

UN-A-CH
BIBLIOTECA CENTRAL UNIVERSITARIA

**Universidad Autónoma de Chiapas
Doctorado en Estudios Regionales**



**Canal Diez:
de televisión gubernamental a televisión pública**

**Tesis que para obtener el título de
Doctor en Estudios Regionales
presenta**

Hugo Alejandro Villar Pinto

**Director
Dr. Sarely Martínez Mendoza**

**Co-Directora
Dra. Florence Toussaint Alcaráz**

**Revisores
Dra. Sophia Pincemin Deliberos
Dra. Juliana Matus López
Dr. Jorge Magaña Ochoa**

**Tuxtla Gutiérrez, Chiapas
Diciembre 2011**



AUTONOMA
No. ADQ **BCI33074**
SISTEMA BIBLIOTECARIO
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE CHIAPAS
DONACIÓN

Oficio No. CIP/0667/2011
Noviembre 22 de 2011.


C. HUGO ALEJANDRO VILLAR PINTO
EGRESADO (A) DEL DOCTORADO
EN ESTUDIOS REGIONALES.
1ª PROMOCIÓN
MATRÍCULA: 02061012
TUXTLA GUTIÉRREZ, CHIAPAS.
P R E S E N T E.

Con base en el Reglamento General de Investigación y Posgrado de la Universidad Autónoma de Chiapas, le informo que una vez recibido los votos aprobatorios de sus revisores titulares y suplentes de su tesis denominada: "CANAL DIEZ: DE TELEVISIÓN GUBERNAMENTAL A TELEVISIÓN PÚBLICA", se le autoriza la impresión de seis ejemplares impresos de su tesis de grado y uno electrónico (disco compacto), de los cuales deberá entregar uno impreso y el disco compacto a la Dirección de Desarrollo Bibliotecario de la Universidad Autónoma de Chiapas, y un (disco compacto) a la biblioteca de la Facultad y cinco a la Coordinación para ser entregados a los sinodales titulares y suplentes.

A T E N T A M E N T E
POR LA CONCIENCIA DE LA NECESIDAD DE SERVIR "



MTRA. ROSARIO GUADALUPE CHÁVEZ MOGUEL
PRESIDENTE DEL COMITÉ DE INVESTIGACIÓN
Y POSGRADO.



VO. BO.
DR. JUAN CARLOS CABRERA FUENTES
COORDINADOR DEL DOCTORADO EN
ESTUDIOS REGIONALES.

C.c.p.-Expediente/minutario.
RGCM/JCF/mcmd*

Para Ana Karina, Marianela y Alejandro

Por su infinita tolerancia, paciencia y amor

Los amo

Agradecimientos

Decir gracias suele ser un acto desgastado y maquinal, que inclusive llega a la baladí cortesía. Quiero ir más allá. Darle peso específico y contundente a esta palabra, pues tiene implicaciones de valor moral, de emoción y afecto al reconocer la generosidad de todos aquellos que intervinieron para la consecución de este logro.

Esta investigación se nutrió de la aportación de televidentes chiapanecos que nos favorecieron con su participación en grupos focales y entrevistas, a todos ellos gracias por su paciencia e interés.

Expreso mi reconocimiento a los trabajadores de Canal Diez, personas muchas veces anónimas, que han dedicado su trabajo al progreso y desarrollo de este medio de comunicación y que han abierto una brecha, entre abrojos y dificultades, que hoy permiten repensar el futuro de una televisión pública para los chiapanecos.

A mi director Dr. Sarelly Martínez, por su paciencia, sus consejos y permanente apoyo profesional.

Agradezco también la bonhomía de mi co-directora Dra. Florece Toussaint, sus comentarios y análisis han resultado enriquecedores.

A los miembros del Comité Revisor Dra. Sophia Pincemin, Dra. Juliana Matus, Dr. Jorge Magaña, por sus comentarios críticos y valiosas aportaciones.

Esta tesis contó con el generoso apoyo de la Universidad Autónoma de Chiapas, el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología y el Programa de Mejoramiento del Profesorado de la Secretaría de Educación Pública.

Gracias al Dr. Juan Carlos Cabrera Fuentes y a todo el equipo de trabajo que hace posible el programa de Doctorado en Estudios Regionales, ardua labor que ha propiciado el reconocimiento en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC).

Índice

Introducción	4
Ruta teórica	6
Estructura de la tesis y ruta metodológica	9
Capítulo 1. Acercamiento Epistemológico	
Introducción	16
1.1 Televisión: tecnología y fenómeno cultural	18
1.1.2 El ser de la televisión	23
1.1.3 Industria cultural de la reificación	25
1.1.4 Exacerbación de la queja	30
1.1.5 Las formas de hacer y ver la televisión	32
1.2 Perspectivas de lo público y lo privado	36
1.2.1 El debate hoy	48
Capítulo 2. Génesis de un modelo de televisión	
Introducción	50
2.1 El contexto de la televisión	59
2.1.1 Nace la televisión privada	61
2.1.1.1 Televisión y poder. Implantación de la hegemonía	63
2.1.2 Nace la televisión gubernamental	74
2.1.2.1 ¡A la Cachi Cachi Porra!	75
2.1.2.2 Un canal en red nacional	80
2.1.3 La televisión pública y privada: ¿modelos en coexistencia?	92
2.2 Caminos hacia <i>Canal Diez</i>	100
2.2.1 Creación del Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión	103
Capítulo 3. <i>Canal Diez</i> hoy	
Introducción	113
3.1 Estructura de gobierno	115
3.1.1 Atribuciones del Sistema	119
3.1.2 Elementos de la cultura organizacional	122
3.1.3 Cobertura de <i>Canal Diez</i>	126

3.1.4	Financiamiento	128
3.1.4.1	Los patrocinios	129
3.1.4.2	El financiamiento público	137
3.1.5	La programación de <i>Canal Diez</i>	140
3.1.5.1	La barra programática actual	142
3.1.5.2	Categorías de programación	143
3.2	Análisis de la programación	155
3.2.1	Mujeres de hoy	160
3.2.1.1	El día que tembló en Chiapas	163
3.2.1.2	Otro discurso de la unilateralidad	169
3.2.1.3	Un parque para todos	172
3.2.1.4	Sonríe de nuevo	176
3.2.2	TV 10 noticias	184
3.2.2.1	TV 10 noticias, segunda emisión	186
3.3	Lo que piensa la audiencia	201
3.3.1	¿Qué opinan los ciudadanos acerca de <i>Canal Diez</i> ?	204

Capítulo 4. Un modelo posible de televisión pública

Introducción	212
4.1 Bases legales para recuperar sentido	216
4.2 Un modelo posible de televisión pública chiapaneca	225
4.2.1. Una decisión plural acerca del presente y futuro de <i>Canal Diez</i> ¿hacia dónde va? ¿Cuáles son sus fines?	225
4.2.1.1 Junta de Gobierno ampliada	228
4.2.1.2 Propuesta de una estructura	229
4.2.2 Elementos que harían posible la articulación de los fines.	230
Los medios para lograrlo	
4.2.2.1 Región técnica	234
4.2.2.2 Región simbólica	235
4.2.2.3 Articulación mediante centros de producción por regiones	238
Conclusiones	243
Fuentes de consulta	251

Introducción

La experiencia de la televisión gubernamental chiapaneca tiene como data histórica los umbrales de los años 80 del siglo pasado, cuando a través de un convenio firmado con la *Secretaría de Comunicaciones y Transportes*, el gobierno estatal dio cauce al centro de producción de televisión que se enlazaba a la programación de *Televisión Rural de México* (TRM). Con altas y bajas, aciertos y desaciertos, pero sobre todo, permanentes limitaciones financieras y técnicas, la producción y transmisión televisiva se convirtió en un asunto cotidiano, que se concretó en una idea local cuando en 1993 se asignó a Chiapas el permiso de explotar la primera señal a través de las siglas XHTTG-TV, *Canal Diez*. A partir de allí se fue consolidando hasta contar hoy con una red de transmisión relevante para convertirse en el año 2001 en el *Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión*.

Realizar una mirada acuciosa a *Canal Diez* ha implicado una doble urgencia para este investigador, primero porque la relevancia del análisis de la televisión chiapaneca ha sido postergada; y en segundo término por mi propia historia profesional y aquí cabe señalar que he recogido experiencia en la labor televisiva desde la iniciativa privada (en *Televisa*) y la gubernamental precisamente en los prolegómenos de lo que hoy es objeto de estudio de mi investigación.

Aunque quizá habría que agregar el ingrediente académico que me inquieta para la realización de una nueva mirada, muy conveniente, considero, puesto que se unen el ejercicio empírico del quehacer televisivo y la formación teórica obtenida en mis estudios de licenciatura, reforzada por los años dedicados a la docencia y mi incursión en el Doctorado en Estudios Regionales.

La tardanza en la discusión no es novedosa, como tampoco ha parecido raro para los chiapanecos observar que todo llega tarde a la entidad. Fue en 1972 cuando inició el proyecto de una red nacional a través de TRM, que llegó a Chiapas 9 años después; obtener la asignación de primer permiso llevó 43 años, con relación a la primera estación concesionada en el centro del país en 1950; mientras que para generar un sistema y proveer de instalaciones e infraestructura propias debieron sumarse 24 años desde su primera transmisión en 1981.

Realizar este recuento no es, desde mi punto de vista, asunto menor, sino que marca el interés de impulsar la primera urgencia de que he echado mano, para adentrarme en la revisión del papel de nuestra televisión en el panorama social y su probable participación en el desarrollo de Chiapas y aquí estoy apelando los sentidos colectivo y público que subyacen en el tema, pues es en esta diversidad donde se posibilita la adquisición de legitimación de un trabajo, más allá de las intenciones profesionales y/o académicas de quien investiga. Por lo tanto, a riesgo de estrellarme con quien piense distinto, considero que es un asunto que nos atañe a todos los chiapanecos y que, sobre todo, no admite prórrogas.

Como premisa de partida expongo que en Chiapas no existe un modelo de televisión pública, pues ante la influencia de la televisión comercial, *Canal Diez* muestra dependencia hacia los modelos de producción hegemónica que se generan desde la lógica mercantil, copiando mapas de significado social y cultural, pero sobre todo reproduciendo un esquema de comunicación lineal y difusionista que margina la presencia y expresión del público local, teniendo como resultado la promoción de estereotipos externos y excluye las posibilidades de diálogo intercultural.

