

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES**

APROXIMACION AL ESTUDIO DE LA TELEVISION CULTURAL EN MEXICO.  
HACIA LA CONFORMACION DE UNA AGENDA DE DISCUSION PARA UNA  
NUEVA TELEVISION MEXICANA.

**TESIS**

Que para obtener el título de  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

p r e s e n t a

**Margarita Tomé Pérez**

Director de tesis: Roberto Fernández Iglesias

México, D.F.

2002



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.

*Dedico este trabajo a mis padres: María de la Luz, por su valor y Felipe, por su confianza. A mis hermanos, amigos y maestros. Al camino recorrido.*

**APROXIMACIÓN AL ESTUDIO DE LA TELEVISIÓN CULTURAL EN MÉXICO.  
HACIA LA CONFORMACIÓN DE UNA AGENDA DE PUNTOS DE DISCUSIÓN  
PARA UNA NUEVA TELEVISIÓN MEXICANA**

**ÍNDICE**

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>4</b>
<b>I. LA TELEVISIÓN CULTURAL EN MÉXICO.....</b>	<b>11</b>
1. Acerca de los estudios sobre la televisión y su relación con la cultura.....	12
2. Breve encuadre diagnóstico de la televisión mexicana.....	15
3. Cultura y televisión.....	20
4. Política cultural y medios masivos de comunicación.....	27
<b>II. ALGUNOS ENFOQUES EN TORNO A UNA TELEVISIÓN ALTERNATIVA.....</b>	<b>36</b>
1. Apuntes sobre la televisión pública en otros países (Estados Unidos, Alemania).....	37
2. Televisión de la República Mexicana: televisión de servicio social.....	41
3. Canal 22 y Unidad de Producciones Audiovisuales (Consejo Nacional para la Cultura y las Artes).....	51
4. Al encuentro del México profundo.....	58

5.	Acercamiento a la propuesta de Javier Esteinou Madrid para una nueva televisión mexicana.....	67
<b>III.</b>	<b>AGENDA DE PUNTOS DE DISCUSIÓN HACIA LA CONSOLIDACIÓN DE UNA NUEVA TELEVISIÓN MEXICANA.....</b>	<b>83</b>
1.	Nuevas tecnologías.....	84
2.	Televisión universitaria.....	87
3.	Política cultural y medios masivos de comunicación.....	90
4.	Canales 11, 22 y Unidad de Producciones Audiovisuales.....	94
4.	Televisión regional.....	98
5.	Estrategias particulares.....	102
6.	Movilización social.....	108
7.	Financiamiento.....	113
8.	Legislación.....	118
9.	Proyectos.....	123
	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>131</b>
	<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>149</b>
	<b>HEMEROGRAFÍA.....</b>	<b>153</b>
	<b>PÁGINAS WEB.....</b>	<b>157</b>

*"No quiero que en mi casa se levanten murallas por todas partes, ni que mis ventanas estén bloqueadas. Quiero que el espíritu de todas las culturas aiente en mi casa con toda la libertad posible. Pero rechazo ser empujado por nadie. Me rehúso a vivir en la casa de otro como un intruso, un limosnero o un esclavo."*

Mahatma Gandhi

## INTRODUCCIÓN

Hablar de televisión cultural en nuestros días es un tema que pareciera haber perdido relevancia debido a la dinámica socio-económica en la que se inserta nuestro país actualmente; sin embargo, esto no es así, sobre todo si consideramos la embestida de los grandes consorcios televisivos, léase Televisa y Televisión Azteca, cuya hegemonía e influencia en la sociedad aumentan cada día.

La oferta televisiva en nuestras pantallas no va más allá de la fórmula de la telenovela, el espectáculo, la publicidad (de las televentas a las cintillas publicitarias en programas de todo tipo), el sensacionalismo (del talk show a Big Brother), la nota roja, los deportes (sobre todo el fútbol), el despliegue informativo de los noticieros y la disputa por la hegemonía entre las dos empresas apoderadas de la televisión mexicana. En contraste, el país se transforma en forma acelerada en todos los ámbitos y la comunidad exige día con día mayor transparencia en todos los procesos sociales, económicos y políticos.

Por ello, hoy más que nunca, discutir de nuevo sobre la posibilidad de conformar una televisión pública alternativa resulta imprescindible e inmerso en la consigna democratizadora que se pretende alentar en los últimos tiempos.

El panorama de los medios audiovisuales requiere una revisión profunda y un cuestionamiento constante, de hecho casi en su totalidad en América Latina prevalecen las mismas circunstancias en cuanto a televisión se refiere,

tal como apunta Antonio Pasquali, catedrático de la Universidad Central de Venezuela y promotor de la consolidación de la televisión pública en la región, quien señala que sólo en América Latina la televisión comercial ha logrado conjuntar tres factores de poder fundamentales: tener una presencia cultural imprescindible para cubrir el tiempo libre de la gente; asumir un papel político preponderante y, finalmente, alcanzar un enorme peso económico. En contraste, la población se ha sumido en altos índices de pobreza; de acuerdo con datos de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), en la década de los años ochenta el número de habitantes en la región en condiciones de extrema pobreza llegó a los 60 millones, en cambio, durante la misma década, la televisión en América Latina y el Caribe creció a un ritmo vertiginoso y, de hecho, se crearon 126 estaciones de televisión (\*). Esto nos da cuenta de que el aumento de la pobreza fue directamente proporcional al auge de la televisión privada en manos de unos cuantos industriales.

En la época que nos ha tocado vivir en la cual se habla en forma reiterada del proceso de globalización del mundo moderno como un fenómeno irreversible, intensificado en las últimas décadas, es importante reflexionar respecto al papel que juegan los medios de comunicación, en atención a la desproporción que guardan éstos y, en general, los avances tecnológicos, en relación con las condiciones de extrema pobreza de la población, de desempleo, violencia, falta de educación y acceso a servicios y más aún, en relación con la pérdida de valores y de sentido de la vida del ser humano.

Si cultura es, en última instancia, todo aquello que hace que la vida valga la pena de ser vivida, es en este ámbito en donde se plantea la presente discusión sobre la consolidación de una televisión alternativa.

De ahí las preguntas ¿por qué es importante hablar de televisión cultural en nuestros días?, ¿por qué insistir en la promoción de una televisión alternativa?

En principio, podríamos responder a estas interrogantes, al señalar que en este estudio se emplean indistintamente las acepciones *televisión cultural*, *televisión alternativa*, *televisión pública*, *televisión de servicio* y, la que al parecer imprime mayor exactitud al concepto: *televisión plural*, ya que esta acepción otorga a la televisión un carácter de inclusión, en el cual tendrían cabida todos los sectores de la población, en particular los desposeídos y los marginados, pero no para sentirse, como hasta ahora, intrusos en su propia casa que gozan de "oportunidades" (así, entre comillas) de verse y oírse de vez en vez en los medios de comunicación, sino en el ejercicio de un derecho que les corresponde. En primera instancia, porque la televisión es, en realidad un bien público nacional, en segundo término, debido a que México es un país pluricultural y, en tercer lugar, porque esta prerrogativa forma parte de la garantía y reafirmación de la democracia en este país.

La producción de televisión educativa y cultural como sabemos no es una tarea fácil; requiere, entre muchas otras cosas, de una vocación de servicio social, de un fuerte compromiso del comunicólogo para con la

sociedad, fuente de su quehacer, requiere quizá de un esfuerzo creativo mayor que el que se imprime a la televisión comercial, pues se añadiría a la producción un afán investigador, estético y de interés social para conseguir los resultados que se pretenden.

Pero, más allá de estas consideraciones, el cuestionamiento acerca de la televisión que consumimos día a día en nuestras pantallas caseras requeriría de una apertura del tema para debatir acerca de cómo los medios de comunicación pueden contribuir a propiciar las condiciones para que las diferentes comunidades, sectores, grupos sociales e individuos que cohabitan en México, recreen sus culturas, garanticen su permanencia e inventen sus propios propósitos, a la par que se integran a un mundo cambiante y dinámico.

Creemos que la televisión actual no es la única posible, en la viabilidad de conformar un proyecto de comunicación social caracterizado por su espontaneidad, pluralidad y diversidad y en la necesidad de diversificar el entorno cultural que vemos en la televisión. De este modo, una vez más, resulta fundamental abrir la discusión al tema televisión cultural o alternativa con este estudio, en la búsqueda de utilidad, calidad y razón de ser de un proyecto de televisión pública mexicana.

Como una aportación más al estudio de la televisión cultural, la propuesta, básicamente, es agendar algunos temas de discusión al respecto que orienten hacia trabajos propositivos más amplios, además de enunciar algunos postulados teóricos que podrían resultar interesantes para la televisión

nacional, debido a que se encuadran en la dinámica que la sociedad mexicana sigue en los últimos años, además, pretenden otorgar al tema, en cierta medida, un carácter de estudio antropológico vinculado a los medios de comunicación. Si bien, nos encontramos con postulados cuestionables, la intención es esa precisamente: proponer algunas líneas teóricas de discusión para abrir a la polémica.

Esta investigación es una aproximación esquemática al tema para delinear algunas pautas a seguir, así como anotar, a manera de apunte, consideraciones, datos, críticas, alternativas. Valdría la pena destacar que de cada punto agendado se desprenden otros temas y múltiples aspectos, en fin, las posibilidades de diversificación se amplían y a esta agenda se le agregarían más y más ámbitos de discusión.

Las limitaciones de este estudio podrían resultar variadas. En relación con los términos empleados, cabría señalar que no se pretende asumir definiciones autoevidentes y autodemostrables, sino más bien, a lo largo de las páginas, contextualizar las acepciones anotadas, para que sirvan de sustento en la construcción de un problema. Por otro lado, algunas consideraciones respecto a los diversos temas y subtemas sobre televisión, podrían resultar incompletas o motivo de otros estudios, sin embargo, no se trata de agotar las posibilidades y perspectivas al respecto. Además, hay que tomar en cuenta la dinámica que siguen los medios masivos de comunicación que avanzan a un

ritmo vertiginoso y se insertan día con día en nuevos ámbitos de discusión, de ello la tecnología digital es un ejemplo.

El presente trabajo se divide en tres capítulos: **La televisión cultural en México**, en el cual se presenta una panorámica general de la televisión mexicana, así como algunas consideraciones teóricas básicas; **Algunos enfoques en torno a una televisión alternativa**, capítulo en el cual se abordan modelos de televisión alternativa en dos niveles, práctico y teórico y, con esta base se llevan a cabo disertaciones respecto a la conformación de una televisión nacional renovada. Para finalizar, un tercer capítulo, **Agenda de puntos de discusión hacia la consolidación de una nueva televisión mexicana**, constituye un sumario de temas de investigación en la búsqueda de alternativas en los medios audiovisuales, con un afán crítico y sintético que incluye algunas propuestas.

Ante la anarquía de la sociedad de nuestros días, Italo Calvino (\*\* ) señala *Seis propuestas para el próximo milenio*, la levedad, la rapidez, la visibilidad, la exactitud y la multiplicidad como cualidades si bien dirigidas principalmente a la literatura del nuevo milenio, aplicables a todo quehacer de nuestra vida diaria. Sea entonces el presente estudio un tributo a las tendencias desarrolladas por el escritor italiano en el sentido de que se presenta una sucesión de ideas simultáneas con la intención de abundar en disertaciones diversas, orientar hacia la reflexión y ejercitar la imaginación en lo que

corresponde a conformar un nuevo proyecto de televisión en México, con la conciencia de lo breve y efímero que resulta nuestro quehacer cotidiano.

(\* ) Antonio Pasquali. "Reinventar nuestra televisión", *etcétera*, no. 186, 18 abril de 1996, p. 20

(\* \*) Italo Calvino. *Seis propuestas para el próximo milenio*.

## **I. LA TELEVISIÓN CULTURAL EN MÉXICO**

Como punto de partida para ubicar al tema, en este primer capítulo se abordarán algunas anotaciones previas que pretenden contextualizar la discusión de la televisión y, en general, de los medios masivos de comunicación en nuestro país.

De esta forma, algunas reflexiones y notas acerca de los estudios en torno a la televisión, así como un diagnóstico somero del panorama de la televisión en México y consideraciones sobre el término cultura y sobre política cultural y medios masivos de comunicación, resultan indispensables para tener una visión aproximada, a manera de marco de referencia, sobre la televisión cultural mexicana.

Se trata, entonces, de apuntes que aproximan a elementos teóricos para guiar la presente discusión sobre televisión cultural, la intención es llevar a cabo una caracterización diagnóstica de los términos que competen a esta discusión.

La necesidad de incrementar los estudios sobre televisión en nuestro país, la importancia de implementar una política cultural adecuada de medios de comunicación y la consigna de conformar un proyecto cultural de televisión en concordancia con las necesidades de la población del país, son algunos de los planteamientos centrales que se exploran.

Si bien cabe señalar que más allá de las definiciones concluyentes y de los apuntes históricos o anecdóticos en torno a la televisión mexicana, la parte

medular en esta primera aproximación sería anotar algunos procesos culturales y sociales básicos para contextualizar la televisión mexicana, así como enfatizar la importancia de que la televisión contribuya al florecimiento de la sociedad mexicana como parte de un compromiso irrenunciable.

### **1. Acerca de los estudios sobre la televisión y su relación con la cultura.**

A partir de la década de los años setenta comienzan a surgir estudios sistemáticos sobre la televisión en nuestro país. La mayoría de ellos no consideraban propiamente, como ámbito de investigación, la relación entre la televisión y la cultura en el periodo que abarca los años sesenta y setenta, si bien la mayor parte de las investigaciones acerca de la recepción de mensajes televisivos, del efecto de la televisión en el público, pueden ser tomadas en cuenta como aportaciones sobre la televisión y la cultura.

En la década de los ochenta los estudios se diversificaron con enfoques más explícitos sobre la relación entre el medio electrónico y la cultura desde otros puntos de vista, como podrían ser el sociológico y el antropológico.

De acuerdo con un estudio efectuado por el investigador en comunicación Enrique E. Sánchez Ruiz (1) acerca de las tendencias en la investigación sobre televisión en nuestro país, trabajo que parece relevante anotar como punto de

partida en esta discusión, el panorama de los estudios acerca de la televisión y su relación con la cultura se manifiesta, a grandes rasgos, de manera poco explícita, en un campo de investigación aún incipiente.

En relación con las indagaciones sobre comunicación en México, Sánchez Ruiz pone énfasis en la importancia que se ha concedido a los estudios sobre medios masivos de difusión. En éstos, el subcampo más privilegiado es el de las investigaciones sobre televisión, ámbito que ha adquirido relevancia indiscutible.

El autor parte de una muestra integrada por 444 documentos, entre ellos libros, artículos de revistas especializadas, ponencias, manuscritos inéditos, etc., para analizar las tendencias en la investigación sobre comunicación; dichos documentos están contenidos en el archivo de investigación y datos sobre televisión mexicana del acervo del Centro de Documentación del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC); del centro de comunicación del Centro de Estudios de la Información y la Comunicación (CEIC) de la Universidad de Guadalajara y de la Universidad Iberoamericana.

Del total de esta muestra se encontró que los estudios que abarcan como línea temática las “mediaciones culturales”, esto es, la relación televisión-cultura en forma más explícita, apenas representan el 13.7 por ciento del total, décima parte de los documentos cotejados, cifra significativa para resaltar la importancia de alentar tales estudios.

A partir de la década de los años ochenta se ha incrementado la investigación relacionada con la televisión y los procesos y mediaciones culturales. La perspectiva ha sido relativamente restringida en dicho periodo pero la tendencia en este ámbito era acentuarse en la década de los noventa.

Si bien, de acuerdo con Sánchez Ruiz, los estudios acerca de la sociología de la cultura en relación con la televisión han avanzado en modo sistemático, la verdad de las cosas es que queda mucho camino por recorrer al respecto.

A manera de comentario, se podría anotar aquí, que en la revisión bibliográfica para el presente trabajo, por ejemplo, no se localizó documento alguno que versara sólo sobre el Canal 11 del Instituto Politécnico Nacional y, acerca de la televisión universitaria, se logró rescatar un texto de Delia Covi, profesora de la carrera de comunicación en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, en el cual se apunta:

“Es difícil elaborar un diagnóstico preciso sobre lo que está ocurriendo con la televisión universitaria pública. La gran disparidad de recursos, los escasos estudios que se han realizado sobre el tema y la dispersión de la información son, entre otras, las causas que lo impiden”. (2)

De esta forma se podrían encuadrar los estudios sobre televisión y cultura en nuestro país, señalados aquí a muy grandes rasgos y a manera de apunte preliminar para resaltar la importancia de realizar más investigaciones

sobre el tema. En este sentido, y para finalizar el apartado, valdría la pena anotar la conclusión a la que llega Sánchez Ruiz:

“Esta revisión (de la investigación sobre televisión en México) nos muestra un campo académico en crecimiento y en vías de consolidación, sobre la base de una comunidad científica también incipiente, aún reducida numéricamente pero ya con rasgos de calidad académica en términos de los estándares internacionales; y de una herencia rica tanto de investigación social en general como de investigación de la comunicación en México. Esperamos que en los próximos años se consolide este campo social como productor de un conocimiento que será clave para contribuir a orientar --desde su propio ámbito de competencia-- los procesos históricos y sociales en el futuro cercano”. (3)

Sin el afán de minimizar de manera alguna los estudios e investigaciones que se han hecho en México sobre televisión y cultura, el punto de vista de Sánchez Ruiz resulta acertado ya que se requiere incrementar las indagaciones al respecto debido a la importancia del tema.

## **2. Breve encuadre diagnóstico de la televisión mexicana**

El objetivo de este apartado es anotar, a manera de diagnóstico esquemático, algunos de los elementos principales que han caracterizado a la

televisión mexicana desde sus inicios, como punto de referencia para un enfoque crítico más claro sobre el tema.

Si bien la televisión en México ha sido caracterizada como un sistema mixto: privado y público (este último considerado más propiamente de Estado); en la realidad, desde sus inicios en la década de los cincuenta, el modelo que ha predominado es el régimen de concesión privada, de carácter comercial, alejado de la difusión cultural, educativa o de servicio; régimen representado, en un principio, por Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México, luego por el consorcio Televisa, resultado de la fusión de las dos empresas mencionadas (1973) y, más reciente, por Televisión Azteca.

Esta caracterización de la radiodifusión mexicana en general y de la televisión en particular, obedece, en primera instancia, al desarrollo capitalista en nuestro país, contradictorio y complejo que fue delineando el perfil de la industria de la radiodifusión “en forma de empresas lucrativas dedicadas a la venta de tiempo de transmisión con fines publicitarios”. (4)

En segundo término, se tendría que remarcar el hecho de que el Estado ha sido el principal artífice de esta caracterización de la televisión mexicana al colocar en bandeja de plata, en manos de un grupo minoritario de industriales, este importantísimo medio de comunicación masiva; debido a que la acción estatal se centró en cuestiones de tipo normativo (quebrantado día a día por los concesionarios) y dejó de lado aspectos primordiales como serían los

contenidos programáticos con fines educativos, de servicio o de difusión de la cultura nacional y universal.

Por su parte, la televisión denominada como pública (en realidad televisión de Estado) emerge de una manera tardía a fines de la década de los sesenta, “con una personalidad social poco definida, con menor experiencia audiovisual, reducido apoyo económico, bajo nivel de credibilidad en el auditorio y proyecto cultural confuso”. (5)

Características que se mantuvieron vigentes a lo largo de los diversos periodos por los que atravesó, hasta la desincorporación de los canales 7 y 13 de la red nacional, y la privatización de varias televisoras regionales ubicadas a lo largo del país. Hecho que puso fin a un proyecto considerado lo más cercano a una televisión pública nacional.

Ahora bien, después de esta fugaz retrovisión a la televisión mexicana, resultaría conveniente mencionar los procesos centrales que han determinado el rumbo que ha seguido este medio de comunicación en nuestro país: la subordinación a las necesidades mercantiles por encima del servicio público, a pesar de ser un sistema mixto, privado y público; su funcionamiento y financiamiento en esencia comercial-publicitario (aun en la televisión pública); la desigualdad y concentración en las posibilidades de acceso y control del medio; la monopolización, la centralización y el autoritarismo con el consiguiente manejo antidemocrático y la integración a la estructura transnacional y al sistema económico mundial.

Mencionado al paso, se podría apuntar, a modo de reiterar las características anotadas, el hecho de que éstas hayan prevalecido en los sistemas regionales de radiodifusión instalados a lo largo de la República Mexicana, ya que en su mayoría implementan el modelo impuesto desde el centro con la consecuente generación de nuevas identidades culturales, ajenas a la pluralidad regional.

Por otra parte, con el fin de plantear una definición más congruente con los términos que competen esta discusión acerca de la televisión mexicana, resulta imprescindible referir la caracterización perfilada por el antropólogo Guillermo Bonfil Batalla sobre cuanto él denomina los “medios de in-formación masiva”, entendido el término “in-formación” como no formación, volver informe:

“Los medios de in-formación masiva llevan su mensaje de manera desigual a los diferentes sectores de la sociedad mexicana. Tienen más incidencia entre quienes participan del México imaginario, porque están diseñados fundamentalmente para esa parte de nuestro mundo. Son esencialmente unidireccionales, centralizados y urbanos. Su horizonte de preocupaciones no incluye al México profundo: éste aparece en ellos como lo externo, insólito, pintoresco pero sobre todo peligroso, amenazante, profundamente incómodo. La civilización mesoamericana, para ellos, no existe: es mera referencia para

orientación turística. El público al que se dirige, público cautivo, es el que participa o ya cree en el México imaginario: para ese son las noticias, las opiniones, las imágenes y los sonidos que proponen un modo de entender y llevar una vida (una cultura) que no está al alcance de todos (todos no son todos, por supuesto) pero al que debe aspirarse”. (6)

En este sentido, el doctor en sociología Javier Esteinou Madrid, investigador dedicado a estudios en comunicación, plantea a la televisión mexicana en medio de un “modelo de funcionamiento esquizofrénico”, debido a las contradicciones que imperan entre la realidad del México actual y el modelo cultural que difunde la televisión día a día. La televisión no responde a la resolución de la problemática que padece la sociedad mexicana, a pesar de la dimensión de la crisis económica, política, ecológica, en fin, en distintos órdenes, que se experimentan en forma cotidiana; la televisión responde, más bien, a los designios de la sociedad de consumo y del entretenimiento banal, y se divorcia de un proyecto cultural no digamos para la superación de conflictos y problemáticas de la sociedad actual, sino tan sólo para ver a la población reflejada tal como es en las pantallas caseras.

Como conclusión a este apartado, se podría anotar la siguiente frase de Virgilio Caballero, promotor de la televisión cultural en nuestro país, la cual sintetiza la experiencia de la televisión nacional:

“La televisión continúa realizando la hazaña verdaderamente fantástica de ocultarle su país a los mexicanos”. (7)

### **3. Cultura y televisión**

Este espacio tiene como finalidad la exposición de algunos términos centrales para ubicar la discusión acerca de la televisión y su relación con la cultura. Se apuntan (recrean, más bien) conceptos que dan sustento a este estudio, acordes con el contexto que será planteado más adelante, en el cual dichos conceptos tratarán de ser demostrados y reconstruidos.

En principio, convendría apuntar dos definiciones de cultura, palabra con una gran diversidad de acepciones, en ocasiones contradictorias, que la han hecho objeto de debates sobre su ámbito de competencia. Las definiciones señaladas, por tanto, contextualizan la presente discusión sobre cultura y televisión.

