televisión Metropolitana S.A. de C.V., que permitan desarrollar y divulgar la cultura general; y promover la creación de instancias que permitan el enlace con la sociedad civil 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).

Algunas de las funciones del Director de Patrocinios y Proyectos Culturales son:

- Promover y consolidar patrocinios con empresas públicas y privadas.
- Elaborar, cobrar y controlar, conjuntamente con la Dirección de Finanzas, los recibos y/o facturas relativas a los recursos provenientes de patrocinios.
- Planear, organizar, controlar y dirigir el trabajo del Comité de Patronos de la Asociación Civil Amigos del Canal 22.

A esta Dirección de Patrocinios, pertenece la Gerencia de Promoción y Proyectos, que coadyuva a la identificación y atención de financiadores potenciales de Canal 22.

Algunas de las funciones del Gerente de Promoción y Proyectos y su equipo son:

- Promover los proyectos del Canal 22 ante todas las instituciones cuyo fin sea la difusión de la cultura.
- Dar a conocer a los patrocinadores el costo de los programas para proyectos culturales.
- Establecer y llevar a la práctica mecanismos promocionales del Canal 22 en instancias públicas y privadas.

En esta Gerencia, existen el Departamento de Servicios a Patrocinadores, que participa en los mecanismos y estrategias para la captación de aportaciones económicas, que provengan de patrocinios, con el fin de apoyar metas y proyectos culturales específicos del Canal 22; y coadyuva en la coordinación y desarrollo de

proyectos creados por la Asociación Civil Amigos del Canal 22, que favorezcan la integración de Canal 22 con la sociedad civil.

Y, el Departamento de Atención a Patronos que organiza los trámites a seguir de la aportación económica de los patronos.

También pertenece a esta Subdirección, la Dirección de Comercialización, que identifica y genera fuentes alternativas de financiamiento e ingresos para Televisión Metropolitana S.A. de C.V., mediante el diseño de las estrategias comerciales.

Entre las funciones que desempeña el Director de Comercialización y su equipo están:

- Promover y negociar la venta de espacios publicitarios, programas, producciones y coproducciones, nacionales e internacionales.
- Proponer y dirigir investigaciones de mercado para identificar a los clientes potenciales, medir niveles de aceptación, estudios de imagen y requerimientos de contenido de la programación.

A esta Dirección pertenecen el Departamento de Operación y Pautas Comerciales, que coordina y verifica que las empresas que han contratado tiempos con el Canal 22 obtengan el servicio adecuado en cuanto a anuncios comerciales, intercambios y comercialización se refiere, y que tengan en pantalla el tiempo acordado en el orden de servicio.

Y, el Departamento de Investigación de Mercados, que tiene como objetivo proveer a la Dirección de Comercialización la información, estudios, proyectos y encuestas necesarios para la toma de decisiones en materia de mercadotecnia, comercialización e intercambio.

La Subdirección General Técnica y de Operación, debe optimizar los recursos materiales, técnicos y humanos; propone proyectos destinados a la ampliación de la transmisión de la señal de Canal 22, y promueve la infraestructura necesaria para obtener y mantener la mejor calidad de la señal a transmitir.

Entre las funciones más representativas del Subdirector se encuentran:

- Diseñar y dirigir las estrategias que permitan la planeación y adquisición de nuevos equipos y tecnología de punta necesarios para el desarrollo de Canal 22.

- Mantener una comunicación directa con el área administrativa para la asignación de honorarios, compra de equipo y otros gastos e inversiones que genera la transmisión de señal y mantenimiento de la estación.
- Dirigir la supervisión, operación instalación y mantenimiento de los servicios técnicos de Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

De esta Subdirección, depende la Dirección de Transmisión, que tiene como objetivo asegurar la operación de la transmisión y recepción de la señal a las plantas transmisoras y a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, para mantener la calidad de la señal al aire; y desarrollar aquellos proyectos que permitan la ampliación de la transmisión del Canal 22.

Entre las funciones del Director de Transmisión y de su equipo se encuentran:

- Desarrollar proyectos de expansión de la red del Canal 22 al interior de la República.
- Supervisar y resolver las contingencias que se presenten en la transmisión de la señal.
- Vigilar la instalación de estaciones repetidoras del Canal 22 para ampliar su cobertura a nivel nacional.

Asimismo en esta Dirección, existe una Gerencia de Transmisión, la cual debe vigilar que la operación de transmisión y recepción de la señal a las plantas transmisoras cumpla con los estándares de calidad.

Algunas de las funciones del Gerente de Transmisión y de su equipo son:

- Informar a la Dirección de Transmisión sobre las dificultades o fallas que se registren en la transmisión de la señal en el Distrito Federal y cualquier estación de provincia, con el fin de corregir las anomalías, cuando éstas se presenten.
- Mantener contacto directo con los jefes de departamento, supervisores y jefes de estación, para que las funciones laborales faciliten la recepción de la señal del Canal 22 en todo el territorio nacional.
- Proponer programas de mantenimiento preventivo y correctivo al equipo de transmisión, microondas, transmisores, torre y antenas.

Y a esta Gerencia, pertenece el Departamento de Operación de Transmisión, que tiene como objetivo mantener al aire la señal de televisión del Canal 22.

A esta misma Subdirección pertenece la Dirección de Mantenimiento, cuyo objetivo es hacer lo necesario para cumplir con las normas nacionales e internacionales en la transmisión, grabación y procesamiento de señales, tanto para audio como para video; y asegurar que el equipo de audio y video, se mantenga en optimas condiciones de operación y funcionamiento.

Entre las funciones que desempeña el Director de Mantenimiento y su equipo están:

- Desarrollar proyectos de instalación de equipo para la ampliación de las transmisión de la señal del Canal 22.
- Recopilar y analizar información sobre normas nacionales e internacionales de la transmisión, grabación y procesamiento de señales, para audio y video.

A la Dirección de Mantenimiento pertenece la Gerencia de Operación, que proporciona a las áreas de producción los elementos técnicos necesarios para la realización oportuna de programas, ya sea en estudio o en locaciones; y funge como enlace con el área administrativa en lo referente requisiciones y compras de equipo y refacciones con apego al presupuesto autorizado.

Entre las funciones más representativas del Gerente de Operación se encuentran:

- Planear y proponer los programas de acondicionamiento de los servicios técnicos.
- Planear los requerimientos de necesidades de estudio, salas de edición, postproducción, control maestro y unidades móviles a corto, mediano y largo plazo.
- Supervisar que los servicios requeridos para el estudio, control maestro y postproducción sean programados y atendidos con oportunidad y eficacia.

A esta Gerencia le pertenecen, el Departamento de Estudio y Control Maestro, el cual tiene como objetivo cumplir con los servicios solicitados de manera eficaz y coadyuvar en la creación de nuevas imágenes para la elaboración de los programas, coordinando con el área de Producción cubrir las necesidades y requerimientos del uso del estudio y salas de postproducción; y alcanzar los mayores niveles de eficiencia operativa del equipo electrónico instalado y mantenerlo en óptimas condiciones, para incrementar la calidad de producción.

Y, el Departamento de Unidades Móviles, que debe proporcionar los servicios de grabación y transmisión de eventos de eventos realizados a control remoto o con cámara portátil; y mantener el equipo en óptimas condiciones para incrementar la calidad de producción en locaciones.

También a la Dirección de Mantenimiento, pertenece la Gerencia de Mantenimiento, la cual mantiene actualizado y en óptimas condiciones de operación y funcionamiento los equipos de audio, video, e instalaciones que forman parte de Canal 22.

Entre las funciones más destacadas que realiza el Gerente de Mantenimiento y su equipo están:

- Mantener la comunicación con las diferentes jefaturas operativas para informarse sobre los problemas generados en el área y poder dar solución a los mismos.
- Fijar con la Dirección de Mantenimiento, las políticas generales que permitan mantener el buen funcionamiento del equipo y las instalaciones, para la producción y transmisión de programas.

A esta Gerencia le pertenecen, el Departamento de Videograbación, Audio y Video, que tiene como objetivo mantener funcionando en óptimas condiciones los equipos de audio, video, auxiliar y periféricos para cumplir con las operaciones en el estudio, salas de edición y salas de postproducción;

El Departamento de Iluminación y Talleres, que tiene como objetivo conservar en óptimas condiciones de funcionamiento los equipos y sistemas de iluminación y talleres que se encuentran en operación.

Y, el Departamento de Instalación y Mantenimiento de Talleres, que participa en la planeación, instalación y mantenimiento de antenas y equipos transmisores que permitan llevar la señal a un mayor número de poblaciones.

La Subdirección General de Administración y Finanzas, coadyuva a que Televisión Metropolitana S.A. de C.V. actúe como una entidad eminentemente cultural, dirigiendo la administración eficiente de los recursos humanos, técnicos, materiales y financieros bajo un esquema de racionalidad, productividad, modernización y transparencia.

Entre las funciones que realiza el Subdirector de Administración y Finanzas están:

- Actuar como representante legal de Televisión Metropolitana S.A. de C.V.
- Conjuntamente con la Dirección General, controlar y revisar los contratos laborales.
- Coadyuvar con la Dirección General en el establecimiento de planes, estrategias y políticas administrativas que contribuyan al cumplimiento de los objetivos del Canal.

A esta Subdirección pertenece la Unidad Técnica de Enlace, que debe servir como enlace administrativo entre la Subdirección General de Administración y Finanzas y las diferentes áreas que conforman el Canal 22, para apoyar en el suministro, aplicación, seguimiento y control de los recursos humanos, materiales y financieros, que se asignen a la producción y transmisión de programas.

Entre sus funciones están:

- Establecer contacto con las demás áreas del Canal 22 para efectuar y agilizar los trámites administrativos solicitados por la Subdirección General de Administración y Finanzas.
- Valorar las necesidades que requiere la producción de programas, así como el control de los gastos que se generen en la producción de los mismos, proporcionando a la Subdirección General de Administración y Finanzas informes que le permitan evaluar la toma de decisiones generadas por la producción y transmisión de programas.

En esta Subdirección está la Dirección de Administración, la cual planea, organiza, controla y dirige los sistemas y procedimientos tendientes a optimizar los recursos humanos y materiales asignados al Canal 22 y proporcionar los servicios generales, para alcanzar el mejor desempeño de Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

Algunas de las funciones que realiza el Director de Administración y su equipo son:

- Interpretar las normas legales que regulan los aspectos administrativos de la empresa.

- Supervisar que en las Condiciones Generales de Trabajo se incluyan cláusulas relativas a la capacitación y adiestramiento, así como las que convengan a los trabajadores y a la empresa, sin perjuicio de las establecidas en la normatividad laboral.
- Vigilar que se de cumplimiento a las normas que regulen las relaciones entre empresa y los trabajadores.

A esta Dirección se adscribe la Gerencia de Personal que tiene como objetivo administrar, coordinar y desarrollar los recursos humanos en forma oportuna, suficiente y eficaz, propiciando que las relaciones laborales se desenvuelvan en forma cordial, mediante el cumplimiento de lo establecido en la política laboral, en las Condiciones Generales de Trabajo y en la Ley Federal del Trabajo, para el beneficio y cumplimiento de los programas y metas de Canal 22.

Entre las funciones más destacadas del Gerente de Personal se encuentran:

- Verificar que se apliquen los descuentos en la nómina por concepto de cuota sindical y fondo de ahorro para el personal sindicalizado.
- Supervisar la aplicación del tabulador de sueldos autorizado por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.
- Supervisar el reporte de distribución de percepciones totales anuales del personal, junto con la memoria de cálculo de percepciones brutas netas.

A esta Gerencia le pertenecen, el Departamento de Nómina y Pago, que debe coordinar, controlar e instrumentar el sistema de elaboración de nómina del personal, mediante el registro y verificación de la aplicación de percepciones y deducciones de acuerdo a las condiciones generales de trabajo, para proporcionar oportuna y correctamente los ingresos del personal de Canal 22.

Y, el Departamento de Relaciones Laborales, cuyo objetivo es el de promover una adecuada selección, capacitación motivación e integración del personal que labora en el Canal 22, para lograr un óptimo desempeño, buscando ofrecer prestaciones y estímulos para el personal de Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

También, a la Dirección de Administración se adscribe la Gerencia de Recursos Materiales y Servicios Generales, que establece y desarrollan los programas de adquisiciones, arrendamientos, servicios y obras públicas, conservación y

mantenimientos de bienes, con el fin de optimizar recursos para el buen funcionamiento de Canal 22.

Entre las funciones que desempeña el Gerente de Recursos Materiales se encuentran:

- Verificar el suministro de bienes materiales y servicios a cada área del Canal 22.
- Contactar y negociar con proveedores y prestadores de servicio, descuentos y créditos para efectuar las compras del material y equipo necesarios.
- Supervisar el control de existencias, entradas y salidas de material y equipo.