Es precisamente esta ausencia de modelo o su inadecuada clarificación, la que obliga al intento de despejar el campo y pretender aportar elementos para la discusión del tema. Pues considero que los tiempos actuales de efervescencia política (local, nacional e internacional), propiciada entre otras cosas por la globalización y porque simplemente no somos los mismos de hace 30 años, aunados a la avalancha tecnológica (también globalizadora), suscitan la racionalidad del presente y futuro del proyecto televisivo, ante la inminente coyuntura de su pertinencia, que podría derivar en decisiones cupulares para su existencia o desaparición, dadas las contradicciones que presenta respecto a los fines para los que fue propuesto. De ahí también la necesidad de alimentar la polémica entre lo que es posible, lo que es probable o lo que raya en la mera utopía, puesto que la pretensión está alejada de cualquier intención de canonizar respecto a los medios o dibujar una panacea ideal. Las consideraciones corren

paralelas a las oportunidades sociales e incluso las académicas, que invitan a la reflexión crítica sobre un modelo posible para el quehacer de la televisión pública, en tanto proyecto caracterizado en lo social, cultural y político.

Por lo tanto no me detiene la, aparente, escasez financiera ya que no puede ser una limitante en la relevante viabilidad de los fines sociales. Poner en la consideración máxima los asuntos presupuestales significaría, además de ingenuo, reducir la dimensión del proyecto, cuando este es multidimensional ante la solidez básica de la práctica social del medio y de la comunidad a la que debe servir. Es así que *Canal Diez* no puede desperdiciar la posibilidad histórica de cooperar en el desarrollo de los chiapanecos. No puede dejar a un lado el diálogo posible ni la generación de espacios para las distintas expresiones ni el abordaje de temas desde una perspectiva de pluralidad.

Ruta teórica

Se pretende con este estudio alejarse de aquellos trabajos que privilegian el análisis del “impacto” de los medios de comunicación, específicamente de la televisión. La pretensión es asumir que este instrumento de comunicación es utilizado en contextos sociales y culturales específicos en donde los efectos no son lineales en el sistema de relaciones sociales. Por el contrario implica también la forma en que la comunidad lo usa para integrarlo a sus hábitos y prácticas cotidianas. De esta manera la visión de desarrollo se posibilita en un binomio sociedad-medio de comunicación, en un mismo contexto de cultura regional. Es decir, el conocimiento se construye, y es resultado del ejercicio de la búsqueda.

No es éste un desdén hacia los estudios sobre los efectos que produce el medio hacia la sociedad. Es una posición ontológica y epistemológica que se adopta con la finalidad de hacer posible el análisis de la condición de la televisión y los factores sociales y culturales que se entrelazan. Por lo tanto se da por hecho que no existe una separación entre elementos interrelacionados *per se*: Medio-sociedad-individuo. Por lo tanto este trabajo se ubica en un enfoque cualitativo-

socio-crítico que tiene por finalidad escudriñar los elementos que impiden a la televisión gubernamental participar en el fortalecimiento de la diversidad cultural.

Las referencias teóricas que dan sustento a la discusión y análisis que se presenta sobre las particularidades de *Canal Diez* tienen fuente diversa y por supuesto heterogénea y polifónica, en tanto objeto de estudio complejo. No surge de la nada ni opera en el vacío. Es así que la revisión propuesta abarca el amplio espectro de los estudios que han favorecido pensamiento y acción en el campo académico-científico del fenómeno comunicativo. Desde los funcionalistas, liderados por Harold D. Laswell y Paul Lazarsfeld, que aportaron los elementos básicos sobre la persuasión y la comunicación. *La teoría matemática* de Shannon y Weaver; Abraham Moles, Umberto Eco y Barthes, que con el estructuralismo plantearon el análisis de los medios de comunicación desde el estudio de los signos a través de la semiología y los aspectos socioculturales como signo con la semiótica. Los marxistas Hund D. Wulf, Hans Magnus Enzenberger, Edgar Morin y Armand Mattelart, con el método del *materialismo histórico* realizaron aportes desde el orden económico, la historia y la institucionalización de los medios de comunicación y la noticia como mercancía para la enajenación y dominación. Está también la mirada humanista del *Informe MacBride* (1980), promovido por la UNESCO para buscar un mejor desarrollo de la información y comunicación en el mundo. Todos ellos han expresado la necesidad de contextualizar y diferenciar los modelos determinados en cada caso. Se ha revisado también y de manera preponderante la preocupación de investigadores latinoamericanos, entre los que destacan Jesús Martín-Barbero, Néstor García Canclini, Guillermo Orozco, Luis Ramiro Beltrán y Valerio Fuenzalida. La temática reiterada de estos autores ha brindado una nueva mirada hacia los medios de comunicación desde el análisis del consumo y la cultura, aportando reflexiones teórico-metodológicas que van más allá de las teorías de la ideología de la dominación y hacia un acercamiento a los usuarios de los medios, sus contextos y los modos de apropiación cultural y de los usos sociales de la comunicación. Cerca de mí labor estuvo también el enfoque de los estudios culturales con Thompson, Hall y Baudrillard, entre otros que alimentaron un acercamiento desde sus análisis de la cultura popular.

Esta investigación encuentra fundamentación y respuesta, sin que esto sea limitativo, en tres teorías principalmente: *Acción comunicativa*, *Comunicación para el desarrollo* y *Teoría de desarrollo regional*. Son ingredientes torales para la comprensión del trabajo de la televisión pública en una intervención micro, a través de una regionalización simbólica para una mejor comunicación social.

La pretensión tiene el desafío de recoger el hecho y la práctica social de *Canal Diez* y sus públicos, en el intento de darle condiciones de objeto de investigación científica por medio de la integración –implícita y explícita– en la base teórica de elementos históricos, sociológicos, de comunicación y filosofía. Si bien estos aportes han sido plataforma fundamental para el análisis, no se ha soslayado la importancia de atender las condiciones legales, económicas y políticas de contexto, por lo que la *Ley federal de radio y televisión* es un documento abordado en diferentes momentos del trabajo, así como diversos documentos oficiales tales como informes de gobierno, decretos, discursos, manuales, etc.

Siendo eje principal de este trabajo el concepto de televisión pública, es necesario establecer en este espacio el cariz que se asume en esta investigación y que se presenta con amplitud a lo largo del informe. La discusión sobre el tema es amplia y se ha suscitado desde los años 60 del siglo pasado, sin embargo hoy cobra vigencia en México, debido al debate que se ha registrado tanto en el ámbito académico como en el político. Recojo como vertiente principal a Jesús Martín-Barbero, quien en una entrevista en San Cristóbal de Las Casas precisó:

Una televisión donde quepan las regiones, donde quepan los jóvenes, donde quepan las mujeres, los viejos, todos los actores sociales. Y también la investigación periodística, la crónica, el reportaje, el debate, las narrativas urbanas y las memorias rurales. A eso es que yo llamo televisión pública.¹

¹ Entrevista realizada el 10 de junio de 2011.

En diversas ocasiones Martín-Barbero ha abordado el tema estableciendo que la televisión pública es la que interpela al público y resulta ser el espacio decisivo de inscripción de nuevas ciudadanía en las que adquiere rostro contemporáneo la emancipación social y cultural.

Asumo para este trabajo la posición señalada por el autor, pero considero importante agregar que no es bastante dar cabida a los tópicos ni suficiente la interpelación, es necesario articular los contenidos con la presencia y la voz de la gente y los contextos a los que pertenecen.

Por lo tanto al hablar de televisión pública en este trabajo nos estaremos refiriendo a:

La televisión que da cabida a aquellas temáticas que hoy están fuera de la televisión comercial y gubernamental, que incluyen la problemática y cotidianidad de los diversos sectores de una sociedad; para este fin la televisión pública es creativa y motivadora en el uso de todos los géneros televisivos para interpelar al ciudadano e involucrarlo en la discusión de los temas que importan a su comunidad. Pero además la televisión pública promueve los espacios de participación, presencia y voz de los integrantes de una sociedad específica a través de esquemas en los que se comparte el diseño, la gestión y la producción televisiva.

Estructura de la tesis y ruta metodológica

En esta sección se integra a la descripción de la estructura los aspectos metodológicos con la finalidad de que en cada apartado sean clarificados con mayor precisión los diversos aspectos.

El primer capítulo tiene como objetivo dar cuenta sobre la teoría de la comunicación como metadebate que circunscribe al ser de la televisión. Evito con toda intención realizar una antología de autores y temas, más bien procuro una demarcación epistemológica de la dimensión que concierne, para destacar las

partes significativas y determinantes que ubican el tema. Pongo a consideración mi propia teorización acerca de las formas de ver y hacer televisión, en el devenir interpretativo del medio y sus públicos.

El recurso metodológico apropiado en este apartado es la revisión documental y bibliográfica para la búsqueda y delimitación del conocimiento.

En el segundo capítulo se realiza una reconstrucción histórica y teórica acerca de la aparición de la televisión en México. Presento el contexto prevaleciente en la génesis y desarrollo del medio como elementos fundamentales en el establecimiento de un modelo dominante, cuyas particularidades socio-políticas son causales de la televisión que hoy tenemos. Se da muestra de cómo esta historia influye en la caracterización de *Canal Diez* y la indefinición de su modelo de gestión y producción.

La estrategia metodológica de este apartado se basó en la investigación documental para indagar y reflexionar sobre los hechos históricos que circundan al tema.

Es el capítulo tres donde se evidencia la problematización. Se presenta la actualidad de *Canal Diez* en cuanto a su estatus jurídico administrativo, su programación, la estructura organizacional, aspectos de cobertura y financiamiento, entre otros. La cultura organizacional y el clima laboral se reflejan en este capítulo. Se propone una categorización de los programas en cuatro ejes: social, educativo, cultural y de entretenimiento, que permiten un análisis acerca de la consistencia, continuidad y coherencia de esta barra.

Como antesala a la revisión de la programación propongo una teorización en cuanto a los modelos de diálogo público y difusión. Para el análisis de la barra programática se acudió a la técnica de *Análisis de contenido* con una aproximación metodológica fundada en la *Teoría de la acción comunicativa* y la *Teoría de la argumentación*, para establecer un modelo de interdependencia dinámica en la emergencia instrumental de la intención de comunicación del medio televisivo, las prácticas sociales y el público televidente.

En el último apartado de este capítulo se muestra la participación de la teleaudiencia en la investigación. El trabajo de campo consistió en grupos focales,

entrevistas y sondeos en Tuxtla Gutiérrez, Comitán, San Cristóbal de Las Casas, San Juan Chamula, Zinacantán y San Andrés Larráinzar.