La primera corresponde a Guillermo Bonfil Batalla, quien expresa:

“La cultura abarca elementos muy diversos: incluye objetos y bienes materiales que ese sistema social organizado... (pueblo), considera suyos: un territorio y los recursos naturales que contiene, las habitaciones, los espacios y edificios públicos, las instalaciones productivas y ceremoniales, los sitios sagrados, el

lugar donde están enterrados nuestros muertos, los instrumentos de trabajo y los objetos que enmarcan y hacen posible la vida cotidiana; en fin, todo el repertorio material que ha sido inventado o adoptado al paso del tiempo”. (8)

La segunda definición es de Octavio Paz, quien señala:

“La cultura es el conjunto de objetos, instituciones, conceptos, ideas, costumbres, creencias e imágenes que distinguen a cada sociedad... Hay una continua interrelación entre todos los elementos de la cultura”. (9)

Y agrega: “cultivar el espíritu o cultivar un pueblo significa labrarlos para que den frutos”. (10)

Una vez definido este concepto fundamental valdría la pena considerar los términos “cultura popular”, “cultura de masas” y “cultura de élites”.

“La cultura popular es la que espontáneamente elabora el pueblo para su propio uso”. (11)

La cultura de élites se expresa:

“Cuando el artista contemporáneo se repliega defensivamente en sí mismo nace la cultura de élites o vanguardismo, corrupción del arte culto que viene a quedar opuesto a la correlativa cultura de masas. Las artes aprenden así a colocarse a sí mismas en su

propia masa temática. Es una muestra de inseguridad; preguntadas por el mundo, contestan sobre sí mismas... En esta actitud extrema, las artes plásticas parecen no tener otro camino que funcionalizarse, reducirse a lo decorativo”. (12)

Para abundar sobre este concepto podríamos agregar que el Estado mexicano ha expresado en forma reiterada su posición acerca de una concepción de la cultura caracterizada, sobre todo, por ser unilateral, elitista y folclorista, encaminada hacia la búsqueda de un nacionalismo y una identidad que sólo se entienden en relación con el proyecto de un grupo dominante que proclama el arte por el arte y descarta otras expresiones de la multiculturalidad de este país, expresiones que forman parte de un modo de vida latente en la sociedad en la que se han fusionado elementos culturales diversos, como son, por ejemplo, palabras en lenguas indígenas que se utilizan todos los días para denominar diversos objetos, así como costumbres y tradiciones que perviven en el México de nuestros días. Y, más aún, esta posición elitista ha descartado las grandes contradicciones y problemáticas sociales.

Por su parte, la cultura de masas puede definirse como:

“La que fabrican quienes no lo integran (al pueblo), y atendiendo, no a las necesidades internas del creador y las de su creación, sino solamente al éxito comercial del producto seudocultural así obtenido”. (13)

Es innegable que, en el mundo moderno la discusión sobre cultura se plantea desde el ámbito de lo masivo, cabría señalar aquí, entonces, una aproximación a la definición de los medios masivos de comunicación:

“Instrumentos de difusión y recreación de la cultura dominante, de consumo, que difunde un mensaje informativo y cultural fragmentado y estandarizado, dichos medios expresan, sostienen y reproducen en su mensaje la realidad material e ideológica del sistema social, así como el dominio de una clase”. (14)

Por su parte, una definición de televisión de servicio social sería:

“Sistema de información que difunda mensajes de utilidad general e induzca al perceptor al análisis y la reflexión, motivándole a modificar hábitos y actitudes para beneficio propio, mediante acciones conscientes y racionales”. (15)

Como objetivos básicos, dicho modelo tendría los siguientes:

- Proporcionar información de beneficio social.
- Contribuir a mejorar directa e indirectamente las condiciones de vida de los sectores más afectados económica y socialmente.
- Ensanchar los espacios de participación política y social.

- Rescatar y fortalecer las tradiciones y manifestaciones culturales del país.
- Difundir información acorde con los contextos regionales y nacionales.

Con prioridades en el campo de la educación y la educación a distancia, la salud, la orientación familiar, la capacitación para el trabajo, los valores humanos y las tradiciones, las formas de organización política, social y económica, etc. Un modelo de televisión de servicio social en este sentido tendría que asegurar la apertura de su espacio a los diversos sectores, comunidades y grupos sociales del país, incluidas las organizaciones no gubernamentales, las organizaciones obreras y campesinas, las juntas vecinales, los grupos feministas y de homosexuales, con el fin de que den a conocer sus puntos de vista, opiniones acerca de diversas problemáticas, así como las pautas y estrategias de solución que proponen.

Y, para complementar entonces esta definición, se podría anotar la siguiente referente a la televisión pública:

“A partir de la década de los ochenta comenzó a consolidarse el concepto de televisión pública (en varios países del mundo): ni una televisión educativa ni tampoco una cultural, sino una televisión que se encargara de las cuestiones de interés inmediato y cotidiano de la comunidad, abordadas por personas de la propia comunidad (desempleo, violencia urbana, asuntos de

arrendamiento, ecología, transportes públicos, problemas de la tercera edad, etc.).

“Comúnmente la televisión pública es supervisada por consejos curadores integrados por representantes diversos de la comunidad (intelectuales, profesores), y aún siendo instituciones de derecho público, no se subordinan directamente a la administración gubernamental, lo que les resta en parte el carácter de emisoras oficiales. Sin dejar de lado la programación más propiamente cultural, estas emisoras no se proponen como canales educativos”. (16)

En este punto es conveniente resaltar que la televisión no incide de forma automática en la sociedad. Si bien refuerza tendencias ya manifiestas, tiene límites de competencia muy precisos, entre los cuales destaca el peso de la realidad que enfrentan los espectadores, que es difícil sea rebasado por este medio electrónico. Habría que agregar, asimismo, que el medio responde al uso que se le de, como queda demostrado en las campañas de salud y de bienestar social que se promueven en forma constante. ¿Televisión pública, televisión cultural, televisión alternativa, televisión de servicio social, televisión plural?, todas, en última instancia significan parte de lo mismo, del mismo interés y, más allá de las definiciones, la discusión apuntaría a la importancia de señalar parámetros para guiar la formación de un proyecto cultural de

televisión más acorde con las necesidades de la sociedad mexicana actual. Parafraseando a Octavio Paz: cultivar el espíritu, cultivar un pueblo o cultivar la televisión significa labrarlos para que den frutos.

Para concluir este apartado, se puede decir que cultura es, por tanto, todo aquello que hace que la vida valga la pena de ser vivida, justifica la existencia de la humanidad y está representado por todo lo que ha garantizado la permanencia de las diversas sociedades a través del tiempo. Es fundamental entonces insertar los estudios acerca de los medios masivos de comunicación y, en especial, de la televisión, en este concepto, más esencial. Sobre todo, tomar en cuenta que, la cultura en nuestros días tiene su correspondencia más acertada en los medios de comunicación masiva, que generan nuevos paradigmas en la humanidad y por tanto, en atención a esta circunstancia, es menester detenerse a reflexionar acerca de ellos, a valorar y, si se quiere y vale la expresión, a meditar al respecto. Considerar las contradicciones que se viven hoy en día en relación con los avances tecnológicos y el detrimento de los valores humanos expresado en violencia, pobreza y destrucción de la naturaleza.

Es, en suma, en este sentido que se orientarán las consideraciones de este estudio acerca de la televisión mexicana, ante la consigna de atender los nuevos paradigmas que genera esta cultura audiovisual.

#### 4. Política cultural y medios masivos de comunicación

Rafael Tovar y de Teresa, ex presidente del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA) en su libro *Modernización y política cultural*, hace un llamado importante respecto a política cultural y medios masivos de comunicación, señala la necesidad manifiesta de la civilización actual respecto a diseñar e instrumentar una política cultural de medios, en especial de radio y televisión, y agrega:

“El fin de siglo es también el inicio o consolidación de una época; la de la comunicación cultural y la de la cultura de las comunicaciones”. (17)

En efecto, situar en un primer plano a los medios de comunicación y en especial a la televisión en la conformación de una política cultural, significaría dar un paso trascendental en la construcción del México moderno, sin embargo, en la realidad esto no es así. De acuerdo con Javier Esteinou Madrid, en forma reiterada se ha marginado la inclusión de los medios masivos de comunicación en dicha área, como se verá a continuación.

Es importante considerar, en primera instancia, la inclusión de los medios masivos de comunicación dentro de los seis *programas sustantivos* del CNCA, en específico el que se refiere al “Fomento y Difusión de la Cultura a través de los Medios Audiovisuales de Comunicación”, como parte del Programa

Nacional de Cultura 1990-1994 (18). Este programa, de hecho, tendría que ver con la difusión de la cultura y las artes en general, que promueve en forma permanente el CNCA, esto es, si bien es cierto que la difusión de la cultura implica una gran diversidad de acciones. En la actualidad resultaría imposible prescindir de los medios de comunicación como estrategia prioritaria.

A este respecto el Plan Nacional de Desarrollo señala como uno de sus tres objetivos fundamentales la difusión del arte y la cultura, objetivo en el cual la utilización de los medios de comunicación del Estado sería en forma más clara y sistemática, con la intención de reflejar “la pluralidad de ideas, inquietudes y opiniones de la sociedad, prevaleciendo en su operación criterios culturales, de calidad y de participación solidaria”. (19)

Dicho programa del CNCA sobre medios masivos de comunicación tiene como base las fracciones VI y IX del artículo segundo del Decreto Constitutivo de dicho organismo, las cuales expresan:

“VI. Establecer criterios culturales en la producción cinematográfica, de radio y televisión y en la industrial editorial.

IX. Diseñar y promover la política editorial del subsector de cultura y proponer directrices en relación con las publicaciones y programas educativos y culturales para televisión”. (20)

Sin embargo, ninguna de las disposiciones se refiere en exclusiva a los medios de comunicación, ni desglosan radio, televisión y cinematografía como

instancias independientes con postulados definidos. Además, los criterios culturales y las directrices en relación con programas educativos y culturales para televisión no se especifican o amplían más adelante, si bien es mencionado, como ya se anotó, que el reto está centrado en privilegiar criterios culturales y de calidad con participación plural. Asimismo, se establece mejorar los contenidos y orientarlos a la difusión del patrimonio cultural y de las diversas manifestaciones artísticas nacionales, pero tampoco se menciona cómo sería posible llevar a cabo dichos propósitos.

Las dependencias involucradas en dicho programa sustantivo del CNCA son:

- Instituto Mexicano de Cinematografía
- Canal 22
- Radio Educación
- Instituto Mexicano de la Radio
- Unidad de Producciones Audiovisuales

De ellas, Canal 22 y la Unidad de Producciones Audiovisuales son las que inciden en el ámbito televisivo, ambas serán consideradas en un apartado posterior, baste señalar aquí que, no obstante sus esfuerzos, sin duda meritorios, su cobertura y capacidad de producción resultan bastante limitados, sobre todo si se toman en cuenta los amplios objetivos que plantea este programa del Consejo.

Por otro lado, entre los aspectos que pretende reforzar el programa de fomento a los medios de comunicación, se encuentra el ámbito regional, a través de los consejos estatales para apoyar la programación cultural transmitida por radio y televisión y así conformar un sistema eficaz con producciones propias en atención a los intereses específicos regionales.

Además, se toman en cuenta también las amplias posibilidades que ofrecen los Sistemas de Satélites con el fin de integrar una red cultural de televisión, sin embargo, no se proporciona mayor información al respecto ni mucho menos, se especifica el proyecto que se pretendería llevar a cabo.

Para finalizar, se considera el desarrollo de un proyecto audiovisual para la elaboración de videos de calidad sobre diversos temas y su posterior distribución, pero no se aclara en qué lugares se realizaría la distribución ni bajo qué condiciones.

Otros programas del CNCA también contemplan a los medios masivos de comunicación como parte de sus estrategias, tal es el caso del programa de estímulo a la lectura, el cual menciona:

“Las actividades de difusión se desarrollarían por diversos medios. Se trataría de explorar todos los medios de comunicación e información, desde los interpersonales hasta los masivos, los segundos contemplarían la publicación periódica de una gaceta mensual de distribución gratuita, programas y cápsulas radiofónicas y televisivas, así como mensajes impresos”. (21)

En apariencia, se trata sólo de propuestas bien intencionadas, ya que no se proporcionan más datos al respecto.

Así, todas las acciones anotadas constituyen un esfuerzo real del CNCA en materia de medios de comunicación, no obstante y sin el afán de minimizar dicho esfuerzo, la “política cultural” (así, entre comillas) respecto a medios audiovisuales apenas se ha esbozado y falta por cubrir un gran número de temas, con relevancia en plantear objetivos y propuestas concretas.

Aquí cabe la pregunta: ¿si cada dependencia del CNCA realizara al menos un programa relacionado con medios audiovisuales de comunicación, no cumpliría así una labor de difusión más amplia, más adecuada y más acorde con las necesidades de la población mexicana?

Cada una de ellas: el Instituto Nacional de Antropología e Historia, el Instituto Nacional de Bellas Artes en sus diferentes áreas: música, danza, ópera, literatura, teatro, el Programa Cultural de las Fronteras, la Dirección General de Culturas Populares, podrían considerar la elaboración de cápsulas, programas unitarios y series de televisión, incluso en forma interdisciplinaria. Algunas lo hacen en radio o con la transmisión en televisión de ópera, ballet o conciertos, sin embargo, es mucho más lo que podrían ofrecer en lo que respecta a medios masivos de comunicación. Por ejemplo, los homenajes nacionales llevados a cabo en 1995 a Rosario Castellanos, Enrique González Martínez y Edmundo Valadés, y a Jaime Sabines y Juan Rulfo en 1996 por el

Centro Nacional de Información y Promoción de la Literatura del INBA, ¿no habrían merecido mayor difusión por televisión y radio, con la transmisión de programas especiales o cápsulas promocionales e informativas, con una cobertura nacional con el fin de involucrar a todo el país y no sólo al centro? El CNCA tiene el compromiso de apoyar más este tipo de iniciativas.

Si la política cultural es la “ciencia de la organización de las estructuras culturales” (22), se podría concluir que, antes de presentar soluciones a este respecto, la intención de este apartado es más bien plantear el problema en relación con la política cultural en lo que respecta a medios masivos de comunicación.

De acuerdo con el profesor Teixeira Coelho, investigador brasileño en el campo de las políticas culturales:

“Antes de presentar soluciones, la política cultural trata de construir problemas. Las soluciones deben ser buscadas por los receptores-sujetos de las políticas culturales que también tienen que representar en la ecuación del problema. La construcción del problema es el paso necesario para resolverlo, y ese paso corresponde a la política cultural. La política cultural asume su expresión máxima en la figura de la acción cultural, entendida como la creación de las condiciones para que los individuos y grupos creen sus propios fines”. (23)

Esta acepción resulta conveniente en los términos que se plantean en este estudio sobre la televisión mexicana, ya que plantea el papel de la política cultural en el contexto de la sociedad para la delimitación de problemas que será competencia de la misma sociedad resolver en atención a sus necesidades e intereses.

Además, señala Teixeira Coelho como ética central de la política cultural:

“Crear las condiciones para que las personas y grupos, productores o usuarios, inventen sus propios objetivos en el interior de una finalidad colectiva mayor”. (24)

El fin último de las instituciones respectivas sería la elaboración de una política cultural en medios de comunicación capaz de originar nuevos postulados en atención a las condiciones reales que plantean los medios de comunicación respecto a la sociedad mexicana actual, con la finalidad de propiciar la legítima participación de ésta en beneficio de sus propios propósitos.

## NOTAS

- (1) Enrique E. Sánchez Ruiz, *Tendencias en la investigación sobre televisión en México 1950-1990*, p. 57 y 58
- (2) Delia Covi. “La televisión en las universidades públicas” en *¿Televisión pública en México?* Florence Toussaint (coord.) p. 68
- (3) Sánchez Ruiz, ob. cit., p. 65
- (4) Efraín Pérez Espino. *Los motivos de Televisa. El proyecto cultural de XEQ Canal 9*, p. 23
- (5) Javier Esteinou Madrid. *Hacia la primavera del espíritu nacional. Propuesta cultural para una nueva televisión mexicana*, p. 8
- (6) Guillermo Bonfil Batalla. *México profundo*, pp. 180 y 181
- (7) Virgilio Caballero citado por Esteinou Madrid, ob. cit., p. 9
- (8) Bonfil Batalla, ob. cit., p. 41
- (9) Octavio Paz. “Cultura y diversidad en la televisión”. *Vuelta*, p. 42
- (10) Id., p. 40
- (11) César Fernández Moreno. “La poesía de vanguardia” en *Introducción a la poesía*, pp. 47-51
- (12) Id., pp. 47-51
- (13) Id., pp. 47-51
- (14) Pérez Espino, ob. cit., p. 17

- (15) Rolando Chávez Moreno/Raúl González Granados. *Directrices para un modelo de televisión de servicio social*, pp. 175-177
- (16) Teixeira Coelho. *Diccionario crítico de política cultural. Cultura e imaginario*, p. 464
- (17) Rafael Tovar y de Teresa. *Modernización y política cultural*, p. 235
- (18) Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. *Memoria 1988-1994*, p 18
- (19) Id., p. 17
- (20) Id., p. 12
- (21) Id., p. 39
- (22) Teixeira Coelho, ob. cit., p. 13
- (23) Id., p. 20
- (24) Id., p. 213

## II. ALGUNOS ENFOQUES EN TORNO A UNA TELEVISIÓN ALTERNATIVA

El presente capítulo pretende explorar, en dos ámbitos distintos, algunos enfoques respecto a la configuración de un nuevo proyecto de televisión nacional.

Por un lado, aborda un enfoque práctico aproximativo a algunas experiencias de televisión alternativa. Inicia por considerar los sistemas de televisión pública de Estados Unidos y Alemania y continúa con Televisión de la República Mexicana, Canal 22 y la Unidad de Producciones Audiovisuales, estos dos últimos dependientes del CNCA, debido a que dichas experiencias se identifican como representativas en el intento por consolidar una televisión pública en los planos internacional y nacional.

Por otro lado, este capítulo pretende manejar un enfoque teórico para explorar, en primera instancia, a algunos de los postulados que plantea Guillermo Bonfil Batalla en su libro *México profundo*, en el cual perfila al México actual, ya que su planteamiento ubica conceptos fundamentales que sustentan el proyecto de televisión que propone esta investigación. En segunda instancia, en este capítulo se lleva a cabo un acercamiento a la propuesta cultural de Javier Esteinou Madrid, estudioso de los medios de comunicación en nuestro país, con la intención de abordar su planteamiento de renovación de los medios hacia la conformación de una nueva forma de expresión de la cultura nacional.

## **1. Apuntes sobre la televisión pública en otros países (Estados Unidos y Alemania).**

En definitiva resultaría muy difícil para la televisión mexicana adoptar modelos de la televisión pública de otros países, como Estados Unidos o Alemania, en primera instancia debido a la abismal diferencia de culturas que nos ubica en contextos históricos totalmente distintos y, en segundo término dadas las características que prevalecen en el sistema televisivo mexicano, anotadas en apartados precedentes, tan diversas también a las de los países señalados. Sin embargo, apuntar algunas características de estos modelos podría resultar ilustrativo en la búsqueda de caminos alternativos, no como ejemplos a seguir, sino a manera de anotación al margen.

El caso de la televisión pública estadounidense puede caracterizarse de la siguiente manera: a pesar de ser un sistema en extremo minoritario en comparación con la televisión comercial y de haber recibido fuertes críticas por su supuesto elitismo o sensacionalismo, se trata de un modelo que pudiera considerarse plural, abierto, creativo y crítico, con una continuidad en la producción de sus programas; por ejemplo, entre sus producciones tenemos la serie infantil *Sesame Street*. Además, a diferencia de la televisión comercial, este modelo público incluye en su programación series importadas de gran calidad, principalmente de la BBC de Londres. (1)

Por otra parte, se maneja en forma independiente del poder gubernamental, lo cual le garantiza mayor pluralidad y crítica, además de independencia política. Su subsistencia se debe al apoyo de empresas privadas como la Fundación Ford y a los donativos de las comunidades, a través de suscripciones y subastas a beneficio. Esto significa que la movilización de la sociedad ha jugado un papel relevante en el modelo de televisión pública en Estados Unidos.

Así, no obstante la polémica y las contradicciones que ha generado la televisión pública en el seno de la sociedad norteamericana, ésta se ha configurado como un modelo alternativo respecto al mayoritario modelo comercial. Posee una presencia propia, al margen de la competencia en los mismos términos con la televisión comercial (como ha sucedido con la televisión gubernamental mexicana). Se trata de un modelo con una forma más democrática de organización y funcionamiento, que favorece una mayor libertad de expresión.

“Buscamos para la televisión libertad de las presiones del financiamiento inadecuado. Buscamos para el artista, el técnico, el periodista, el intelectual y el servidor público libertad para innovar, libertad para ser oídos mediante este medio de tan grande alcance. Buscamos para el ciudadano libertad para presenciar, para ver programas que el sistema actual, por sus insuficiencias, le niega”. (2)

Sin embargo, puede afirmarse que su mayor obstáculo es el ámbito en extremo reducido en el cual se desenvuelve.

Del otro lado del Atlántico, en Alemania, la situación de la televisión pública es muy diferente. En dicho país el sistema público es el más grande y el más importante. Cuenta con dos cadenas (ARD y ZDF) que operan en todo el país y están constituidas por varias estaciones regionales. La televisión privada existe desde hace poco tiempo, a partir de 1985, año en que fue permitida la inversión privada en este rubro y, si bien inició con algunas restricciones, su ámbito de influencia en la sociedad crece día a día. (3)

La televisión pública alemana surgió al término de la Segunda Guerra Mundial, como respuesta al fenómeno nazi, que había controlado a la opinión pública a través de los medios de comunicación de tal manera que derivó en los acontecimientos por todos conocidos y, precisamente para evitar que se repitiera esta manipulación de la sociedad, se conformó el sistema de televisión pública que prevalece en la actualidad.

Considerada como uno de los pilares de la República alemana, este eficiente sistema de televisión se ha mantenido al margen del control de un solo grupo económico, político o social; subsiste gracias a la publicidad y a una cuota que cubre cada año el televidente. Su programación es abierta, variada, alejada de pretensiones puramente comerciales y crítica, tanto de la sociedad como del sistema político vigente, incluyendo a las máximas autoridades, hecho que ha provocado polémica, debido a los comentarios

políticos que suelen aparecer en sus transmisiones. No obstante, la sociedad civil ha sido la principal defensora de la televisión pública en Alemania.

En este sentido, el interés europeo es proteger y promover su televisión. Francia, al frente de la Unión Europea, tiene contemplado, como uno de los principales objetivos de su política cultural, conseguir que Europa consuma menos televisión importada de Estados Unidos y, a través de una propuesta de legislación, pretende dar cauce a esta inquietud. Con dicha legislación todas las estaciones de televisión de los quince países miembros de la Unión Europea, estarían obligadas a cubrir el 51 por ciento de su programación con emisiones de origen europeo. La cultura audiovisual para ellos es un bien nacional que debe protegerse de acuerdo con la consigna que se promueve. Además, de modo constante se financian las producciones europeas de calidad y en un acuerdo logrado en enero de 1995, se destinaron cerca de 500 millones de dólares a la industria audiovisual.

Son muy interesantes las aportaciones de los modelos de televisión pública alemana y estadounidense. Su pluralidad, sentido crítico, independencia política, creatividad y apertura, son características que hay que reconocer en un sistema de televisión pública idóneo.