A esta Gerencia pertenecen, el Departamento de Recursos Materiales y Adquisiciones, que debe satisfacer oportunamente las necesidades y requisiciones de material, mobiliario de Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

Y, el Departamento de Servicios Generales, el cual debe realizar las tareas de intendencia, vigilancia, fotocopiado, mantenimiento de instalaciones, mobiliario y equipo diverso, así como las de mantenimiento y servicio de transportes

De esta Subdirección, también se desprende la Dirección de Finanzas, cuyo objetivo es dirigir las políticas y acciones que permitan que el manejo de los recursos financieros de la entidad se realicen con el mayor esscrúpulo y transparencia.

Entre las funciones que se destacan del Director de Finanzas y de su equipo están:

- Integrar los programas y presupuestos financieros.
- Supervisar el manejo y operación de los recursos financieros de Televisión Metropolitana S.A. de C.V., para el aprovisionamiento óptimo y oportuno.
- Vigilar que se reciban oportunamente las ministraciones mensuales, de acuerdo a la calendarización del presupuesto autorizado.

A esta Dirección se adscribe la Gerencia de Presupuesto, que instrumenta la metodología interna para la formulación del Programa Operativo Anual y del anteproyecto del presupuesto anual de Televisión Metropolitana S.A. de C.V.; establece el seguimiento, control y evaluación del gasto a realizar y análisis del comportamiento presupuestal, para tramitar las adecuaciones necesarias al anteproyecto del presupuesto.

Entre las funciones del Gerente de Presupuesto y de su equipo se encuentran:

- Compilar y difundir entre las áreas de Canal 22 la normatividad vigente, así como las políticas y lineamientos internos sobre la elaboración del anteproyecto del presupuesto anual y del ejercicio presupuestal.
- Analizar, determinar e instrumentar las adecuaciones presupuestales y someterlas a la consideración de la Dirección de Finanzas.
- Coordinar la operación del Programa Operativo Anual y del anteproyecto del presupuesto anual de Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

La Gerencia de Presupuesto, tiene a su cargo el Departamento de Control Presupuestal, el cual mantiene los sistemas de control presupuestal actualizados a fin de conocer con oportunidad y veracidad el ejercicio del presupuesto y la disponibilidad del mismo.

Y, el Departamento de Control de Documentación, que mantiene los sistemas de control interno y presupuestal al día, para el óptimo manejo de documentos e información oportuna y veraz, y colabora en el manejo y operación transparente, suficiente y competente del flujo de efectivo y disposiciones de los saldos en bancos, inversiones a plazo fijo y fondos fijos de caja de Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

También en la Dirección de Finanzas, se encuentra la Gerencia de Contabilidad, la cual diseña e instrumenta el sistema de información contable y su traducción a su expresión presupuestal para proporcionar la información financiera y oportuna que respalde la toma de decisiones, y coordina, controla y supervisa el cumplimiento de las obligaciones y disposiciones fiscales en las operaciones comerciales y laborales de Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

Entre las funciones que realiza el Gerente de Contabilidad y su equipo están:

- Revisar, supervisar y coordinar los registros contables, tales como comprobantes de gastos y facturas por pagar.
- Controlar y sistematizar el archivo de las pólizas de diario, egresos e ingresos.
- Elaborar las pólizas de diario por facturas, pedidos y comisiones bancarias para la creación del pasivo correspondiente.

Paralelamente al trabajo que realizan las cuatro Subdirecciones, trabajan la Contraloría Interna y la Dirección de Asuntos Jurídicos.

La Contraloría Interna, dirige, organiza, instrumenta y coordina los sistemas de control y evaluación para apoyar 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, órganos, procedimientos y demás instrumentos de control y evaluación, que se apliquen y utilicen eficientemente por las áreas de Canal 22, atendiendo a las políticas del Director General y de acuerdo a las normas y lineamientos que emita la Secretaría de Contraloría General de la Federación.

Entre las funciones más destacadas que realiza el Contralor y su equipo están:

- Promover, asesorar y opinar sobre la emisión e instrumentación de normas y lineamientos adicionales que deben expedirlas áreas responsables de Canal 22, para dar cumplimiento a las obligaciones emitidas por las Dependencias Normativas o la Coordinadora sectorial.
- Vigilar que las operaciones se realicen con total apego a los programas, políticas, leyes, reglamentos y procedimientos a que se encuentren sujetos, atendiendo a lo dispuesto en las medidas de racionalidad, austeridad, disciplina presupuestal y de ahorro y estímulo a la productividad.
- Realizar la evaluación de la gestión del Canal 22 y promover la autoevaluación en el interior de cada una de las áreas que lo integran.

En la Contraloría Interna se encuentra la Dirección de Supervisión y Auditoría, la cual elabora y coordina 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.

Algunas de las funciones que realiza el Director de Supervisión y Auditoría son:

- Preparar y proponer el proceso de planeación de cada auditoría, precisando objetivos, auditores participantes y procedimientos.

- Supervisar la elaboración del estudio preliminar de las auditorías que se practican, verificando que se apege a las normas de auditoría.
- Enterar a las dependencias que correspondan lo relativo a la Dirección de Supervisión y Auditoría.

A esta Dirección se adscribe la Gerencia de Auditoría, que debe vigilar que se dé cumplimiento al Programa Anual de Control y Auditoría para promover el mejoramiento de gestión del Canal.

Algunas de las funciones del Gerente de Auditoría son:

- Coordinar la elaboración y llevar a cabo el estudio preliminar de cada auditoría asignada de acuerdo con los objetivos y procedimientos predeterminados.
- Realizar el examen y evaluación del sistema de control de los procedimientos que le corresponda revisar o supervisar de acuerdo con la metodología establecida por la Secretaría de la Contraloría General de la Federación.

De esta Gerencia Depende el Departamento de Auditoría, que tiene como objetivo cumplir con el programa Anual de Control y Auditorías para garantizar un aprovechamiento óptimo de los recursos de Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

Y, la Gerencia de Supervisión, que debe cumplir con el Programa de Control y Auditorías y supervisar que se dé el debido seguimiento y cumplimiento de las recomendaciones emanadas de las auditorías.

Entre las funciones más destacadas que desempeña el Gerente de Supervisión están:

- Llevar a cabo las auditorías de seguimiento para determinar el cumplimiento de las medidas acordadas, en las fechas comprometido con las áreas auditadas.
- Clasificar y asignar prioridades a cada una de las observaciones resultantes en las revisiones efectuadas, a fin de incorporarlas al banco de datos.

También de la Contraloría Interna, depende la Gerencia de Control y Evaluación, que certifica que la empresa implemente y opere razonablemente los sistemas y procedimientos de control que permitan garantizar el óptimo aprovechamiento de sus recursos, tanto humanos como financieros y materiales, para conseguir las metas y objetivos con los máximos grados de eficiencia, eficacia, efectividad y economía.

Y esta Gerencia, a su vez tiene a su cargo el Departamento de Control y Evaluación, que evalúa los programas operativos anuales y verifica que se fortalezcan los mecanismos e instrumentos de control de las áreas sustantivas, así como analizar los riesgos y recursos de la empresa, mediante instrumentos de medición que den la sustentación, interpretación y consumación de la evidencia que sirvan de soporte a las auditorías y evaluaciones.

Además, en la Contraloría Interna, existe un Departamento de Quejas y Denuncias que atiende y tramita 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, e instrumenta y vigila que los empleados, obligados a presentar su declaración patrimonial lo hagan oportunamente y de acuerdo a las normas que marca la Secretaría de la Contraloría General de la Federación.

Finalmente, está la Dirección de Asuntos Jurídicos, que tiene el objetivo de lograr la protección jurídica de los derechos morales y patrimoniales de Televisión Metropolitana S.A. de C.V. y promover el cumplimiento de todas las áreas que conforman Canal 22 de la normatividad que la rige y a que se sujeta su actuación.

Entre las funciones más destacadas que desempeña la Dirección se encuentran:

- 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.
- Brindar asesoría técnica legal a la Dirección General y Demás áreas de Canal 22 en materia civil, derechos de autor, laboral mercantil, penal y administrativa.
- 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.

4.3. Orden Financiero.

La primera vez que se discutió públicamente en torno al financiamiento del Canal 22 fue en la VI Reunión de Evaluación de los Sistemas Estatales de Radio y Televisión, que se llevó a cabo del 12 al 19 de mayo de 1992 en Oaxaca. En esta reunión estuvieron presentes los directores de 25 sistemas regionales y representantes del Consejo de Planeación y Políticas de Desarrollo de Canal 22, de RTC y del CNCA, además varios intelectuales, académicos y algunos funcionarios.

Sobre el financiamiento de Canal 22, José María Pérez Gay mencionó que el Canal se mantendría a través de subsidios, patrocinios, aportaciones de fundaciones y de la misma sociedad civil.¹⁰² Cabe mencionar que, Televisión Metropolitana podía optar por los patrocinios ya que en su carácter de televisora pública concesionaria, está facultada para comercializar su tiempo en pantalla.

Canal 22 inicia sus actividades con un préstamo por la cantidad de \$3,400 millones de pesos. El presupuesto de 1992 fue de \$32 mil millones de pesos, más una ampliación líquida de \$3,400 millones de pesos, igual al préstamo inicial. Por lo tanto el presupuesto para 1992 fue de \$35, 400 millones de pesos. Este presupuesto se recibió el 8 de diciembre de 1992 y el 31 del mismo mes se ejerció la cantidad de \$18,814 millones de pesos y se comprometieron \$12,045 millones de pesos, quedando un remanente de \$4,540 millones de pesos que para marzo de 1993 ya habían sido comprometidos. Para ejercer estas dos últimas cifras se llevaron al cabo una serie de trámites ante el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

El presupuesto para 1993 fue de 60 millones de nuevos pesos.

Al 31 de diciembre y conforme al Estado del Ejercicio del Presupuesto definitivo se registró un ejercicio presupuestal de \$59,349 660.06 que representa el 5.0% del gasto autorizado en el año. El 5.0% restante se refiere a gastos de operación.

¹⁰² VÁZQUEZ Correa, Jacaranda Op. cit. Págs. 83-84.

Hoy en día, el presupuesto con el que opera Canal 22, Televisión Metropolitana S.A. de C.V., proviene de la Secretaría de Educación Pública a través de Concejo Nacional para la Cultura y las Artes. Asimismo, por ser un canal concesionado, se permite comercializar la pantalla, y recibir recursos de los anunciantes, más las aportaciones de la Asociación Civil "Amigos del Canal 22"¹⁰³ (ya sea monetariamente u otorgando producciones o coproducciones).

La información oficial de presupuesto con el que trabaja esta dependencia del gobierno es de 198 millones de pesos anuales, más, como ya se había mencionado, anunciantes y aportaciones de asociaciones civiles.

La distribución que se hace del presupuesto que se le otorga a Canal 22 se puede encontrar detallada en los libros de gestión de esta institución; de manera general explica, en entrevista, un ejecutivo de este medio de comunicación:

"Canal 22 recibe un presupuesto anual de \$ 198 millones de pesos.

Un 56 % aproximadamente de este presupuesto se destina a programación, es decir, cubre los gastos de la producción propia, adquisiciones de producciones nacionales y del extranjero, acervos nacionales y coproducciones .

Aproximadamente, el 28% se destina al área de operación, es decir sueldos de personal y derechos de conducción de la señal. Se considera necesario acotar que Canal 22 trabaja con una nómina de 280 empleados.

Y, finalmente un 16% se utiliza para la renovación, compostura y de mantenimiento del equipo técnico y el mobiliario."¹⁰⁴

En materia de registro contable las actividades se concentraron en cubrir dos grandes líneas de acción. La primera, preparar anualmente los documentos y soportes que sustenten los Estados Contables del canal. La segunda, efectuar un registro contable de los ingresos y gastos de la institución.

En el último año, se realizaron tres auditorías conforme al Programa Anual de Control y Auditoría aprobado por la Secretaría de la Contraloría General de la Federación. Las sugerencias apuntadas han sido atendidas y las observaciones

¹⁰³ Vid. Supra.

¹⁰⁴ Entrevista al Lic. Eduardo E. Ramírez Vega, Coordinador de Proyectos Especiales de Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Canal 22. Jueves 26 de noviembre de 1998.

relevantes reportadas a la Secretaría, conforme al programa de cierre de la anterior Administración.

4.3.1. Comercialización y Patrocinios.

Desde los primeros años de vida de Canal 22 ha venido desarrollando la estrategia de efectuar acercamientos directos con los anunciantes, sin descuidar las agencias de publicidad, ofreciendo siempre información general sobre esta emisora y datos complementarios resultado de la respuesta del público a las transmisiones, reflejadas en encuestas y participaciones vía telefónica o internet.