Se utilizó la *Teoría crítica* como soporte metodológico para la búsqueda de conocimiento a través de los estudios comunitarios y la investigación participante. Y me refiero a soporte y no a modelo, en tanto racionalidad dialéctica y no analítica. En este sentido, Habermas² establece una dimensión técnica para comprender las relaciones de los seres humanos con la naturaleza, centradas en el trabajo productivo y reproductivo y una dimensión social, centrada en la cultura y las normas sociales, para comprender las relaciones entre los individuos.

Desde la *Acción comunicativa* se recurrió a la metodología comunicativa crítica, asumiendo los señalamientos de Habermas, en el sentido de orientación y construcción del diálogo en función del entendimiento que se registra entre sujetos capaces de lenguaje y acción. Esto implica su utilización desde dos perspectivas:

- a. Los sistemas y sus estructuras
- b. El mundo de la vida y la agencia humana

La capacidad de involucrarse con el otro a través de la acción y el lenguaje es una competencia que poseen todas las personas. Por lo tanto, toda comunidad tiene las condiciones necesarias para reflexionar y entablar diálogo intersubjetivo que propicia prácticas culturales propias, interpretación de la realidad y posibilidades de transformación de las estructuras sociales a las que se pertenece. Con esta posición, se otorga relevancia al sujeto de investigación como agente que transforma sus contextos. Son actores sociales que actúan e interpretan y argumentan en igualdad de condiciones que el propio investigador.

Se mantuvo, como imperativo metodológico, la permanente preocupación de interpelar a todos los actores de esta escena, tal como señala Hugo Zemelman en su texto *Voluntad de Conocer*.

² Habermas, Jürgen. (1988). *La lógica de las ciencias sociales*. Tecnos. Madrid.

Si transformamos a los sujetos en ángulos desde los cuales pensar los fenómenos sociales, rebasamos su condición de simples temas que convertimos en contenidos de corpórea teóricos. Pues, como ángulos de razonamiento, los sujetos impulsan a reconocer, en cada objeto, un espacio de posibilidades, en tanto obligan a organizar el análisis desde sus dinamismos constituyentes. Así, la dominación deja de ser concebida como un sistema para enfocarla desde la articulación entre sujetos con sus respectivos proyectos, partiendo de la premisa de que la realidad es una condensación de relaciones múltiples entre una variedad de sujetos sociales y sus proyectos.³

De ahí la importancia de recoger las opiniones y comentarios de las personas que participan e interpretar juntos la realidad social de su contexto. El investigador se convierte en un ingrediente más en el análisis, el debate y los aportes, participa en igualdad de circunstancias para llegar a los argumentos que clarifiquen la posibilidad de verdad.

Técnicas para la colección de datos

En cuanto al acercamiento empírico, la suma de conocimiento se fundamenta en el carácter dialógico de la investigación a través del diálogo coloquial, la entrevista en profundidad, los grupos focales y la observación. En el caso de los cuestionarios, prevaleció la orientación comunicativa, que permite la participación igualitaria de quien investiga y quien es investigado. Es decir, fue evitada a toda costa la intención objetivista.

Se diseñó un guión para la entrevista y se realizó un diario de campo. Los grupos sociales e individuos se definieron en tanto su ineludible protagonismo en el caso de estudio.

³ Zemelman, Hugo (2005). *Voluntad de conocer. El sujeto y su pensamiento en el paradigma crítico*. Anthropos Editorial. Barcelona, España. P. 15.

Diálogo coloquial, entrevista en profundidad y grupos focales

Con la finalidad de tener acceso a la reflexión e interpretación de la vida cotidiana, se realizó acercamiento a personas de diversos estratos sociales, culturales y económicos para lograr el conocimiento desde un diálogo propiciatorio de un relato comunicativo, pretendiendo la reflexión e interpretación conjunta. Se trató de detectar aspectos relacionados con su interacción con *Canal Diez* y otros medios televisivos. El diálogo y las entrevistas se realizaron en un contexto familiar a la persona participante para generar un clima de confianza en la conversación. En algunos casos fue necesario regresar con el entrevistado para consensuar, ampliar y profundizar los hallazgos, para asegurar la validez de las interpretaciones. Desde Habermas analizamos tres vías de reflexión:

Cuadro 1: Mundo de la vida.



Elaboración propia basada en la reproducción de estructuras simbólicas propuesta por Habermas, 2010.

El material recopilado se concentró en escritos de los propios sujetos y audios grabados de los cuales se realizó versión estenográfica. Para el análisis de la información se consideraron elementos del discurso y el tono del mismo durante el diálogo. Por lo tanto se hizo una maqueta de registro integrada por el cruce de 4 variables (Cognitivas, afectivas, instrumentales, normativas):

Cuadro 2: Validez de habla.

Validez del habla			
Componentes	Objetivo (verdad)	Social (rectitud)	Subjetivo (veracidad)
Cognitivos	Opinión individual	Relación cognitiva (acuerdo en la interacción). Construcción del conocimiento colectivo	Interiorización del conocimiento sobre <i>Canal Diez</i>
Afectivos	Actitudes ante la problemática	Relación y diálogo sobre las diversas actitudes	Relación de la sensibilidad espontánea con uno mismo
Instrumental Tecnológica	Uso y apropiación del discurso de <i>Canal Diez</i> y la apreciación de su tecnología de transmisión	Construcción social en diálogo sobre el tema	Uso de la tecnología y programación de <i>Canal Diez</i> como elemento integrador de su comunidad
Normativos (ideología, poder y política)	Comprensión de la utilidad, servicio público, pertinencia de <i>Canal Diez</i> , en tanto canal oficial y su dimensión ideologizante	Relación dialógica de la utilidad. Relaciones de poder en el análisis y en el contexto de acción de <i>Canal Diez</i> y su público	Revisión de las opiniones personales en relación al diálogo y su mantenimiento como opción individual

Elaboración propia basada en los universales del habla propuesta por Habermas, 2010.

Observación

Se utilizó el diario de campo para registrar las descripciones y reflexiones percibidas. Desde la metodología comunicativa crítica, el que observa se mantiene en el mismo plano de los sujetos observados, por lo que la interpretación recae en ambas partes. La validación de los resultados anotados se recupera en el ámbito del diálogo permanente buscando el consenso.

Monitoreo de la programación

Con la intención de describir las tendencias en el contenido en el discurso y estilos de comunicación se realizó un monitoreo formal del 3 de enero al 30 de abril de 2011, no obstante que, de manera informal, se venía realizando desde septiembre

de 2009. La mecánica de trabajo consistió en observación personal con anotaciones en el diario de campo, registro en audio y la realización de versiones estenográficas. Para el análisis de la programación fueron seleccionadas diversas secuencias como unidades de análisis, en los que se recuperan enunciados preponderantes en el mensaje de *Canal Diez* y las representaciones que lo protagonizan.

En el capítulo cuatro se presentan propuestas para una nueva dimensión de la tarea comunicativa de *Canal Diez* a través del modelo de televisión pública. No es tarea fácil pues implica desafíos para implementar un proyecto audiovisual de esta envergadura. Por lo tanto se establecen componentes teóricos, metodológicos, legales, administrativos para generar un esquema regionalizado que sirva de base para constituir una televisión que aproxime a las comunidades y disminuya distancias simbólicas.

En el último apartado se expresan las conclusiones más destacadas de este trabajo; en orden de aparición según la estructura de la tesis, se aborda en un intento de disposición clarificadora: aspectos epistemológicos, la actualidad de *Canal Diez*, los televidentes, el monitoreo de la programación y sobre el modelo posible.

Capítulo 1. Acercamiento epistemológico

Introducción

Los análisis sobre la televisión (TV) han sido arduos y extensos: es un tema de amplio espectro, desde la técnica televisiva, su potencial ideológico, entre otros aspectos, han sido preocupación manifiesta en diversos espacios y momentos de su historia, pero lo que ha sido permanente es la insoslayable relación del medio con el lenguaje y la comunicación humana. La capacidad de articular palabras y utilizar un lenguaje-código para lograr la comunicación es un asunto que ha mantenido el interés de filósofos e intelectuales en distintos campos de estudio en diversos momentos históricos de la humanidad. La posibilidad de comunicación ha sido y es un tema permanente en la agenda de la filosofía y la ciencia.

En este capítulo, se ponen de manifiesto algunos rasgos que se han desarrollado sobre la teorización de la comunicación. No es ésta una revisión exhaustiva, la pretensión es realizar una exploración que demarque la dimensión que permita ubicar la discusión del tema, de acuerdo a Horkheimer, para “destacar la relación entre determinadas partes de los acontecimientos, significativas para el decurso histórico, y procesos aislados y determinantes”⁴. Se busca señalar que la comunicación es materia viva y, por lo tanto, poco susceptible de teorizar en forma esquemática. Sostengo que en lo teórico no es posible hablar de un modelo de comunicación, así como tampoco lo es, en la práctica, partir de un modelo específico y concreto para el tema central de este trabajo: La televisión pública.

Mi interés se inclina en dejar manifiesta la intención de análisis desde lo social, como referente necesario para la aproximación al fenómeno comunicativo de la televisión y específicamente de la TV pública.

En este escenario se reúnen diversos posicionamientos que, sobre el tema, se han expresado en diversos espacios y momentos de la historia social. Así se marcan dos grandes corrientes en contraste: una detractora que ve en el medio

⁴ Horkheimer, Max (2008) *Teoría crítica*. 4a. reimpresión. Amorrortu. Buenos Aires. P. 228.

una amenaza, en tanto generadora de una construcción simbólica hacia el consumismo; y otra que aboga por la complejización del fenómeno hacia elementos contextuales que permitan una mirada hacia el conocimiento y desarrollo social. No se debe de ignorar, desde luego, que hay otros enfoques que van más allá de esta visión dicotómica de la televisión, y que se abre un abanico de posibilidades sobre este instrumento; tampoco debe soslayarse que la situación de análisis del medio se registra en un modelo genérico atribuido a la industria cultural.

Se atiende en este apartado la necesidad de precisar dos escalas de análisis del complejo televisivo, la parte técnica-tecnológica y la que involucra al fenómeno cultural-simbólico. Por lo tanto, al hablar de medios de comunicación, se incluye a las diferentes sociedades donde la televisión tiene presencia, ya que es en el seno de cada una de ellas, donde se registran modelos únicos y particulares, donde el medio de comunicación deviene en institución. Es decir, más allá de los teóricos y los esquemas que intentan explicarla, la comunicación cotidiana se conforma de manera específica y única. El medio adquiere sus propias características de interacción de acuerdo a la sociedad concreta en la que se inserta. Es menester señalar que el medio televisivo y su acción dependen de las particularidades que subyacen dentro de cada sociedad; es allí donde cobra sentido la producción de la realidad y se posibilita la conversión en vehículo de información y conocimiento en la práctica cotidiana.