Si bien es cierto que la realidad y la cultura mexicanas son muy diferentes y resultaría ilusorio intentar copiarlos, dichos modelos pueden resultar ilustrativos en la creación de un sistema de televisión alternativa en el país. De hecho se podrían adoptar algunas medidas, por ejemplo, podrían

aplicarse algunas restricciones, como en el caso europeo, para limitar un poco la invasión del modelo de televisión norteamericano y reducir y seleccionar cuidadosamente las series que se importan del país vecino, además, también se podría promover una mayor inclusión de series de calidad provenientes de otros países, por ejemplo, Canadá y varios países de América Latina son prácticamente inexistentes en la televisión mexicana.

Sin duda, la vía idónea no sería copiar o imitar modelos de otros países, sino crear un modelo propio de televisión pública, alternativa o cultural que responda a los requerimientos específicos de la sociedad mexicana.

Los apartados que siguen intentan explorar algunas posibilidades o alternativas para la conformación de dicho modelo.

## **2. Televisión de la República Mexicana: televisión de servicio social.**

En el periodo comprendido entre los años 1979 y 1982 se desarrolló en nuestro país un proyecto de televisión oficial denominado Televisión de la República Mexicana, mismo que se analiza en el presente apartado por considerarse el proyecto más ambicioso en cuanto a la consolidación de una red de televisión de servicio social con cobertura nacional, que desarrolló el potencial de la televisión en áreas como la educación, la salud y la capacitación.

Por tanto, la intención del apartado es analizar este modelo de televisión, se da inicio con algunos antecedentes, para continuar con una revisión de los alcances obtenidos por dicho modelo y dar cuenta de las causas de su desaparición, así como situar su importancia en el ámbito de la televisión pública nacional.

Para introducir el tema se puede señalar que el sexenio del presidente José López Portillo favoreció el proyecto de televisión conocido como Televisión Rural de México, dependiente de RTC, que tenía como objetivo extender los beneficios de la televisión oficial a las regiones apartadas del proceso de desarrollo del país. Gracias a este respaldo, a partir de 1977 su red abarcó una parte considerable del territorio nacional y continuó su crecimiento con tal celeridad que en 1981 cambió su nombre a Televisión de la República Mexicana.

Posteriormente, Televisión de la República Mexicana adquirió el rango de dirección con los siguientes objetivos, sintetizados en tres rubros:

"- Que la televisión estatal colabore en forma directa y decidida para lograr el bienestar social en la mayoría de la población del país, mejore la calidad de la educación, induzca a los hábitos de salud y de apoyo a la productividad del país.

- Extender la cobertura de TRM a las regiones que presentan problemas de alta densidad de población y deficiencias educativas como el analfabetismo.
- Ampliar en género y producción los programas de contenido social y popular. Esto es, promover la educación popular, la capacitación para la producción y la comercialización, la orientación sobre la salud y la demografía, así como la información y el entretenimiento". (4)

TRM contó con varias series, de las cuales podemos mencionar:

En el área educativa: *Telesecundaria*, que ya operaba a nivel experimental desde 1966, pero obtuvo un lugar muy destacado en la red, con resultados sorprendentes que la llevó a alcanzar los 80 mil alumnos en 1980 y a ampliar sus expectativas con la telesecundaria para adultos y la secundaria intensiva de verano.

En el área de salud, se pueden mencionar las siguientes series:

*Nuestra salud*, *TV Actualización médica*, *La semilla de la vida*, *Conociéndote a ti mismo* (en torno a la sensibilización acerca de la reproducción humana y la planificación familiar).

Series coproducidas con la entonces Secretaría de Salubridad y Asistencia, el Consejo Nacional de Población, entre otros hospitales e

instituciones, realizadas en atención a diversas problemáticas, como el aumento en la densidad de población.

En el área de capacitación se realizaron las series:

*Capacitación agropecuaria, Agroindustrias caseras, Corte y confección, T.V. Oficios.*

Series en coproducción con la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos y CONASUPO, entre otras instancias gubernamentales, realizadas con la intención de mejorar el nivel de vida de la población rural.

Otras series importantes fueron:

*Foro del consumidor*, la telenovela de CONASUPO *Al salir el sol*, y algunas series infantiles e informativas.

Todo lo anterior en atención a un perfil programático que se menciona íntegro a continuación, debido a su importancia, ya que da cuenta de los alcances que pretendía alcanzar TRM:

“ESQUEMA DEL PERFIL PROGRAMATICO DEL MODELO DE TELEVISION AL  
SERVICIO ESTATAL.

*Educación.*

- Castellanización
- Alfabetización
- Teleprimaria
- Telesecundaria
- Telesecundaria intensiva para adultos

- TV bachillerato
- TV universidad
- Didácticos infantiles

*Entretenimiento.*

- Concurso sobre temas históricos, geográficos, etc.
- Deporte amateur

*Capacitación.*

- Capacitación agropecuaria
- Preparación de alimentos
- Capacitación al empleo
- Capacitación técnica
- Organización tv cursos

*Cultura.*

- Promover las tradiciones
- Festividades, arte popular, música mexicana, museos, zonas arqueológicas, templos, etc.
- Emisiones en lenguas indígenas por regiones

*Información.*

- Noticiero nacional y regional
- Análisis de sucesos
- Participación social
- Servicios (abasto popular, bolsa de trabajo)
- Cápsulas informativas regionales
- Programas especiales

*Orientación.*

- Salud, nutrición e higiene
- Orientación familiar
- Trámites civiles
- Orientación cívica
- Ecológicos
- Primeros auxilios
- Drogadicción y alcoholismo
- Orientación vocacional". (5)

Cabe señalar que no hay antecedentes en la historia de la televisión mexicana respecto a la explotación de las potenciales ventajas de la transmisión del mensaje con fines educativos, de capacitación e información con carácter de servicio, como sucedió con TRM a través de las series arriba mencionadas.

Además, destacó que, aparte de la transmisión vía microondas de las series de TRM, también se programaron cursos por circuito cerrado de televisión en varias regiones del país, que contaron con un sistema de implementación y evaluación importantes y, asimismo, es de mencionarse la extensión de su cobertura, los esfuerzos por la evaluación del impacto de las series en la población, la variada composición socioeconómica y cultural del teleauditorio al que iba dirigida la programación y el apoyo prestado en materia de coordinación por numerosas instituciones y gobiernos estatales y federales.

En cuanto al sistema de evaluación con que contaba TRM, cabe señalar que consistía en:

a) Producción. En este ámbito TRM contaba con un grupo de expertos en diversas disciplinas como pedagogía, psicología, comunicación, sociología, etc. que asesoraban, discutían, supervisaban y diseñaban los objetivos, contenidos y guiones de cada programa. Una vez aprobado el guión, se turnaba a los productores, quienes realizaban el programa y lo sometían a una revisión técnica.

b) Transmisión en circuito cerrado a grupos cautivos para verificar la eficacia del mensaje transmitido, mediante la evaluación con cuestionarios. En caso contrario (falta de eficacia) se corregía el programa.

c) Transmisión vía microondas o circuito cerrado en las diversas entidades del país que apoyaban el proyecto, de igual manera las emisiones se supervisaban con cuestionarios y sondeos.

En términos de cifras, la cobertura de TRM de 1979 a 1982 llegó aproximadamente al 80 % del territorio nacional e incluyó zonas en donde otros canales no lo hacían. (6)

Las estaciones transmisoras de TRM llegaron a 97 distribuidas en 30 entidades del país, con un porcentaje bastante elevado de cobertura de la señal en cada estado. (7)

Esta última cifra da cuenta del proyecto de regionalización de la red, a través de acuerdos suscritos entre 1980 y 1981, que incluían colaboración

económica y técnica con varios estados para la realización, transmisión y evaluación de programas de carácter regional, que pretendían rescatar y promover las manifestaciones culturales de cada entidad, informar sobre sus principales problemas, transmitir campañas de beneficio social, etc.

Por otro lado, es importante mencionar las transmisiones en náhuatl y otomí del Canal 3 de Pachuca, Hidalgo; la programación del Canal 4 de Xalapa, Veracruz, que beneficiaba al 68% de la población; y la política programática de Canal 7 de Toluca, Estado de México (Televisión Mexiquense), por ejemplo. Además, se instalaron centros regionales de producción en Tlaxcala, Guanajuato, Oaxaca, Chiapas, Puebla, Nuevo León, Aguascalientes y San Luis Potosí, los cuales alcanzaban a cubrir estados vecinos.

Posteriormente, en abril de 1982 inició transmisiones el Canal 22 del Distrito Federal en la banda UHF, bajo los auspicios de TRM y como instrumento de apoyo a la red para extender su cobertura en la ciudad de México y el área metropolitana. Transmitía programas de interés social de la misma red, de Canal 11 y de la Unidad de Televisión Educativa y Cultural, dirigidos básicamente a grupos cautivos en hospitales, delegaciones, centros de salud, escuelas, etc. De este modo, Canal 22 bajo los auspicios de TRM fue muy fecundo.

Al año siguiente, en 1983, mediante un decreto se creó el Instituto Mexicano de Televisión (IMT), para integrar las estaciones de televisión pertenecientes al poder ejecutivo federal. De tal suerte se integraron:

Corporación Mexicana de Radio y T.V., S.A., Televisión de la República Mexicana, Canal 22 del D.F., PRONARTE, Teleproductora del Distrito Federal.

Esta integración marcó el inicio de la desaparición de TRM, precisamente en la etapa de su consolidación. En primer término, debido a que se redujo en forma considerable el tiempo de programación al aire, más tarde, en 1984 sólo se retransmitían series, ya no hubo producción. Así, poco a poco, se omitieron las experiencias obtenidas por la red y una vez más los vaivenes sexenales determinaron un nuevo proyecto de acuerdo con el gusto y preferencia de los funcionarios en turno que cambiaron de modo radical la orientación de la propuesta televisiva oficial, sin considerar la experiencia de TRM ni mucho menos las necesidades del público, sobre todo del área rural.

De hecho, la salida al aire de un nuevo canal: el 7, significaría la salida de la señal de la red de TRM, cuyas transmisiones se circunscribieron a la ciudad de México, ya que se consideró que la red pasaba inadvertida para el resto del país.

Por otro lado, parte del proceso de desaparición de TRM, a pesar de tratarse de un proyecto innovador, se debió a deficiencias de orden técnico, por ejemplo, la falta de sincronización texto-imagen y la transmisión en la banda UHF de Canal 22, que provocó un problema con los aparatos receptores que no contaban con dicha frecuencia y por tanto, veían restringido el acceso a esta señal.

Además:

- "- Problemas de coordinación entre las autoridades federales y estatales imposibilitaron su continuidad y perfeccionamiento.
- Falta de un sistema de planeación integral para la conducción de su labor social.
- Carencia de planes y proyectos de investigación para detectar las prioridades de la población e instrumentar estrategias de solución.
- Producción desmedida de emisiones que no eran de interés primordial y carencia de otras que si lo eran.
- Anarquía en la organización y la distribución de los tv cursos impartidos en provincia." (8)

No obstante todas estas fallas, resultan notables los aportes de TRM a la educación y la capacitación, no tanto por su calidad ni por su contenido, sino más bien por la explotación del medio en un ámbito que no había sido explorado en tal magnitud, asimismo, destacan sus esfuerzos por lograr una descentralización de la televisión, el fomento a una dinámica de participación grupal y la realización de programas bilingües en lenguas indígenas, por mencionar algunos ejemplos.

La salida al aire de Canal 7 planteaba la posibilidad de dar continuidad al proyecto de TRM y de utilizar la televisión en beneficio de la sociedad, por supuesto mediante una reestructuración del proyecto que mejorara la calidad

de las transmisiones en todos los sentidos. Pero esto no ocurrió, pues la televisión oficial cambió a un proyecto totalmente distinto, alejado de la experiencia obtenida por TRM.

En conclusión, TRM demuestra la posibilidad de la conformación de un proyecto televisivo alternativo, en los términos que se han planteado en este trabajo, un proyecto de televisión de servicio social para inducir al televidente al análisis y la reflexión, así como para fomentar la participación y el interés en mejorar las condiciones de vida de la población. En suma, establecer una relación significativa entre el medio y el televidente, tomando en cuenta sus condiciones reales de existencia con el fin de motivarlo a mejorar su calidad de vida y, en esta línea, podríamos hablar del fomento de lo que llamaríamos una “cultura convivial” para el mejoramiento de la comunicación y el acelere del desarrollo de la sociedad,

De este modo TRM, a pesar de sus limitantes no deja de ser un intento con méritos suficientes a tomarse en cuenta en la conformación de un proyecto de televisión alternativo.

### **3. Canal 22 y Unidad de Producciones Audiovisuales del CNCA.**

Ambas dependencias del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA) son ejemplo de cómo puede funcionar una televisión alternativa, por ello, valdría la pena comentar algunas de sus características.

La Unidad de Producciones Audiovisuales (UPA) fue creada en 1989 por el CNCA “con el objetivo de diseñar, producir y divulgar materiales audiovisuales que contribuyan a fortalecer y extender las tradiciones y los valores actuales de la cultura y la creación artística entre la población del país”. (9)

La UPA ha trabajado, sobre todo, a través de coproducciones para realizar diversos programas y series de televisión entre los que se cuentan: *Nosotros los refugiados: 50 años de exilio español en México*, *La fotografía en México*, *Encuentros y desencuentros* y *Los caminos de lo sagrado*. A partir de 1994 ha efectuado la cobertura de las actividades más importantes del CNCA.

Además, ha promovido la realización de las Bienales de Video, que significan un estímulo a la producción de televisión y video de calidad, así como la difusión de gran número de materiales y la detección de creadores capacitados.

Es de mencionarse, asimismo, una participación destacada en diversos foros, jornadas y festivales, llevados a cabo tanto en el ámbito nacional como internacional.

Por otro lado, la UPA ha impartido cursos regionales de televisión cultural en varios estados del país y ha otorgado asesoría a Canal 22.

No obstante estas acciones, algunas cifras ofrecen datos reveladores respecto al alcance de esta opción televisiva: “de 1989 a julio de 1994, la UPA realizó un total de 345 programas y 155 promocionales. El total del

material grabado reúne cerca de 1000 horas”. (10) Sin duda, se trata de programas de calidad, muchos de ellos transmitidos por Canal 22, pero, comparados con la oferta televisiva transmitida diariamente por la televisión privada, la cifra representa una mínima parte en medio de un océano de programación comercial.

Un diagnóstico realizado por el CNCA como parte del programa “Fomento de la Cultura a través de los Medios Masivos de Comunicación” propone incrementar la producción y la cobertura de la UPA, para que contribuya en mayor medida en las tareas principales encomendadas al Consejo.

Canal 22, por su parte, también dependiente del CNCA, se ha configurado como el canal cultural de la televisión mexicana, la alternativa por excelencia de la televisión actual, además de Canal 11.

Desde sus orígenes en 1991, Televisión Metropolitana Canal 22, surgió como el proyecto que más se ha acercado a una auténtica televisión pública, en el sentido de que, a diferencia de Televisión de la República Mexicana y Canal 11, Canal 22 nace a iniciativa de un amplio sector de la comunidad cultural mexicana a través de una “Carta abierta” dirigida al jefe del Ejecutivo, con la firma de 800 intelectuales y artistas, en la cual se solicitó la frecuencia de Canal 22 para convertirlo en un canal de contenido cultural e interés público, en vista de la inminente privatización de los canales estatales 7, 13 y 22 del Instituto Mexicano de Televisión (IMEVISION). Así, en respuesta a

dicha carta, se suspende la venta de Canal 22 y, luego de sortear una serie de dificultades técnicas y operativas, sale al aire el 23 de junio de 1993, con dependencia financiera y estructural del gobierno por medio del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. (11)

Inició sus operaciones con cobertura limitada al Distrito Federal y área conurbada, con un presupuesto de 32 millones de pesos de los 70 prometidos y horario reducido.

De acuerdo con lo planteado en su origen por su primer director José María Pérez Gay, Canal 22 es el primer emisor de “una televisión plural y crítica, no del Estado ni para un grupo de intelectuales; en colaboración permanente con las televisoras estatales... algo que en México apenas empieza a conocerse, que sería la televisión pública”. (12)

La libertad, la corresponsabilidad, el rigor profesional y la calidad son otras características que se han atribuido a esta emisora.

Canal 22 ha transmitido en la banda UHF (Ultra High Frequency), limitada al Valle de México, sin embargo, desde hace tiempo ha librado un tanto la batalla por lograr una mayor cobertura, gracias al Sistema de Satélite Morelos, por medio del cual por lo menos 21 televisoras regionales captan la señal en varias partes del país. Asimismo, a través de un convenio entre Canal 22 y la Cámara Nacional de la Industria de la Televisión por Cable, 6 millones más de televidentes en todo el país captan la señal.

Su programación incluye conciertos, ópera, ballet, biografías, documentales, música, miniserias y un noticiero cultural; programas realizados por diversas corporaciones como el Centro Universitario de Estudios Cinematográficos (CUEC) de la UNAM, la UPA del CNCA, Televisión Universitaria, Fundación Cultural Chicanos, la Filmoteca de la UNAM y varias televisoras regionales a lo largo de la República, entre otras. De acuerdo con la versión oficial, Canal 22 ocuparía entre el 30 y 40 por ciento de su tiempo de transmisión para cubrir los objetivos que le dieron origen.

El resto corresponde a material que proviene del extranjero y es importante señalar, que gran parte de la programación transmitida está conformada por películas y miniserias. Esta situación se debe, en parte, al alto costo que ha significado producir por cuenta propia, lo que hace más fácil la adquisición de material audiovisual de otros países.

Los convenios y las coproducciones son otro ámbito importante de Canal 22. Se han establecido relaciones con empresas como Radio Quebec (Canadá), Rainer Moritz Associates (Europa) y el canal franco-alemán Artes. Convenios que han incluido asistencia técnica, programas diversos, compra-venta de derechos de exhibición y organización de encuentros académicos sobre televisión cultural.

Si bien, sobre todo en sus primeros años, Canal 22 fue motivo de críticas y acusaciones por considerarse una emisora elitista dedicada a complacer determinados gustos culturales, que en forma sistemática dejó de lado todo lo

referente a la política nacional, incluidos los noticieros (más que los de orden cultural) y en consecuencia los problemas y conflictos sociales.

Por otra parte, también resulta significativo el hecho de que Canal 22 ampliara su horario de transmisiones, de 5 horas inicialmente, a 9 horas diarias en 1994 y a 16 horas en 1995.

Así, todas las acciones anotadas dan fe de un proyecto de televisión cultural que ha cristalizado y ha rendido logros importantes, sus aciertos han superado las críticas iniciales, queda un largo camino por recorrer, sobre todo en relación con la cobertura; con la transmisión de programas de origen nacional; con dar mayor cabida a la participación de los estados de la República en la programación diaria y apoyo a sus proyectos de producción. Todo ello encaminado a lograr un proyecto televisivo de alcance nacional y con participación plural, objetivos prioritarios en la conformación de Canal 22.

Es probable que el camino de la comercialización sea una opción para Canal 22, como lo anotó José María Pérez Gay, pues este sistema ha sido empleado con logros por televisoras públicas de otros países. Hoy en día cuenta con anunciantes de importancia que han invertido una suma considerable en publicidad, con la ventaja de que la mayor parte de los ingresos del canal provienen del Estado, lo cual reduce el tiempo de publicidad y garantiza al televidente mayor tiempo de goce de la programación.

Para finalizar este apartado sería importante recordar algunos de los postulados que dieron origen al 22, los cuales fueron planteados en el informe de labores presentado en vísperas de su salida al aire:

“La parte medular de Canal 22 consiste en una nueva concepción de la cultura televisiva, fundamentada en la excelencia de contenidos programáticos y las posibilidades de su producción: pretende mostrar el dilatado horizonte del saber, la reflexión y las artes que hoy confluyen en una nueva dinámica, con los tratamientos propios de la televisión moderna, asumiendo que la cultura puede transmitirse con la imagería del espectáculo... superando los estereotipos acartonados y solemnes que hasta hoy han sido sinónimo de televisión cultural y haciendo de la cultura un espectáculo tan vivaz y accesible como cualquier programa de entretenimiento y diversión.

“Como televisión pública, puede adquirir una importancia educativa al difundir la cultura universal, y los usos y costumbres que en nuestra sociedad han modelado al público televisivo, pero además: pretende dar voz e imagen a todas las manifestaciones y disciplinas creativas que integran el vasto cuerpo de la cultura nacional y a todos los grupos e individuos que la crean y reproducen”. (13)

Resultaría necesario señalar, aunque no aparezca así registrado en los anales de la historia de la televisión mexicana, la herencia que Televisión de la República Mexicana dejó a Canal 22, como parte de sus orígenes.

#### **4. Al encuentro del México profundo.**

El reto para la televisión mexicana, como sucede en todos los ámbitos del México actual, es volver la mirada al México plural, a la civilización negada, “es urgente dar la voz al México profundo. Y escucharla”. (14)

De acuerdo con este postulado, el presente apartado pretende llevar a cabo una reflexión en relación con el libro de Guillermo Bonfil Batalla titulado *México profundo*, con la finalidad de ubicar algunas cuestiones que resultaría interesante tomar en cuenta para la conformación de un proyecto de televisión pública nacional. La intención es reconocer algunos postulados fundamentales que plantea Bonfil Batalla sobre cuanto él considera el “México profundo”, así como ubicar el contexto cultural que delimita y, en concordancia con estos planteamientos, contemplar una posible transposición de dichos postulados a la televisión mexicana, tan sólo a manera de apunte, como guía para su renovación. Se trata, entonces, de un ejercicio, de un enfoque aproximativo al texto de Bonfil Batalla.

Para ello, en primer término se dará inicio con la exposición del planteamiento medular de Bonfil Batalla. En *México profundo*, el autor plantea el dilema que significa para la sociedad mexicana la existencia de dos civilizaciones distintas: la mesoamericana y la occidental, lo cual enfrenta dos proyectos de nación también diferentes, dos futuros posibles.

Se tiene por un lado, lo que Bonfil Batalla denomina el “México imaginario”, el cual expresa al proyecto occidental que llegó con la invasión europea siglos atrás y no ha sido abandonado en los diversos periodos históricos.

“Dentro del conjunto de la sociedad mexicana (se ha creado), un país minoritario que se organiza según normas, aspiraciones y propósitos de la civilización occidental que no son compartidos (o lo son desde otra perspectiva) por el resto de la población nacional; a ese sector, que encarna e impulsa el proyecto dominante en nuestro país, lo llamo aquí el México imaginario”.

(15)

Por otro lado, está el “México profundo” de herencia mesoamericana caracterizado por Bonfil Batalla de la siguiente manera:

“El México profundo está formado por una gran diversidad de pueblos, comunidades y sectores sociales que constituyen la mayoría de la población del país. Lo que los une y los distingue

del resto de la sociedad mexicana es que son grupos portadores de maneras de entender el mundo y organizar la vida que tienen su origen en la civilización mesoamericana, forjada aquí a lo largo de un dilatado y complejo proceso histórico. Las expresiones actuales de esa civilización son muy diversas: desde las culturas que algunos pueblos indios han sabido conservar con mayor grado de cohesión interna, hasta la gran cantidad de rasgos aislados que se distribuyen de manera diferente en los distintos sectores urbanos. La civilización mesoamericana es una civilización negada, cuya presencia es imprescindible reconocer”.

(16)

Ambas civilizaciones viven en enfrentamiento constante, la civilización occidental ha dominado y ha impuesto su modelo de desarrollo ajeno a la realidad del México profundo, el cual simboliza el atraso y por tanto permanece subordinado al modelo occidental.