Canal 22 ha visitado a más de 140 empresas como posibles prospectos de anunciantes, así como a más de 35 Agencias de Publicidad. Al día de hoy los anunciantes con los que cuenta Canal 22 son Banamex, Bacardí y Compañía, BBVBancomer, Cigatam, TELMEX, PEMEX, Lotería Nacional y Estafeta, por mencionar algunos.

Y se establecieron intercambios publicitarios con los siguientes medios: Excélsior, Financiero, Macrópolis, El Nacional, La Jornada, Reforma, Novedades, El Universal, El Sol de México, revista Tiempo Libre y Aereopuerto.

Como parte de la estrategia de comercialización se desarrolló un proyecto para poner a la venta, con la participación de C.N.C.A., una colección de video-cassettes con programas con temas sobresalientes de la cultura nacional, que ya hallan sido transmitidos por Canal 22. Se tiene pensado utilizar para la venta, los espacios que posee CONACUTA, las tiendas Sanborn's, Librerías de Cristal, Librería Gandhi e incorporar a los Videoclubes y otras empresas del ramo turístico y cultural.

Los patrocinios que recibe Canal 22 provienen de la Asociación Civil "Amigos del Canal 22" esta Asociación tiene como base un Fondo Nacional para la Cultura y las Artes, donde se reciben donativos de personas físicas, morales, instituciones y países que desean colaborar económicamente y con producciones con Canal 22.

4.4. Producciones.

“Esta nueva televisión pública –anotaba el documento de planeación- ha de ser receptiva a las diversas propuestas televisivas y videográficas. No se trata de hacer de la difusión el único modelo por seguir, sino aceptar el riesgo y la invención que den lugar a la capacidad de experimentación y a la innovación televisiva, de tal manera que Canal 22 sea un promotor de la producción de los más diversos grupos de la sociedad. Por todo ello resulta imperativo fomentar el trabajo de los realizadores independientes y los centros de producción televisivos y videográficos.”

Con este criterio como base, Televisión Metropolitana S.A. de C.V. se propuso que los programas y series producidos por la televisora, tuvieran como premisa difundir el arte, la ciencia y la cultura del mundo y apoyar las nuevas producciones nacionales que ponen de relieve la riqueza de las expresiones culturales mexicanas.

En 1993 Canal 22 recibió más de 200 proyectos nacionales para arrancar formalmente su producción, de los cuales se realizaron nueve, cada uno en series de 13 programas de media hora de duración que 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 mantiene hasta la fecha.

Asimismo, las producciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA): *Divagarte*, *Encuentros y Desencuentros*, *Los Caminos de lo Sagrado*, *Águila o Rock* y *Hacia la Tercera Bienal de Video*, contribuyeron también para enriquecer, en sus inicios, la programación de Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

El Comité de Programación de Canal 22 (una instancia integrada por diversos directivos de la misma empresa, en respuesta también a lo propuesto como modelo ideal por el primer Consejo de Planeación) decidió apoyar producciones y coproducciones que, en cuanto a contenido, costo y realización, fuesen una oportunidad de difundir, de una forma sencilla, creativa y amena, la cultura y las artes.

Entre las producciones propias que hoy ofrece Televisión Metropolitana S.A. de C.V. están: El Noticiero 9:30, noticiero cultural que se transmite desde que el Canal salió al aire, de lunes a viernes.

Otra producción propia es el programa *Échale un lente*, apoyando a la barra infantil de esta emisora.

También se ha seguido la labor de doblaje y subtítulaje realizándose a la fecha más de 100 mil horas de servicios en los rubros de producción y postproducción.

Hoy en día el 50% del tiempo de transmisión corresponde a producción propia incluyendo la producción de cápsulas, mensajes y anuncios, cartelera diaria, autopromocionales, promocionales específicos y cortinillas.

En el ámbito internacional, Canal 22 realizó varias coproducciones con RM, tales como las óperas *Turandot* y *Capriccio*, la serie *The Sorrow of Belgium*, *Kaguyahime* de Jiri Kylian, *El camino de Santiago*, el documental *Das Bauhaus*, dentro de la serie *Masterworks*, los capítulos dedicados a cinco muralistas y cinco pintores mexicanos. En estas coproducciones participó el canal cultural europeo Arte, la BBC, France 3, Channel 4, televisión Española y Arts & Entertainment.

De lo anterior, José María Pérez Gay, Director General de Canal 22, explica en una entrevista para el periódico *La Jornada*: "Al principio, la programación internacional era la columna vertebral del canal, pero en la medida en que renovamos e impusimos un nuevo sistema de transmisión vía satélite, nuestros parámetros de producción y nuestra perspectiva de lo que era el canal cambió. Así, al paso de los años la programación se vio equilibrada con un aumento en la producción nacional."¹⁰⁵ No obstante, los programas internacionales tienen todavía un peso decisivo en la emisora, resultado del propósito que desde el principio tuvo el Canal para adquirir lo mejor de la programación internacional televisiva en materia cultural: producciones de Inglaterra, Francia, España, Italia, de la televisión pública estadounidense y del franco-germano Canal Arte, y, menciona Pérez Gay, "algo muy importante: descubrimos lo que es la televisión cultural sudamericana. Por ejemplo: la telenovela *Agosto*, basada en la novela de Rubén Fonseca, que tuvo para nuestros records y para

¹⁰⁵ GARCÍA Hernández. "Una invención". *La Jornada*. 4 de octubre de 1997.

nuestros ratings bastante éxito. Creo que Agosto abrió la posibilidad de hacer un nuevo tipo de telenovela en México.”¹⁰⁶

Las producciones que Canal 22 realiza o compra deben “contribuir –declara el Director del Canal- a imponer una programación cultural que sea a la vez divertida, interesante y que no sólo se dirija a las personas cuya cultura queda fuera de toda sospecha, sino también a quienes, aunque no estén tan informados, encuentren diversión, interés y yo diría que hasta pasión por cierto tipo de programas.”¹⁰⁷

Televisión Metropolitana empezó a transmitir con una producción nacional del 20%, hoy tiene el 48% de programación nacional y 52 % de internacional.

De las producciones que han contribuido, por su calidad, a prestigiar a Canal 22, Pérez Gay, señala el documental *Eisenstein en México*, de Alejandra Islas, y *Luz de la memoria*, una serie conformada por programas sobre escritores mexicanos, filmados y grabados por Julio Pliego a lo largo de más de 20 años. Uno de ellos es sobre Juan Rulfo e incluye la única película que hizo el autor de *El llano en llamas*. A la lista de aciertos de Canal 22, su director añade *Poeta en Nueva York*, un programa para celebrar los 80 años del Premio Nobel de Literatura mexicano, Octavio Paz.¹⁰⁸

Los programas producidos por Canal 22 que se consideran substanciales, ya que forman parte del catálogo de producciones que se muestra a los posibles compradores de tiempo aire, son:

¹⁰⁶ Idem.

¹⁰⁷ Idem.

¹⁰⁸ Idem.

Galeria Plástica, programa sobre el arte mexicano contemporáneo. Presenta a los artistas que dan a conocer su obra e inquietudes; fomenta la discusión y la polémica sobre las funciones del arte en nuestra sociedad.

La serie consta de 87 programas de 30 minutos cada uno:

1. Germán Venegas.
2. Estrella Carmona.
3. Patricia soriano (Alas y Espinas).
4. Manuel Centeno.
5. Imágenes encontradas (José Castro Leñero).
6. De tunas sangrantes (Eloy Tarcisio).
7. Falsos.
8. Carla Rippey.
9. Gustavo Pérez.
10. Irma Palacios
11. Roberto Parodi.
12. Oscar Ratto.
13. Performance.
14. Indigestión plástica (Grupo Azcapotzalco).
15. Sueños de óleo y barro (Jorge y Javier Marín)
16. Francisco Castro Leñero.
17. Gabriel Macotela (Travesía de suma a Babel).
18. Nahum Zenil (En lo que muero).
19. Magali Lara (Del verbo pintar).
20. Luciano Spano.
21. Tempestad y socioego.
22. Kiyoto Ota.
23. Yolanda andrade y Elena Villaseñor (estructura y caos).
24. Graciela Iturbide (Ver y Revelar).
25. Taller de grabado (Julio Ruelas).
26. La configuración de México (Resumen 1).
27. Cerámica, escultura, fotografía.
28. Performance, grupos, artistas.
29. Entre el abstraccionismo y el realismo.
30. Antonio López Saenz: Memoria de mar.
31. Rafael Cuadro (Perversión y mentira).
32. Jesús Mayagoitia (Imaginación Geométrica).
33. Arturo Rivera (Construcción de la destrucción).
34. De papel, tintas y prensa.
35. Jazzamoart: Farándula de la vida
36. Rogelio Cuéllar (Trazos ópticos).
37. Expresionismos de Eduardo Cohen.
38. La Quiñonera.
39. Pablo Rulfo (Un diálogo con el tiempo).
40. La seducción de la línea.
41. Remedios Varo (Un viaje interior).
42. Manuel Marín (Arte por entrega).
43. Fernando Leal (Palabras y pinceles)
44. Temistocles (Instalaciones).
45. A propósito de Francisco Zúñiga (Especial).
46. Marco Antonio Pacheco (Testimonios de luz).
47. Miguel Ángel González: Escultor.
48. Alberto Castro Leñero: Puras figuraciones.
49. José Antonio Hernández "Vuelta al mar".
50. Enrique Guzmán: La muerte no existe.
51. Philip Bragar: Una aventura de color.
52. Antonio Nava: Piedra y agua.
53. Retrato de Lourdes Almcida.
54. Aarón Cruz: La riqueza del gris.
55. Luis Miguel Quezada: Fuera de casa.
56. Fernando del Mar (Cinta azul).
57. Gustavo Prado y Aurora Boreal.
58. Mario Rangel, La huella minuciosa.
59. Laura Anderson Barbata: La piel de la tierra.
60. Jorge Yaspik: La voluntad de la tierra.
61. Netzahualcóyotl Galván y Juan Manuel Salazar "Maestros de la ENAP".
62. Pablo Ortiz Monasterio: Puesta en página.
63. Daniel Manzano: Sueños de metal.
64. Boris Viskin: Rebotes.
65. Rodolfo Nieto: El acto de pintar.
66. Beatriz Esban: Color y transparencia.
67. Rodolfo Zanabria: Cerro de luz.
68. Saúl Kaminer.
69. Héctor García.
70. Victor Flores Olea: Grafitti..
71. Xavier Esqueda: El santo de la montaña.
72. Mario Martín del Campo: Festín de alebrijes.
73. Aníbal Angulo.
74. Gilda Castillo:Árbol con carretera roja.
75. Mariano Villalobos: espacios vacíos.
76. Jesús Urbieta: Chu Huini
77. Marcos Kurtykz: Serpientes.
78. Mónica Mayer: En cas de la Tía Anita.
79. Irma Grizá: El pretexto es la pintura.
80. Sebastián: Alquimista del espacio (Parte 1).
81. Sebastián: Alquimista del espacio (Parte 2).
82. Francisco Mora: Lo mejor de mí.
83. Jorge Vértiz, naturaleza fotográfica.
84. Mariana Yampolsky.
85. Martha Orozco: Los mensajeros de la alegría.
86. Gustavo Acéves: Piel en fragmentos.
87. Arnaldo Cohen: Luz en el prisma.

Universos Privados, este programa contempla los problemas de México desde un punto de vista de las diversas áreas del conocimiento y de la cultura, donde éstas se interrelacionan.

Una mirada crítica, no por ello desprovista de humor, a través de la opinión de investigadores, intelectuales y artistas mexicanos, la historia de la ciencia y la sociedad mexicana.

La serie consta de 62 programas de 30 minutos cada uno.

1. Ciencia y crítica.
2. Ser científico en México.
3. Ciencia y música.
4. El rompecabezas mesoamericano.
5. Naturaleza y agricultura en Mesoamérica.
6. El alimento divino (Cuerpo Humano).
7. La serpiente encantada.
8. La invención de América.
9. La mutua iluminación.
10. Raíces que se bifurcan.
11. La ciencia y el conquistador.
12. Tu Chita, Yo Tarzán.
13. La utopía franciscana en América.
14. Aristóteles y el Nuevo Mundo.
15. Márgenes imaginarios.
16. El lugar que no existe.
17. El camino de la plata.
18. Apuntes sobre la inquisición de América.
19. La música de las esferas.
20. El Barroco novohispano.
21. La invención criolla de México.
22. La ciencia en el paraíso terrenal (Parte 1 y 2).
23. La ilustración a la española.
24. El México de Humboldt.
25. La historia del continente degradado.
26. La humanidad es una (Parte 1 y 2).
27. La construcción del gozo (Parte 1, 2 y 3).
28. La ciencia en la Independencia.
29. México imaginario.
30. El dulce despotismo de la razón.
31. La ciencia que forjó una patria (Parte 1, 2 y 3).
32. Dios nunca muere.
33. El paso de los años (Parte 1, 2 y 3).
34. Amor, orden y progreso.
35. Libertad, orden y progreso.
36. Amor, orden y progreso (Darwinismo).
37. El espejismo del progreso.
38. Luz de ida y vuelta (Parte 1, 2, 3 y 4).
39. El tránsito de Venus por el disco del Sol.
40. La ciencia más joven (Parte 1 y 2).
41. La invención de América (Parte 1/ Nueva versión).
42. La invención de América (Parte 2/ Nueva versión).
43. La conquista de las imágenes (Parte 1).
44. La reconquista de las imágenes.
45. La Toltecáyotl (Parte 1 y 2).
46. Historia de los viajeros de México.
47. Historia de los viajeros de México (Parte 2).
48. Los viajeros en el tiempo (Parte 3).
49. Arte plumaria.