En este sentido, se presenta una propuesta teórica de las formas de ver al medio, atendiendo a la apropiación del mensaje y las interpretaciones que devienen de la relación entre la televisión y su público, propongo tres categorías que potencian el lenguaje de la TV:

- a) Narrativas de la realidad,
- b) Narrativas de la irrealidad y,
- c) Narrativas de la irrealidad de la realidad

Por otra parte se presenta una revisión de la discusión sobre los conceptos espacio público y privado, con acento en la teoría de la comunicación, específicamente el terreno de la vinculación televisión-sociedad objetivo y el aspecto jurídico-normativo que circunscribe la institucionalización de la televisión desde la regulación estatal y las organizaciones de gestión televisiva. Es aquí, donde se establece la discusión (desde la conceptualización de lo público y lo privado) que nos lleva a la caracterización de la televisión pública, como un hipotético modelo que coexiste con la objetivación-problematización del fenómeno televisivo en general.

Si bien he afirmado que los estudios sobre televisión son prolijos, conviene aclarar que la revisión no ha encontrado suficiente cobijo en Chiapas; es éste un terreno llano y poco explorado, con una realidad presente llena de obstáculos. Por lo que pretendo el abordaje de la situación de *Canal Diez* desde una perspectiva crítica que nos acerque a conocer las posibilidades de construir una televisión pública que coadyuve en la promoción de la interculturalidad, en tanto proyecto público multidimensional y colectivo, como ejercicio de comunicación en una sociedad multicultural, en donde este medio adquiere –o no– valor y sentido.

1.1 Televisión: tecnología y fenómeno cultural

La televisión, como medio de transmisión, tiene sus orígenes en un proceso tecnológico que ha generado una ardua discusión sobre su cometido y esencia comunicativa. Las primeras aproximaciones al campo se impregnaron del lenguaje y conceptos utilizados en investigaciones y estudios sobre los flujos eléctricos: proceso de envío de una señal eléctrica de un punto determinado a otro, es decir transmisión de mensajes o transferencia de información.

El desarrollo tecnológico debe su adelanto al físico y químico británico Michael Faraday, quién en 1831, descubriera las formas de producir corrientes eléctricas para diversas aplicaciones en la ciencia y la práctica. Es a partir de los estudios y experimentos científicos para controlar esta fuente de energía y con la

aparición del transistor, que se disparan una serie de innovaciones tecnológicas, que permiten, en la actualidad, la aplicación a diversos artefactos electrónicos que inundan la cotidianidad del hogar para bienestar de los usuarios.

Es la electricidad, la base tecnológica y el modelo de producción, para inventos que van desde el telégrafo (hoy casi en desuso), la informática y por supuesto para la televisión que es, desde el punto de vista técnico, un sistema de transmisión de imágenes y sonidos a través de ondas electromagnéticas. Vladímir Kozmich Zvorykin presentó en 1923, el tubo de rayos catódicos, conocido como iconoscopio; Éste dispositivo expone a un objeto a grandes cantidades de luz y lo explora por medio de un rayo de electrones, que permite el envío y recepción de señales a grandes distancias por medio del televisor.

Con la revolución energética surge un nuevo paradigma técnico e instrumental, basado en la cibernética, que aportó elementos esenciales para la teorización sobre la comunicación humana. En analogía a la transmisión de señales técnicas algunos autores aplicaron esquemas modélicos para explicar la organización de la comunicación.

Podrá parecer que estos esquemas carecen de importancia –o han pasado de moda y vigencia– sin embargo para el análisis que presento, es necesario recalcar la importancia de su revisión, en tanto que, en el ámbito de conocimiento, son corrientes constitutivas de una matriz básica de racionalización dominante en la gestión y la investigación sobre comunicación.

Harold Lasswell (1948), por ejemplo, desde el funcionalismo ofrece un modelo parcelario, que hoy podría reconocerse como una guía heurística para el entendimiento del problema a partir de la fragmentación, pero que destaca la vigilancia y el control del entorno de la entrada y salida de la información. Define los componentes del sistema, sin establecer las interacciones, los contextos históricos y sociales de las partes; sin embargo, propicia los espacios para la reflexión de los efectos desde la propaganda.

Shannon (1948) a través de la *Teoría matemática de la comunicación* y a partir de las investigaciones realizadas con Ralph V. Hartley, concibe la información como señal binaria en la transmisión de señales eléctricas; puntualiza

que la información es un fenómeno observable y susceptible de medición. Parte, al igual que Lasswell, del esquema preliminar aristotélico sobre la emisión–recepción de mensajes, pero destacando la importancia de la tecnología (del canal) en la circulación. Su coautor en el texto mencionado, Warren Weaver, aportó al paradigma físico-técnico, el planteamiento que lo acerca al campo de las ciencias sociales; a un marco de análisis aplicable a la comunicación humana a través de los medios de comunicación, estableciendo los tres niveles de operación comunicativa:

1. Nivel físico, meramente técnico
2. Nivel semántico, los contenidos a través del lenguaje
3. Nivel pragmático, que mide la efectividad de la comunicación (éste alcanza mayor desarrollo a través de la cibernética de Wiener)

Es precisamente en el nivel uno que se inserta el andamiaje técnico para la transmisión y difusión de la señal televisiva:

La información visual de la escena es convertida en una señal de video eléctrica para su transmisión al receptor. Las variaciones eléctricas que corresponden a los cambios de valores de luz forman la señal de video. En el receptor, la señal de video se utiliza para ensamblar la imagen en la pantalla fluorescente del tubo de imagen.⁵

En cuanto a la difusión:

La señal de la banda base de video modula una onda portadora de alta frecuencia para su transmisión inalámbrica. En el receptor, el detector de video recupera la señal de video original.⁶

La televisión es tecnología y técnica, pero también es un fenómeno cultural e ideológico. Existe un soporte técnico por medio del cual se transmite contenido

⁵ Grob, Bernard (1990) *Televisión práctica y sistemas de video*. Macombo. Barcelona.

⁶ Id.

simbólico. Así lo señala Thompson⁷ cuando recalca lo irreductible de la comunicación mediática en cuanto a su dimensión simbólica, ya que los medios, y en este caso la televisión, distribuyen, almacenan y circulan materiales que son significativos tanto para quien los produce como para quien los recibe. Encontramos el artefacto, como instrumento material que propicia la tecnología suficiente para que, en y mediante ella, se consoliden los contenidos semánticos de la televisión. Contenidos que están encadenados a la experiencia del sujeto que ve; del televidente.

Es entonces la televisión un medio en el que la convergencia de audio e imagen, emitidas electrónicamente, puede ser apreciada por quien la observa y éste a su vez, darle una significación simbólica. De ahí la denominación medio de comunicación, que potencia al instrumento para otorgarle una nueva categoría que implica la relación a distancia con otros. Así, el aspecto relacional no se limita a la presentación de imágenes; no se restringe a la definición etimológica proveniente de la voz greco-latina que conjuga visión a distancia. Sin embargo, desde la perspectiva de modelos paradigmáticos, en lo que hace a la comunicación desde las industrias culturales, sobrevive en las prácticas, diseño y gestión de la televisión pública y privada la aplicación modélica que legitima la conveniencia unilateral de la propaganda, publicidad o campañas políticas. La mirada sigue siendo de causa y efecto en una relación conductista del impacto informacional y las derivaciones en el público televidente. La teorización y la práctica lineal siguen vigentes como discurso y quehacer dominante.

Otro aspecto digno de señalar es que el medio televisivo no es el mismo que encontraron los intelectuales en los años sesenta; el mundo ha tenido cambios vertiginosos, la gente no es igual. Es diferente la apreciación de una persona que nació y convive con los medios de comunicación a la de aquella que, en edad adulta, tuvo que adecuarse a los nuevos sistemas de expresión y socialización que proveen los medios. Es forzosa la ubicación temporal de la teorización y de la percepción de los usuarios de la experiencia televisiva,

⁷ Thompson, John (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. España. Paidós.

atendiendo a los mecanismos de interacción en y con el entorno y la espontaneidad de las personas susceptibles de la comunicación por esta vía. No debemos perder de vista este enfoque al hablar de televisión. Es un vehículo tecnológico para la transmisión de señales, pero el *quid* de la discusión se encuentra en atender al potencial sociocultural y no al aparato en sí mismo, puesto que posibilita el envío de mensajes, implica la superación del aspecto físico con la aplicación en el terreno sociológico.

En este tenor se ha mostrado la preocupación de investigadores latinoamericanos, entre los que destacan Jesús Martín-Barbero, Néstor García Canclini, Guillermo Orozco, Luis Ramiro Beltrán, Valerio Fuenzalida. La temática reiterada de estos autores ha brindado una nueva mirada hacia los medios de comunicación desde el análisis del consumo y la cultura. La aportación evidencia reflexiones teórico-metodológicas que van más allá de las teorías de la ideología de la dominación y hacia un acercamiento a los usuarios de los medios, sus contextos y los modos de apropiación cultural y de los usos sociales de la comunicación. Es una ruptura de la visión fundamentada en acercamientos teóricos despersonalizados, preocupados por una visión positivista de dominación. Esta postura es la que abre una puerta a la discusión sobre televisión pública, como una opción de horizontalidad de la comunicación, más allá de los esquemas duros del quién laswelliano y su respuesta mecánica, que busca realizar una deconstrucción del conflicto que prevalece, en la búsqueda de una comunicación alternativa, local y cercana. Un análisis dentro del contexto, tal como aproximan Habermas y Morin, entre otros, que nos llevan a reconsiderar el interés por una comunicación social efectiva, con acentos de crítica de la subjetividad y la mediatización propuesta por Martín-Barbero, como la búsqueda que posibilita el conocimiento de la complejidad real de la comunicación y por lo tanto del ejercicio de una televisión pública, en la que es ineludible la participación de quien la observa.

1.1.2 El ser de la televisión

La televisión tiene entonces, dos cualidades fundamentales que la caracterizan: es un artefacto que posibilita la transmisión de señales electromagnéticas y es un vehículo que, a través de la imagen y el sonido, envía mensajes que propician un fenómeno cultural. Por lo tanto, interesa recalcar estas dos dimensiones de racionalidad para comprender su significado en el ámbito de la construcción de sociedades.