Bajo este mismo esquema se encuadran los medios de comunicación masiva, los medios que Bonfil Batalla denomina de “in-formación masiva”, pues “no forman” y reproducen el modelo de desarrollo proclamado por el México imaginario, intentan reafirmar al México que no es, la realidad y el proyecto de desarrollo imaginarios. Los define como “esencialmente unidireccionales, centralizados y urbanos” (17), descartan la existencia del

México profundo. No obstante, Bonfil Batalla reconoce su importancia en el México contemporáneo, así como su carácter determinante en varios ámbitos de la sociedad actual.

De acuerdo con Bonfil Batalla, el reto para el México de hoy es reconocer el potencial de esa civilización negada y, en este sentido, los medios de comunicación podrían jugar un papel relevante para reanudar el camino hacia un nuevo proyecto civilizatorio, que cancele al México imaginario y revele al profundo, un proyecto que fuera inclusivo y viable, un proyecto para todos los habitantes de este país.

¿De qué manera se podrían ubicar a los medios de comunicación en el contexto cultural que propone Bonfil Batalla? Habría que revisar, primero, algunos de los aspectos fundamentales que definen al México profundo, de acuerdo con el autor.

La continuidad cultural, la diversidad de culturas, y al mismo tiempo la unidad por encima de las particularidades de cada pueblo, son algunos rasgos que caracterizan a la civilización mesoamericana: raíz del México profundo, cuya vinculación histórica con el presente es innegable.

Asimismo, la esencia de las culturas indias revela una actitud del hombre ante la naturaleza: las comunidades están en vínculo constante e irrenunciable con ella, como punto de partida de su actuación cotidiana, esto es, como fuente de sus conocimientos y habilidades, “pero que también está presente en la proyección de sus sueños, en su capacidad para imaginar y no sólo

observar la naturaleza, en la voluntad de dialogar con ella, en sus temores y esperanzas”. (18)

La cosmovisión de los pueblos de origen mesoamericano, también reconoce una integración a un orden cósmico, armónico con la naturaleza. El tiempo es concebido como una “espiral inacabable”, un ciclo continuo, en el cual el pasado glorioso habrá de volver. Su forma de relación social conlleva un sentido con relevancia en lo colectivo, en el cual todos los individuos cumplen un papel protagónico. La adaptabilidad de las comunidades a las circunstancias históricas sin renunciar nunca a su cultura es una garantía para su supervivencia. Su voluntad de permanencia, su continuidad dinámica, su capacidad de decisión para conservar su cultura y su creatividad, todos éstos, entre otros, han sido elementos importantísimos que han garantizado por igual la vigencia de su cultura.

Estas cualidades son negadas en forma sistemática por los medios de comunicación masiva, principalmente por la televisión, la herencia mesoamericana es entendida como mundo muerto, sin vínculo alguno con el México contemporáneo. Los medios venden la imagen de lo indígena como folclor para promoción turística.

Por tanto, la importancia de resaltar en este estudio los rasgos característicos inherentes al México profundo, radica en el hecho de encontrar en ellos una fuente de inspiración que oriente hacia un nuevo camino en cuanto a medios de comunicación se refiere, en especial en lo que toca a

revelar la pluralidad de la sociedad mexicana. Desde esta perspectiva, los medios y en particular la televisión, adquirirían una nueva fisonomía para mostrar el país que somos en realidad.

Los medios de comunicación, entonces, tendrían que asumir como parte de su compromiso hacer del dominio público el término identidad, entendido éste como:

“Saberse y asumirse como integrante de un pueblo, y ser reconocido como tal por propios y extraños, significa formar parte de una sociedad que tiene por patrimonio una cultura propia, exclusiva, de la cual se beneficia y sobre la cual tiene derecho a decidir, según las normas, derechos y privilegios que la propia cultura establece (y que cambian con el tiempo)”. (19)

Ahora bien, ¿cuál es el proyecto cultural a seguir según Bonfil Batalla?

Argumenta, en principio, que hasta el momento se ha pretendido la eliminación de la civilización mesoamericana con el fin de imponer la occidental, no se ha planteado, de ningún modo, la posibilidad de la unificación de ambas civilizaciones en términos de coexistencia, ni tampoco la liberación y el estímulo de las capacidades culturales de la población en su conjunto.

La discusión acerca de la conformación de un proyecto nacional, tendría que definirse, entonces, en términos civilizatorios. Civilización, según Bonfil

Batalla, se entendería como un grado de desarrollo cultural amplio, inclusivo y complejo, en donde descansarían los proyectos de todos los grupos, comunidades e individuos que integran a dicha civilización.

“(Civilización) Es un plan general de vida que le da trascendencia y sentido a los actos del hombre, que ubica a éste de una cierta manera en relación con la naturaleza y el universo, que le da coherencia a sus propósitos y a sus valores, que le permite cambiar incesantemente según los avatares de la historia sin desvirtuar el sentido profundo de su civilización, pero sí actualizándola. Es como un marco mayor, más estable, más permanente, aunque de ninguna manera inmutable, en el que se encuadran diversas culturas y diversas historias se hacen comprensibles”. (20)

De acuerdo con esta definición, el único proyecto civilizatorio planteado como alternativa deseable según Bonfil Batalla sería el pluralismo cultural, con el fin de reconocer, aceptar e incluir a las culturas herederas de la civilización mesoamericana en un proyecto de nación que integrara la diversidad del México actual. La meta central sería, entonces, el desarrollo de una nación pluricultural.

Este proyecto involucraría la voluntad histórica del México profundo, la conciliación de la oposición Mesoamérica-Occidente (como reto principal), así

como el reconocer rasgos occidentales que sean imprescindibles para el desarrollo, significaría aprender a ver Occidente desde México, como apunta Bonfil Batalla.

De igual forma, implicaría la anulación del dominio de un grupo sobre los otros, la liberación de los pueblos y su participación activa en la vida nacional en términos de democracia, respeto, convivencia y autonomía cultural, todo ello dentro de la diversidad del México de hoy.

En concordancia con este planteamiento se podría concebir una nueva televisión mexicana. Una televisión encaminada a revelar la verdadera identidad de México como nación, en aras de un nuevo proyecto de civilización que sea, por necesidad, pluricultural. Una televisión que camine al encuentro del México profundo.

Octavio Paz también ha reconocido en los términos pluralidad y diversidad la inspiración para el México actual y, respecto a la televisión, expresa:

“¿Qué le puede pedir la cultura, entendida como diversidad, hoy a la televisión, este poderoso y prodigioso medio de comunicación?...

Que sea fiel a la vida, es decir, que sea plural, que sea abierta. No una televisión gobernada por un grupo de burócratas empeñados en hacer la unanimidad en torno al jefe y a la Doctrina, sino muchas televisiones que expresen la diversidad y

pluralidad de la cultura mexicana: la llamada alta cultura y la cultura popular, la cultura central y la cultura periférica, la de la ciudad de México y la de la provincia, la de las mayorías pero también de las minorías, la de los críticos disidentes y la de los artistas solidarios. Queremos una televisión que sea el medio para que los mexicanos se comuniquen entre sí y con el mundo que los rodea. No una televisión sino muchas televisiones y todas en sentido distinto.

“Sin excluir dos elementos esenciales de la democracia moderna: la libre crítica y el respeto de las minorías... Puede ser plural, diversa, popular en el verdadero sentido de la palabra. Entonces será un auténtico medio de comunicación nacional y universal.

“La civilización que viene será diálogo de culturas nacionales o no habrá civilización.

“Creo en la diversidad, creo en la pluralidad, creo en la vida”.

(21)

Esta caracterización de Octavio Paz acerca de la televisión, sintetiza lo que significaría una hipotética trasposición de algunos de los elementos fundamentales de la propuesta de Guillermo Bonfil Batalla en la conformación de una nueva televisión mexicana plural e inclusiva, abierta y diversa, muchas televisiones que comuniquen en el sentido más amplio de la palabra.

## **5. Acercamiento a la propuesta cultural de Javier Esteinou Madrid para la conformación de una nueva televisión mexicana.**

Javier Esteinou Madrid, en tres de sus libros: *Hacia la primavera del espíritu nacional. Propuesta cultural para una nueva televisión mexicana*, *La televisión mexicana ante el modelo de desarrollo neoliberal* y *La comunicación y la cultura nacionales en los tiempos del libre comercio*, se ha adentrado en el estudio de la televisión cultural mexicana (alternativa, pública o de servicio) y hace un análisis a conciencia de su contexto actual, además de que propone algunas pautas a seguir, a manera de propuestas concretas.

Este apartado pretende rescatar y sintetizar algunos elementos de la lectura que hace el autor sobre los medios de comunicación colectiva en general y sobre la televisión en particular, con el fin de que dicha lectura resulte ilustrativa para continuar en la búsqueda de una nueva televisión mexicana.

En la propuesta de Esteinou se identifican un enfoque diagnóstico, un enfoque de reflexión, un enfoque de análisis y uno de búsqueda de acciones en lo que significaría la conformación de una nueva política de comunicación enfocada con énfasis en el ámbito televisivo.

Así, para iniciar la recapitulación de los libros mencionados, en primer término, valdría la pena mencionar el diagnóstico o caracterización que el autor hace de los medios de comunicación en México. Los ubica en medio de un funcionamiento esquizofrénico que se expresa en la conformación de una cultura por igual esquizofrénica. Mientras padecemos una grave crisis socioeconómica “la televisión orienta al triple eje cultural del consumo, los deportes y las ideologías del espectáculo”. (22)

Los medios de comunicación, dice, han cambiado nuestra forma de ver y concebir al mundo, al ser humano y en general a la vida, insertan una cultura ajena que no es justamente la que nos llevará al desarrollo integral como nación, cada día nos llevan a saber menos de nuestra identidad.

Sin embargo, apunta, es innegable que la televisión orienta nuestra vida cotidiana y cada vez más juega un papel central en la sociedad mexicana, la televisión es “el vértice de la cotidiana reproducción espiritual del hombre de las ciudades de finales del siglo XX”. (23)

Si bien, la cultura proporciona al proyecto de nación su esencia, su razón de ser, Esteinou señala que los medios de comunicación han sido marginados en forma sistemática por las políticas culturales de los últimos sexenios. De ahí la necesidad de reflexionar y analizar a profundidad el impacto de la televisión sobre la cultura, en el ánimo de que un nuevo eje cultural se conciba en torno a los medios masivos de comunicación, que coadyuve a la superación de conflictos y al desarrollo de la sociedad mexicana.

En este sentido, Esteinou menciona la importancia de jerarquizar las necesidades informativas en concordancia con las necesidades de desarrollo, asimismo concibe en forma ideal a los medios de comunicación como “tecnologías culturales”, para reencontrar su capacidad de producir cargas emotivas, sensibilizar y movilizar a la sociedad.

Diagnosticar las problemáticas que enfrenta el país para su eventual resolución, elaborar nuevas políticas de programación y aprovechar el gran potencial de los medios audiovisuales, son otros puntos indicados por Esteinou en la conformación de una nueva televisión mexicana.

Ahora bien, Javier Esteinou, en el libro *Hacia la primavera del espíritu nacional. Propuesta cultural para una nueva televisión mexicana*, enuncia una propuesta concreta basada en doce puntos fundamentales a seguir por la televisión pública, con la finalidad de que adquiriera una nueva fisonomía. Por su importancia, a continuación se abordan e interpretan en forma por demás sintética las principales aportaciones de los puntos señalados. Cabe señalar aquí que Esteinou aborda cada punto acotado con amplitud y los inserta en los ámbitos económico, político y social:

1. Determinar mapas de cobertura de las diferentes estaciones de televisión pública para delimitar zonas geográficas y auditorios.

2. Determinar hábitos de los televidentes, a manera de diagnóstico (número de horas frente al televisor, manera de incorporar a la vida cotidiana los programas transmitidos, tendencias, etc.)

3. Puntualizar la manera como los modelos de televisión alternativa (televisión universitaria, de Estado) inciden en el televidente para delimitar cuáles es de mayor impacto, su grado de eficacia, su nivel de presencia y en general el panorama que presentan ante el televidente promedio.

4. Explorar los lenguajes audiovisuales con el fin de determinar los que pueden tener mayor grado de incidencia en el auditorio en dos niveles:

a) A corto plazo: sistematizar con todo detalle los códigos, las maneras de expresión y las estrategias más eficaces del modelo de televisión imperante para retomarlos en la formación de un nuevo proyecto.

b) A largo plazo: experimentar nuevas formas de expresión para que la televisión mexicana defina su propia personalidad.

5. Es imprescindible que el sistema televisivo nacional se aleje de la lógica de mercado o de poder y se acerque a las necesidades de la sociedad en las diferentes zonas geográficas, de acuerdo con sus condiciones reales de existencia, tomando en cuenta tres criterios:

a) Distinguir entre dos tipos de conflictos a resolver: los estructurales (problemas a largo plazo) y los coyunturales (en periodos cortos).

b) Enfocarse al diseño de políticas informativas de acuerdo con la realidad del país, que se expresa en conflictos cíclicos. En este ámbito será necesario indicar la perspectiva histórica, el momento específico en el cual se encuentra el país, causas y consecuencias y, con base en esto, proponer

soluciones y acciones a seguir en una propuesta de televisión que coadyuve a la resolución de distintas problemáticas sociales.

De acuerdo con lo anterior, los conflictos serían reconocidos por la televisión pública de acuerdo con un análisis de las características particulares de cada uno de ellos y en el momento en que suceden los hechos concretos.

a) Abordar, en principio, los problemas más apremiantes y, a partir de ahí, definir el criterio y las directrices a seguir para la construcción de la nueva política de información que regirá a la televisión mexicana.

6. Así, tendrá primordial importancia elaborar nuevas políticas de contenidos (programación).

7. Instrumentar una “zonificación de tratamiento informativo” y de contenidos que unifique conflictos y necesidades a cubrir en relación con cada región del país.

Esteinou refiere seis grandes regiones que, considera, pueden ser abordadas por la televisión: región norte, región sur, región centro, región Valle de México, región Golfo y región Pacífico, en ellas la comunicación vía satélite podría ofrecer muchas posibilidades.

8. Es imperativo que las políticas informativas sensibilicen racional y afectivamente a los auditorios respecto a asuntos de interés general; inciten a la movilización y a la proposición de soluciones prácticas; fomenten la colaboración estrecha entre gobierno (en sus diversas ramas) y núcleos civiles; intenten la difusión de mensajes con anticipación a los conflictos así como la

corrección de éstos; transmitan los mensajes con un alto grado de frecuencia (repetición) y difundan los nuevos contenidos a través de formatos televisivos más atractivos.

9. Los programas alternativos tendrían que transmitirse en horarios más adecuados y dirigirse a grupos específicos de espectadores.

10. Sería necesario implementar mecanismos de evaluación del cambio de actitudes en la población, así como de modificaciones en asuntos de conflictos (una vez implementada la política de comunicación adecuada).

11. Habría que llevar a cabo continuas adaptaciones a los contenidos televisivos para adecuarlos a las nuevas circunstancias que se generan día a día.

12. Finalmente, tomar en cuenta la cuestión financiera como rubro fundamental por resolver, mediante la diversificación de las fuentes de financiamiento, la venta a otras naciones de programas informativos y culturales, y la consideración del criterio de ahorro que generaría en diversas áreas una televisión pública eficaz.

En esta misma línea, Raúl Navarro Benítez, en su texto *Una desincorporación largamente anunciada: el caso de Canal 7*, enumera varios postulados que concuerdan con la propuesta cultural de Javier Esteinou, habría que mencionar que dichos postulados fueron pronunciados con el fin de normar la venta de las estaciones desincorporadas de la red nacional

IMEVISION, sin embargo resultan ser requisitos que resumen de alguna manera la actitud a seguir en la búsqueda de una televisión pública nacional:

1. Conformar un Sistema Nacional de Comunicación más eficiente y competitivo.
2. Garantizar una participación diversificada y plural en el capital, con el objeto de alentar la inversión en el sector e impedir fenómenos indeseables de concentración.
3. Vincular la aptitud y la calidad moral en la administración de la Red de Comunicación Televisiva.
4. Asegurar que esta nueva red sea controlada por mexicanos.
5. Buscar la descentralización y el arraigo regional de la Red.
6. Lograr un precio justo por las frecuencias (cuando estuvieron a la venta)
7. Propiciar la conformación de un Sistema Nacional de Comunicación público y privado balanceado.
8. Alentar las sanas prácticas comunicativas y políticas. (24)

Por otra parte, Javier Esteinou, en los libros *La televisión mexicana ante el modelo de desarrollo neoliberal* y *La comunicación y la cultura nacionales en los tiempos del libre comercio*, analiza las consecuencias de la nueva dinámica económica del país sobre los medios de comunicación, misma que determina en muchos aspectos su conformación actual y futura, y enfatiza la

importancia de proyectar un nuevo orden cultural que garantice el desarrollo de la sociedad e incida en el campo de la comunicación.

Esteinou refiere que la televisión bajo la economía actual conduce hacia la sociedad de consumo, a debilitar la identidad, al modelo de cultura norteamericana, en suma, a una nueva cosmovisión que parte de la lógica mercantil.

La economía se abre al exterior y se incorpora al mercado mundial lo que significa también una apertura de la cultura a través de las nuevas tecnologías de información.

Aunque Rafael Tovar y de Teresa, ex Presidente del CNCA, en la introducción de su libro *Modernización y política cultural*, señala que “los temas culturales y artísticos están, de hecho, fuera del ámbito de un ordenamiento que se refiere en específico al consumo de bienes y servicios” (25) cuando menciona al Tratado de Libre Comercio (TLC) y de que oficialmente la cultura y la comunicación no están incluidas en dicho acuerdo, en realidad no es posible excluirlas, ya que las instancias económicas terminan por afectar todos los ámbitos sociales.

De hecho, la actividad mercantil funciona ahora como piedra angular de la sociedad contemporánea y la cultura. Esta última actúa, entonces, para fortalecer el proyecto económico en términos de productividad y ganancia. El ser humano se concibe como “engrane productivo” y toda su actividad se encuentra permeada por este concepto.

El campo de los medios masivos de comunicación pasa de ser un producto social, como debiera ser entendido, a funcionar bajo las leyes de la oferta y la demanda, abierto a la iniciativa privada e incluso al capital extranjero, en esencia, como lo anota Raúl Navarro Benítez, su “rentabilidad económica e ideológica” los hace atractivos a los ojos de los inversionistas y al flujo de capitales extranjeros, no sería difícil que en algún momento y apoyados en el TLC éstos capitales echaran mano de los medios mexicanos.

Por ello existe una preocupación en varios sectores de la sociedad en torno a la posición del TLC ante la comunicación y la cultura nacionales por las consecuencias que pudiera tener en estos ámbitos.

Guillermo Bonfil Batalla comentó al respecto:

“Lo que podría ocurrir con el TLC es que el Estado comience a considerar como gasto improductivo todo aquello que no esté correlacionado directamente con la producción de una utilidad monetaria, como podrían ser el arte, la difusión de la cultura y la propia educación. Ante esta situación se podrían restringir sustantivamente los recursos destinados a la promoción cultural, argumentando que se efectúa para sanear las finanzas públicas”.

(26)

Situación que, en efecto, sucedió con la desincorporación de la televisión estatal (red nacional IMEVISION) y con los bajos recursos destinados a la televisión pública mexicana actual (Canales 11 y 22).

Habría que determinar entonces un nuevo proyecto cultural independiente en todo el país que tomara en cuenta, en principio, las trece tendencias básicas que enuncia Javier Esteinou en *La comunicación y la cultura nacionales en los tiempos del libre comercio*, en las cuales caracteriza la construcción de un moderno proyecto de medios de comunicación y de cultura en el nuevo milenio. Dichas tendencias se enlistan a continuación en la inteligencia de que se considera tan sólo lo que Esteinou indica en cuanto a medios de comunicación se refiere, y se deja de lado la amplia caracterización económica llevada a cabo en el libro mencionado:

1. Los medios de comunicación se adecuan cada vez más a las nuevas condiciones económicas de la sociedad con el fin de acelerar la acumulación de capital.
2. Las inversiones destinadas al terreno cultural y comunicativo estarán definidas por la ganancia económica (o por su capacidad de autofinanciarse) y no por otros criterios.
3. Los proyectos culturales subsidiados por el Estado al no generar ganancias serán marginados o desaparecerán. Por ello habría que defender dichos subsidios.

4. Auge de la “televisión privada altamente mercantilizada” y la inminente desaparición del modelo estatal de televisión (lo más próximo a una televisión pública en México), que había estado presente en las pantallas por poco más de 30 años.
5. Contradicción creciente entre el “México profundo” y el “México imaginario”. Esteinou retoma la caracterización de Guillermo Bonfil Batalla y la traduce principalmente a la generación de un neoconsumo (el consumo por sí mismo) alentado por los medios de comunicación.
6. El libre flujo internacional de la información intenta día a día homogeneizar los imaginarios sociales y encaminarlos hacia los valores de consumo.
7. Los nuevos valores, producto de los cambios en los órdenes económico, político y cultural requerirían ser reorientados al rescate de nuestra identidad.
8. La modernización de los medios, al no tomar en cuenta la cultura y la sociedad, tendrá un costo muy alto en términos de impulso a la identidad, a la educación y a la democracia.
9. Los medios se insertan de continuo en una “atmósfera de desperdicio social” que aniquila la conciencia y la reflexión de los individuos en torno a las diversas problemáticas que padece el país.
10. Se produce, entonces, una cultura parasitaria.

11. Los medios audiovisuales eliminan asimismo la importancia de la comunicación interpersonal, la cual sería necesario revalorar en forma amplia.
12. En términos de la configuración de un proyecto de desarrollo para el país (como proyecto de nación, identidad y cohesión), el Estado mexicano se ha empeñado en perder oportunidades en el ámbito de los medios masivos de comunicación.
13. Con este panorama será cada día más difícil lograr un proyecto de televisión pública en México.

En este mismo sentido se insertan también los tres planos centrales que Javier Esteinou considera necesarios para la conformación de un nuevo proyecto cultural:

1. Reactivación del liderazgo del Estado desde la cultura.
2. Creación de una nueva cultura orgánica.
3. Formación de una política de liberalismo social en el campo de la comunicación colectiva. (27)

Esto significa concebir un nuevo proyecto cultural en el cual los medios de comunicación, en especial la televisión, tuvieran un papel relevante en términos de proyectar una política de comunicación a favor de la sociedad. Significa también dejar de lado el concepto de cultura elitista o folclorista y replantearla en el sentido amplio de cultura orgánica que contribuya a la resolución de diversas problemáticas. En suma, se trata de planificar el

funcionamiento de los medios de comunicación para propiciar el desarrollo y la generación de un nuevo proyecto cultural para el país.

Día a día México enfrenta una nueva dinámica económica, política y social que incide en la concepción de los medios de comunicación, y viceversa, los medios también generan actitudes en la sociedad mexicana. Por tanto, el sentido de esta revisión de la propuesta de Javier Esteinou Madrid, para una nueva televisión cultural, una nueva cultura y una nueva política de comunicación, es ubicarlas en una dimensión real, práctica, acorde con la sociedad mexicana contemporánea.