La serie *Presencia de la Arquitectura en México*, representa un recorrido por la obra de los más importantes arquitectos de nuestro país.

Describe sus proyectos y emprende un análisis sobre la estructura y características de la arquitectura mexicana.

Serie de 26 programas de 30 minutos cada uno.

1. Jaime Ortíz Lajous.
2. Alfredo Mancera.
3. Francisco Serrano.
4. Mario Shjentan.
5. Manuel Larrosa.
6. Teodoro González de León.
7. Ernesto Alba.
8. Vladimir Kaspé
9. Carlos Mijares.
10. Ricardo Legorreta.
11. Agustín Hernández.
12. Fernando González Gortázar.
13. Abraham Zabludovsky.
14. Espacios Públicos.
15. La arquitectura intramuros.
16. La magia de la arquitectura.
17. Proyecto San Ángel.
18. Rescate y restauración de la colonia Roma.
19. Xochimilco.
20. El metro de la ciudad de México.
21. El tiempo.
22. La arquitectura y sus símbolos.
23. Francisco Serrano.
24. La Ciudad Universitaria.
25. Parques plazas y jardines.
26. La arquitectura y el espíritu.

Tratos y retratos, serie donde Silvia Lemus entrevista a las principales figuras del mundo intelectual, artístico, político y científico de nuestra época.

Este programa se convierte en un excelente panorama de las ideas y actos transformadores de este fin de siglo.

La serie consta de 196 programas de 30 minutos cada uno.

1. Gabriel García Márquez.
2. Susan Sontag.
3. Derek Walcott (Parte 1 y 2).
4. David Brading.
5. Julián Barnes.
6. Mario Benedetti.
7. Hugh Thomas.
8. Luis Rafael Sánchez.
9. Alfredo Bryce Echenique.
10. Julián Ríos.
11. Harold Pinter.
12. Augusto Roa Bastos (Parte 1 y 2).
13. Juan Luis Cristóbal.
14. Luisa Valenzuela.
15. Robert Redford.
16. Oliver Stone.
17. Adolfo Marsillach (Parte 1 y 2).
18. Oscar Arias, expresidente de Costa Rica (Parte 1 y 2).
19. Antonio Saura (Parte 1 y 2).
20. Pedro Almodóvar, cineasta español.
21. Juan Goytisolo.
22. Maria Luisa Bemberg.
23. Gilles Fuchs, Director de la casa Nina Ricci.
24. José Donoso, mNovelista Chileno (Parte 1 y 2).
25. Günther Grass (Parte 1 y 2).
26. Enrique González Pedrero, político mexicano (Parte 1, 2, 3 y 4).
27. Jean Daniels
28. Vladimir Cruz y Jorge Perugorria.
29. Laura Esquivel, escritora mexicana.
30. Tom Wiker.
31. Werner Herzog, director de cine alemán.
32. Alvin Toffler, futurólogo norteamericano.
33. Brian Nissen, pintor y escultor inglés.
34. Toni Morrison (Parte 1 y 2).
35. Arturo Ripstein, cineasta mexicano (Parte 1 y 2).
36. Tomas Eloy Martínez (Parte 1 y 2).
37. Jorge Amado, novelista brasileño (Parte 1 y 2).
38. Carlos Saura (Parte 1 y 2).
39. Terenci Moix.
40. Amado Morales, pintor nicaragüense (Parte 1 y 2).
41. Ariel Dorfman (Parte 1 y 2).
42. Emilio García Riera, crítico de cine (Parte 1, 2 y 3).
43. Carmen Boullosa.
44. Juan Villoro, escritor mexicano (Parte 1 y 2).
45. Antonio Seguí.
46. Jacobo Borges, pintor venezolano (Parte 1 y 2).
47. Sergio de Castro, pintor argentino.
48. Antonio Muñoz Molina, escritor español (Parte 1 y 2).
49. Ben Okri, escritor nigeriano (Parte 1 y 2).
50. Arturo Pérez Reverte (Parte 1 y 2).
51. Elena Poniatowska (Parte 1 y 2).
52. Ángeles Mastreta (Parte 1 y 2).
53. José Luis Cuevas, pintor mexicano (Parte 1 y 2).
54. Jorge Semprún.
55. Dr. Etienne Baulieu.
56. Juan José Millás (Parte 1 y 2).
57. Kazuo Ishiguro, (Parte 1 y 2).
58. Eric Hobsbawm (Parte 1 y 2).
59. Javier Marías, escritor español (Parte 1 y 2).
60. Adriano González de León, escritor venezolano (Parte 1 y 2).
61. Camilo José Cela, escritor español (Parte 1 y 2).
62. Salman Rushdie, escritor indú (Parte 1, 2 y 3).
63. Carlos Andrés Pérez, ex-presidente venezolano (Parte 1, 2 y 3).
64. Arthur Miller (Parte 1 y 2).
65. Alvaro Mutis (Parte 1 y 2).
66. Cristina Kukulcaba.
67. Carlos Monsivais, escritor mexicano (Parte 1, 2 y 3).
68. Augusto Monterroso (Parte 1, 2 y 3).
69. Guadalupe Loaeza (Parte 1, 2 y 3).
70. Fernando del Paso (Parte 1, 2 y 3).
71. Jacques Lafaye (Parte 1 y 2).
72. Julieta Campos (Parte 1 y 2).
73. Juan Soriano (Parte 1, 2 y 3).
74. Paul Kennedy (Parte 1 y 2).
75. Walter Reuter (Parte 1 y 2).
76. Arthur Schlesinger Jr. (Parte 1 y 2).
77. Tomás Eloy Martínez: una nueva conversación (Parte 1 y 2).
78. Roland Harwood (Parte 1 y 2).
79. Mario Benedetti: una nueva conversación (Parte 1 y 2).
80. Anthony Quinn (Parte 1, 2 y 3).
81. Edna Obrien (Parte 1 y 2).
82. Especial de año nuevo (Parte 1 y 2).
83. Francisco Umbral (Parte 1 y 2).
84. Henry Kissinger (Parte 1, 2 y 3).
85. Joaquín Villalobos (Parte 1, 2 y 3).
86. Jean Moreau (Parte 1 y 2).
87. Sergio Ramírez (Parte 1, 2, 3 y 4).
88. Margo Glantz (Parte 1 y 2).
89. Carlos Montemayor (Parte 1 y 2).
90. Isabel Allende (Parte 1 y 2).
91. Felipe González ex-presidente de España (Parte 1 y 2).
92. Antonio Banderas, actor español (Parte 1 y 2).
93. Mia Farrow, actriz norteamericana (Parte 1 y 2).
94. Katharine Graham propietaria del Washington Post (Parte 1 y 2).
95. Peter Greenaway, cineasta inglés (Parte 1 y 2).
96. Oscar Arias, Premio Nobel de la Paz
97. Salvador Elizondo, escritor mexicano (Parte 1 y 2).
98. Barbara Jacobs, escritora mexicana (Parte 1 y 2).
99. Nélida Piñón, escritora brasileña (Parte 1 y 2).
100. Oscar Niemeyer
101. José Saramago (Parte 1, 2 y 3).
102. Juan Goytisolo: una nueva conversación (Parte 1, 2 y 3).
103. Pedro Armendariz, actor mexican (Parte 1, 2 y 3).
104. Jorge Castañeda (Parte 1 y 2).
105. Héctor Aguilar Camín..

Visitaciones, es un encuentro con poetas, escritores dramaturgos, escenógrafos, pintores, escultores, periodistas y grandes personajes de nuestra cultura.

La serie consta de 27 programas de 30 minutos cada uno.

1. Ayúdame a mirar. Eduardo Galeano
2. Noticias de la memoria. Fernando del Paso.
3. La belleza convulsiva. Alberto Gironella.
4. Álvaro Mutis. (Parte 1 y 2).
5. Rigoberta Menchú: Día sereno.
6. José Agustín Edades desiertas.
7. Carlos Monsiváis: con límite de espacio sin límite de tiempo (Parte 1 y 2).
8. Roger Von Gunten.
9. Juan José Gurrola, billar a las 13
10. Alejandro Luna, Navegación por el escenario.
11. Eduardo Lizalde, El tigre por el palacio.
12. Federico Silva. Marcas en el tiempo.
13. Juan Soriano. Fe en la evocación.
14. Sergio Pitó.
15. Vlady – Pintor. La búsqueda de la inocencia.
16. Eraclio Zepeda. Las vidas de cuentero.
17. Hugo Argüelles: Dramaturgo.
18. Gilberto Acéves Navarro. Construcción de lo vivo.
19. Carlos Montemayor. Aquí y ahora.
20. Emilio Carballido: Humana arquitectura.
21. Enrique Alonso. El velo ignorado.
22. Jaime García Terrés. Alquimia poética.
23. Raúl Anguiano: Pintor. "La boda".
24. Edmundo O'Gorman: La invención del pasado.
25. Al encuentro de Tongolele.

Jornadas con Fernando Benítez, en el universo de Fernando Benítez, paisaje, hombre y cultura, forman una sola expresión. Fernando Benítez, historiador periodista y connotado intelectual mexicano, aborda el tema de la historia pasada y presente de México.

Desde las culturas mesoamericanas la conquista militar española, el desarrollo de la evangelización y la figura de Moctezuma hasta los valles, las montañas y los grandes arenales donde desembarcaron los primeros conquistadores, Fernando Benítez realiza una búsqueda por los estados más profundos de la conciencia natural y encuentra dos elementos sustanciales: el mestizaje y el arte barroco.

Esta serie está formada de 5 programas de 30 minutos cada uno.

1. Los sabores del paisaje.
2. Encuentros y contradicciones.
3. Pasado de piedra y barro.
4. El acero y la cruz.
5. Encuentro con las profecías.

Miradas sobre México, serie dedicada a aquellos artistas y personajes extranjeros a los que su estancia en México marcó con una huella indeleble que influiría para siempre en sus vidas y en sus obras. Se recrean algunos pasajes de sus vidas utilizando elementos testimoniales y narrativos.

Serie de 13 programas de 30 minutos cada uno.

1. Edward Weston.
2. Tina Modotti (Parte 1 y 2).
3. Paul Westheim.
4. Paul Strand.
5. Aldous Huxley
6. Edward James
7. Pablo O'Higgins
8. Malcom Lowry (Parte 1 y 2).
9. Remedios Varo.
10. Wolfgang Paalen.
11. William Spratling.

Los que hacen nuestro cine, programa donde se demuestra la valoración del producto cinematográfico como manifestación importante de nuestra cultura popular.

Los personajes y los procesos creativos y económicos de las series cinematográficas mexicanas más relevantes, y los creadores de nuestra cinematografía como Paul Leduc, Arturo Ripstein, Felipe Cazals, entre otros.

La serie consta de 64 programas de 30 minutos cada uno.

1. Nocaut (Knock out).
2. Se inicia una década.
3. Deveras me atrapaste.
4. La vispera
5. Por la sierra de Durango.
6. Una propuesta experimental.
7. La producción de 1984.
8. El imperio de la fortuna (Parte 1 y 2).
9. De irreverencias, humor y otros extremos.
10. Tercer concurso de cine experimental (Parte 1 y 2).
11. Frida, naturaleza viva.
12. Una nueva generación.
13. Un punto de vista femenino.
14. Goitia (Parte 1 y 2).
15. Otro punto de vista femenino (Parte 1 y 2).
16. De ídolos y superhéroes.
17. Pueblo de madera (Parte 1 y 2).
18. Bandidos.
19. Anoche soñé contigo.
20. El bulto.
21. ¡Ey familia! ¡danzón dedicado a...!
22. Cabeza de Vaca (Parte 1 y 2).
23. La producción de 1986.
24. La trilogía del poder (Parte 1, 2 y 3).
25. Un acercamiento al mundo rulfiano
26. El secreto de Romelia.
27. Una coproducción internacional.
28. Mentiras piadosas (Parte 1 y 2).
29. Rojo amanecer.
30. Retorno a Aztlán.
31. La mujer de Benjamin (Parte 1 y 2).
32. Serpientes y escaleras
33. Ciudad de ciegos.
34. La tarea.
35. Mi querido Tom Mix
36. Ángel de fuego.
37. Jaime Humberto Hermosillo; un director experimental.
38. Dos ejemplos de producción independiente.
39. Mirooslava (Parte 1 y 2).
40. Sólo con tu pareja.
41. Cronos.
42. Principio y fin (Parte 1 y 2).
43. Arturo Ripstein: su estilo de dirección.
44. Novia que te vea
45. Desiertos mares.
46. En medio de la nada.
47. Hasta morir (Parte 1 y 2).
48. Lolo.
49. Bienvenido welcome.
50. En el aire.
51. El callejón de los milagros (Parte 1 y 2).
52. Dos crímenes.