El ser ontológico tiene sus implicaciones en la acción humana, es un asunto ético que deviene de la centralidad e independencia de sus acciones y la instrumentación de su existencia como ente vivo y actuante social. En este sentido, nos referimos a la instrumentación en cuanto a la capacidad de posicionarse a través de la vida cotidiana y de las objetivaciones que realiza utilizando la ciencia y la técnica para la convivencia. No resulta extraño entonces que hablemos del ser de la televisión, atendiendo a que es un mecanismo tecnológico que encuentra su razón en la forma en que el hombre lo usa para concretar la relación con los demás. La televisión, como artilugio tecnológico se constituye en un ente, adquiere su dimensión y características a partir de las necesidades de los seres humanos que la construyen y la materializan, aportando en ella particularidades que posibilitan su existencia.

Lo que hoy resulta insoslayable es que la televisión es un elemento central e imprescindible en la vida cotidiana de las personas. Según cifras preliminares al mes de julio de 2009, el INEGI afirma que el 95.1 por ciento de los hogares mexicanos cuentan con aparatos de televisión.⁸

La programación televisiva es motivo de conversación en diversos círculos sociales: la novela del momento, el último escándalo del actor, actriz o cantante en boga, el deporte, las tendencias de la moda o la política, inclusive la guerra. La gran mayoría de las personas dedican varias horas de su tiempo a ver televisión. Sin embargo está presente un contrasentido, cuando, en muchas ocasiones estos

⁸ INEGI (2009). Encuesta nacional sobre disponibilidad y uso de tecnologías de información en los hogares. Fecha de actualización: viernes 18 de diciembre de 2009. Consultado en www.inegi.org.mx 18 de marzo 2010.

individuos asumen una actitud negativa sobre el medio, matizada por determinadas posiciones de intelectualidad, en las que se manifiesta rechazo a los mensajes promovidos en los diversos programas de televisión: son recurrentes la inducción a la violencia, la falta de veracidad de los noticiarios, la promoción del consumismo, entre otros temas. Algunos, inclusive, niegan tener contacto (ellos y sus familias) con este “maléfico” medio de comunicación. Baudrillard (1993)⁹ afirma que los contenidos de los distintos medios de comunicación magnifican aspectos cotidianos de la intimidad de las personas.

No es una actitud gratuita, es una postura radicada en la historia de la percepción del medio. Ante el surgimiento de nuevas tecnologías se han registrado expresiones de rechazo; así sucedió con la aparición de la imprenta, el telégrafo, el teléfono, el cine, la radio, la televisión y actualmente la internet.

Las denuncias de los nuevos medios adoptan una pauta semejante, ya que se trate de la televisión o de internet. Nos retrotraen a los debates del siglo XVIII o incluso del XVI acerca de los desgraciados efectos de las novelas en sus lectores y de las piezas teatrales en sus espectadores por el estímulo de las pasiones que provocaban.¹⁰

Las reflexiones de Briggs y Burke previenen precisamente de esta posición de alarma hacia las innovaciones tecnológicas y al cambio cultural que provocaron desde los inicios de la imprenta hasta nuestros días.

La televisión, como el internet y los medios que los anteceden, ha producido una transformación en las formas y estructuras de comunicación, que hoy en el siglo XXI, debemos comprender como tecnologías nuevas que se agregan e integran al andamio comunicativo, y no a la sustitución de unos por otros.

No obstante, las desavenencias y el debate están presentes aún en nuestros días. En este tenor, Umberto Eco (1965)¹¹ reseñó las posturas prevalecientes acerca de la televisión, agrupándolas en dos enfoques:

⁹ Baudrillard, Jean (1993) *Cultura y simulacro*, Ed. Kairós. Barcelona, España.

¹⁰ Briggs, Asa y Burke, Peter (2006) *De Gutenberg a internet. Una historia social de los medios de comunicación*. Taurus. México. P.12.

¹¹ Eco, Umberto (1968) *Apocalípticos e integrados*. Lumen. Barcelona.

apocalípticos e integrados. Los primeros con una visión negativa y los segundos con una actitud optimista hacia el presente y futuro de este medio. Desde entonces, el autor italiano señaló la inconsistencia de ambas, al proponer que los prejuicios deberían quedar al margen para el análisis de los medios masivos. Sin embargo, en la actualidad persisten los apologistas y los detractores, no sólo en el imaginario del público sino también en el ámbito intelectual. Es pues un debate que aún no concluye, y las diversas discusiones, investigaciones, análisis y reflexiones sobre el tema, a pesar de las inconsistencias, pueden integrarse en una u otra posición.

1.1.3 Industria cultural de la reificación

En un muy serio intento de reflexión, la UNESCO publicó en 1982, *Industrias culturales: El futuro de la cultura en juego*, con la intención de ofrecer perspectivas de reflexión sobre el asunto. Se establece en ese trabajo una definición, a la cual nos adherimos, sobre industria cultural, que tiene antecedente en Adorno y Horkheimer (1947)¹²:

Existe una industria cultural cuando los bienes y servicios culturales se producen, reproducen, conservan y difunden según criterios industriales y comerciales, es decir, en serie y aplicando una estrategia de tipo económico, en vez de perseguir una finalidad de desarrollo cultural.¹³

Es la lógica de la mercancía y el consumismo la que subyace en el debate sobre la televisión y el conflicto que significa para la cultura, por lo que manipulación, violencia, consumismo, alienación, pasividad física y mental, son algunos de los maleficios que los apocalípticos atribuyen a la televisión. Se ha convertido en un instrumento de poder insoslayable en el desarrollo cotidiano de

¹² Adorno, Theodor W. y Horkheimer, Max (1987) *Dialéctica del iluminismo*. Ed. Sudamericana. Buenos Aires.

¹³ Anverre, Ari, Bretón Albert, et. Al. (1982) *Industrias culturales: El futuro de la cultura en juego*. UNESCO/Fondo de Cultura Económica. México Pág. 21.

las sociedades. En la construcción de lo social y la simbolización de la comunidad, la televisión se abroga el papel de mediador en la discusión de lo político, en la participación ciudadana, en proveer información y entretenimiento, todo esto desde la perspectiva del mercado y el consumo. La política y la economía encuentran en este medio un ambiente propicio para la tergiversación y un espacio estratégico para la manipulación. Es una dimensión ideológica, un significado que evidencia una serie de herramientas del discurso televisivo hacia la conceptualización de una realidad pre-escrita por los medios de comunicación. Es así que la televisión se convierte en instrumento de consumo y estereotipos a través de mensajes impulsados por el interés comercial. Vender a través de la imagen es el eje que articula a este medio. Poner a disposición del “público consumidor” productos y servicios, pero además, formas de ser y de pensar.

La perplejidad mostrada por los intelectuales se manifiesta mayoritariamente hacia la televisión comercial y es a esta modalidad a la que se han dedicado múltiples estudios y análisis, sobre todo en su impacto en la niñez y la familia. Theodor Adorno la calificó como deformadora de la conciencia, mientras que Bourdieu en su texto *Sobre la televisión*, alerta sobre el peligro que significa para la producción cultural, como el arte, literatura, ciencia, filosofía, derecho e incluso la democracia.

Es interesante marcar que, en este sentido, la televisión y su impacto social, como medio de comunicación, ha dibujado una serie de actitudes definidas: denominaciones crudas y simplistas como “la caja idiota” o estudios como el de Giovanni Sartori, que suscribe en su hipótesis, que en la historia de la humanidad la maquina industrial y la televisión son los adelantos tecnológicos que más profundos miedos y desasosiego han causado. La televisión, señala Sartori, modifica la naturaleza de la comunicación, al trasladar el contexto de la palabra hacia el contexto de la imagen, vista según el autor como “pura y simple representación visual”¹⁴.

Señalo aquí una contradicción del autor, pues aduce que lo que caracteriza al *homo sapiens* es su capacidad simbólica, la cual se extiende en su habilidad de

¹⁴ Sartori, Giovanni. (1997). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Taurus. México. P. 35.

comunicar a través del lenguaje, pero la limita a lenguaje-palabra. Demoniza el proceso visual. Desde nuestra óptica, esta reducción de la naturaleza de la comunicación, se contrapone con la interpretación y producción de sentido simbólico que origina el acercamiento con los mensajes visuales. Martín Serrano completa una visión más adecuada al afirmar que:

La comunicación humana se refiere, como la animal, a los estados del propio actor y de su sistema natural, pero además, hace referencia al ecosistema artificial que el propio hombre ha producido y al universo gnoseológico de la cultura, las ideas y los valores.¹⁵

Conviene abundar un poco más sobre la disertación del investigador italiano, que, si bien no fue el primero en hablar del tema, sí es uno de los autores con mayor impacto en este tenor con su *Homo videns*:

La televisión está produciendo una permutación, una metamorfosis, que revierte la naturaleza misma del *homo sapiens*. La televisión no es sólo instrumento de comunicación; es también, a la vez, *paideía*, un instrumento antropogenético, un médium que genera un nuevo *ánthropos*, un nuevo tipo de ser humano.¹⁶

Karl Popper también alzó la voz al hablar en contra de la televisión como un instrumento que no abona a la democracia de los pueblos; sus argumentos insisten en la necesidad de un control de este medio ideológico. En una entrevista para la *Radio Audizioni Italiane* (RAI), realizada en 1993, afirmaba que la televisión pone en riesgo a la civilización al instalar el desorden y la violencia en el espacio cotidiano de los hogares. El pensador austriaco aseveraba que este medio tiene un alto potencial para hacer el mal o para hacer el bien, aunque, poco optimista en esta última posibilidad, expresa en *La televisión es mala maestra*:

¹⁵ Martín Serrano, Manuel. (1982) *Teoría de la comunicación. Epistemología y análisis de la referencia*. Universidad Complutense. Madrid. P. 24.

¹⁶ Sartori, Giovanni (1997) *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Taurus. México. P. 36.