“Hoy tenemos que producir urgentemente una ‘Nueva Cultura del Renacimiento del Hombre’ que permita que éste se reencuentre, reconozca, reintegre y reconstruya a sí mismo desde su esencia profunda, para que descubra que dentro de sí lleva los gérmenes del universo infinito... para que (el hombre) se reencuentre con su cara emocional... debemos reintegrar a la creciente vida enajenada de las ciudades (y de la provincia) los elementos naturales del placer, la sensualidad y el erotismo”. (28)

## NOTAS.

- (1) Enrique E. Sánchez Ruiz, “Sociedad civil y comunicación: la televisión pública estadounidense” en *¿Televisión pública en México?*, Florence Toussaint A. (coord.), pp. 41-63
- (2) Id., p. 51
- (3) Carlos Ramos, “La televisión un problema global”, *El Universal*, febrero 13, 14 y 15, 1995
- (4) Rolando Chávez Moreno/Raúl González Granados. *Directrices para un modelo de televisión de servicio social*, p. 110
- (5) Id., P. 185
- (6) Id., p. 124
- (7) Id., p. 131
- (8) Id., pp. 141 y 142
- (9) Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, “Unidad de Producciones Audiovisuales”, *Memoria 1988-1994*, p. 359
- (10) Id., p. 360
- (11) Id., p. 182
- (12) Patricia Velázquez Yebra, “El Canal 22, el primer emisor de una televisión pública y plural”, *El Universal*, 3 de abril, 1992

- (13) Salvador Torres. “Excelencia en programas y nueva cultura de televisión, metas del Canal 22: Pérez Gay”, *Unomásuno*, febrero, 1992
- (14) Guillermo Bonfil Batalla. *México profundo*, p. 244
- (15) Id., p. 10
- (16) Id., p. 21
- (17) Id., p. 180
- (18) Id., pp. 55 y 56
- (19) Id., p. 48
- (20) Id., p. 32
- (21) Octavio Paz, “Cultura y diversidad en la televisión”, *Vuelta*, septiembre, 1979, p. 44
- (22) Javier Esteinou Madrid, *Hacia la primavera del espíritu nacional. Propuesta cultural para una nueva televisión mexicana*, p. 60
- (23) Javier Esteinou Madrid, *La televisión mexicana ante el modelo de desarrollo neoliberal*, p. 34
- (24) Raúl Navarro Benítez “Una desincorporación largamente anunciada: el caso de Canal 7” en *¿Televisión pública en México?* ob. cit., p. 117
- (25) Tovar y de Teresa, “Introducción”, ob. cit., p. 16
- (26) Javier Esteinou Madrid, *La comunicación y la cultura nacionales en los tiempos del libre comercio*, p. 131

(27) Id., pp. 201-215

(28) Esteinou Madrid, *La televisión mexicana ante el modelo de desarrollo neoliberal*, pp. 77, 78 y 80

### **III. AGENDA DE PUNTOS DE DISCUSIÓN HACIA LA CONSOLIDACIÓN DE UNA NUEVA TELEVISIÓN MEXICANA.**

Con base en los capítulos precedentes, en éste se formula una agenda de puntos de discusión en lo que a televisión alternativa corresponde, se trata de un índice que integra temas relevantes para conformar un plan de trabajo en la búsqueda de una nueva televisión pública o alternativa en México.

La importancia de llevar a cabo esta tarea radica en el hecho de integrar un sumario de líneas de investigación o estudio para vislumbrar nuevas tendencias en los estudios acerca de la televisión cultural mexicana. ¿Por qué una agenda? Debido a que se trata de enlistar puntos de discusión, de análisis, se anotan apuntes sobre cada tema indicado y se hace un balance somero de las situaciones presentadas, con consideraciones breves, se enuncian propuestas, se formulan preguntas sobre cada tema.

Se pueden derivar múltiples cuestiones en relación con los temas enunciados pero, más bien, este capítulo pretende ser un punto de partida hacia investigaciones y propuestas más sólidas respecto a cada tema ejemplificado. Existen numerosos ámbitos de discusión y mayor número de argumentos, lo primordial es colocar sobre la mesa de discusión un abanico de posibilidades en el estudio de la televisión en México.

De esta forma, la relación entre nuevas tecnologías en televisión y sociedad; la televisión universitaria pública; la controversia de la política

cultural y los medios de comunicación masiva; los canales 11, 22 y la Unidad de Producciones Audiovisuales del CNCA; la relevancia de la televisión regional en un país como el nuestro con un territorio tan extenso y una gran diversidad de culturas; algunas perspectivas a manera de estrategias; la movilización social; la búsqueda de alternativas financieras; la revisión de leyes y reglamentos respecto a la radiodifusión y el planteamiento de proyectos de televisión adecuados, planeados y estructurados, son todos temas que aborda el presente capítulo.

## **1. Nuevas tecnologías**

En la conformación de una nueva televisión mexicana, no es posible dejar de mencionar el papel que juega la tecnología, pues incide en forma contundente en este medio de comunicación y en la sociedad en su conjunto. Baste señalar que la televisión comercial mexicana es, si no la primera, por lo menos sí de las más avanzadas, tecnológicamente hablando, en América Latina.

La televisión por cable y los Sistemas de Satélites Morelos y Solidaridad dan cuenta de la forma como se ha desarrollado la tecnología en México durante los últimos años; avance tecnológico fomentado en forma prioritaria

por la televisión comercial con fines de expansión en los ámbitos nacional e internacional.

La discusión sobre este tema apuntaría, entonces, respecto al rezago que experimenta la sociedad respecto a la tecnología, a la brecha que se abre entre el desarrollo de nuevas tecnologías y el desarrollo económico y social del México actual. Las nuevas tecnologías están transformando el orden cultural de la sociedad, generan una visión esquizofrénica de la realidad; en este sentido, la televisión puede crear un imaginario social completamente irreal.

Las nuevas tecnologías generan, para decirlo en una sola expresión, nuevos paradigmas en la humanidad.

Guillermo Bonfil Batalla, se plantea una pregunta fundamental respecto a esta transformación a la cual se hace referencia: “¿qué piensa un tarahumara si mira un videoclip?” (1) Alrededor de esta pregunta giran las sucesivas reflexiones sobre el tema en este apartado.

De nuevo el México imaginario es revalidado por la televisión y pretende obligar a la sociedad entera a sumarse a su proyecto cultural.

Si la tecnología avanza a un ritmo vertiginoso, hay que plantear la manera de proyectarla a la par de un desarrollo humano integral. En términos educativos y didácticos las nuevas tecnologías presentan una amplia gama de posibilidades a explorar en televisión. En términos sociales y culturales surge la pregunta: si los avances tecnológicos son empleados en campañas comerciales impresionantes, ¿por qué no emplearlos en la conformación de un

proyecto de televisión alternativo que contribuya al encuentro del México profundo y a la resolución de las problemáticas que agobian a la sociedad mexicana?

“Si durante décadas la televisión ha sido capaz de provocar nuestro cambio mental y afectivo para optar por otro whisky, brandy, cigarros, perfumes, automóviles, valores, creencias... ¿por qué no va a poder hacer cambiar nuestra mentalidad frente a los grandes problemas de desarrollo que enfrentamos como país?... ¿De qué sirven los desarrollados ojos tecnológicos que ha construido la televisión si a través de éstos no podemos mirar a México, ni tampoco nuestro interior?” (2)

Así, es reto para la investigación y estudio en ciencias de la comunicación y en ciencias sociales en general, tomar en cuenta los parámetros diversos que generan las nuevas tecnologías en la sociedad actual; en particular, es importante indagar más acerca de la manera como inciden las fantasías tecnológicas que consumen los mexicanos día a día a través de la televisión y, lo que es más importante aún, la manera de proyectar los verdaderos valores y necesidades de la sociedad. Las nuevas tecnologías son una herramienta formidable para la cultura, si se consideran desde este punto de vista, su esencia conlleva una nueva alfabetización y ésta una nueva cultura. Su camino: la humanización.

## **2. Televisión universitaria pública**

Desde sus primeras transmisiones radiales, realizadas hace más de 40 años, la Universidad Nacional Autónoma de México ha gestionado la posibilidad de contar con un canal de televisión propio, esfuerzo que hasta hoy no ha cuajado, aunque se presentó la posibilidad en 1990 con la desincorporación de los canales 7 y 22 (posteriormente de Canal 13), ante lo cual las autoridades universitarias declararon que “la Universidad Nacional no contaba con recursos humanos y materiales para asumir la responsabilidad de salir al aire con un canal propio”. (3)

Es claro que la Universidad Nacional no debería quitar el dedo del renglón a este respecto, pues la presencia universitaria a través de una estación propia abriría un mar de perspectivas a este medio de comunicación en México.

De hecho, la mayoría de las universidades públicas del país ofrecen una alternativa en lo que a televisión se refiere. De acuerdo con un estudio efectuado por Delia Crovi acerca de las universidades públicas, en 1991 el 80 por ciento de ellas producían televisión con funciones de docencia, investigación y difusión de la cultura, sin embargo, de las 37 universidades que existían en México en ese momento, las que contaban con su propio canal de televisión eran sólo dos: la de Sonora y la Autónoma de Nuevo León.

Además, el panorama de la difusión de la televisión universitaria pública (y aún de la privada) en la televisión abierta, por cable o vía satélite es

limitado, si bien Canal 22 y Canal 11 son una alternativa para los programas de T.V. UNAM, por ejemplo, en la mayoría de los canales de la televisión abierta los programas universitarios son escasos, están fuera de contexto respecto al resto de la programación, en su mayor parte comercial, y son transmitidos en horarios inadecuados.

Por lo anterior, la ampliación de los canales de transmisión es un asunto que debe significar un esfuerzo constante de los universitarios por conseguir nuevos espacios.

En este mismo sentido, Delia Crovi anota asuntos por discutir que resultan relevantes para plantear de una televisión universitaria pública con mayor presencia en el ámbito nacional, puntos que se resumen a continuación.

Ampliación de los canales de distribución, ya fuera a través de concursos, redes, videoclubes y videosalas; impulso a programas didácticos para ampliar su circulación; negociación de espacios y horarios de transmisión en la televisión abierta; búsqueda de nuevas formas de financiamiento (auspicios, rentas y ventas de video, etc.); capacitación de productores y de personal; estudios de audiencia para determinar así el público que los recibe y las necesidades del mismo y se puede agregar la importancia de incrementar los estudios acerca de las televisoras universitarias públicas del país que proporcionaran más información y datos al respecto. Para finalizar, las

ventajas que ofrecen los satélites podrían ser aprovechadas de modo amplio por las universidades en distintos ámbitos.

Si la televisión universitaria pública se caracteriza por ser “responsable, crítica, plural, creativa, experimental, con vocación de servicio”, a pesar de todas sus limitaciones, el intento por aprovechar el gran potencial que ofrece en las dimensiones científica, tecnológica, cultural y de crítica social, resultaría invaluable.

“Como ocurre con toda la televisión y con la sociedad misma, la televisión de las universidades públicas debe replantarse su vinculación con el medio social, con los demás medios de comunicación, con las políticas que la sustentan y los objetivos que se plantean y, sobre todo, debe profesionalizarse a quienes la hacen, así como buscar nuevos espacios para su circulación”. (4)

Los universitarios tienen la consigna de dar cauce a sus proyectos, acciones y logros a través de los medios de comunicación de manera más abierta y constante, con el fin de dar mayor difusión a su quehacer en la sociedad mexicana.

### **3. Política cultural y medios de comunicación.**

Es un tema fundamental para la orientación de la televisión en nuestro país, su importancia es indiscutible, pero no se le ha concedido la atención que merece. Sobre política cultural hay mucho de que hablar, incluso se podría elaborar una agenda de puntos de discusión tan sólo sobre política cultural y televisión. Sin embargo, en este apartado sólo se anotarán algunos planteamientos que resultan relevantes en torno a la política cultural delineada en el sexenio 1988-1994, que expresan postulados para dar sentido a la ubicación de los medios masivos de comunicación en el contexto del México actual y en la posición que el Estado debiera mantener respecto a ellos.

Rafael Tovar y de Teresa, ex presidente del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes define la política cultural como:

“Proceso que integra las acciones de preservación del patrimonio, promoción, educación y aliento a la creatividad y difusión del arte y la cultura, se concibe como un ciclo completo en el que son necesarias las acciones en estos tres campos pero, además, debe otorgarse sentido de complemento y apoyo que existe entre ellos. Ese ha sido el propósito del Consejo: mantener una amplia infraestructura, crear los nuevos eslabones que faltaban para complementar ese proceso integral e interrelacionarlos en el

marco de una política cultural equilibrada, integral y coherente”.

(5)

En efecto, es importante que las acciones involucradas en la política cultural, incluyendo las relacionadas con los medios de comunicación actúen en forma interdisciplinaria y, en este sentido, no se puede negar que los medios inciden en la mayoría de los ámbitos.

Por otro lado, al recordar los tres principios fundamentales que sustentan la política cultural:

- Fortalecer la identidad nacional.
- Promover y garantizar el respeto irrestricto a la libertad de creación.
- Garantizar el acceso del mayor número de mexicanos a bienes y servicios culturales. (6)

Tendría que reconocerse que en cada uno de ellos el papel que ocupan los medios de comunicación, y en especial la televisión, debe ser estudiado y puesto de relieve.

Ahora bien, en términos de modernización, Tovar y de Teresa apunta como objetivo central de dicho proceso la inserción del país en el contexto mundial a partir del valor de su cultura expresada en su diversidad y en su capacidad de aceptación y asimilación de las influencias que recibe. El punto medular de una política de modernización estaría enfocado, entonces, en la

pluralidad cultural para el desarrollo político, económico y social, sin perder en ningún momento la identidad de México como nación.

En este proceso de modernización, los medios de comunicación forman parte insustituible, a la par de otras instancias, con las cuales es necesaria su compenetración. Y, respecto a la conformación de una presencia internacional del México actual, la importancia de los medios es indiscutible.

Octavio Paz expresa: “modernizar no es copiar sino adaptar, injertar y no transplantar. Es una operación creadora, hecha de conservación, imitación e invención”, (7) y así se insertarían los medios en dicho proceso modernizador.

Por otro lado, en materia de difusión, la política cultural denota una serie de acciones a seguir por el CNCA:

- Ofrecer el acceso a los bienes y servicios artísticos y culturales al mayor número posible de mexicanos y a los más diversos sectores de la sociedad.
- Modernizar los servicios culturales que ofrecen las instituciones nacionales.
- Mejorar y aumentar la cobertura de las bibliotecas públicas, las ediciones, espectáculos y, en general, todos los servicios de difusión cultural y artística.

- Lograr un equilibrio entre el acercamiento de la población a valores de la cultura universal y de la cultura nacional a partir de sus distintas expresiones regionales.
- Difundir la cultura mexicana en el exterior. (8)

En todas ellas el papel de los medios de comunicación y de la televisión, en particular, resulta básico e insustituible.

Es interesante anotar una frase de Rafael Tovar y de Teresa en alusión al Programa Prioritario del CNCA sobre Fomento y Difusión de la Cultura a través de los Medios Masivos de Comunicación:

“En el umbral del siglo XXI, con el gran influjo de mensajes informativos, educativos, publicitarios, políticos, culturales o artísticos que circulan en nuestra sociedad, la comunicación humana, como institución social o canal tecnológico, se ha consolidado como la principal expresión de la cultura y del conocimiento del siglo XX”. (9)

Este pronunciamiento acerca de la comunicación en nuestro tiempo pone de relieve la importancia de los medios de comunicación masiva en la sociedad mexicana actual, sería de esperarse que en los años por venir se consolidara una política cultural que en la práctica fuera efectiva y aprovechara al máximo las posibilidades de los medios, con especial atención en la televisión.

#### **4. Canales 11, 22 y Unidad de Producciones Audiovisuales del CNCA.**

Otro punto a discutir es el relacionado con las televisoras alternativas, ¿cómo lograr que su alcance sea más amplio y eficaz? Fuera de las utopías es necesario trabajar, a partir de la realidad, con las televisoras públicas, si se les puede considerar así, con que cuenta el país.

En primer término, se tendría que tomar en consideración que más estudios al respecto son vitales para vislumbrar un camino más claro en la televisión cultural mexicana.

Acerca de Canal 11, un balance para determinar cuál ha sido su actuación resultaría de primer orden, ya que existen pocos reportes documentados al respecto, en el presente estudio no se localizó documento alguno que versara en específico sobre el canal del Instituto Politécnico Nacional, quizá valdría la pena llevar a cabo un estudio historiográfico de Canal 11, con el fin de evaluar las distintas etapas por las que ha transitado. Así pues, dada su trascendencia a lo largo de un camino recorrido desde hace más de 40 años como la televisora de servicio público más antigua de América Latina (inició en 1959) y que lo colocan al nivel de televisoras como la BBC de Londres o Sony, con 17 reconocimientos nacionales e internacionales en 2001, sería primordial determinar cuáles han sido sus aportes, cuáles sus deficiencias, cuál su alcance en la población y cuáles sus posibilidades y perspectivas, son aspectos que darían pauta para la

configuración de un Canal 11 más dinámico y con más presencia en la televisión mexicana.

Llama la atención que en 1991 la comunidad intelectual hiciera un llamado para crear un nuevo canal cultural y solicitara la frecuencia de Canal 22, ¿no significó un tanto negar la existencia de Canal 11 como alternativa en la televisión nacional?; si bien es cierto que la cobertura de Canal 11 es limitada, igual sucede con el Canal 22 (en particular en sus inicios).

Retomar la experiencia de Canal 11, sus méritos, sus propuestas, y replantear su posición en el contexto de la sociedad mexicana de nuestros días son cuestiones a evaluar. La comunidad cultural, la sociedad civil, el Instituto Politécnico Nacional o el Estado podrían dar impulso a una nueva fisonomía de Canal 11 con el fin de acercar más su proyecto a la televisión pública y plural a que se aspira.

En lo que respecta a Canal 22 y la Unidad de Producciones Audiovisuales (UPA), baste aquí resaltar dos aspectos básicos: el primero es mantener un punto de vista crítico en relación con ambas alternativas. Más allá de la versión oficial ofrecida por el CNCA, haría falta un balance adecuado, más acorde con la realidad, sobre los logros alcanzados y las deficiencias que se han detectado, mantener vigente una crítica constante que permita reconstruir el camino seguido en la búsqueda de nuevas posibilidades que conduzcan a la excelencia que se pretende lograr.

El segundo aspecto a considerar tiene que ver con la importancia de ampliar los horizontes de Canal 22 y la UPA a través de varias alternativas, una de ellas podría ser dar voz a cada una de las entidades que forman parte del CNCA, es decir, al Instituto Nacional de Antropología e Historia, al Instituto Nacional de Bellas Artes, al Fondo de Cultura Económica, así como a las filiales de éstas dependencias; además a las direcciones generales: de Bibliotecas, de Publicaciones, de Culturas Populares, y a la Coordinación Nacional de Descentralización (de vinculación con los estados de la Federación).

Lo anterior, además de enriquecer las posibilidades audiovisuales del medio, permitiría a cada una de ellas hablar por y de sí mismas; nadie mejor que ellas para hacerlo con la finalidad de extender así el alcance de sus programas y proyectos en un contexto más adecuado para la sociedad mexicana actual. Como parte de los programas prioritarios de cada entidad del CNCA se podría proponer llevar a cabo, por lo menos, un proyecto de televisión al año, por simple que fuera.

Además, respecto a Canal 11 y Canal 22, resultaría de primer orden replantear la conformación (y rehabilitación en el caso del 22) de un Consejo Consultivo con representantes de todos los sectores de la población, para delinear las políticas programáticas. Asimismo, la realización de “consultas públicas” sería interesante (como lo ha hecho Canal11), con el fin de detectar las necesidades y gustos de la población. Por otro lado, generar alternativas

en cuanto a recursos que podrían obtenerse a través de servicios profesionales, equipo o compra de producciones externas, para equilibrar en calidad y cantidad la producción nacional respecto a los productos que adquieren del extranjero. Y, en este mismo sentido, apoyar a productores y realizadores independientes dedicados a la televisión cultural. La extensión de sus coberturas, así como el incremento de adquisiciones provenientes de países como Colombia, Brasil, Argentina o Canadá, que se ven poco en la televisión abierta, son también otros rubros a explorar acerca de estas frecuencias culturales.

Para concluir el apartado, baste recordar el principal objetivo por el cual fue creado Canal 22, extensivo a la UPA e incluso a Canal 11:

“El principal objetivo de Canal 22 es 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. Mas allá del concepto tradicional de las Bellas Artes —teatro, literatura, danza, pintura y música—, Canal 22 se propone la difusión de nuestra cultura como un conjunto de costumbres y hábitos que norman la identidad nacional, incluida la visión del pasado y las posibilidades del futuro”. (10)

## **5. Televisión regional.**

La televisión regional constituye uno de los fenómenos más importantes en el ámbito cultural y democrático del México de hoy, sin embargo, los sistemas regionales se han visto amenazados por la crisis económica y el libre mercado que cuestionan la rentabilidad de su existencia, para hablar en los términos empresariales en que se ha ubicado a los medios de comunicación.

Al respecto cabe señalar que el proceso de desincorporación de la red nacional IMEVISION también incluyó las redes regionales de televisión localizadas en diversas poblaciones del país. Es difícil saber cuál ha sido el costo real de la polémica desincorporación, en términos de cerrar las posibilidades a un fenómeno regionalizador que atendiera dos de las demandas más importantes en torno a los medios de comunicación masiva: democratización y descentralización de la vida nacional. Por tanto, uno de los puntos principales en el análisis del tema es indagar, en primer lugar, el marco legal en el cual se desarrolló la desmantelación de gran número de redes regionales y, en segundo término, analizar el contexto en el cual se desenvuelve la televisión regional a partir de su nueva dinámica.

Los sistemas regionales de radio y televisión son tema recurrente de discusión debido a los inconvenientes que les han sido atribuidos, entre ellos: su dependencia gubernamental, que determina en gran medida una fisonomía de corte oficial; su bajo índice de producción; su programación en gran parte repetidora de las transmisiones del centro del país, esto es, del modelo

comercial privado; su bajo índice de colaboración con otras televisoras estatales y la carencia de un proyecto definido que responda a la diversidad cultural que se vive en cada zona, con la consecuente exclusión casi total de las comunidades indígenas, por ejemplo.

La importancia de las televisoras regionales la enfatiza el hecho de que en ellas la dinámica que se maneja es más fresca y más directa, lo cual les permite experimentar con nuevas propuestas, hasta cierto punto pueden arriesgar y jugar más con sus frecuencias. Además, la relación con el público es más estrecha, pues por lo general las comunidades no son muy numerosas. Ello marca una gran diferencia con lo que sucede con la televisión a gran escala que, aparte de mantener una distancia con el auditorio difícilmente superable, su capacidad de improvisar es mínima.

Por otra parte, merecen especial mención los Consejos Consultivos, creados para asesorar a los sistemas regionales (como sucede con las televisoras del sureste), pues en ellos intervienen los diversos sectores de la sociedad (el obrero, el campesino, el popular y el privado, así como los partidos políticos), todos ellos aportan recomendaciones sobre los contenidos y las políticas de producción y programación. En términos de democracia, este sistema consultivo significa una versión más cercana a ella por parte de los medios de comunicación en el país.

Acerca de los Consejos de Consultivos, también hace referencia a ellos el programa sustantivo del CNCA acerca de los medios de comunicación, donde

se apunta la necesidad de reforzarlos como órganos asesores de las televisoras regionales con el fin de incrementar la programación cultural e integrar acciones dispersas que se llevan a cabo en los sistemas de radiodifusión que existen en México. (11)

Además, en este programa del CNCA se habla de incrementar la producción propia de cada emisora, vincularla con el contexto social y cultural de cada región y considerar un mayor uso de los satélites para integrar una red más amplia de televisión.