Mujeres que trabajan es una serie donde la mujer trabajadora es la protagonista. Columna vertebral para cada programa con sus testimonios ellas nos cuentan como aman su trabajo y vemos como, con actitud apasionada lo defienden, todo esto sin dejar de lado el trabajo que también hacen en sus hogares para sus familiares.

Se han elegido varias profesiones: enfermeras, voceadoras, artistas de circo, empresarias, maestras científicas, mujeres en la lucha libre, etc.

Es una serie de 22 programas de 30 minutos cada uno.

1. Como maestras de primaria.
2. En el circo.
3. Como científicas.
4. Como voceadoras.
5. En la lucha libre.
6. Como enfermeras.
7. Como empresarias.
8. Como astrólogas.
9. Como cultoras de belleza.
10. Como boxeadoras.
11. Como cantantes de cabaret.
12. Como reporteras.
13. Como fotógrafas.
14. Como diseñadoras de moda.
15. En la lucha contra el SIDA.
16. En la ópera.
17. Con personas con problemas de lenguaje.
18. Como costureras.
19. Como trabajadoras sociales.
20. Como ecologistas.
21. Como meseras.
22. Como bailarinas sexuales.

La madriguera del conocimiento es una divertida serie para niños que gira en torno a las aventuras de tres cómicos y carismáticos fantasmas que habitan en un cementerio, y de un topo sabio, extraordinario y sensato que vive en su madriguera.

Ulrick es un impaciente y rebelde vikingo, Vázquez es un prepotente revolucionario mexicano y Velázquez el conquistador, es un guerrero español muy autoritario, y don Torpo, quien no es un fantasma y que es un verdadero sabio.

Desde su madriguera o fuera de ella, don Torpo instruye, orienta, ayuda y trata de poner en orden el permanente caos que crean los tres fantasmas en su contacto con los vivos. Los personajes son títeres "Bocones" de tamaño humano que se mezclan en algunos casos con actores.

La serie nos ilustra sobre el comportamiento humano y la convivencia social; sobre lo absurdo que puede resultar interrelacionar inadecuadamente tres puntos de vista distintos. Vemos lo inapropiado, lo negativo y lo nada provechoso que es actuar con impulsividad, egoísmo y cerrazón de criterio.

Eisenstein en México, son una serie de documentales coproducidos con IMCINE sobre la presencia del cineasta ruso en México.

La doble influencia de la cultura mexicana en su obra y de ésta en el arte mexicano.

Serie de 3 programas de 30 minutos cada uno.

1.- El círculo eterno: Eisenstein en México (Parte 1 y 2).

Diálogos sobre medio ambiente, dado que, hoy en día, nadie duda de la importancia que incluso en un nivel personal conlleva el conocimiento del deterioro ambiental generado por el ser humano a lo largo de siglos, la sobrepoblación, el agotamiento y la contaminación de los recursos naturales son sólo algunos de los puntos de preocupación en la sociedad civil. En esta serie conducida por Dr. Iván Restrepo, se abordan las causas y los efectos que las diversas formas de contaminación han generado en nuestro país.

Serie de 15 programas de 60 minutos cada uno.

1. El agua
2. Biodiversidad
3. Bosques y selvas
4. Grandes ciudades
5. Desastres ambientales
6. Plaguicidas
7. Cuencas hidrológicas.
8. Zonas costeras
9. Zonas áridas y semiáridas.
10. Basura
11. Fronteras nacionales.
12. Áreas naturales protegidas.
13. Residuos peligrosos.
14. Contaminación industrial.
15. Derechos humanos y medio ambiente.

Luz de la memoria, es una serie que rescata del archivo filmico de Julio Pliego, material inédito sobre la cultura en México y sus personajes durante el siglo XX.

Una serie de 32 programas de 30 minutos cada uno.

1. El cinematógrafo, mito y memoria.
2. Silvestre Revueltas, con la música en las venas.
3. Julio Cortázar en México.
4. Eduardo Mata, creador de músicos y de públicos para la música.
5. Toros y toreros (Parte 1 y 2).
6. Juan Rulfo.
7. Bruno Traven.
8. Emilio "Indio" Fernández.
9. Alejandro Galindo.
10. Carlos Chávez, una entrevista con disonancia.
11. Toreros de los cincuenta.
12. Toreros públicos, públicos privados.
13. Jacques Loussier (Parte 1 y 2).
14. Agustín Lara: el bolero, nuestra educación sentimental.
15. Louis Armstrong, memoria de un mito.
16. Los sesenta antes de México '68 (Parte 1, 2, 3, 4 y 5).
17. México '68.
18. Saint Exupery y El Principito.
19. Tenancingo: un pueblo, un pintor.
20. Erase el medio del siglo, con trémulas angustias musicales.
21. La publicidad en aquellos años.
22. Rojo.
23. Héctor Xavier
24. Tres pintores entre sí.
25. Norte y sur en la pintura.
26. El blues en tiempos originales.

Miguel Cobarrubias (1904 – 1957), Serie que presenta la vida de Miguel, el “Chamaco” Covarrubias, que fue un hombre de gran cultura, entusiasta de tiempo completo ante lo desconocido; su gran don fue la curiosidad. Perteneciente a la época conocida como el Renacimiento mexicano, pintor, escenógrafo, caricaturista, promotor de la antropología y la arqueología modernas en México, Covarrubias se muestra aquí de cuerpo entero con amplio muestrario de su obra y los testimonios de quienes lo conocieron.

Serie de cuatro programas de 57 minutos.

1. Especial Miguel Cobarrubias.
2. Un mexicano en Nueva York.
3. La formación de un antropólogo.
4. El oficio de un maestro.

El asesino no es el mayordomo, divertida producción infantil que narra las aventuras de un despistado detective dedicado a resolver un confuso crimen en el seno de una acaudalada familia. Aún cuando los hechos muestran lo contrario, con excepción del mayordomo, todos los personajes resultan sospechosos y el móvil de asesino gira alrededor de una cuantiosa herencia.

Serie de 6 programas de 30 minutos.

1. El gran misterio.
2. Los hechos.
3. El asesino
4. El caso avanza.
5. La sospecha.
6. La conclusión.

El universo de cabeza, muestra las aventuras poco comunes de Paco Constante en el mundo de "Cabeza", un universo poblado de personajes que encarnan rasgos positivos y negativos de la personalidad humana; entre otros, prepotencia, prejuicio, inconformidad, perfección, pesimismo y optimismo.

En este mundo, poblado por héroes y villanos, Paco deberá elegir con cuidado su manera de vivir para evitar la mediocridad y crecer como ser humano. Para ello contará con el apoyo permanente de su abuelo Don Sergis, un simpático psicoanalista y del extraño personaje de Don Locus.

Serie de 19 programas de 30 minutos.

1. El principio de universo.
2. La puerta hacia la cabeza.
3. El efecto de la decisión.
4. Don Locus y el equilibrio.
5. La importancia del objetivo.
6. La teoría de Caperucita Roja.
7. El sueño imposible.
8. La cuestión del tiempo.
9. La encrucijada.
10. El ganador perdedor.
11. Los peldaños de la escalera.
12. El reto por vencer.
13. Creatividad.
14. Mi primer trabajo.
15. Paco el vengador.
16. La misión del universo.
17. La historia se repite.
18. El análisis del universo
19. El fin del universo.

La materia de los sueños, pretende un acercamiento a las imágenes y los conceptos que ofrecen la literatura fantástica, la ciencia ficción y la cinematografía, la historia de la ciencia y las ideas científicas.

La serie pretende introducir al público infantil al universo científico, tomando la fantasía como fuente generadora de ideas míticas que no pocas veces coinciden con esta disciplina.

Serie de 26 programas de 30 minutos cada uno.

1. La imaginación y la ciencia.
2. La búsqueda del paraíso.
3. La predicción del futuro.
4. Perspectiva.
5. Las ciudades del pasado.
6. Las ciudades de la razón.
7. Estar en caos.
8. La amenaza de los científicos imaginarios.
9. El misterio (Parte 1 y 2).
10. La destrucción del mundo (Parte 1, 2 y 3).
11. La edad y el fin de la tierra (Parte 1 y 2).
12. La historia de la evolución (Parte 1, 2, 3 y 4).
13. La revolución darwinista.
14. Las leyes del pensamiento.
15. Las paradojas.
16. La lógica difusa.
17. El hombre máquina.
18. La máquina contra el hombre.
19. La máquina pensante.

Los días que conmovieron a México, es un recorrido por los sucesos que cimbraron la memoria colectiva de la historia reciente de la nación mexicana y todavía conservan voz propia para contarla a través de sus protagonistas y testigos.

Serie de 13 programas de 30 minutos.

1. México en la segunda Guerra Mundial.
2. La expropiación petrolera.
3. El voto de la mujer.
4. El día que murió Pedro Infante.
5. La transmisión de t.v. en México.
6. El terremoto de "El Angel"
7. El movimiento estudiantil del '68.
8. La noche de los cabarets cerrados.
9. Avandaro 1971.
10. El Papá en México.
11. El terremoto del '85 en México.
12. Premio Nobel de Literatura.
13. El eclipse de sol en México.

Luces de la ciudad, es un programa que muestra el punto de vista ético y estético de dieciseis autores mexicanos sobre la evolución de la Ciudad de México a través del tratamiento de temas urbanos.

Serie de 10 programas de 30 minutos.

1. Efraín Huerta (Parte 1 y 2).
2. Rock y dinero (Parte 1 y 2).
3. Salvador novo, Jorge Ibarguengoitia (Parte 1 y 2).
4. 1968 en la Ciudad de México (Parte 1 y 2).
5. José Agustín, Guillermo Briseño, Guadalupe Loaeza (Parte 1 y 2).

Tierra de poetas, homenaje a la rica tradición poética de México que da a conocer algunos autores contemporáneos representativos de varias generaciones, a través del videopoema y el testimonio directo.

Serie de 8 programas de 30 minutos cada uno.

1. Francisco Hernández.
2. Fabio Morabito.
3. José Luis Rivas.
4. Antonio Deltoro.
5. Jaime Sabines.
6. Eduardo Lizalde.
7. José Esquinka
8. Marco Antonio Montes de Oca.

Los imprescindibles, es un rico panorama de la historia política y cultural de México, a través de los momentos culminantes en las vidas y obras de los clásicos literatos mexicanos.

Serie de 13 programas de 30 minutos cada uno.

1. Poesía popular.
2. José Joaquín Fernández de Lizardi.
3. José Juan Tablada.
4. Ignacio Manuel Altamirano.
5. Guillermo Prieto.
6. Manuel Payno.
7. Vicente Rivapalacio.
8. Francisco Zarco.
9. Fernando Teresa de Mier.
10. El lector novohispano.
11. Manuel Gutiérrez Nájera.
12. Lucas Alamán.
13. José Tomás de Cuellar.

4.4.1 Convenios nacionales e internacionales para la adquisición de programas.

Con el fin de cumplir con el objetivo de presentar al público mexicano las mejores producciones culturales a nivel mundial, Televisión Metropolitana S.A. de C.V., ha mantenido relación con todos los proveedores extranjeros y nacionales de material televisivo, que han comprobado suficiente calidad en su producción como para ser programados por Canal 22. Esto ha dado como resultado un promedio de 80 empresas distribuidoras con las que el canal sostiene comunicación y relaciones constantes.

En materia internacional el primer convenio que firmó Canal 22 fue con Radio Québec, una de las primeras televisoras culturales del mundo.

Este convenio incluía básicamente asistencia técnica y postproducción, así como coproducciones sobre los temas más interesantes que albergan México y Canadá.

Por otra parte la empresa Rainer Moritz Associates, una de las casas productoras de programas culturales de Europa, mantiene un convenio de exclusividad con Canal 22, cuyo catálogo de programación incluye: conciertos ópera ballet, documentales reportajes y entrevistas a los artistas más destacados en el arte y la cultura contemporánea de todo el mundo.