La democracia consiste en poner bajo control el poder político. Ésta es su característica esencial...ha sucedido que la televisión se ha convertido en un poder político colosal, potencialmente, se podría decir, el más importante de todos, como si fuese Dios mismo el que hablara. Y así será si seguimos permitiendo el abuso. Se ha vuelto un poder demasiado grande para la democracia. Ninguna democracia puede sobrevivir si no se pone fin al abuso de este poder... En Alemania no había televisión bajo Hitler, aun cuando su propaganda se construyó sistemáticamente casi con la potencia de la televisión. Creo que un nuevo Hitler adquiriría, con la televisión, un poder infinito. Una democracia no puede existir si no se somete a control la televisión, o más precisamente, no puede existir por largo tiempo en tanto el poder de la televisión no se haya descubierto plenamente.¹⁷

Subyace en la preocupación de diversos autores la intención de masificar a los televidentes para convertirlos en llanos consumidores, sin capacidad de reflexión u opinión. Así, la lucha por la teleaudiencia se vincula exclusivamente en herramientas del capitalismo y el totalitarismo masificador, lo que Hebert Marcuse llamaría el hombre unidimensional, al denunciar que las sociedades capitalistas e industriales hacían uso de la cultura y de los medios de comunicación para implantar la homogeneidad del pensamiento y la acción. En las democracias totalitarias, dice Marcuse, se consolida en un primer momento la producción y oferta masiva de mercancías que limitan la oposición o resistencia al sistema. Éste sistema de mercado prescribe hábitos, actitudes y emociones que vinculan a los consumidores con los productores, de tal manera que son esas mercancías las que promueven falsos valores en un adoctrinamiento que se convierte en modo de vida, en una conducta unidimensional que se antepone, a modo de bienestar material, a una condición espiritual o de expresión cultural. Se incentiva lo

¹⁷ Popper, Karl y Condry John (1998) *La televisión es mala maestra*. Fondo de cultura económica. México. P. 55.

superfluo como elemento de alienación, la gente se reconoce por la marca de su automóvil, su vestuario o su celular:

La necesidad de poseer, consumir, manipular y renovar constantemente la abundancia de adminículos, aparatos, instrumentos, maquinas, ofrecidos o impuestos a la gente; la necesidad de usar estos bienes de consumo, incluso a riesgo de su propia destrucción se ha convertido en una necesidad biológica.¹⁸

La referencia de necesidad biológica que hace el autor –nos aclara el texto– designa un proceso y dimensión en que las inclinaciones y comportamientos se transforman en necesidades vitales que se deben satisfacer para evitar el mal funcionamiento del organismo. Es, según Marcuse, una segunda naturaleza del hombre con respecto al mercado. Esta naturaleza es anterior a la televisión, afirma el autor; es un fenómeno que parte de la economía del consumo y la política del capitalismo empresarial:

El automóvil no es represivo, la televisión no es represiva, los artefactos domésticos no son represivos, sino que el automóvil, la televisión, los artefactos domésticos, producidos según los requerimientos del mercado lucrativo se han convertido en parte esencial de la existencia misma de la gente, de su propia actualización...el interés de clase emplea los medios de divulgación para propagar la violencia y la estupidez, para la creación de públicos cautivos.¹⁹

¹⁸ Marcuse, Hebert (1969) *Un ensayo sobre la liberación*. Joaquín Mortiz. México. P. 19.

¹⁹ Id. P. 20.

1.1.4 Exacerbación de la queja

La comunicación es inherente a la condición humana y se construye de acuerdo a las necesidades naturales y sociales. Las primeras manifestaciones surgen en los usos expresivos gestuales, posturas y/o contactos corporales, hasta llegar al signo lingüístico. La problematización surge en el momento en que los medios posibilitan la comunicación a gran escala. La imprenta, la radio, el cine, la televisión, internet, cada una en su momento, han significado un desafío en la adaptación social. Así, en este entorno, surge la denominación de comunicación masiva como amenaza a las tradiciones culturales expresadas a través de las bellas artes y da pie a la cultura de masas:

Si la cultura es un hecho aristocrático, cultivo celoso, asiduo y solitario de una interioridad refinada que se opone a la vulgaridad de la muchedumbre, la mera idea de una cultura compartida por todos, producida de modo que se adapte a todos, y elaborada a medida de todos, es un contrasentido monstruoso. La cultura de masas es la anticultura.²⁰

Comunicación masiva nos lleva pues, al entendimiento de que el receptor de los mensajes carece de capacidad para razonar e interpretar, existe un estímulo ante el cual se registra una reacción controlada. No obstante, habrá que señalar que en esta visión de rompimiento cultural, los libros y la literatura mantienen en la actualidad un prestigio inusitado como preservadores culturales, soslayando que la invención de la imprenta es uno de los primeros estadios que propiciaron que la comunicación se registre a distancia y ya no preponderantemente en la oralidad que se da en un contexto de cercanía de diálogo cara a cara. Es por lo tanto, la tipografía, un vehículo tan artificial como la televisión. Evolución tecnológica que Marshall MacLuhan denominó la *galaxia de Gutenberg*, como fenómeno mediático que abre la puerta a la otra galaxia, la de

²⁰ Eco, Umberto (1968) *Apocalípticos e integrados*. Lumen. Barcelona, España. Pp. 27-28.

Marconi, la era de la televisión. Surgen así, nuevos instrumentos y novísimos modelos comunicativos que propician cambios en las prácticas culturales.

De ahí posiciones que ven en la televisión no al destructor de la cultura, sino al instrumento que permite socializar lo que antes pertenecía sólo a las élites:

Los medios de comunicación de masas comienzan a elevar el gusto, y el nuevo público, sediento de cultura, halla una variada serie de agencias especializadas dispuestas a servirlo. [...] En Estados Unidos, la sed de cultura es asombrosa, y las estadísticas de consumo de cultura son en verdad imponentes.²¹

Al respecto, Jesús Martín-Barbero, argumenta sobre la furia que se ha registrado en la arena de las discusiones sobre la televisión. Afirma que existen motivos para ello, pero que se ha caído en la “exasperación de la queja”²², cuando lo que sucede es la manifestación de la mirada subjetiva y elitista de quien critica, en donde los intelectuales han expresado un obstinado desprecio a la televisión:

Por qué los intelectuales y las ciencias sociales en América Latina siguen mayoritariamente padeciendo un pertinaz <mal de ojo> que les hace insensibles a los retos culturales que plantean los medios, insensibilidad que se intensifica hacia la televisión.²³

Es así, como se pone en la mesa de las discusiones, una perspectiva distinta sobre el acontecer e impacto de los medios en sociedad. Complejizar el análisis permite un abordaje más extenso, sin perder el escudriñamiento de lo micro, es decir, de aquellas porciones de la realidad que subyacen en los distintos públicos, en la capacidad de ver, objetivar y subjetivar a la televisión.

²¹ Bell, Daniel (1992) “Modernidad y sociedad de masas. Variedad de las experiencias culturales”. En Bell, Daniel, et al., *Industria cultural y sociedad de masas*. Monte Ávila Editores. Caracas. Pp. 16-17.

²² Martín-Barbero, J. y Rey, G. (1999) *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Editorial Gedisa. Barcelona P. 17.

²³ Id.

Efectivamente, el razonamiento práctico de la percepción social parece indicar en definitiva la posición que, sobre la televisión, persiste en los diversos grupos sociales. Es la práctica de lo cultural lo que propicia la teorización.

Sin embargo, Martín-Barbero no cierra los ojos a la realidad, cuando llama a que la intelectualidad genere críticas acerca de las complicidades entre los medios y el poder, ya sean políticas o mercantiles, que “secuestran las posibilidades democratizadoras de la información y las posibilidades de creatividad y de enriquecimiento cultural”²⁴.

Es preciso señalar que la discusión acerca de la televisión y sus efectos, o mejor dicho, la televisión y su relación con el público no es dicotómica. Existen profundos matices contextuales que nos obligan a una mirada que evite el reduccionismo de la posición esquizofrénica que prefiere apagar la televisión y aquella que argumenta que la televisión es, sin discusión, una ventana que ensancha las posibilidades del conocimiento.

1.1.5 Las formas de hacer y ver la televisión

Definimos entonces que la televisión, como medio de comunicación, es posible solamente, en tanto se asume la posibilidad de diálogo y encuentro entre el que emite y el que recibe. Pero también ponemos en la mesa de las reflexiones que la explicación de estímulo-respuesta behaviorista no es suficiente, puesto que se fundamenta en el alejamiento del productor del mensaje y su objetivo meta que es aquel que lo recibe. La televisión como medio debe pensarse (y producirse) en estrecha relación con los significados y representaciones particulares para los que se elabora. Y es aquí, donde proponemos una nueva forma del quehacer comunicativo, atendiendo un concepto de activismo que se registra en el sistema, en el contexto que se inserta y donde concurren el autor, que pretende decir algo y el receptor que interpreta, a su manera, con sus individualidades, experiencias, historia y capacidades que lo caracterizan. Es decir que nada puede anticiparse,

²⁴ Id.

pues un contenido informativo no puede ser elaborado de forma estandarizada para un ciudadano o para alguien que vive en la zona rural. La organización social de los chamulas es totalmente diferente a aquella que se manifiesta en la costa o en la sierra chiapaneca, por lo tanto el tratamiento debe considerar los elementos que posibiliten la comunicación. Ésta será la base de nuestra disertación en el capítulo cuatro, en donde se plantearán mecanismos de regionalización y segmentación informativa, de acuerdo a las características particulares del público meta.

A través de la televisión los comunicadores pueden presentar la imagen de una playa avasallada por las olas del mar y el televidente, sin mayor referencia podrá darle significado de acuerdo a su experiencia, a su contexto cognitivo, psicológico, etcétera. Sin embargo, podría ser esta imagen parte de una telenovela o de una información presentada en el noticiero nocturno. Esta simple variación provocaría diferencias en la apropiación del mensaje: la interpretación podrá alterarse, entre el maremágnum que presagia tempestades en la relación amorosa de los héroes de la comedia o el inminente peligro de un tsunami en las costas de alguna región geográfica.

Así, el potencial de la televisión se pone de manifiesto. Permite la posibilidad de tres categorías:

- a. Narrativas de la realidad,
- b. Narrativas de la irrealidad y,
- c. Narrativas irreales de la realidad.