Por su parte, la UPA y Canal 22 se han sumado a los esfuerzos de descentralización de la televisión, la primera a través de cursos de televisión cultural a comunicadores y productores audiovisuales de varias regiones del país, así como a través de las Bienales de Video, en las cuales se han presentado materiales diversos producidos en varios estados. A su vez, Canal 22 propuso en sus orígenes un proyecto “que se presenta como una nueva televisión pública, cuya pluralidad le permite constituirse en una red nacional cultural, más que en un grupo de repetidoras... Canal 22 va a ser una empresa de descentralización”, tal como lo señaló su primer titular José María Pérez Gay. (12) Se podría esperar, entonces, que más televisoras regionales fueran involucradas en la programación cotidiana de Canal 22.

Asimismo, el 22 llevó a cabo en 1994 la Reunión de Sistemas Regionales de Televisión Pública y Cultural con el fin de crear una red nacional de televisoras regionales. Si bien no se anotan aquí las conclusiones a que se

llegaron en dicha reunión, queda el precedente para continuar la discusión sobre el tema.

El CNCA efectúa así varias acciones en su impulso de descentralización de la vida nacional en el rubro que corresponde a medios de comunicación masiva, acciones cuestionables, sin duda, pero que funcionan en este contexto como puntos a discutir en el futuro de las televisoras regionales.

Si en Alemania, país en comparación menor al nuestro en extensión territorial, la televisión pública está conformada por poderosas cadenas regionales, en México la diversidad de culturas que confluyen y las diferencias regionales de un extremo a otro del país exigirían la implantación de un sistema de televisión regional y público eficiente, tal como lo concibe Jorge Martínez Lugo en la conclusión de su texto *La regionalización de la televisión en México*:

“La utopía reclama televisoras públicas (en su acepción primigenia: del pueblo), sin rechazo ni a la comercialización ni a la institucionalización, siempre que ambas cuestiones se manejen con definiciones y criterios explícitos. También reclama un gobierno y una empresa privada sin asco y sin miedo a televisoras públicas, con cierta independencia a esos dos polos de poder. Televisoras públicas regionales dirigidas y operadas con políticas que emanen de instancias plurales y verdaderamente representativas. Definidas como instrumentos sociales de la

cultura y del desarrollo del sureste (y de todas las regiones) y de sus habitantes”. (13)

## **6. Estrategias particulares**

El camino hacia la conformación de un nuevo proyecto cultural o alternativo por televisión bien podría apoyarse en estrategias particulares, en propuestas concretas delineadas con base en objetivos muy específicos que respondan al interés de la difusión cultural o bien a la sensibilización de la población en torno a diversas problemáticas. Algunas de estas propuestas suelen ser presentadas en diversos foros por creadores independientes. Lo importante aquí es subrayar el carácter vital de las mismas, pues enriquecen al medio con una amplia gama de posibilidades. De nuevo las instituciones de promoción de la cultura nacional (Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y sus diversas dependencias), podrían jugar un papel relevante al apoyar o promover nuevos proyectos, si bien tan solo abrir más espacios de discusión a manera de foros, seminarios o encuentros en relación con los medios de comunicación en conjunto es fundamental en la búsqueda de alternativas.

Respecto a esto último, tendrían especial mención las Bienales de Video que se han llevado a cabo en 1990, 1992 y 1994, organizadas por el CNCA a través de la Unidad de Producciones Audiovisuales y T.V. UNAM, entre otras

instituciones; así como el Seminario Internacional de la Creatividad Audiovisual: Video y Televisión Cultural en 1994 y el Foro Nacional por un Video de Creación, transmitido el mismo año a diversas instituciones educativas y culturales, así como a televisoras regionales a través del sistema de satélites.

Foros realizados con la finalidad de estimular la producción, difundir una gran cantidad de materiales y detectar creadores capacitados.

Por otra parte, como se ve a continuación, las estrategias a las cuales se hace referencia pueden presentarse en distintos ámbitos. Por ejemplo, en los Seminarios en torno al Fomento a la Lectura organizados por el CNCA y el INBA en 1990 y 1993 se presentaron ponencias en relación con el uso de la televisión como parte del programa prioritario de fomento a la lectura. Sin embargo, destaca el hecho que, del conglomerado de ponencias presentadas en ambos seminarios, sólo una en cada uno de ellos hace mención específica a la televisión como medio alternativo de promoción de la lectura.

En el primer seminario fue presentado un proyecto de animación a la lectura a través de medios de comunicación (14), que consiste en aplicar juegos y técnicas simples en un programa de televisión, con el objetivo de lograr la participación de los niños.

Lo importante en este punto no es tanto el proyecto de medios en sí mismo, ya que no es muy explícito y carece de estructura, sino la propuesta central del mismo, expresada en su planteamiento inicial, en ella se sugiere un

trabajo multidisciplinario que integra la participación de editoriales e instituciones educativas y culturales, con el fin de implementar varias estrategias adecuadas a los medios para la promoción de la lectura.

Asimismo, su modelo se basa en la interacción y en la necesidad de que los medios de comunicación se ocupen de que los televidentes, radioescuchas o lectores, ya que se trata de un proyecto de medios de comunicación, tengan mayor participación y puedan expresar sus opiniones, intereses y expectativas.

La segunda ponencia referida fue presentada por Alemania en el Segundo Seminario en torno al Fomento a la Lectura, y se denomina *Stiftung Lesen (La aventura de la lectura)*, proyecto que dio inicio en 1989. Consiste en un “sistema de medios múltiples” o de “unión de medios”, dirigido principalmente a niños y adolescentes. Dicho proyecto involucra programas de televisión, fomento a la lectura a través de promotores culturales que trabajan con la gente, presentaciones en escuelas, presentación de listas temáticas sobre diversos libros, todo ello con el fin de promover la lectura en el público. Se concibe como un proyecto integral con varias acciones implicadas y caracterizado por no retar a la televisión, sino involucrarla en un conjunto de actividades complementarias de fomento a la lectura.

El éxito de esta propuesta se debe fundamentalmente por ser:

“Una operación combinada de más de 40 grandes instituciones, asociaciones, editores y personalidades... que tratan de hacer una

promoción completa entre todos los estratos de la población, de la lectura de libros, revistas y periódicos, así como el cultivo del idioma y de la lectura. Proyectos y actividades, investigación, exhibiciones, semanas del libro, seminarios y congresos sirven a *Stiftung Lesen* para mostrar la importancia de la lectura para una educación formal, información y entretenimiento”. (15)

Se reúnen alrededor de 50 diferentes tipos de actividades. En televisión se trata de un programa semanal de 30 minutos de duración en el cual aparecen cuentistas, reportes sobre actividades literarias, lecturas de prominentes personalidades de la política y la cultura, de tal manera que el programa integral estuviera orientado a insertarse en la vida diaria de los niños, de ahí la aceptación que tuvo en el público *La Aventura de la Lectura* y su eco en varios países como Austria y Suiza con la aparición de programas similares con una muy buena respuesta del público televidente, en esencia infantil. Y de hecho, las televisoras que lo apoyaron le dieron muy buena acogida en su programación habitual.

En otras líneas de acción, se puede mencionar también, como estrategia alternativa, la propuesta de Sarah Corona en su libro *El genio en la botella*, en la cual plantea la posibilidad de llevar a cabo un uso activo de la televisión. Dicho proyecto se inserta en la línea de estudio sobre educación para la recepción planteada en la década de los noventa, en el sentido de que no se

trata de un proyecto de televisión en sentido estricto, sino de una estrategia dirigida a educandos y padres de familia para insertar la televisión en la vida diaria de los niños de un modo diferente.

En dicha estrategia, el adulto se encargaría de animar a los niños a ejercitar la imaginación por medio de juegos, preguntas, dibujos, discusiones o actuaciones de sus programas favoritos de televisión, con la finalidad de lograr que reconozcan diversos aspectos, entre los cuales se pueden mencionar:

- Ejercitar la identificación de los valores que se muestran en la televisión y los distinga (el niño) frente a los valores de su vida cotidiana.
- Cuestionar la televisión como único medio de entretenimiento.
- Tomar conciencia del tiempo que se pasa junto al televisor.

(16)

La consigna de la propuesta es generar televidentes activos.

Si bien es cierto que el proyecto se inserta en otro tema de estudio sobre televisión (estudios sobre recepción), es interesante señalarlo, pues se sabe que el medio no es una entidad con vida propia que incida en forma determinante en los individuos, sino que está inmerso en un contexto socio-económico-cultural en el cual los individuos tienen alternativas de elección para decidir la manera como influye la televisión en sus vidas, De acuerdo con la propuesta de Sarah Corona, la idea es dirigirse hacia la generación de

televidentes activos. Se trata de una reflexión importante para la sociedad en su conjunto y también para quienes pretenden una televisión alternativa. Es absurdo retar al medio, más bien el reto es modificar la manera en que se recibe la información como televidentes pasivos.

En otros ámbitos de esta misma línea respecto a estrategias, la adaptación de series extranjeras también representa una opción para la televisión nacional. La oferta es una amplia gama de programas didácticos y culturales que pueden ser modificados. Para ello un estudio de la serie a adaptar es básico para determinar los cambios adecuados y encontrar la mejor manera de insertar el programa elegido en un contexto más cercano al entorno de la sociedad mexicana y abandonar el esquema de programar series simplemente traducidas, en las cuales el televidente no logra ubicar elementos que tengan que ver con su realidad.

Un ejemplo de lo que puede lograrse con una adecuada adaptación es la serie pedagógica infantil *Plaza Sésamo* exportada a todo el mundo, cuya adaptación en el país resultó muy acertada pues incluía actores mexicanos y se encaminó hacia un contexto más cercano a la cultura nacional.

De este modo, se puede constatar que la televisión puede nutrirse con muchas estrategias particulares, no hay que apartar la vista de ellas, pues conllevan un carácter vital que puede enriquecer la conformación de una televisión alternativa. Todas las propuestas en este sentido son bienvenidas.

## **7. Movilización social.**

A raíz de la desincorporación de la red nacional IMEVISION, varios sectores de la sociedad civil e intelectual se plantearon la discusión en relación con cuestiones como la que se refiere a los criterios que se siguieron tanto en los argumentos considerados en la venta de la paraestatal, como en las condiciones para llevarla a cabo, y en las circunstancias que permitieron el cambio de permiso a concesión sin mayor dificultad y que condujeron a la consiguiente comercialización de las estaciones desincorporadas en forma abierta. Todo ello se mantuvo en silencio y al margen de la opinión pública.

Aquí la movilización social entra en juego con la exigencia, no se diga para discutir u opinar acerca de estas decisiones, sino tan sólo para tener más claridad en el proceso seguido, al menos una explicación a instancias intermedias de la sociedad hubiese sido suficiente para legitimar una de las decisiones que más ha costado a la televisión mexicana en términos de cerrar las posibilidades de aprovechar la infraestructura generada a través de varios años por la televisión estatal, para consolidar una verdadera televisión pública en el sentido más amplio de la expresión.

De hecho, como ha señalado la investigadora en comunicación Florence Toussaint, la mayoría de los intentos de televisión pública en el país se han mantenido al margen de la comunidad y bajo la tutela inquebrantable del gobierno.

“La legislación misma excluye del otorgamiento de concesiones a la sociedad civil, a la que ni siquiera se le toma parecer antes de decidir... Si la televisión que se ha hecho en México hubiese sido genuinamente de Estado, la sociedad, incluidas la disidencia y la oposición, hubiese tenido mayor oportunidad de estar presentes en la pantalla”. (17)

En países como Alemania y Estados Unidos la movilización de la sociedad en la conformación de una auténtica televisión pública ha sido fundamental, de hecho en Estados Unidos la iniciativa y el apoyo de la sociedad civil se han involucrado en forma directa y activa, no así el Estado, que se ha mantenido prácticamente al margen.

En Alemania la televisión pública, al ser considerada uno de los pilares de la república, ha tenido un papel preponderante incuestionable para el pueblo alemán, sin cuya participación y movilización constantes no habría alcanzado el desarrollo que ahora goza. Los alemanes lograron reconocer el significado de consolidar un sistema de televisión pública plural y crítico, defendido a capa y espada como parte de la esencia misma de su país.

En México la comunidad civil ha conseguido algunas concesiones en el sistema televisivo gracias a la movilización. Así sucedió a principios de la década de los setenta cuando el Estado, presionado por el descontento de la población a raíz de los acontecimientos ocurridos a fines de la década anterior

(1968), estableció que “tanto la radio como la televisión deberían otorgar al Estado cierta cantidad de su tiempo para campañas de alfabetización, educación, extensión cultural y elevación del nivel de vida del pueblo” (18), sin embargo, esto sucedió en franca desventaja para el Estado, pues a su vez tuvo que ceder ante los industriales de la radiodifusión con la reducción del pago del impuesto por tiempo de transmisión, además de no lograr cubrir en forma adecuada los espacios obtenidos, por lo cual el tiempo destinado para las campañas mencionadas ha sido, hasta el día de hoy, francamente desaprovechado.

De igual forma, en el surgimiento de Canal 13 en 1972 tuvo que ver, en cierta medida, la presión social por el descontento señalado, de fines de la década anterior y por la polémica acerca de la función cumplida hasta ese momento por los medios de comunicación, en especial por la televisión. Si bien el Estado mexicano también reconoció la importancia de incursionar en la televisión nacional con la adquisición de un canal propio, fue la presión social la que aceleró esta decisión.

Por su parte, el ejemplo más contundente de lo que puede lograr la movilización social lo tenemos con Canal 22, que surgió a instancias de un grupo de 800 intelectuales y artistas, quienes, debido a la inminente privatización de los canales 7, 13 y 22, asumieron su compromiso con la sociedad al solicitar la suspensión de la venta de la emisora en 1991, por

medio de una “Carta abierta” dirigida al jefe del Ejecutivo en la cual solicitaban:

- 1) Que la frecuencia de Canal 22 de IMEVISION no fuera vendida a inversionistas privados, siguiera en propiedad del Estado y se propusiera cubrir, por cualquier vía, el territorio nacional.
- 2) Que el propio Estado asumiera, por medio de IMEVISION, los costos financieros y operativos del Canal 22.
- 3) Que se integrara un consejo de planeación plural y representativo de la sociedad civil, para diseñar el proyecto de programación del nuevo Canal 22. (19)

Así, en cada una de estas propuestas para la creación del nuevo Canal 22, la comunidad intelectual asume su responsabilidad de intervenir en un asunto que atañe a todo el país. Asimismo, reconoce, en el último postulado, el derecho de la misma sociedad civil para intervenir de modo directo en la programación y funcionamiento de Canal 22 a través de un consejo de planeación.

Sin esta fuerte movilización por parte de este sector, Canal 22 no hubiera llegado a convertirse en el proyecto cultural más sólido, al lado de Canal 11, de la televisión mexicana actual.

Si la sociedad actuara con firmeza para solicitar a los industriales de la radiodifusión y al Estado mayor apertura en los espacios de televisión privada,

con la finalidad de que los diversos sectores de la misma tuvieran voz y presencia y además, exigieran el adecuado cumplimiento de los tiempos oficiales, se tendría un punto más a favor del proceso democrático del país. El sólo hecho de que la exigencia ciudadana pusiera de nueva cuenta en tela de juicio asuntos como la legislación sobre radio y televisión y la transparencia sobre diversos procesos que han sido determinantes en los medios de comunicación tal y como los conocemos ahora, serían logros significativos. Es cierto que la población tiene rubros de discusión más apremiantes, pero ¿acaso la televisión y los medios de comunicación en general no lo son al ser, en esencia, bienes públicos propiedad de la nación?

Rafael Tovar y de Teresa, ex presidente del CNCA, en *Modernización y política cultural*, apunta la necesidad de propiciar una mayor participación social, abierta y plural a través de nuevas vías y agrega que día a día se ha incrementado la participación de la sociedad:

“Diferentes grupos y regiones del país plantean demandas nuevas en el terreno cultural, concretas y articuladas, tanto en su sentido más tradicional o restringido de acceso a bienes y servicios, como también en uno más profundo de rescate y revaloración de expresiones culturales propias, participación de la comunidad de artistas y creadores en la toma de decisiones, y procesos de comunicación ágiles y eficientes que transparenten tanto la acción institucional y la asignación de recursos financieros, como

los canales por medio de los que la sociedad en su conjunto pueda participar, opinar y ser parte activa de la política cultural en México. Tareas que requieren esfuerzos concertados de toda la sociedad”. (20)

Esto significa a su vez un reconocimiento a los medios de comunicación como parte de los canales en los que la gente puede participar.

Es incuestionable, entonces, la importancia del tema movilización social en esta agenda, pues considera a la sociedad parte activa en la generación de una auténtica televisión pública y en la generación de una política cultural de comunicación más acorde con las necesidades reales de los mexicanos.

## **8. Financiamiento.**

La cuestión financiera es otro tema de discusión básico, sobre todo si se toma en cuenta que en México la televisión estatal ha sido sinónimo de televisión pública. Aunque esto no sea del todo exacto, sexenio tras sexenio se han discutido las fuentes de financiamiento con la intención de que la televisión de Estado resultara, si no rentable, al menos sí autofinanciable.

Los altos costos que implica la realización de toda serie o programa, hacen del financiamiento un punto de discusión central y prioritario a resolver en el intento de conformar una nueva televisión mexicana.

El fracaso del proyecto de televisión estatal que concluyó con la desintegración de la red nacional IMEVISION ocurrió, en gran medida, por la falta de una definición en su política financiera. En efecto, entre otros factores que intervinieron en su desaparición, el más determinante fue que la televisión de Estado no logró manejar su economía en forma adecuada y esto la llevó a la quiebra.

“Quiso ser competitiva y falló. Quiso vivir de subsidios y éstos se acabaron. Quiso volverse autofinanciable y solamente aumentó su déficit. Al final no contó ya con los ingresos del Estado y perdió también en la venta de su tiempo”. (21)

Además, los cambios sexenales también significaron constantes altibajos e indefiniciones en la política financiera de la televisión estatal, ya que, por regla general, cada cambio significaba cambio en la programación y en las directrices de los proyectos planteados, así como falta de continuidad en la política propuesta. Asimismo, el mal manejo de recursos y la corrupción detectada en algunos periodos contribuyeron a deteriorar de modo grave su presupuesto.

El camino a seguir en el financiamiento de la televisión pública no es tarea fácil, existen fórmulas diversas, sin embargo, el empeño estaría centrado en definir una política financiera para una televisión pública, por un lado, que no dependiera tanto del subsidio del Estado para evitar la desviación de la política de comunicación hacia la oficialización de los contenidos y, por otro lado, que tampoco dependiera tanto de la comercialización que por lo general desvirtúa el espíritu de servicio público.

En el caso de los canales 11 y 22, su dependencia económica no debe resultar tan onerosa, pues una buena parte de la programación que transmiten es de origen extranjero, el reto es, por tanto, diversificar en la medida de lo posible, sus fuentes de captación de ingresos para alcanzar un mejor nivel de producción nacional. La comercialización bajo criterios definidos ofrece una alternativa en la búsqueda de recursos, tal como lo hacen televisoras públicas de otros países.

En este sentido, por ejemplo, la televisión pública alemana genera recursos por medio de la publicidad y de una aportación anual que cubren los televidentes. Además, la Unión Europea reconoce en forma amplia la importancia de la cultura audiovisual y acordó, a principios de 1995, doblar la cantidad de dinero destinado a financiar la producción de televisión en Europa, se consideraron aproximadamente 500 millones de dólares en total.

Por su parte, la televisión pública estadounidense da cuenta de otras alternativas financieras, pues para tener mayor libertad ha hecho lo posible por

depender cada vez menos del gobierno y ha experimentado con éxito otras fuentes de acopio de recursos, como “las suscripciones y las donaciones, el patrocinio (no publicitario) de empresas privadas y fundaciones, así como las subastas”. (22)

Si bien el contexto de la televisión alternativa en México es muy diferente al de los países mencionados, queda el precedente para tomar en cuenta que existen opciones. Resultaría, entonces, de primer orden determinar alternativas que sean aplicables a la televisión mexicana.

Javier Esteinou señala tres aspectos primordiales respecto al financiamiento para conducir hacia la conformación de una televisión cultural, éstos aspectos son, en resumen:

1. Diversificar las fuentes de entradas económicas.

2. Tomar en cuenta que una televisión pública eficiente podría generar un gran ahorro gubernamental, en el sentido de que se modificaría la conducta de la población frente a los problemas nacionales, gracias al efecto producido por el medio sobre los receptores.

3. Considerar la venta a otros países de series informativas, científicas y culturales hechas en México. (23)

De igual forma, la revisión de la política tarifaria, relativa a la publicidad, que se ha mantenido hasta la fecha resulta necesaria, ya que en realidad no existen criterios específicos en torno a ello y los consorcios privados controlan

a su arbitrio las tarifas publicitarias, con lo cual tanto las estaciones alternativas como los anunciantes están en desventaja.

Además, la revisión del pago de impuestos que cubre la televisión privada también requeriría ser considerada, pues un aumento cuyo monto fuera destinado a la producción alternativa generaría un recurso adicional a ésta. O bien, dicho pago podría ser en especie, al ceder equipo y tiempo de estudios de televisión a realizadores independientes o a instituciones educativas, de salud o gubernamentales para generar nuevos proyectos de servicio social en televisión.

A fin de cuentas, el costo de la televisión es pagado por todos, tal como lo apunta Javier Esteinou:

“Bajo cualquiera de las dos formas de financiamiento tradicional de los medios, el mercantil o el subsidio público, finalmente, su financiamiento lo pagamos los receptores. Por el publicitario, porque el monto que se invierte en este rubro es cargado por las empresas como costo de producción al precio último de los productos que pagamos los consumidores. Por el subsidio gubernamental, porque proviene del erario público que forma parte de los impuestos que aportamos los ciudadanos”. (24)

Está implícito que la televisión es un medio de comunicación al servicio de la sociedad, por tanto no es pretexto su alto costo para producir programas culturales y de calidad, hay opciones al respecto.

## **9. Legislación**

Es posible que sea el tema más controvertido en relación con la televisión mexicana. En gran medida, para reformar el sistema televisivo mexicano, es primordial llevar a cabo una revisión minuciosa de la ley vigente en radio y televisión, calificada en más de una ocasión de obsoleta y ambigua. Además de una revisión de los diversos reglamentos y decretos que se han expedido para normar la radiodifusión mexicana, es menester realizar las modificaciones necesarias y lograr que su cumplimiento sea ejercido.

Se han cuestionado la falta de aplicación de algunos decretos, la inoperatividad en la que se han sumergido otros con el paso del tiempo y las constantes violaciones a la ley.

Tal es el caso, por ejemplo, del pago del impuesto en especie que estipula la *Ley Federal de Radio y Televisión* en el artículo 59, que establece:

“Las estaciones de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración hasta de 30 minutos

continuos o discontinuos, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social.” (25)

Espacios que a la fecha han sido desaprovechados debido a la escasa producción de programas alternativos, a las transmisiones en horarios inadecuados y de baja audiencia, además de que, por tratarse de tiempos no acumulables ni diferidos, al no utilizarse se pierden, como sucede con frecuencia. De igual modo, a partir de 1973 también fueron asignados tiempos oficiales a los partidos políticos registrados, que no fueron cubiertos hasta hace relativamente poco tiempo.