Asimismo, se firmó un convenio de colaboración con el canal Franco-Alemania "Arte", que representa el proyecto de televisión cultural más importante del continente europeo. El convenio incluye la compraventa de derechos de exhibición de manera recíproca, asistencia técnica y organización de eventos académicos en materia de televisión cultural.

Sobresale por su importancia, también, el convenio que se mantiene con Itel que es proveedora de "Suviral", la competencia más fuerte de National Geographic.

Canal 22 ha participado en diversos mercados de televisión, tal es el caso de Natpe en la ciudad de Miami, Florida; el de Mip-TV que se realizó en Cannes, Francia, esto con la intención de abastecer la programación futura de Canal 22.

En lo que concierne a las televisoras regionales, se prepararon paquetes de 20 horas. De programación mensual. De éstas 14 son nacionales y 6 extranjeras. Se trata de una programación variada para todo tipo de público, verificándose con antelación que estos programas no tuviesen problemas de derechos autorales.

11 televisoras se enlazan a la señal del canal en diversos horarios, transmitiendo lo que de manera particular se adecua a su carta de programación. Se organizó asimismo, el sistema de Comunicación con las subdirecciones de noticias de las televisoras regionales para alimentar la difusión de la realidad cultural.

La colaboración entre Canal 22 y las televisoras regionales busca respetar el perfil de estas emisoras con el propósito de mantener el intercambio continuo de materiales y experiencias.

En 1999, se realizó el "Octavo Encuentro Nacional de Sistemas Regionales de Televisión Pública y cultural", con espacios de colaboración en las áreas de: producción, programación, noticias y asuntos técnicos y capacitación; esto en cumplimiento a lo ordenado por el artículo 6 del Reglamento del Servicio de Televisión por Cable, que desde junio de 1994, se suscribió un convenio de colaboración con la Cámara Nacional de la Industria de Televisión por Cable (CANITEC), con el objetivo de que todas las empresas afiliadas a esta organización, transmitieran la señal de Canal 22; la Cámara agrupa a 124 sistemas de cable en toda la República, con más de tres millones de suscriptores y con un auditorio potencial de seis millones de televidentes.

Con el propósito de respetar los derechos autorales que nuestra legislación vigente reconoce, se establecieron pláticas de negociación con las diferentes organizaciones que son titulares de estos derechos, lográndose firmar los convenios correspondientes con la Sociedad General de Escritores de México (SOGEM), la Sociedad de Directores Cinematográficos, la Asociación Nacional de Intérpretes (ANDI) y la Sociedad de Autores y Compositores de Música (SACM).

4.4.2. Programación y Raiting.

Con el objetivo de presentarle al teleauditorio programas provenientes de los principales acervos audiovisuales internacionales, así como la producción de programas cuyos temas no habían sido suficientemente atendidos por los medios de comunicación en México, la carta de programación de Televisión Metropolitana S.A. de C.V., está integrada prácticamente por todas las manifestaciones culturales: artes plásticas, música, literatura, historia, danza, cine, animación, miniserias, programas infantiles, informativos y de investigación periodística. Su producción televisiva también ha considerado el apoyo a la producción independiente en México.

La carta de programación se elaboró conforme a los criterios expuestos por el Consejo de Planeación, en el documento "consideraciones en torno al Canal 22" el consejo propuso que el canal transmitiera pocas hora al día para cuidar la calidad de los programas. Por esta razón se decidió que, en sus inicios, las transmisiones fueran de 20:00 a 01:00 hrs., de lunes a jueves; de 19:30 a 01:00 viernes y domingos y los sábados de 19:30 a 02:00 horas.

A lo largo de su recorrido en siete años Canal 22 se ha convertido en la mejor alternativa para la difusión cultural en televisión, pues ofrece series innovadoras de las más diversas disciplinas culturales: conciertos; análisis de problemas ecológicos, cine mexicano y mundial de excelente calidad, miniserias que narran pasajes de la historia universal y dentro de estas algunas de las mejores adaptaciones de la literatura latinoamericana que han sido llevadas al video o al cine; perfiles de pensadores, escritores y creadores de todas las disciplinas y épocas, programas de análisis y crítica cultural e histórica, miniserias, programas seriados sobre cultura contemporánea así como revistas de arte y cultura nacional e internacional.

Canal 22 ha realizado negociaciones para suscribir contratos de adquisición de derechos de exhibición y se aseguró la custodia, conservación, uso y aprovechamiento de los materiales adquiridos y grabados.

El número de televisoras públicas extranjeras junto con las distribuidoras y productoras nacionales con las que se establecieron relaciones directas suman más de 90. En total se han comprado más de 10 000 hrs. de programación cultural para sostener la programación.

En su mayor parte la programación adquirida cuenta con reconocimiento internacional pues muchos de estos materiales han sido premiados en diversos festivales y certámenes del mundo y, su transmisión, por primera vez a nivel nacional, ha sido o será en la pantalla de Canal 22.

Canal 22, ha trabajado para establecer barras específicas de programación y formatos flexibles que atienden a los diferentes gustos y necesidades del público televidente.

"Calidad antes que cantidad, la especial supervisión de los materiales que garantice su excelencia, es el parámetro que sigue el canal para realizar su carta mensual de programación."

Siguiendo tales normas de calidad antes que cantidad (obligadas también por la disponibilidad presupuestal con la que cuenta Televisión Metropolitana S.A. de C.V.) la Carta de Programación, hoy en día, propone espacios de transmisión vespertina y nocturna (de 09:00 a 2:30 hrs diariamente), cuyos contenidos en general han sido determinados por el Consejo de Planeación, después de una exhaustiva y nunca hecha en la televisión mexicana (cultural o comercial) exploración del mercado televisivo extranjero, y en particular por la Dirección de Programación.

Desde sus inicios, Canal 22 instrumentó la compra, a precios muy por debajo del promedio internacional.

En los contenidos de la programación que ofrece diariamente Canal 22 están las empresas nacionales e internacionales de mayor calidad mundial en el mercado televisivo.

Canal 22 ha ofrecido a su público miniseries como *El Joven Picasso* (de 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), o *Me alquilo para Soñar* (producción colombiana basada en la obra de Gabriel García Márquez).

La las barras de programación propuestas por el Consejo de Planeación siguen las condiciones de "Participación social", "Participación de especialistas", "Independencia creativa" y "Nuevas formas para evaluar, programar y contratar"; además los contenidos de las barras de programación obedecen a un estudio de las barras existentes actualmente en la televisión mexicana, pues Canal 22 no pretende competir directamente con fórmulas televisivas de probado éxito comercial, pero tampoco tiene vocación minoritaria, por ello sus ofertas de contenido pretenden colocarse en los momentos más propios para garantizar el mayor número de televidentes.

Hasta el momento el Canal 22 ha transmitido un promedio de 25,600 horas en siete años de transmisiones. Las barras con que cuenta la programación de Canal 22 incluyen Opera, Conciertos Cinc, Noticiarios, Artes plásticas, Documentales, Revistas culturales, Miniserias, Literatura, Programas infantiles, y una diversidad de programas de difusión cultural.

Un estudio de Factibilidad de programación y Perfil de Audiencia Posible del INRA (Internacional Research Associates, una de las empresas más prestigiadas en el mercado internacional), encargado específicamente por Canal 22, además de un análisis de Canal ARTE, el más ambicioso proyecto cultural por televisión de la Unión Europea, concluyó que la carta de programación de Canal 22 incluía en porcentaje apreciable los géneros más vistos por el televidente promedio (miniserie, narrativos, informativos) y señaló los retos para la nueva modalidad de televisión Cultural que Canal 22 propone: la imaginación y la frescura, la versatilidad y la rapidez, la búsqueda de una relación racional, pero también afectiva, del canal con el televidente, así como la necesidad de crear una retroalimentación.

El registro de los ratings cotidianos del canal, se realiza a través de la empresa IBOPE, con el paso de los años Canal 22 ha elevado sensiblemente el teleauditorio que ha encontrado una nueva opción televisiva en la programación de un canal de televisión diferente a lo presentado por más de medio siglo en la televisión mexicana.

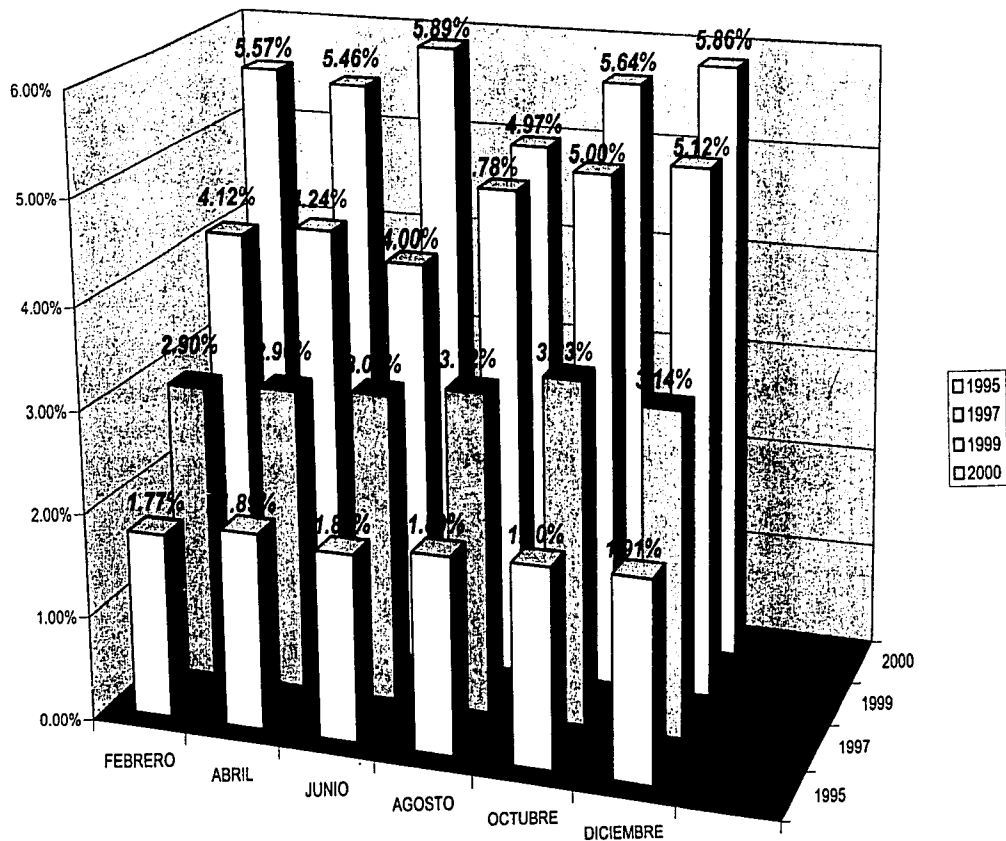
La audiencia que hoy en día sigue las transmisiones de Canal 22, cuantitativamente es muy pequeña en comparación al teleauditorio que sigue los programas comerciales de la televisión nacional, sin embargo, es un público constante

que además año con año se incrementa y mejor aún se conserva haciendo que se fortalezca la idea de mantener un canal en televisión "abierto" en la televisión mexicana.

Los ratings que a la fecha alcanza Canal 22 son, de manera general:

RAITING ALCANZADO POR

CANAL 22



121

Es importante destacar que estas mediciones se realizan en la zona metropolitana de la Ciudad de México para televisión abierta, por lo que en estos registros no se refleja el teleauditori real que capta Canal 22 a través de televisión por cable , tampoco está reflejado en estas gráficas el creciente público que sintoniza Canal 22 por las frecuencias de los sistemas regionales de televisión pública.

4.5. Cobertura y calidad de la señal.

Canal 22, en sus inicios prestaba servicio solamente en el área metropolitana, actualmente cubre todo el país por cable y vía satélite, Morelos II e Intelsat por la frecuencia número 10, a través de los cuales su señal llega a las 21 estaciones regionales de televisión y a las antenas parabólicas.

Las 21 estaciones que se enlazan con Canal 22 conforman la Red Nacional de Televisoras Regionales. La ampliación de esta Red Nacional fue un objetivo de Canal 22 desde su nacimiento, ya que la televisión cultural adquiere un sentido propio, a partir del grupo étnico o social a donde pertenece la televisora y por supuesto la fuerza de la televisora será mucho mayor cuando sus culturas tengan una expresión propia.