En cuanto a su dimensión social, es de la mayor relevancia, comprender las formas de ver e interpretar las imágenes y el audio televisivo. Estar frente al aparato televisor pone al espectador en situaciones producidas por otros, con todas las posibilidades y maniobras de un ser subjetivo. Pero si después de todo coincidimos en que la televisión es activa, debemos reconocer que el televidente también lo es. Insisto, la televisión es el medio tecnológico que, a partir de los contenidos hace posible el diálogo con el televidente. En fin, el discurso, los contenidos, provocan procesos de construcción de sentido, y es a partir de la

estructura narrativa que los diversos públicos producen una semantización de los mensajes. Se materializa en este argumento, el conflicto que arrastra el objeto técnico-simbólico denominado televisión y su función, su capacidad de ser instrumento o vehículo comunicativo. Si esta última parte presenta contenidos aislados de una base social, la operación de abstracción no cumple su cometido de vinculación de ideas, pensamientos y conocimiento, ni hace posible la comunicación trascendente. Quien transmite información por la vía de la televisión, lo hace desde una posición particular, estrechamente relacionada con las vivencias y construcciones de la sociedad a la que pertenece. Un universo y código común en su contexto, pero ajeno a otras formas de pensamiento y vidas cotidianas.

a. Narrativas de la realidad. A través del lenguaje de la televisión el espectador puede recibir imágenes y sonidos recogidos de la realidad. Tiene la capacidad de reconocer cuando el medio le está ofreciendo una representación fiel de los sucesos que narra; por ejemplo, el usuario puede apostar a la certidumbre cuando conoce, a través del medio, el resultado obtenido por su equipo de fútbol en el partido del domingo y hasta le es posible ver con mayor acercamiento y repeticiones las jugadas claves. Desde esta perspectiva, la TV materializa valores socioculturales y facilita el acercamiento a eventos y espacios cotidianos, abre una ventana a los modos de vida. Esta narrativa, nos muestra la posibilidad de uso de la televisión como el vehículo que acerca, como una extensión mecánica de los ojos y oídos del televidente que observa, desde la perspectiva de construcción estética de otro, no hay que soslayarlo, pero con la evidencia de que lo observado guarda cercanía con su realidad. Es un nuevo modo de ver y conocer, y aquí recordamos una de las características del medio ya mencionadas: la posibilidad de observar sin estar presente; es una interpretación distinta que permite ensanchar las posibilidades de conocimiento de otros espacios, unos más lejanos que otros, pero indiscutiblemente separados de la experiencia física del televidente.

b. Narrativas de la irrealidad. Esta forma de narrar subjetiva la mirada de quien produce el mensaje. Es la recreación de la vida, a través de audiovisuales creados ex profeso para contar una historia. Seguimos con el ejemplo deportivo, cuando el televidente observa una escena de telenovela en donde un equipo de futbol sale exitoso, el esquema cambia totalmente porque reconoce que está viendo un relato de lo irreal. La experiencia de interpretación es distinta. Aquí existe la conciencia del televidente de que impera la mirada del otro para contar una historia ficticia, una novela. Es la provocación subjetiva a través de la edición, las tomas, la selección de imágenes y actores.

c. Narrativas irreales de la realidad. No podemos soslayar que en el amplio espectro del mensaje televisivo, persiste una intención ideológica, un discurso subjetivo que surge de quién lo emite. Y entonces podemos encontrar la narrativa irreal de la realidad, por ejemplo, escuchar y ver un político que pretende conseguir un escaño o posición de poder, abrazando a los ancianos, o a los niños de una comunidad en pobreza; no brinda representaciones de verdad, aunque la narración diga lo contrario. Y el televidente da una lectura, una racionalidad y una interpretación consecuente del hecho.

Coexiste en la televisión, la apariencia de lo falso, la representación básica de la realidad y el retoque de esta última. Vicente Verdú reseña, en el periódico español *El País*, afirmaciones de Jean Baudrillard, quien escribió en 1991, *La guerra del Golfo no ha tenido lugar*.

Los simulacros, las estrategias de simulación determinan la actual condición del mundo social y político. Nada parece real sino en una escena hiperreal asemejable al mundo del espectáculo. Para asistir a "la madre de todas las batallas", la humanidad entera fue convocada, una y otra vez, tal y como se convoca al público ante la celebración de un gran acontecimiento deportivo, a la celebración de una colosal representación. Las muertes bajo las bombas son reales y Baudrillard se declara sensible a ellas, pero esas muertes se producen sobre un territorio casi fantasmal,

mediatizado por los *media*, y traducido en emociones próximas a la provisional afectividad del espectáculo.

La guerra ha sucedido. Pero en la conciencia colectiva, una vez terminada la guerra se tiene como no sucedida. Más que una guerra real se ha tratado de una guerra virtual. Una guerra cuyo final era predecible, cuya desproporcionada relación de fuerzas hizo llamar "operaciones quirúrgicas" a los ataques aliados y en donde el enemigo se convertía en un parpadeo abstracto sobre la pantalla del ordenador. El desarrollo de lo que constituía el mayor drama humano fue "cubierto" por la información.²⁵

En este sentido el abordaje de la televisión como fenómeno cultural adquiere otra perspectiva, donde no podemos conformarnos con la explicación de un escenario del funcionalismo; ver e interpretar la televisión implica para el televidente activo reconocer la diversidad e intencionalidades puestas en imágenes y sonido. El problema no consiste en fundar un análisis del medio en la renuncia del sentido crítico de las teleaudiencias, sino en la comprensión de procesos de aceptación de determinados mensajes y la selectividad interpretativa que realizan. Es decir que toda información recibida por medio de la televisión es seleccionada por cada telespectador con determinados efectos, inferencias e interpretaciones.

1.2 Perspectivas de lo público y lo privado

Son dos las perspectivas preponderantes que analizaremos en el marco de lo público y lo privado. La primera radica en lo social, en tanto que toda televisión es pública desde el momento en que su esfuerzo y dedicación se sostiene en la producción de mensajes para ser emitidos en un canal abierto a la percepción de un amplio número de espectadores. La segunda consideración la encontramos en

²⁵ Verdú, V. "La guerra del Golfo no ha existido, afirma Jean Baudrillard". En El País, 13 de mayo 1991, en <http://www.elpais.com/articulo/cultura> consultado el 13 de abril de 2010.

los aspectos jurídicos y administrativos del medio televisivo, en México se reconocen dos modelos principales: la televisión concesionada o privada y la permitida que en la jerga cotidiana adquiere diversas denominaciones, entre ellas destacan oficial, gubernamental, estatal y televisión pública.

Habermas señala que espacio público es un ámbito de la vida social en donde se registra una entrada abierta para todos los ciudadanos:

En cada conversación en la que los individuos privados se reúnen como público se constituye una porción de espacio público. [...] Los ciudadanos se comportan como público, cuando se reúnen y conciertan libremente, sin presiones y con la garantía de poder manifestar y publicar libremente su opinión, sobre las oportunidades de actuar según intereses generales. En los casos de un público amplio, esta comunicación requiere medios precisos de transferencia e influencia: periódicos y revistas, radio y televisión son hoy tales medios del espacio público.²⁶

Desde la perspectiva social un énfasis inicial está en la intromisión de la televisión en la intimidad de los hogares. Este medio de comunicación se introduce a los lugares de recogimiento familiar; incluso hoy la arquitectura de los hogares contempla, en su mayoría, un espacio lúdico específico: la sala de televisión. Esto implica un cambio en las dinámicas de la esfera familiar, en donde el aparato receptor se convierte en centro de atención y posibilidad de entretenimiento e información. Consideremos también que en la gran mayoría de los domicilios, según datos del INEGI²⁷, hay en México, un promedio de dos televisores por casa habitación ¿en dónde colocan las familias el segundo monitor? Las respuestas son múltiples: el dormitorio, la cocina, etcétera; lo relevante está en que el usuario se relaciona con el medio desde un lugar privado donde interacciona con una

²⁶ Habermas, Jürgen (1986) *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Ed. Gustavo Gili. México. P. 88.

²⁷ INEGI (2009). Encuesta nacional sobre disponibilidad y uso de tecnologías de información en los hogares. Fecha de actualización: viernes 18 de diciembre de 2009. Consultado en www.inegi.org.mx 18 de marzo 2010.

ventana que le proporciona información del exterior, los mensajes públicos que el aparato emite.

El ágora griego llevado a la cama, a la cocina, penetrando en la vida privada en un cambio radical de los esquemas de relación, desde donde el usuario de esta plaza pública a domicilio multiplica los intercambios que se producen en interacciones políticas, culturales y hasta de mercadeo a través de los ahora comunes infomerciales, en los que basta levantar el teléfono para adquirir bienes y servicios.

Otro acento importante en la concepción de lo público y lo privado se registra a partir de la elaboración de los mensajes que la televisión transmite. El proceso televisivo permite ver también las casas de los otros, cómo viven, qué les preocupa y les sucede. En los procesos electorales esto se hace evidente, cuando con el afán de ganar adeptos y simpatías, los políticos dan a conocer aspectos de su vida íntima. Muestran a su familia, sus rutinas de ejercicio, los espacios donde viven que, en otras circunstancias, no serían conocidos por el gran público. Lo mismo sucede con los artistas y deportistas de alto nivel. Pero podemos ir más allá, con el ejemplo de los *realitys*, la publicidad, el videoclip, los noticieros, el drama telenoveler, incluyendo el erotismo.

Martin-Barbero y Germán Rey²⁸ reflexionan sobre estos aspectos cuando afirman que el flujo televisivo exalta lo difuso y la carencia de clausura. Va más allá de lo estético y nos lleva a nuevos modos de estar juntos. En ambos casos la característica forzosa de co-presencia se difumina. El individuo no necesita estar en el lugar de los hechos para enterarse de los asuntos públicos. Desde cualquier parte de su hogar, donde hayan decidido instalar el aparato televisor, los integrantes de la familia son partícipes de las tramas de discusión pública. El espacio abierto, la ventana abierta, es percibido por el televidente desde su lugar privado. El sentido básico de reunión se diluye, pero conserva la característica de ser observado y visible por los espectadores.

²⁸ Martin-Barbero. J. y Rey, G. (1999) *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Ed. Gedisa. España.

Hoy no es necesario estar juntos en un lugar específico para compartir un acontecimiento, ejemplos hay muchos; me referiré para tal efecto una noticia que causó gran revuelo e interacción social en el momento de la redacción de este texto:

El domingo 20 de marzo de 2010 la comunidad mexicana, incluso la internacional, conoció, a través de los medios de comunicación, la misteriosa desaparición de la niña Paulette Gebara Farah de un edificio de lujo en la capital mexicana. Este evento causó gran inquietud y consternación. A través de los medios, pero sobre todo de la televisión, los mexicanos dieron seguimiento al asunto, debido a las características de la desaparición, las declaraciones de las autoridades y el comportamiento contradictorio de los padres de la niña. La noticia generó múltiples especulaciones e hipótesis sobre este lamentable acontecimiento, salpicado de rumores sobre la participación de los padres, desavenencias matrimoniales, entre otros elementos, que incluía las relaciones de uno u otro con autoridades y personajes encumbrados de la política. El hecho suministró mucho material para que continuara siendo noticia y propició también reacciones en las redes sociales albergadas en internet. Los medios de comunicación jugaron un papel importantísimo, al hacer visible este problema familiar. El público acompañó a las autoridades en las pesquisas y recreaciones del suceso. Se mostró al televidente la distribución del hogar, espacio privado de la familia Gebara Farah: el televidente conoció la habitación de la pequeña Paulette, la sala, la cocina. Y sobre todo, la mayoría de los usuarios de la televisión, ubicados en contextos dispersos y diversos, tuvieron opinión, e incluso posición acerca de lo sucedido y los probables culpables. Sin embargo, debemos aclarar que el televidente no posee todo el control informativo de los acontecimientos. Para la percepción y apropiación de los hechos depende de los ángulos que han sido elegidos por quién produce la noticia.