Si se toma en cuenta que los espacios se obtuvieron gracias a una negociación entre el Estado y los concesionarios respecto al pago del impuesto por transmisiones, se hubieran considerado condiciones menos desfavorables para el Estado y los televidentes. Obligar a los concesionarios a otorgar recursos técnicos y humanos para la producción de programas alternativos; ampliar los horarios y espacios de transmisión de este tipo de programas y abrir la televisión en general a los diversos sectores de la sociedad, son asuntos de relevancia.

Existen otros ejemplos que dan cuenta de la aplicación real de los reglamentos sobre televisión en el país, tal es el caso de la política tarifaria y de la televisión por cable. La primera se supone establecida por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, sin embargo, en la realidad, no ocurre así,

pues los concesionarios manejan a su gusto las tarifas con una tendencia al alza y el consecuente perjuicio para los anunciantes y para las estaciones alternativas que manejan publicidad.

Respecto a la televisión por cable en el artículo 65 del Reglamento del Servicio de Televisión por Cable, se expresa:

“Los concesionarios están obligados a instalar y reservar dentro de su sistema de televisión por cable, para uso exclusivo del gobierno federal, 3 canales de televisión para los fines que éste señale”. (26)

Sobre este aspecto, en la actualidad se cuenta con la frecuencia destinada al canal del Congreso, que inició sus transmisiones en agosto de 2001 (si bien la frecuencia estuvo disponible desde marzo de 1998), dicha frecuencia, requeriría ser revisada con detenimiento para evaluar cuál ha sido el eco que ha generado en el auditorio. Además, otros espacios están a la espera de ser reclamados, sin importar que la salida al aire de las frecuencias asignadas fuera en horarios mínimos.

El caso más extremo conocido hasta el momento de la ambigüedad que se da en la legislación mexicana en televisión se encuentra en la polémica desincorporación de la red nacional IMEVISION, como ya se ha mencionado, pues los canales vendidos pasaron de ser pemisionarios a concesionarios. ¿Cómo se realizó en forma legal este cambio que permitió la comercialización

de estaciones que como principio tenían por objetivo fundamental prestar servicio público y no lucrar abiertamente? Es una interrogante aún sin respuesta.

De este modo, es evidente que la industria de la radiodifusión se ha situado en contra de lo que marca la reglamentación vigente e incluso, en contra de la Constitución, ya que se trata, a fin de cuentas de un bien público nacional.

Por todo ello es comprensible que en forma reiterada se haya solicitado la reforma a la *Ley Federal de Radio y Televisión*, así como a los diversos reglamentos que han sido pronunciados al respecto. La situación privilegiada de los grandes industriales de la televisión mexicana, se debe, en gran medida, a la legislación vigente, pues al amparo de la ley y con la tolerancia del Estado, han visto cristalizados sus intereses monopólicos, haciendo a un lado las demandas sociales y la consolidación de la cultura nacional a través de tan importante medio de comunicación.

De acuerdo con el investigador en comunicación Raúl Cremoux, la radiodifusión en México debería reconocerse por la ley en forma explícita como servicio público, al tratarse de un bien del dominio público de la Nación, pues con el ambiguo término de “actividad de interés general” como se reconoce a la radiodifusión en el artículo cuarto de la Ley Federal de Radio y Televisión, (27) se contraviene la disposición de las vías generales de comunicación en el sentido de que éstas sí son consideradas como servicio

público, además de que se favorece la explotación comercial de los medios, pues como actividad de interés general puede entenderse cualquier cosa.

Por tanto, el principal argumento para una reforma real de la legislación en radio y televisión, reconocer a los medios como instancias de servicio público. Al respecto Raúl Cremoux señala las siguientes modificaciones al régimen jurídico:

- La ausencia en la defensa de los individuos, y con ello de la sociedad, obliga al Estado a tutelar prioritariamente al auditorio. Debe establecerse, pues, el perfil jurídico de la relación del concesionario con el auditorio, como de derecho público.
- Reglamentar la radiodifusión como un servicio público de concesión federal facilitaría el ejercicio de las atribuciones y facultades del gobierno en la materia, rescatando para el Estado el derecho original a prestarlo, sin perjuicio de continuar concesionándolo a quien realmente lo amerite.
- Modificar las condiciones vigentes de las concesiones actuales, para que, sin la supresión de dicho régimen, se precisen los derechos del auditorio, como preferentes y prioritarios respecto de los del concesionario. (28)

La revisión de las concesiones vigentes, el aumento de impuestos a los concesionarios, la publicidad, los contenidos, el privilegio a programas culturales, científicos e informativos y las televisoras regionales, son algunos temas más a tratar para una revisión profunda de la legislación en radio y televisión. Se tendría que intentar la modificación del mecanismo legal que dejó en manos de unos cuantos potentados la determinación de la cultura y del bienestar público a través del dominio del más importante medio de comunicación de nuestro tiempo.

## **10. Proyectos.**

Valdría la pena preguntarse si los objetivos de los programas alternativos de televisión logran cumplirse o al menos proyectarse de alguna manera en el ánimo del televidente promedio. Al respecto hacer alusión a los proyectos que les dieron forma resulta básico para encontrar nuevos caminos en el campo de la producción en medios audiovisuales.

Si bien es cierto que la televisión involucra un proceso de creación acelerada aunado a altos costos de producción, lo cual, en principio, dificulta el control de calidad de los programas, no tendría por qué ser determinante, sobre todo si se toma en cuenta que la producción, no se hable de una serie, sino de cada programa en particular, requiere de trabajo continuo, minucioso y

estricto. Cada detalle es básico, esencial, nada debe faltar ni estar de más, cada programa es una creación completa cuidada al detalle e involucra múltiples factores como música, edición, audio, efectos especiales, etc., en el seguimiento de un proceso de pre-producción, grabación y post-producción.

Por ello, la producción televisiva también se ubica desde el punto de vista conceptual, lo cual significa reconsiderar la elaboración de planteamientos bien definidos, estructurados en fondo y forma. ¿Es posible, entonces, concretar proyectos de televisión alternativa que armonicen con el contexto cultural de la sociedad mexicana y respondan a objetivos específicos en beneficio social? Lo relevante, entonces, es el contenido, “la lectura” del discurso televisivo.

La propuesta involucra no sólo al guión, sino también la formulación de proyectos de serie o en su caso de programas únicos. El término “proyecto” tendría que entenderse, desde esta perspectiva, en su estructura primigenia y fundamental. Ello implica la necesidad de replantear al proyecto de televisión en sí mismo para determinar las características que lo sustentan y analizar las posibilidades de mejorar la calidad y el alcance del mensaje que se pretende transmitir.

En este sentido, se ubica el concepto “calidad” fuera del contexto elitista o como despliegue de posibilidades técnicas, más bien se alude a la calidad en términos de valor humano, libertad, progreso, capacidad de provocar autocrítica y reflexión en el auditorio. Además, lograr que los programas impliquen un esfuerzo mental del televidente, en relación con lo que ve y oye

en la pantalla, la intención es concebir una televisión que provoque una respuesta activa del individuo.

Calidad en televisión se entiende así como “medio para explorar las identidades culturales y la posibilidad de cambio social”. (29)

La investigadora Kim Christian Shroder identifica tres dimensiones en la determinación de la calidad de un discurso televisivo, que resulta pertinente señalar en el ámbito de esta reflexión acerca de la calidad en televisión, éstas dimensiones son: dimensión ética, dimensión estética y dimensión extática.

La primera se refiere a las posibilidades que ofrece la televisión para engrandecer al individuo y a su visión acerca de la condición humana; la segunda a la conciencia que tiene el televidente de los recursos técnicos, creativos, estructurales, narrativos, que involucra cada programa y, más aún, la capacidad del discurso presentado para que el individuo se convierta en actor, en ser humano activo en su contexto socio-cultural y en su realidad.

Esto último tiene que ver con la dimensión extática (de éxtasis) que refiere la carga emotiva que conlleva el discurso televisivo y que está ligada a profundidad con el cambio social, así, la energía extática:

“tiene un impacto potencial sobre los procesos sociales de cambio, pero la dirección en que éste sea liberado, es determinada en gran parte no dentro del contexto inmediato de los medios, sino en las condiciones generales de socialización y de las estructuras de sentimiento creadas por hombres y mujeres

que le dan sentido a sus vidas –ayudados, hasta cierto punto, por su consumo de periódicos, libros, dramas televisivos, etc.” (30)

Por supuesto, la revaloración del proyecto como tal no cancela, de ningún modo, la importancia del guión como obra literaria y creativa, implica equilibrar los distintos lenguajes que utiliza en atención a su naturaleza interdisciplinaria. El guión, entonces, es una obra en sí, cuya calidad recae en el autor, pero cuyo resultado va ligado, de modo invariable a todas las fases que intervienen en el proceso de producción.

Es vital revalorar el cuidado de los contenidos; las posibilidades narrativas del guión; las connotaciones técnicas del mismo, la iluminación, el sonido, la ambientación, etc., lo cual implica replantear la división entre guión técnico y literario, pues en realidad son inseparables; asimismo es necesario valorar la producción como una obra colectiva, en la cual cada miembro que interviene juega un papel decisivo.

Para finalizar, lanzar convocatorias a todo el país, ya fueran para becas o premios, por las instituciones rectoras de la cultura para proyectos de serie y de guiones para radio y televisión, impulsaría la creación en este ámbito en medios masivos, pues es una laguna a cubrir que ha sido señalada en diversas ocasiones.

Lo más importante es no perder de vista que el tema fundamental para nuevos proyectos en la televisión nacional es la búsqueda de una identidad

inclusiva y extensiva a la sociedad en su conjunto. Ver en nuestras pantallas al México oculto, aunque esto significara dejar un poco de lado la sofisticación que se ha pretendido atribuir al medio, valdría mucho la pena.

## NOTAS

- (1) Guillermo Bonfil Batalla, *México profundo*, p. 181
- (2) Javier Esteinou Madrid, *Hacia la primavera del espíritu nacional. Propuesta cultural para una nueva televisión mexicana*, pp. 40, 43 y 44
- (3) Delia Covi Druetta, “La televisión en las universidades públicas” en *¿Televisión pública en México?* Florence Toussaint (coord.), , p. 76
- (4) Id., p. 82
- (5) Rafael Tovar y de Teresa , *Modernización y política cultural*, p. 322
- (6) Id., p. 18
- (7) Octavio Paz citado por Rafael Tovar y de Teresa, ob. cit., p. 15
- (8) Tovar y de Teresa, ob. cit., pp. 74 y 75
- (9) Id., p. 235
- (10) Consejo Nacional para la Cultura y la Artes, *Memoria 1988-1994*, p. 182
- (11) Id., p. 38
- (12) Adriana Moncada, “Pensar que en televisión sólo los programas para las mayorías tienen valor es un error: José María Pérez Gay”, *unomásuno*, 24 de marzo, 1992

- (13) Jorge Augusto Martínez Lugo, “La regionalización de la televisión pública en el sureste de México (1970-1991)”, en *¿Televisión pública en México?*, pp. 115 y 116
- (14) Paloma de Vivanco, Juana Juárez Romero y Elisa Buch, “Un cuento y una estrategia para la animación de la lectura en los medios masivos de comunicación” en *Senderos hacia la lectura. Memoria del primer seminario internacional en torno al fomento a la lectura*, p. 235
- (15) Heinrich Keibrich, “La aventura de la lectura, una campaña en medios de comunicación para alentar la lectura en niños y adolescentes” en *Senderos hacia la lectura II. Memoria del segundo seminario internacional en torno al fomento a la lectura*, p. 181
- (16) Sarah Corona, *El genio en la botella*, pp. 24 y 54
- (17) Florence Toussaint, “Prólogo”, en *¿Televisión pública en México?* ob. cit., p. 11
- (18) Efraín Pérez Espino, *Los motivos de Televisa. El proyecto cultural de XEQ Canal 9*, p. 30
- (19) Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, ob. cit., p. 181
- (20) Tovar y de Teresa, ob. cit., pp. 18 y 19
- (21) Florence Toussaint, “Políticas financieras de la televisión estatal. El caso de IMEVISION” en *¿Televisión pública en México?* ob. cit., p. 138

- (22) Enrique E. Sánchez Ruiz, “Sociedad civil y comunicación: la televisión pública estadounidense” en *¿Televisión pública en México?* ob. cit., p. 57
- (23) Esteinou Madrid, *Hacia la primavera del espíritu nacional. Propuesta cultural para una nueva televisión mexicana*, pp. 73-79
- (24) Id., p. 51
- (25) Raúl Cremoux, *La legislación mexicana en radio y televisión*, p. 57
- (26) Covi Druetta, ob. cit., p. 70
- (27) Cremoux, ob. cit., pp. 16 y 17
- (28) Id., p. 181
- (29) Kim Christian Schroder, “Calidad cultural ¿la búsqueda de un fantasma?” en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, p. 124
- (30) Id., p. 133

## CONCLUSIONES.

### La Caravana zapatista.

El domingo 11 de marzo de 2001 arribó al Zócalo de la ciudad de México, la *Caravana zapatista* después de recorrer varias entidades del país, se trata de una fecha histórica ya que quizá haya sido el mítin más importante del México contemporáneo. Sin embargo, ninguna de las televisoras de este país estuvo presente, ni la privada, ni tampoco Canal 11, Canal 22 o Canal 40, ni siquiera Multivisión, a pesar de que todos ellos hicieron una cobertura previa del recorrido zapatista por el país, en sus noticieros y con varios programas. A fin de cuentas, ninguna de las televisoras se preocupó por transmitir en vivo el mítin, clímax de la caravana, los televidentes enfrentamos un vacío al sintonizar nuestras pantallas el 11 de marzo.

Fueron distintos los argumentos para justificar su ausencia, pero sin duda, los intereses de cada televisora prevalecieron. Los canales 11 y 22, por su parte, demostraron con ello, además, una falta de compromiso y de visión acerca de su responsabilidad como medios de comunicación al servicio de la sociedad y en aras de la libertad de expresión, que simulan promover también todos los canales de la iniciativa privada.

La realidad incomoda. Y si nos remontamos a la historia de los medios en este país, la televisión tampoco estuvo presente en mítines como el del Zócalo en 1968, durante el movimiento estudiantil que culminó en los sucesos

de Tlatelolco, o el mítin de Cuauhtémoc Cárdenas en su campaña presidencial de 1988, así como en tantos otros mítines y marchas que han acompañado al México actual.

Si bien es cierto que el 28 de marzo de 2001, ante la comparecencia del EZLN en el Congreso, la mayoría de las televisoras secundaron la iniciativa de Canal 40 y del canal por cable del Congreso, para transmitir en vivo la sesión completa (de más de 5 horas de duración) y con ello demostraron que si el interés existe, la tecnología está a disposición de los sucesos más relevantes. Esta presencia de los medios tendría que ser la norma y no la excepción.

Y más aún, luego de su regreso a Chiapas surge la pregunta ¿qué pasó con las comunidades indígenas a la fecha, cuál ha sido el eco de su recorrido por el país, de qué manera vieron reflejada en su vida diaria su actuación de 2001? De nuevo el silencio en televisión. Pues poco se sabe de los zapatistas más que en esporádicas apariciones (por lo general debido a un conflicto). Ya no son noticia. Su aparición en los medios de comunicación, ha quedado de nuevo en manos de la voluntad de los empresarios de la radiodifusión mexicana, quienes casi siempre los descalifican y manipulan.

#### Acerca de la Ley sobre Derechos y Cultura Indígena.

De hecho, parte de la iniciativa de ley sobre *Derechos y cultura indígena*, presentada ante el Congreso, contempla la reglamentación del derecho de la comunicación de los indígenas y plantea diversas cuestiones al

respecto, encaminadas a abrir espacios en los medios de comunicación a las etnias, con información veraz, oportuna y suficiente acerca de ellas y sus problemáticas, además de discutir asuntos como el fortalecimiento del modelo de servicio público, la modificación de la política para otorgar concesiones en radio y televisión y la posibilidad de que los pueblos indígenas cuenten con medios de comunicación propios, entre otros.

Faltan elementos en este espacio para definir la importancia y trascendencia de esta iniciativa, pero sin duda, no tiene precedentes en el ámbito de la discusión en materia de comunicación y medios en el país, sería motivo de ulteriores discusiones a profundidad.

#### La iniciativa de Ley Federal de Comunicación Social.

Al respecto, el panorama de los medios de comunicación en nuestros días está encaminado, básicamente, alrededor de la iniciativa de *Ley Federal de Comunicación Social*, presentada en 1997 por una Comisión Especial de Comunicación Social y por los partidos Acción Nacional (PAN), de la Revolución Democrática (PRD) y del Trabajo (PT) en la LVI Legislatura Federal de la Cámara de Diputados. Se trata del proyecto de ley más ambicioso respecto al tema que conocemos a la fecha, el cual alcanzaría a definir con mayor claridad y en términos de democracia, el perfil de la comunicación social en México, y, en consecuencia, el de los medios, y que incluye, por supuesto, la revisión a la *Ley Federal de Radio y Televisión*.

Por su importancia y por estar en relación directa con los ámbitos de competencia de este trabajo acerca de la generación de una televisión pública nacional, a continuación se abordarán los aspectos más relevantes de esta iniciativa de ley, que a fin de cuentas, por la actualidad del tema, resultan la mejor conclusión, a manera de epílogo.

En síntesis, esta iniciativa de Ley Federal de Comunicación Social privilegia los siguientes puntos a tratar:

- Garantizar los derechos de libertad de expresión y de libre acceso a la información de interés público (que implica también la transparencia en la información acerca del ejercicio de los gastos destinados a la publicidad oficial).

- Garantizar el derecho de réplica de los ciudadanos ante los medios, que implica el derecho a la vida privada y al honor.

- Proteger el secreto profesional del periodista.

- Convertir los medios de comunicación del Estado en verdaderos medios de servicio público.

- Crear una *Comisión Nacional de Comunicación Social* (o Instituto), cuya actividad primordial sea vincular a los ciudadanos, con el Estado, los medios de comunicación y los trabajadores de éstos.

- Reforma y adecuación del marco jurídico en los ámbitos de la información, la comunicación y los medios.

Varios son los factores que confluyen para insistir en la aprobación de la iniciativa de ley en su conjunto, sobre todo si se toman en cuenta los 20 años que se ha tratado de legislar al respecto y el marco internacional que lo reclama, pues, de hecho, este proyecto se inserta en el ámbito de varios acuerdos internacionales (ONU, UNESCO, OEA) de los que México ha formado parte y en los que se expresa la participación de los medios de comunicación para configurar un nuevo orden mundial.

El poco o nulo acceso de la sociedad a los medios, además de los manejos tendenciosos y las restricciones a la libertad de expresión, en resumen: la falta de democratización que percibimos en los medios, son puntos que se han planteado como premisa para insistir en esta ley.

Además, y de acuerdo con lo que fue desarrollado con amplitud en este trabajo, la iniciativa enfatiza el uso público de los medios, independientemente aún de su régimen de propiedad; los medios, entonces, estarían al servicio de la sociedad y no del gobierno o de un empresario. Con ello se pone en tela de juicio la discrecionalidad con que el gobierno ha otorgado las concesiones a los hoy empresarios de la radiodifusión, se plantea la posibilidad de una apertura para otorgar dichas concesiones a otros sectores de la sociedad y que de ello se hiciera cargo un organismo no gubernamental. En suma, la propuesta a este respecto es frenar los abusos, la impunidad y, sobre todo, el poder que ostentan los consorcios, con énfasis en los que tienen a su servicio la televisión nacional.

El sentido último sobre la ley propuesta está centrado, según lo expresa la misma iniciativa, y como ha sido señalado en diversos foros organizados por universidades y otras instancias y de acuerdo con el análisis de especialistas en la materia, es su enorme contribución a la transición a la democracia del país, no hay democracia que no transite, por necesidad, por los medios de comunicación.

Y, por su parte, quienes abogan en contra de este nuevo marco legal, arguyen la posibilidad de generar una regulación excesiva que linde con lo que sería una ley mordaza.

En cuanto a la revisión a la Ley Federal de Radio y Televisión, ya se anotaron algunos aspectos en el apartado correspondiente a legislación pero, refiriéndose en específico a la iniciativa, se argumenta que la ley existe y está vigente, la deficiencia está en su aplicación efectiva. En parte esto es cierto, sin embargo, también es cierto que muchos de sus ordenamientos no concuerdan con la realidad, son malentendidos o confusos y aún inoperantes, pues hay muchas cuestiones de actualidad que, al no estar reguladas, dan lugar a abusos por parte de los medios. Tal es el caso de las nuevas y variadas formas publicitarias que aparecen incluso en forma explícita en series de televisión y en noticieros, en donde varios productos son anunciados por los propios locutores, lo que denota una falta de respeto al público y de control por parte de las autoridades. Es un asunto que sería necesario legislar.

Cabe anotar, que en el pasado mes de abril de 2002 fue aprobada en la Cámara de Diputados la *Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental* y la creación del Instituto Federal de Acceso a la Información Pública, como órgano de administración federal con autonomía operativa y presupuestaria y con poder de decisión. Para el México contemporáneo, significa un paso fundamental para poner a disposición de la sociedad asuntos de relevancia e interés general. En el contexto de la iniciativa de ley de comunicación social, esta aprobación significa un hecho prioritario y sienta el precedente para continuar con la legislación en aproximaciones sucesivas.

En cuanto a la creación de la *Comisión o Instituto Nacional de Comunicación Social*, el punto más discutido de la iniciativa, ya que muchos lo consideran un tribunal inquisitorio, cabe la alternativa de generar un organismo a manera de Consejo Consultivo de Comunicación, como el que dio origen a Canal 22 (y que de hecho está estipulado en la Ley Federal de Radio y Televisión), que tuviera representatividad de los diversos sectores de la sociedad, incluidos el gobierno y los concesionarios. Las funciones sustanciales de dicha Comisión, Instituto o Consejo, radicarían en opinar y proponer acerca de la forma de operar y de los contenidos que presentan los medios de comunicación, además de vigilar y proteger el derecho de información y de réplica, así como la libertad de expresión. En suma sería un organismo encargado de vincular Estado-sociedad-medios de comunicación.

La constitución de este tipo de organismos es, a fin de cuentas, una tendencia internacional, aplicada en países como Alemania, España, Colombia y Estados Unidos, con variantes definidas de acuerdo con las condiciones y requerimientos de cada país.

Es aún largo y difícil el camino por recorrer para la aprobación de la iniciativa de la Ley Federal de Comunicación Social en su conjunto. Se apruebe o no en su totalidad, de cualquier forma se trata de un documento que expresa tendencias en materia de comunicación que serán discutidas en los próximos años.

#### Hacia una Política de Comunicación y Cultura.

Para finalizar esta disertación acerca de la iniciativa de legislación en comunicación social, baste hacer hincapié en que camina hacia una *Política de Comunicación y Cultura*. Y en esto coincide con lo planteado en este trabajo respecto a la propuesta de Javier Esteinou Madrid, analizada en forma amplia en el apartado correspondiente. En síntesis, una política de tales dimensiones ubicada en el contexto económico, político y social por el que transita hoy el país, llevaría por consiguiente a la generación de una nueva cultura.

#### Ética y comunicación.

Ahora bien, otra cuestión medular planteada en forma implícita a lo largo de las páginas de esta investigación y que es insoslayable abordar en estas

conclusiones, es la dimensión ética aplicada al campo de la comunicación y el periodismo (definida científicamente como diontología).

Acerca de esta dimensión, en la actualidad existe un ámbito de discusión muy marcado, sobre todo porque es raro encontrar códigos de ética establecidos en modo pleno en la enseñanza, en la profesionalización y en el ejercicio del periodismo, del comunicador y menos aún, de los medios de comunicación masiva. Y de ello da cuenta la referencia inicial de estas conclusiones.