Hoy en día son parte de la Red Nacional de Televisoras Nacionales:

Estado	Empresa	Canal
Aguascalientes	Radio y Televisión de Aguascalientes	6
Baja California Sur	Sistema de Radio y Televisión de Baja California Sur	8
Campeche	Comisión Campechana de Televisión y Cine	4
Colima	Teve Colima	11
Chiapas	Red Radio Chiapas	10
Guanajuato	Radio y Televisión de Guanajuato	4
Guerrero	Radio y Televisión de Guerrero	7
Hidalgo	Sistema Hidalguense de Radio y Televisión	3

Jalisco	Sistema Jalisciense de Radio, Telev. y Cinemat.	7
Estado de México	Sistema de Radio y Televisión Mexiquense	12
Michoacán	Sistema Michoacano de Radio y Televisión	2
Morelos	Sistema Morelense de Radio y Televisión	3
Nuevo León	Dirección General de Televisión de Nuevo León	28
Nayarit	Dirección de Radio y Televisión Aztlán	10
Oaxaca	Corporación Oaxaqueña de Radio y TV	9
Quintana Roo	Sistema Quintanarroense de Com. Soc.	7
San Luis Potosí	Unidad de TV de San Luis Potosí	9
Sonora	Televisora de Hermosillo (Telemáx)	6
Tabasco	Comisión de Radio y TV de Tabasco	7
Tlaxcala	Cordinación de Radio, Cinemat. y T.V., S.A. de C.V.	5
Veracruz	TV Más de Veracruz	4
Yucatán	Sistema Tele Yucatán, S.A. de C.V.	13

La calidad de la señal que en un principio transmitía Canal 22, tenía ciertas deficiencias, incluso en las transmisiones que recibía el Valle de México, sólo las zonas con más altitud captaban limpiamente la señal de Canal 22.

Hoy en día la señal transmitida por Canal 22, es una señal limpia y clara en imagen y sonido, tanto el área metropolitana como las regiones de la provincia donde se baja señal de Canal 22.

4.6. Políticas o lineamientos de Canal 22.

Dirección General:

- Se debe cumplir, con estricto apego, toda norma relativa a Televisión Metropolitana, S.A. de C.V.
- Son principios básicos de la empresa conservar la libertad, la pluralidad, la corresponsabilidad, el rigor profesional y la calidad.
- El mejor recurso para Televisión Metropolitana, S.A. de C.V, es el recurso humano.
- La capacitación suficiente y de calidad para todo el personal deberá formar parte de las prioridades del Canal 22.
- Mejorar las condiciones de trabajo, los insumos, equipos y materiales son prioridad del Canal 22.
- La comunicación interna y el clima laboral deben efficientarse y mantenerse en los niveles que propicien un ambiente productivo y retante.
- En el espíritu de las acciones cotidianas, el motivador principal será servir con calidad y eficiencia a la sociedad civil en la transmisión y divulgación de la cultura universal.
- Cada uno de los empleados y trabajadores debe saber qué espera la organización de él.
- Los funcionarios de Canal 22 deben saber lo que esperan los empleados y trabajadores de la organización.
- Fomentar la toma de decisiones en el nivel más bajo posible.
- Propiciar Buscar aumentar la cobertura de la señal.
- Asegurarse de la funcionalidad del equipo de transmisión.
- Mantener la vanguardia en la tecnología de punta, en los equipos y materiales para la transmisión, operación y administración del Canal 22.

- El mantenimiento preventivo debe ocupar un lugar preponderante en el quehacer cotidiano de la empresa.
- Consolidar la oferta audiovisual.
- Mantener el perfil de la oferta audiovisual de Canal 22.
- La oferta audiovisual de Canal 22 debe buscar permanentemente una imagen más vital, íntima y atractiva para propiciar una relación directa y profunda con el televidente.
- Incorporar una sintaxis televisiva audaz y amena.
- Cubrir puntualmente los acontecimientos relevantes de la cultura nacional.
- La carta de programación debe reinventarse para lograr el posicionamiento de la sociedad civil.
- Las metas institucionales y el grado de avance y de cumplimiento de cada una de ellas debe ser del conocimiento de toda la entidad.
- La meta del rating se debe divulgar entre toda la organización del Canal 22.
- Desarrollar y apoyar los proyectos como el de "Amigos del Canal 22".
- Aumentar la obtención de los recursos vía comercialización y patrocinios.
- Fomentar la captación de los recursos financieros para aligerar el subsidio estatal.
- Fomentar los acuerdos de colaboración con las universidades nacionales y estatales del país.
- Reforzar el esquema de producciones descentralizadas.
- Aumentar las producciones nacionales.
- Continuar, con el mayor esfuerzo, el desarrollo de la red cultural nacional.
- Perseguir la consolidación del sistema de comunicación con las televisoras regionales del país. El cumplimiento de los proyectos institucionales deben ser prioridad de Canal 22.
- Es prioridad de la entidad cumplir con las metas y objetivos de cada uno de los proyectos de la actividad programática.
- Reforzar la observancia y seguimiento de los sistemas de Control Presupuestal, de Control de Proveedores para la elaboración de Cheques y el control de Saldos Bancarios.

- Es necesario observar una estricta disciplina para el ejercicio del gasto programado, en apego a la legislación vigente.
- Consolidar el Sistema Integral de Información y el Sistema de Seguimiento y Evaluación.
- Fomentar las autoevaluaciones en todas las áreas del Canal 22.
- Las observaciones que determinen las auditorías internas o externas deberán ser atendidas en forma inmediata.
- Es necesario mantener una relación permanente, fructífera y cordial con todos los proveedores extranjeros y nacionales del material televisivo de comprobada calidad.
- Los Manuales de Organización, Políticas y Procedimientos deberán actualizarse anualmente.

Subdirección General de Política Cultural.

Dirección de Programación:

- Adquirir el material televisivo que cumpla con los lineamientos de política cultural establecidos por la Dirección General en Canal 22, para determinar, considerando las producciones y coproducciones internas, la Carta de Programación diaria.

Dirección de Producción y Continuidad:

- Evaluar y vigilar que las producciones y coproducciones cumplan con los requisitos establecidos por Canal 22, en cuanto a su contenido, autorización y desarrollo, coordinando y proporcionando los servicios necesarios para la conclusión de cada proyecto, que eviten desviaciones al presupuesto autorizado y a las políticas culturales de la Institución.

Gerencia de Imagen Televisiva y Comunicación Social:

- Realizar la contratación o intercambio de medios de comunicación afines al perfil cultural del canal 22, negociando los mayores beneficios, así como proporcionar a los diferentes medios de comunicación, información relativa al Canal 22 bajo lineamientos o parámetros centralizados.

Subdirección General de Patrocinios y Comercialización.

Dirección de Patrocinios y Proyectos Culturales:

- Promover ante personas físicas y morales las donaciones y patrocinios, e intercambios de colaboración que permitan a Televisión Metropolitana desarrollar los proyectos necesarios para el cumplimiento de sus metas.

Dirección de Comercialización:

- Comercializar espacios televisivos, y promover los intercambios comerciales y de medios, a fin de obtener recursos para la consecución de los objetivos de Canal 22.

Subdirección General Técnica y de Operación.

Dirección de Transmisión:

- Procurar y asegurar la operación de la transmisión y recepción de la señal de Canal 22 a la planta transmisora, manteniendo óptimos niveles de calidad de la señal al aire.

Dirección de Mantenimiento:

- Efectuar la revisión programada del equipo eléctrico, electrónico y unidades móviles de Televisión Metropolitana, que permita cumplir adecuadamente con el desarrollo de las actividades de realización de programas y su transmisión, efectuando los ajustes necesarios para optimizar su uso y duración.

Subdirección General de Administración y Finanzas.

Dirección de Administración:

- Televisión Metropolitana S.A. de C.V. debe cumplir el Programa Anual de adquisiciones en función a su presupuesto asignado para optimizar la utilización de los recursos.
- Serán de observancia obligatoria para la entidad, la Ley de adquisiciones y Obras Públicas, la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Prestación de Servicios Relacionados con Bienes Muebles y demás disposiciones aplicables.

Dirección de Finanzas:

- Recibir y autorizar las partidas presupuestales, registrar las afectaciones contables y elaborar los documentos financieros que permitan conocer la situación y desarrollo del Canal 22.

Dirección de Asuntos jurídicos:

- Vigilar, emprender acciones y procurar la defensa de los derechos morales y patrimoniales e intereses de toda índole de Televisión Metropolitana, S.A. de C.V.

4.7. Premios y reconocimientos.

El esfuerzo de imponer una programación cultural que sea a la vez divertida, interesante, actual y que no sólo se dirija a las personas cultas, sino también a quienes no estén tan informados; el lograr programas que difundan las diversas expresiones culturales y que provoquen en su público análisis, crítica y hasta pasión ha sido objeto de reconocimientos nacionales e internacionales, entre los que destacan:

Los premios Emmy en 1996 y el MIDIA en 1997.

En ese mismo año la UNESCO lo galardonó con el Premio CAMERA como mejor estación cultural de 1996.

En México se le otorgó la presea del Periodismo Nacional también en 1996, y durante 1997 se hizo merecedor a una Mención Honorífica durante el Festival Internacional de Cine y Televisión en Cartagena de Indias, Colombia.

La Asociación Mexicana de Críticos de Radio y Televisión le concedió el Águila Azteca, y del Festival Avanca de Portugal recibió el reconocimiento por los "Mejores Programas de Televisión durante 1997".

Uno de los reconocimientos más representativos para Canal 22 fue el Premio CAMERA 1997 que le otorgó la UNESCO por considerarlo el mejor canal de televisión de difusión cultural.

"Por contar con la mejor política cultural de una televisora, luego que el jurado internacional del galardón, integrado por el Consejo Audiovisual Mundial de Publicaciones e Investigación sobre Arte (CAMERA, por sus siglas en francés) y el Consejo Internacional de Cine, Televisión y Comunicación Audiovisual analizaron los contenidos programáticos y de producción de la televisora mexicana, informó ayer en París Jean Michel Arnold, vicepresidente de UNESCO. (...) Desde hace cuatro años, Canal 22 ha emprendido la tarea de divulgar la cultura a través de la

señal televisiva, así como la de impulsar el desarrollo de nuevos proyectos de producción nacional que atiendan las diversas manifestaciones de la cultura mexicana, la televisora ha logrado la creación de materiales de calidad internacional que le han valido diversas distinciones."¹⁰⁹

¹⁰⁹ La Jornada, 17 de junio de 1997.

Conclusiones.

Después de la recopilación de la información que da cuerpo a esta investigación se puede concluir que:

La televisión, hoy en día, es el medio más eficaz para la comunicación, es conocido y utilizado en prácticamente todo el mundo y con los avances tecnológicos es posible sintonizar cualquier canal de televisión del mundo, podemos tener imágenes en vivo o programas que recopilan años de investigación y podemos entender cualquier idioma o lengua a través del subtítulaje o del doblaje; es un medio que muestra imágenes y las imágenes son un idioma universal.

Cada país, cada gobierno, cada telespectador, puede escoger el tipo de programas que la televisión le puede ofrecer, en muchas ocasiones dependen de los intereses de las personas que están en el poder (¿qué tanto es conveniente que el país, que el sistema, tenga este u otro tipo de información?), sin embargo, muchas veces también depende de nosotros mismos, si no reclamamos, si no exigimos a través de nuestro propio televisor, si no cambiamos de canal o en un momento dado si no apagamos el televisor, vamos a tener siempre lo mismo.

Para los empresarios de la televisión va a ser siempre mucho más fácil y rentable comprar o producir programas baratos, comerciales, triviales y chatarra consideran a la televisión como un escaparate, al paso de unos meses se va a la basura lo cambian y venden otro producto en ese mismo escaparate.

Un evidente ejemplo de lo anterior ha sido la historia de la televisión mexicana que por décadas se caracterizó por ser una televisión que atendía a intereses meramente capitalistas, sin tener proyectos firmes que se preocuparan comunicar imágenes que transmitieran información en pro de la cultura o la educación del mexicano.

A largo de la historia, las manifestaciones culturales, cualquiera que sea su género, han encontrado pocos canales de difusión.

Es, precisamente, el desarrollo de los grandes medios de comunicación lo que determinó que la cultura pudiera llegar a más personas, con mayor facilidad.

En México se han desarrollado muy pocos canales para la difusión de las expresiones artísticas culturales, sin embargo, hoy en día una alternativa como medio de comunicación para la difusión de la cultura nacional e internacional es precisamente nuestro objeto de estudio, el Canal de Televisión 22, registrado legalmente como Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

Canal 22 aparece en la televisión de los hogares mexicanos desde junio de 1982, pero además de padecer problemas técnicos y de recepción, nunca lo sustentó un propósito concreto que justificara sus transmisiones al aire, por lo que siempre constituyó una "carga" en lugar de ser un efectivo medio de comunicación, sumándose también la competencia de los canales de televisión pertenecientes a un monopolio que atendía a fines meramente mercantiles y el constante bombardeo de programas insustanciales, sosos, con poca o nula información y de corte totalmente comercial ayudaron a que generaciones enteras se acostumbraran a este tipo de televisión porque simplemente no había otra.