Al respecto, sería básico para la enseñanza en las universidades definir con claridad el campo de la ética en comunicación y continuar por concretar los procedimientos éticos en el ejercicio de la profesión.

Asimismo, sería menester generar nuevos campos de estudio en comunicación, que la vincularan con el derecho y la ética, que subrayaran el ámbito legislativo y que abordaran la relación entre el Estado, la sociedad y los medios. En términos generales, hay que recordar también la marginalidad que existe en el rubro de la investigación en comunicación en nuestro país, que data de hace más de 10 años y, además tomar en cuenta que los profesionales han privilegiado la práctica profesional sobre la docencia y la investigación. Esto daría como resultado, a largo plazo, la modificación del perfil formativo del comunicólogo y el periodista, y otorgaría su lugar al carácter de servicio social de la profesión, alternativo a la atmósfera mercantilista en la que se ha

pretendido involucrar, como único campo de acción, al ejercicio profesional hasta hoy.

### Autorregulación.

Por otro lado, en cuanto a medios de comunicación y, en especial en referencia a televisión, en la práctica el sistema ético regulatorio más citado a últimas fechas es el denominado *Autorregulación*, ya que se trata de un sistema voluntario de reglas de conducta ética, cuya pretensión es que los medios asuman su responsabilidad, garanticen los derechos anotados en líneas precedentes y dignifiquen el quehacer del periodismo y de la radio y la televisión. El resultado de esta fórmula se traduce en varios beneficios, sobre todo genera credibilidad, participación de la sociedad en los medios y mejora de contenidos.

Este sistema significa una alternativa entre dos opciones: la falta de aplicación de la ley y la reglamentación excesiva, que pudiera limitar la libertad de expresión. Sin embargo, hay que subrayar que la autorregulación no sustituye, de ninguna manera, a la ley, más bien la complementa. Lo ideal sería contar con un sistema ético-jurídico, es decir, autorregulatorio-legal.

Sobre ello, los empresarios de la radiodifusión mexicana se han mostrado a favor, pero sólo porque piensan ver afectados sus intereses si se da curso a la creación del mencionado Consejo o Instituto Nacional de Comunicación Social y a la revisión a la Ley Federal de Radio y Televisión.

Asimismo, se vieron orillados a plantear este sistema autorregulatorio por la polémica social desatada a raíz del auge en la televisión mexicana de los llamados *talk shows*.

Por su parte, ya en funciones, está la agrupación *A favor de los medios* como iniciativa del Consejo Nacional de la Publicidad, la cual, entre los logros recientes obtenidos, cuenta el haber conseguido que Televisa llegara a un acuerdo con la Secretaría de Gobernación para que la serie *Big Brother* fuera una emisión sin malas palabras, sexo, ni violencia, al menos en televisión abierta. No obstante, en realidad este tipo de acuerdos son superficiales y sin relevancia, no aportan nada a la televisión, al contrario, llegan a censurarla en atención a banalidades y asuntos aún tabú en los medios como es el modo de hablar del mexicano. A fin de cuentas estos planteamientos le siguen el juego a los consorcios que obtienen ganancias extraordinarias con emisiones como *Big Brother*.

La autorregulación es, en definitiva, un asunto más serio y profundo. Una alternativa, en esta línea, pudiera ser proponer que la empresa tuviera el compromiso de producir, a la par de series como BB, una serie cultural o documental de excelencia que llegara a ser, incluso, competitiva dentro de la misma empresa. El lucro, en última instancia, no es incompatible con la cultura, pero por lo general la excluye, es un campo por explorar.

Para finalizar respecto a esta dimensión ética en medios de comunicación, cabe anotar que también es una tendencia seguida en varios

países, si bien en otros, se ha mostrado recelo en relación con una posible censura. Hace falta discutir el tema y, sobre todo, partir de la idea de que la ética se pronuncia a favor de máximas en la búsqueda de un desarrollo espiritual del ser humano, con premisas como las promulgadas por organismos como la UNESCO que proclaman, por ejemplo, "la cultura por la paz mundial". En política cultural, la definición de ética más apropiada es *crear las condiciones para que las personas y grupos, productores o usuarios, inventen sus propios objetivos en el interior de una finalidad colectiva mayor. (\*)* Definición adecuada, asimismo, para medios de comunicación.

#### Más temas para la agenda

A lo largo de la presente investigación, se revisaron las principales determinaciones que han caracterizado a la televisión mexicana desde una perspectiva que intentó ser crítica y de reflexión, encaminada a localizar los procesos culturales y sociales que han delineado el perfil de las televisoras mexicanas y, además, se propusieron o, más bien, sugirieron lineamientos teóricos con base en los cuales se podría sustentar un nuevo modelo de televisión.

Al seguir este orden de ideas, vale la pena la reflexión respecto a que la conformación de una televisión alternativa está en constante lucha por cambiar los gustos establecidos por la televisión comercial abierta durante 50 años. Por ello, los temas tratados en el presente trabajo, entre los que se cuentan, el

diseño de políticas culturales en medios de comunicación, la revisión aproximada acerca de cómo funciona la televisión pública en Estados Unidos y Alemania, así como las aportaciones a la televisión de servicio del sistema denominado Televisión de la República Mexicana, la delimitación de los perfiles de Canal 22 y la Unidad de Producciones Audiovisuales del CNCA, la propuesta de Bonfil Batalla aplicada a la televisión mexicana, el desgloce de la propuesta cultural de Javier Esteinou Madrid para conformar una nueva televisión cultural y pública y una nueva política de comunicación, planteada con base en un marco económico, político y social abordado en forma por demás explícita y, finalmente, la agenda de discusión, fueron todos temas que aportaron elementos suficientes para responder a la interrogante acerca del papel que juegan los medios y en especial la televisión en nuestros días y la o las maneras en que sería posible incidir en ellos para generar un cambio, se reconocieron alternativas en la búsqueda de una nueva televisión nacional.

La parte propositiva del trabajo se desarrolló, más que nada, en la agenda de temas relevantes a discutir, en ella se mencionaron propuestas en el camino hacia una televisión alternativa y se enunciaron tendencias a seguir sobre la investigación de los medios de comunicación en cuanto a nuevas tecnologías, televisión universitaria pública, televisión regional, estrategias y proyectos particulares diversos, movilización social, aspectos financieros y legislativos, en el entendido de enunciar situaciones que orillarían a la reflexión,

como ya se ha mencionado. Sin embargo, más apuntes respecto a cada tema y otros temas que quedaron fuera serían motivo de posteriores indagaciones.

Tal es el caso de los Canales 11 y 22, cuya fisonomía a partir del nuevo régimen resultaría interesante definir y analizar, asimismo, estudios historiográficos que delimitaran las distintas etapas y ambientes políticos que los han configurado y, sobre éstos canales culturales, también valdría la pena reconocer los sitios web con los que cuentan, creativos y de alta tecnología, cuya oferta consiste, entre otras, en ofrecer la posibilidad de bajar video de noticias y programas, enviar postales extraídas de las series, bajar software gratuito, videochats y consulta de versiones estenográficas de los programas de análisis. Todo ello resulta de relevancia y actualidad, sin embargo, cabe la pregunta ¿qué porcentaje de la población puede acceder a tales servicios? Sin la intención de minimizar los logros y las iniciativas de dichos canales culturales, que les han valido reconocimientos internacionales, la crítica siempre es bienvenida.

De igual manera, en la actualidad existen otras opciones en televisión abierta como sucede con CNI Canal 40, que a la fecha ha ido a la vanguardia en cuanto a televisoras comerciales, al menos en algunos aspectos, ya que cada vez aumenta su programación propia con series alternativas que abordan temas diversos, a veces controvertidos, además, ha incluido series de origen europeo, telenovelas brasileñas y algunos documentales extranjeros, poco vistas en otras frecuencias. Su noticiero estelar cuenta con una línea editorial

analítica y abierta a la polémica, diferente de la que vemos en otros noticieros, da amplia cobertura a sucesos relevantes, aún cuando esto signifique prolongar la transmisión del noticiero en perjuicio de la programación habitual del canal. Y también ha significado una opción en términos de credibilidad, es un canal en particular interesado en ello, ya que en sus programas informativos, de análisis y recreativos, la opinión pública es tomada en cuenta, sin caer en la encuesta superficial y mal planteada.

Otro tema no abordado en la agenda, que cabe anotar aquí, es la *Videoteca Nacional Educativa*, que depende de la Dirección General de Televisión Educativa de la SEP y del Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, cuya función es acopiar y clasificar materiales educativos audiovisuales con el fin de utilizarlos como parte de la educación formal en las escuelas. La idea es informatizar y abrir la aplicación de las nuevas tecnologías a la educación, la pregunta sería ¿existe la infraestructura necesaria para sustentar al proyecto, se cuenta con el equipo y, sobre todo con el recurso humano capacitado para utilizar de manera inteligente tal sistema?

En suma, hay otros ámbitos de discusión del todo atractivos que invitan a continuar con la agenda, los mencionados son una muestra representativa.

"¿Qué piensa un tarahumara si mira un videoclip?". (Guillermo Bonfil Batalla)

Si se cree que México es uno y que sus habitantes coinciden en objetivos e ideales, y en ello han tenido mucho que ver los grandes consorcios televisivos, en realidad no es así, pues existen tantos Méxicos como comunidades indígenas habitan al norte y al sur del país, tantos Méxicos como Polanco o Tepito en esta gran ciudad capital, tantas regiones y comunidades cuyas diferencias podrían ser abismales. Es un México pluricultural. Es un México profundo.

De regreso a la pregunta formulada por Guillermo Bonfil Batalla en relación con el papel de los medios de comunicación en el contexto del mundo indígena, la conclusión del presente estudio sería primero, determinar de qué manera los grupos y comunidades que integran al país se han visto reflejados en la televisión y segundo, que el papel de la televisión hoy en día es ceder la palabra a los grupos que hasta ahora se han visto excluidos por este medio de comunicación.

De hecho la controversia respecto al proyecto de nación a la fecha, camina sobre la misma línea expresada por Bonfil Batalla. De Carlos Montemayor a Miguel León-Portilla, han señalado en reiteradas ocasiones la necesidad de generar un proyecto inclusivo y plural, lo cual se ha reafirmado en la realidad con el estallido del movimiento zapatista en 1994.

Televisión pública, cultural, de servicio o plural significa dar imagen y voz a todos los Méxicos, a la diversidad característica de México, con énfasis

en los grupos marginados y en las comunidades indígenas, no como una concesión instrumentada por parte de los consorcios, las instituciones culturales o el gobierno, sino como parte del derecho natural de toda la población a la libertad de expresión y a hacer uso de los medios. El punto medular es señalar que la sociedad identifica e indica sus necesidades e ideales y marca la pauta a seguir para lograr sus propias metas, si bien no ha sido entendido esto a cabalidad. Es necesario reflexionar a conciencia y profundidad si en verdad se ha cedido a la televisión, el derecho a decidir lo que cada habitante ha de sintonizar en su pantalla casera cada día.

Si bien es cierto que el predominio de los medios masivos y de la cultura audiovisual han determinado, en gran medida, a la sociedad actual, ya que a partir de ellos se gestan las batallas económicas, políticas y sociales, es erróneo pensar que el contexto del México actual se vea reflejado en la televisión, en ésta, como se ha visto, el país permanece oculto, tergiversado, ligado a intereses creados, sobre todo de tipo económico. Sin embargo, la sociedad reclama, los movimientos sociales y las iniciativas de ley en los últimos tiempos apuntan hacia una apertura de espacios.

Cultivar la televisión para cultivar el espíritu sería el punto de partida y el fin último de este trabajo. Como apunta Octavio Paz, no se pretende una televisión, sino muchas y todas en sentido distinto. Muchas televisiones que contribuyan a garantizar la permanencia y la presencia de los diversos grupos y comunidades que conforman al país, que coexistan en términos de libertad e

igualdad de oportunidades, la esencia de un modelo de televisión con estos propósitos sería entendida sólo en el ámbito de un México diverso, multicultural.

A fin de cuentas, la tan mencionada y reiterada, a partir del nuevo régimen *Ciudadanización de la cultura*, ¿no es en realidad la aceptación de la diversidad y no tendría que empezar con los medios de comunicación?

Con un enfoque de reflexión en todo momento, se abordó la discusión acerca de este medio de comunicación desde una óptica crítica, incluyente, imaginativa. Y, más allá de conclusiones concretas, se situó a la televisión cultural de nuevo en el centro de la investigación en la búsqueda de alternativas. En suma, se construyó un problema en torno a la cultura audiovisual, paso fundamental para encontrar nuevos caminos.

Conformar una televisión pluricultural en aras de un nuevo proyecto civilizatorio y viceversa. Generar una televisión conciliatoria de las oposiciones de los proyectos que convergen en el México de nuestros días.

Una televisión pública, plural, crítica, analítica e incluyente es posible y deseable en este país, esta fue una aproximación más al tema, una panorámica, las posibilidades son múltiples.

(\* ) Teixeira Coelho, *Diccionario crítico de política cultural. Cultura e imaginario*, p.213

## BIBLIOGRAFÍA

- Baena, Guillermina y Sergio Montero. *Tesis en 30 días*, Editores Mexicanos Unidos, México, 1993.
- Blanco, José Joaquín. *Función de medianoche. Ensayos de literatura cotidiana*, Era, México, 1981.
- Bonfil Batalla, Guillermo. *México profundo*, CNCA/Grijalbo (Los Noventa, 1), México, 1990.
- Calvino, Italo. *Seis propuestas para el próximo milenio*, Ediciones Siruela, España, 1989.
- Charles C., Mercedes. “Cultura femenina y medios de comunicación (un tejido de complicidades)” en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Vol. IV, No. 10, Universidad de Colima, México 1990, pp. 165-186.
- Chávez Moreno, Rolando/Raúl González Granados. *Directrices para un modelo de televisión de servicio social*, tesis, México, 1986.
- Coelho, Teixeira. *Diccionario crítico de política cultural. Cultura e imaginario*, CONACULTA/ITESO/SC de Jalisco, México, 2000.
- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. *Memoria 1988-1994*, México, 1994.
- Corona, Sarah, *El genio en la botella. (Un uso activo de la televisión)*, Ed. Jus, México, 1990.

- Cremoux, Raúl. *La legislación mexicana en radio y televisión*, Col. Ensayos, Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco, México, 1982.
- Eco, Umberto. *Cómo se hace una tesis*, Gedisa, Barcelona, 1977.
- Esteinou Madrid, Javier. *Hacia la primavera del espíritu nacional. Propuesta cultural para una nueva televisión mexicana*, Fundación Manuel Buendía/ Programa Cultural de las Fronteras, México, 1989.
- Esteinou Madrid, Javier. *La comunicación y la cultura nacionales en los tiempos libres del libre comercio*, Fundación Manuel Buendía, México, 1993.
- Esteinou Madrid, Javier. *La televisión mexicana ante el modelo de desarrollo neoliberal*, Fundación Manuel Buendía/Programa Cultural de las Fronteras/CNCA, México, 1991.
- Fernández Moreno, César. *Introducción a la poesía*, Fondo de Cultura Económica, México, 1962.
- Garza Mercado, Ario. *Manual de técnicas de investigación para estudiantes de Ciencias Sociales*, El Colegio de México, México, 1989.
- *Iniciativa de Ley Federal de Comunicación Social*. Partido Acción Nacional, Partido de la Revolución Democrática, Partido del Trabajo. LVI Legislatura Federal, Cámara de Diputados, Comisión especial de Comunicación Social, México, abril, 1997.
- Keibrich, Heinrich. “La aventura de la lectura, una campaña en medios de comunicación para alentar la lectura en niños y adolescentes” en *Senderos*

*hacia la lectura II. Memoria del segundo seminario internacional en torno al fomento a la lectura*, CNCA-INBA-FIL Guadalajara, México, 1990, pp. 231-240.

- *Legislación en comunicación. (Un foro universitario para revisar el marco legal del derecho a la información)*, ITESO, ITESM, Cámara de Diputados/LVII Legislatura, Sistema Enlace Legislativo, UNIVA, Dirección de Estudios de la Comunicación Social, México, marzo, 1999.

- López Alcaraz, María de Lourdes. *El guión. Su lenguaje literario*, Universidad Nacional Autónoma de México, Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán, México, 1990.

- Pérez Espino, Efraín. *Los motivos de Televisa. El proyecto cultural de XEQ Canal 9*, Cuadernos de investigación No. 22, Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM, México, 1991.

- Monsiváis, Carlos. "Prólogo" en *A ustedes del consta. Antología de la crónica en México*, Era, México, 1980, pp. 15-76

- Sánchez Ruiz, Enrique E. *Tendencias en la investigación sobre televisión en México 1950-1990*, Universidad de Guadalajara, México, 1992.

- Schroder, Kim Christian. "Calidad cultural ¿la búsqueda de un fantasma?" en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Vol. IV, No. 10, Universidad de Colima, México, 1990, pp. 119-137

- Toussaint Alcaraz, Florence (coord.) *¿Televisión pública en México?*, Pensar la Cultura, CNCA, México, 1993.

- Tovar y de Teresa, Rafael. *Modernización y política cultural*, Fondo de Cultura Económica, México, 1994.

- Vivanco de Paloma, Juana Juárez Romero y Elisa Buch. “Un cuento y una estrategia para la animación de la lectura en los medios masivos de comunicación” en *Senderos hacia la lectura. Memoria del primer seminario internacional en torno al fomento a la lectura*, CNCA/INBA/FIL Guadalajara, México, 1993, pp. 231-240.

## HEMEROGRAFÍA

- Ambriz, Agustín/Álvaro Delgado, "El Canal del Congreso", *Proceso*, no. 1281, 20 de mayo, 2001, pp. 24 y 25
- Delgado, Álvaro/Antonio Jáquez y Fernando Ortega, "La instalación del Consejo Nacional de Radio y T.V. aplazada indefinidamente", *Proceso*, no. 1269, 25 de febrero, 2001, pp. 37-41
- Delgado, Álvaro/María Sherer Ibarra. "El proyecto de ley de información, a la medida del gobierno", *Proceso*, no. 1281, 20 de mayo, 2001, pp. 36-38
- Fabela Quiñones, Guillermo. "El compromiso de Pérez Gay frente al Canal 22", *El Universal*, 21 de marzo, 1992.
- González Rubio Iribarren, Javier. "La paz no es para las televisoras", *La Jornada*, 12 de marzo, 2001.
- Hernández, Juan. "Presento Pérez Gay la carta de programación del Canal 22 a la Comisión de política cultural de la emisora", *unomásuno*, 24 de marzo, 1992.
- Jáquez, Antonio. "La globalización arrasa culturas: Sábado", *Proceso*, no. 1272, 18 de marzo, 2001, pp. 25
- Latapí Sarre, Pablo. "La Videoteca Nacional Educativa, paso hacia el futuro", *Proceso*, no. 1269, 25 de febrero, 2001, p. 56
- Latapí Sarre, Pablo. "Multiculturalidad: ¿qué es eso?", *Proceso*, no. 1294, 19 de agosto, 2001, p. 62

- Malvido, Adriana. "Relevan a Di Castro", *Proceso*, no. 1273, 25 de marzo, 2001, pp. 66 y 67
- Montemayor, Carlos. "¿Tienen derecho las culturas a sobrevivir?", *Proceso*, no. 1271, 11 de marzo, 2001, pp. 30 y 31
- Ortega Pizarro, Fernando. "Libertad la preocupación de las grandes televisoras", *Proceso*, no. 1270, 4 de marzo, 2001, pp. 34-36
- Pasquali, Antonio. "Reinventar nuestra televisión", *etcétera*, No. 168, 18 de abril, 1996, pp. 19-26.
- Paz, Octavio. "Cultura y diversidad en la televisión", *Vuelta*, 3(34), septiembre, 1979, pp. 40-44.
- Ramos, Carlos. "La televisión un problema global", *El Universal*, 13, 14 y 15 de febrero, 1995.
- Torres, Salvador. "Excelencia en programas y nueva cultura en televisión, metas del Canal 22: Pérez Gay", *unomásuno*, febrero, 1992.
- Torres, Salvador. "En Canal 22, lo más representativo de la cultura nacional: José María Pérez Gay", *unomásuno*, 2 de abril, 1992.
- Toussaint, Florence. "T.V. canal once: la gestión de Lajous", *Proceso*, no. 1264, 21 de enero, 2001
- Toussaint, Florence. "Siete años de Canal 22", *Proceso*, no. 1266, 4 de febrero, 2001, pp. 66 y 67
- Toussaint, Florence. "La ley y TV Azteca", *Proceso*, no. 1269, 25 de febrero, 2001, p. 77

- Toussaint, Florence. "La marcha zapatista", *Proceso*, no. 1270, 4 de marzo, 2001, p. 84
- Toussaint, Florence. "Noticias del EZLN", *Proceso*, no. 1271, 11 de marzo, 2001, p. 82
- Toussaint, Florence. "Congreso al aire vivo", *Proceso*, no. 1274, 1 de abril, 2001, p. 69
- Toussaint, Florence. "Crónica del EZLN", *Proceso*, no. 1275, 8 de abril, 2001, pp. 68 y 69
- Toussaint, Florence. "Los primeros errores", *Proceso*, no. 1276, 15 de abril, 2001, p. 67
- Toussaint, Florence. "Reglamentos en la era del acceso global", *Proceso*, no. 1283, 3 de junio, 2001, p. 67
- Toussaint, Florence. "Cambios de programación", *Proceso*, no. 1286, 24 de junio, 2001, p. 74
- Toussaint, Florence. "Canal 34 mexiquense", *Proceso*, no. 1294, 19 de agosto, 2001, p. 80 y 81
- Toussaint, Florence. "Nuevos negocios en TV", *Proceso*, no. 1295, 26 de agosto, 2001, p. 66 y 67
- Velázquez Yebra, Patricia. "El canal 22, el primer emisor de una televisión pública y plural", *El Universal*, 3 de abril, 1992.
- Vértiz, Columba. "La propuesta zapatista en medios de comunicación insuficiente", *Proceso*, no. 1270, 4 de marzo, 2001, pp. 16 y 17

- Vértiz, Columba. "El Consejo de Planeación de Canal 22", *Proceso*, no. 1286, 24 de junio, 2001, p. 78

- Villanueva, Ernesto. "Reglamentar el derecho a la información", *Proceso*, no. 1267, 11 de febrero, 2001, pp. 45 y 46

- Villanueva, Ernesto. "Consejo de Autorregulación de la CIRT", *Proceso*, no. 1269, 25 de febrero, 2001, p. 57

- Villanueva, Ernesto. "Iglesias, acceso y medios", *Proceso*, no. 1271, 11 de marzo, 2001, p. 60

- Villanueva, Ernesto. "Derecho de acceso a la información y solidaridad social", *Proceso*, no. 1273, 25 de marzo, 2001, pp. 49 y 50

- Villanueva, Ernesto. "Contenidos, internet y autorregulación", *Proceso*, no. 1275, 8 de abril, 2001, p. 46

- Villanueva, Ernesto. "La regulación jurídica de la televisión en Estados Unidos", *Proceso*, no. 1293, 12 de agosto, 2001, p. 56

- Villanueva, Ernesto. "Comunicación y presidencialismo, 22 años después", *Proceso*, no. 1295, 26 de agosto, 2001, p. 56

## PÁGINAS WEB

[www.oncetv.ipn.mx](http://www.oncetv.ipn.mx)

[www.cnienlinea.com](http://www.cnienlinea.com)

[www.canal22.org.mx](http://www.canal22.org.mx)