En 1988, ya como parte de Imevisión, Canal 22 es reorganizado y se le asigna una función de cine-canal con transmisión de algunos programas culturales, pero tampoco tuvo el éxito que se esperaba, y, dadas las circunstancias en que se halló Imevisión, Canal 22 fue parte del paquete de medios que el gobierno en esa época, puso a la venta.

Un grupo de más de 800 escritores, artistas, científicos y humanistas, invocaron la necesidad de crear una red televisiva que difundiera la cultura nacional e internacional por lo que pidieron al gobierno que conservara Canal 22 como un canal público, que atendiera esta necesidad de alternativas para la difusión de la cultura.

El proyecto se convirtió en realidad bajo los auspicios de la Secretaría de Educación Pública y del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y a partir de junio de 1993, Canal 22 realizó las primeras transmisiones de televisión en la banda UHF (Ultra High Frequency) como una televisora de carácter cultural formal, en México.

Al principio se prestó servicio solamente en el área metropolitana, actualmente cubre todo el país por cable y por los satélites Morelos II e Intelsat a través de los cuales llega su señal a las estaciones regionales de televisión y a las antenas parabólicas.

Desde sus inicios, Canal 22 (Televisión Metropolitana S.A. de C.V.) ya como medio de comunicación dirigido a revelar las distintas pautas culturales del mundo, ha conservado los ejes que marcaron su camino; esto ha sido muy laborioso si se toma en cuenta que el crear una nueva emisora de televisión no es una tarea sencilla, son muchos los factores técnicos, de producción y por supuesto humanos que se conjugan para establecer un medio de comunicación. En el breve tiempo de vida de esta emisora ha sido posible alcanzar objetivos que se consideraban mediatos; por esta razón, su labor tiene un valor incuestionable en tanto la difusión y el fomento de la cultura.

Es necesario mencionar que Canal 22 (Televisión Metropolitana S.A. de C.V.) representa el proyecto más ambicioso en la historia de la difusión cultural en México.

Canal 22 representa un fenómeno ejemplar dentro del esfuerzo modernizador del país. Un caso concreto de los resultados positivos que pueden y deben alcanzarse en las relaciones sociedad-gobierno en los tiempos de democracia actual.

Canal 22 ha recorrido un sinuoso camino y ha logrado establecerse como una opción seria, consistente, profesional y de excelencia para el televidente mexicano, hasta convertirse en un instrumento excepcional para la difusión de la cultura, cultura que, dentro de ritmo de modernización que estamos viviendo, es necesario que conozca, perciba y disfrute el público mexicano.

En el ámbito económico Canal 22 ha abierto fuentes de trabajo y trabaja aseveradamente para generar ingresos propios con el fin de aumentar su oferta televisiva.

Uno de los intereses fundamentales de la institución es el fomento de la producción nacional, por la cual se ha alentado el trabajo de productores, realizadores, guionistas, actores, músicos y técnicos; otra de sus prioridades es el continuo intercambio de bienes y servicios culturales para enriquecer el amplio abanico de opciones que despliega ante el público consumidor.

Por lo que toca al renglón político, es necesario destacar el respeto a la libertad de expresión del trabajo artístico y cultural de los creadores de esta televisión, sumando su granito de arena al debate de los grandes problemas que definen nuestro estremo de siglo. Se trata de una labor cotidiana favorecida por el ámbito cultural y destinada a favorecer lo mejor de tradición e historia de ideas y hechos de teorías y crítica en la vida compleja de la sociedad civil.

Del aspecto social lo más reconfortante resulta la presencia necesaria reconocida de Canal 22 como referente no sólo cultural sino también de diversión. El proyecto del canal de difusión cultural para televisión ha roto en el público televidente la idea que la cultura sólo es para gente culta, se han ido disolviendo prejuicios como que la cultura es aburrida y poco informativa, se han abierto a la sensación de creatividad, imaginación, crítica y goce sensibilidades que de alguna manera todos tenemos.

Con base en la organización, planeación y metas precisas, Canal 22 desde su salida al aire ha constituido la más eficaz alternativa en medios de comunicación para la difusión de la cultura, se han transmitido series, películas, documentales, musicales y programas especiales nunca antes vistos en México, ha dado oportunidad de comunicar el arte y la cultura a diversos creativos que enriquecen la propuesta televisiva dentro del mismo canal, para así, conocer y profundizar de manera ágil, amena y entretenida las distintas manifestaciones culturales nacionales e internacionales; Canal 22 se ha instituido como una opción dentro del "duopolio" de canales meramente comerciales en la televisión abierta de este país.

El balance es, pues, Canal 22 ha construido una necesidad latente e insatisfecha de una nueva televisión cultural; ya que ha logrado relacionarse afectivamente con su público, desarrollando cabalmente su condición de entidad pública, Canal 22 rompió la tradicional esterilidad de lo que televisivamente se ha entendido como cultura y se ha colocado como una empresa cultural masiva que cumple con la voluntad política y pública que le dio nacimiento.

La educación informal que diariamente nos ofrece los programas de televisión abierta está creando generaciones con poca o nula crítica social, con un limitado y mal uso el lenguaje, dificultades para usar la imaginación, problemas para pensar con lucidez; es necesario redirigir los contenidos televisivos, romper con lo antiguo, con lo arcaico, con lo vulgar y lo mediatizado.

En lo futuro Canal 22, contempla continuar difundiendo el gran espectáculo del arte, la ciencia y la cultura del mundo y apoyar las nuevas producciones nacionales que ponen de relieve la riqueza de las expresiones culturales mexicanas. Este concepto reforzará la integración de los nuevos lenguajes y posibilidades de los medios televisivos, que servirán para elevar la educación y la cultura de México.

Fuentes de información.

Bibliografía:

- ARTAUD, Antonin. México y Viaje al país de los tarahumaras. Ed. FCE. México 1992. Págs.12-82.
- BAENA, Gullermina. Manual para elaborar trabajos de investigación documental. Ed. Editores mexicanos Unidos. México, 1995. 124p.
- BERLO K., David. El proceso de la comunicación. Ed. El Ateneo. Buenos Aires 1975. 239 p.
- BOSH García, Carlos. La tesis profesional. México, UNAM, 1966, 73p.
- BUNGE, Mario. La ciencia (su método y su filosofía). Ediciones Siglo Veinte. Buenos Aires 1979. 110p.
- CARRANDI ORTIZ, Gabino. Testimonio de la Televisión Mexicana. Ed. Diana. México 1986. 225p.
- COSTA, Pere-Oriol. La crisis de la televisión pública. Ed. Paidós. España 1986. 379p.
- CREMOUX, Raúl. ¿Televisión o prisión electrónica?. Ed. Fondo de Cultura Económica. México 1974. 124 p.
- Enciclopedia Universal Ilustrada. Europeo americana. Tomo XXXVII. Ed. Espasa-Calpe, S.A. Madrid 1918.
- ESTEINOU Madrid, Javier. "Televisión de Estado ¿para qué?" Ponencia publicada en el libro ¿Televisión Pública en México? coordinado por TOUSSAINT Alcaraz, Florence. Ed. CNCA. Pág 19.

- FERNÁNDEZ Chistlieb, Fátima. Los Medios de Difusión Masiva en México. Ed. Juan Pablos. 10a.ed. México, 1993. 330p.
- GALLARDO Cano, Alejandro. Curso de Teorías de la Comunicación. UNAM.
- GARCÍA García, Fernando Augusto. Fundamentos Éticos de la Seguridad Social. 2ª.ed. México. 135p.
- GARCÍA Jiménez, Jesús; GÁLVEZ y Fuentes Álvaro. Televisión Educativa para América Latina. Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia y la Cultura y Secretaría de Educación Pública. Ed. Porrúa Hnos., S.S. México 1970.
- GONZÁLEZ y González, Fernando. Ed. y Coord. Historia de la Televisión Mexicana 1950-1985. México D.F. 1989. 551p.
- HALL T. Edward. Más allá de la Cultura.
- IVRE, Ivan. Conflitti e soluzioni in Svezia. En VV.AA., Le politiche dei mass media. Bari De Donato, 1980.
- KAHN S., J, comp. y prólogo. El Concepto de Cultura. (Textos Fundamentales); Ed. Anagrama. Barcelona.
- LARROYO, Francisco. Introducción a la filosofía de la cultura. Ed. Porrúa. México 1981.
- LARROYO, Francisco. Los principios de la ética profesional. (Tratamiento analítico de la ética profesional). Ed. Porrúa. 14ª. ed. México 1971. 351 p.
- LOZANO Rendón, Jose Carlos. Teoría e Investigación de la Comunicación de Masas. Ed. Alhambra Mexicana.

- LUMBRERAS Castro, Jorge. Curso General de Teorías de los Medios de Comunicación. Inédito. SUA. UNAM.
- MEJÍA, Barquera, Fernando. Televisa. "Quinto Poder". Ed: Claves Latinoamericanas. 3a. ed. México 1988.
- MCLUHAN, Marshall. La comprensión de los medios como las extensiones del hombre. Ed. Diana. México 1977. 443p.
- MCLUHAN, Marshall. El medio es el mensaje. Ed. Paidós. Argentina 1969. s/p.
- MCQUAIL, Denis. Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas. Ed. Paidós. Comunicación.
- MEJIA Prieto, Jorge. Historia de la radio y la televisión en México. Editores Asociados. Colección México Vivo. México 1972. 322p.
- MOTA Oreja, Ignacio. Diccionario de Comunicación. Ed. Anagrama.
- O'SULLIVAN, Tim, et. al: Conceptos clave en comunicación y estudios culturales.
- RECASENS Siches, Luis. Tratado General de Sociología. Ed. Porrúa. 10ª.ed México. 1970. P. 171.
- REVILLA, F. tv interlocutor imposible? Ediciones Don Bosco. Barcelona. 64 p.
- SÁNCHEZ Vázquez, Adolfo. Ética. Ed. Grijalbo. México 1998.
- SCHEMELKES, Corina. Manual para la presentación de anteproyectos e informes de investigación (Tesis). Ed. Harla. México 1988. 214 p.
- TOUSSAINT Alcaraz, Florence. Coordinadora. ¿Televisión Pública en México? Ed. Consejo Nacional para la Cultura las Artes. México 1991. 179p.

- TOUSSAINT, Florence. Crítica de la Información de Masas. Ed. Trillas. México 1992.
- WEBER, A. Historia de la Cultura. Ed. FCE. México.
- WINSTON, Bian. Internacional Encyclopedia of Communications. Vol. 2. Pg. 463.

Tesis:

- DOMÍNGUEZ Frey, María Martha. La televisión educativa: un instrumento de política de desarrollo de México. Tesis profesional de licenciatura. UNAM. 140 p.
- GUTIÉRREZ Acosta, Cacilia. Televisión educativa en México. Tesis profesional de licenciatura, México 1978. Escuela de periodismo Carlos Septién García. 92 p.
- RODRÍGUEZ de León, María del Rosario. La televisión educativa para los niños frente al proyecto medernizador salinista 1993. Tesis profesional de licenciatura. 152 p.
- VÁZQUEZ Correa, Jacaranda. De la cultura al poder (origen desarrollo y transformación cultural del Canal 22). Tesis profesional de licenciatura, México 1994. 121p.

Hemerografía.

- Diario Oficial, "Ley de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales", 30 de diciembre de 1977. Documento citado en TOUSSAINT ALCARAZ, Florence. Coordinadora. ¿Televisión Pública en México? Ed. CNCA. México 1993.
- Diario Oficial, "Decreto de creación del CNCA". Miércoles 7 de diciembre de 1988.
- "En torno al Canal 22" en sus lineamientos generales. Documento fundacional elaborado por el Consejo de Planeación y Políticas de Desarrollo del Canal 22. Mayo de 1991.
- GARCÍA Hernández. "Una invención". La Jornada. 4 de octubre de 1997.
- GARCÍA, Elvira. "El 22 ¿un canal sin futuro?. La Jornada Semanal. No. 137. 26 de enero de 1992. Págs. 4-5.
- MALVIDO, Adrián. "La comunicación severamente deteriorada por el libre mercado". La Jornada. México 28 de agosto de 1997. Pg. 27.
- Revista Informativa del Sector Comunicaciones y Transportes. No. 1 STC. Pág. 28.
- TAIBO, Paco Ignacio. Proceso. No. 802. Octubre de 1997.
- TOUSSAINT Alcaraz, Florence. Proceso. No. 506. 1 de julio de 1986. Págs. 53-54.
- TREJO DELABRE, Raúl. "Nuestra televisión: Cantidad no es calidad". Intermedios. No. 6 México 1993. Pág. 38-45.
- XIRAU, Ramón. "Cultura y crisis". La Jornada Semanal. Sec. Retablo Semanal. Nueva Epoca No. 149. México 19 de abril de 1992. Pág.14.