Casi un mes después, el 18 de abril, el periódico *Cuarto Poder*²⁹ daba a conocer un enfrentamiento en Las Margaritas, Chiapas, donde cientos de

²⁹ Cordero, Flor y Martín Pérez, Freddy (2010) "Se confrontan Cioacistas". En Periódico *Cuarto Poder*, 18 de abril de 2010. Chiapas, México.

militantes de la *Central Independiente de Obreros, Agrícolas y Campesinos* (CIOAC), se enfrentaron durante varias horas, con un saldo de 38 indígenas lesionados. El impacto fue distinto. Un acto masivo, este último, en donde cientos de indígenas se encontraban en el mismo espacio y momento, no obtuvo la misma cobertura ni énfasis que el caso Paulette y por lo tanto, no generó mayores comentarios.

En un monitoreo a través de grupos focales, pudimos constatar que la mayoría de los participantes tenía su propia versión e inclusive llegaron a establecer culpabilidades en la desaparición de la niña, pero en cuanto al tema del enfrentamiento de indígenas en Las Margaritas, más del 80 por ciento no conocía el hecho.

El campo televisivo tiene una gran capacidad para mostrar, e inclusive, construir lo público, al tener la posibilidad de hacer visible la vida cotidiana a mayor número de personas. En este sentido influye más la imagen televisada que una fotografía impresa que refuerza al texto noticioso. Ahora, supongamos como un ejercicio ilustrativo, que si los hechos comentados hubieran ocurrido en una época en que los medios de comunicación actuales aún no existieran, seguramente la trascendencia se circunscribiría al comentario y preocupación de los vecinos y quizá, de voz en voz y pasado largo período, habitantes de lugares cercanos sabrían del asunto, atenuado en su dramatismo por el tiempo y la opacidad. En este sentido, es evidente el cambio radical que se registra en la modernidad al concebir lo público y lo privado respecto de épocas anteriores.

La perspectiva jurídico-administrativa en cuanto a la televisión se circunscribe en la concepción de lo público como las actividades que conciernen al Estado y lo privado se enmarca en las actividades económicas y las relaciones personales que están fuera de su control directo.

En este sentido, el concepto televisión pública no tiene cabida en México. Por lo menos no en el marco legal. No existe. Surge aquí una dimensión normativa, en referencia al dominio del poder político (que incluye instituciones ejecutivas, legislativas, judiciales) hacia las iniciativas empresariales y la sociedad civil.

Este aspecto se encuentra ligado con la evolución del concepto de propiedad. Max Weber³⁰ señala que la contraposición de lo público y lo privado adquiere relevancia al establecer la demarcación entre las posesiones de las personas y las que corresponden al presupuesto de Estado, la burocracia y el ejército. En términos de poder y propiedad, encontramos su origen en el Derecho Romano; Antonio de Cabo de la Vega³¹ plantea la distinción que realizaban los juristas romanos, acerca de derecho público como la *res pública*, el poder político institucionalizado, y el derecho privado, referido a lo de interés personal, la propiedad. Con los inicios del capitalismo, cambia el sentido de la propiedad (atesoramiento de tierras, esclavos, etc.), hacia la propiedad-mercancía, lo que propicia la definición de esfera de lo público, como las normas que regulan el mercado a través del Estado y lo privado al mercado mismo. La concentración de lo político, al servicio de la propiedad terrateniente, dio paso a la incorporación de la sociedad y a la burguesía cuyas riquezas no provenían de la tierra. Así en este entramado surgen otras concepciones: función y poder público, las libertades públicas, la seguridad pública, la opinión pública, interés público, etcétera.

El interés público se convierte en otro concepto abstracto. Se adjudica al Estado el cuidado de éste, que implica proveer sistemas de educación, seguridad social salud, etc. El supuesto jurídico de su cometido radica en garantizar certeza jurídica a los particulares para la realización de sus actividades. Héctor Escola define interés público como:

El resultado de un conjunto de intereses individuales compartidos y coincidentes de un grupo mayoritario de individuos, que se asigna a toda la comunidad como consecuencia de esa mayoría ... apareciendo con un contenido concreto y determinable, actual, eventual o potencial, personal

³⁰ Weber, Max (1969) *Economía y sociedad*. Fondo de Cultura Económica. México.

³¹ De Cabo, Antonio (1997) *Lo público como supuesto constitucional*. Instituto de Investigaciones Jurídicas. UNAM. México.

y directo respecto de ellos, que pueden reconocer en él su propio querer y su propia valoración.³²

Es el Estado, a través de la administración pública quien posee la responsabilidad de organizar, unir, subordinar y controlar mediante el marco legal, las necesidades de la colectividad. Así, la televisión, encuentra su delimitación jurídica en la *Ley federal de radio y televisión*, promulgada por el Estado Mexicano el 8 de enero de 1960.

El primer antecedente para regular a los medios de comunicación, particularmente a la radio que inició con una estación en 1923 (la CYL), es la *Ley de comunicaciones eléctricas*, promulgada en 1926. La discusión de este proyecto de ley giró en tres elementos fundamentales:

1. El derecho a la libertad de expresión,
2. El dominio de la nación sobre su espacio territorial y de los medios por los que viajan las ondas electromagnéticas,
3. La consideración de la radio y la televisión como servicios de interés público (con finalidad cultural, informativa y recreativa)

Vanessa Díaz, del *Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM*,³³ cita al diputado Guillermo Salas Armendáriz:

He aquí la característica distintiva de la radio y la televisión, que no se encuentra en las demás vías de comunicación que le puedan ser equiparadas en los términos del artículo 1º de la *Ley de vías generales de comunicación*; en ellas el elemento característico es de servicio público; concepto éste muy diferente al de servicios de interés público.³⁴

³² Escola, Héctor Jorge (1989) *El interés público como fundamento del derecho administrativo*. Ediciones Depalma. Buenos Aires. Pp. 249–250.

³³ Díaz Vanessa. *Antecedentes cronológicos de la Ley Federal de Radio y Televisión*. www.bibliojuridica.org/libros/5/2444/5.pdf consultado el 06 de octubre 2009.

³⁴ Cita de Díaz obtenida en: Subdirección de Documentación Legislativa y Archivo Histórico, ley Federal de Radio y Televisión, Debate..., *cit.*, nota 1, p. 15.

Comenta Vanessa Díaz que las consideraciones de la comisión del *Congreso de la Unión* argumentaron que no existían elementos para caracterizar a la radio y la televisión como una actividad de servicio público, pues el otorgamiento de la concesión:

Se funda no en que se trate de esa clase de servicio, sino en que ocupándose una parte del medio en que se propagan las ondas electromagnéticas, el Estado, en razón de estar permitiendo la utilización de un bien de dominio público, usa la forma jurídica de la concesión como se usa para cualquier aprovechamiento aun privativo, de otros bienes de dominio público.³⁵

Después de las múltiples adiciones y reformas que la ley ha sufrido a lo largo de los años, en el 2009 se mantiene el concepto de interés público, soslayando el de servicio público:

Artículo 4º. La radio y la televisión constituyen una actividad de interés público, por lo tanto el Estado deberá protegerla y vigilarla para el debido cumplimiento de su función social.³⁶

En cuanto al uso del espectro mantiene la denominación de “concesionarios” a los que explotan con fines de lucro y “permisionarios” a aquellas entidades con intereses culturales o educativos y sin la posibilidad de comercialización. La noción de servicio público ha quedado al margen.

El concepto de concesión en la *Real Academia de la Lengua* (RAE)³⁷ define:

³⁵ Id. P. 19.

³⁶ Ley Federal de Radio y Televisión. Vigente: publicado en el Diario Oficial de la Federación el 19 de junio de 2009.

³⁷ Real Academia de la Lengua Española. Vigésima segunda edición. 2001. www.rae.es/rae.html. consultada en 07 de octubre 2009.

Otorgamiento que una empresa hace a otra, o a un particular, de vender y administrar productos en una localidad o país distinto.

Desde el punto de vista del derecho la RAE explica:

Negocio jurídico por el cual la Administración cede a una persona facultades de uso privativo de una pertenencia del dominio público o la gestión de un servicio público en un plazo determinado bajo ciertas condiciones.

En *Teoría general de la concesión*, Jorge E. Calafell³⁸ afirma que:

La concesión administrativa es el medio más eficaz, dentro de nuestro Estado moderno, para entregar a los particulares ciertas actividades o la explotación de recursos federales.

Y nos muestra planteamientos de diversos autores:

Para el maestro Serra Rojas, la concesión es un acto administrativo por medio del cual, la Administración Pública Federal, confiere a una persona una condición o poder jurídico para ejercer ciertas prerrogativas públicas con determinadas obligaciones y derechos de explotación de un servicio público³⁹, de bienes del Estado o los privilegios exclusivos que comprenden la propiedad industrial.

Otto Mayer, la define como "El acto administrativo por el cual se da poder a un individuo sobre una parte de la administración pública"

Para Cano Meléndez, "La concesión es un acto administrativo público, por medio del cual el Estado, llamado concedente, faculta al particular, llamado concesionario, para que administre y explote en su provecho, en

³⁸ Calafell, Jorge E. (1996) *Teoría general de la concesión*. www.juridicas.unam.mx. consultada en 07 de octubre de 2009.

³⁹ Servicio público se aplica como la prestación que efectúa la administración gubernamental en forma directa o indirecta para satisfacer una necesidad de interés general.

forma regular y continua, pero por un tiempo determinado, bienes del dominio público o servicios públicos, en vista de satisfacer un interés colectivo, mediante una ley preconcebida y un contrato formulado entre las partes”.

Por último, el maestro Acosta Romero dice:

El término concesión puede tener varios contenidos:

- a) Es el acto administrativo discrecional por medio del cual la autoridad administrativa faculta a un particular:
 1. Para utilizar bienes del Estado, dentro de los límites y condiciones que señale la ley,
 2. Para establecer y explotar un servicio público, también dentro de los límites y condiciones que señale la ley.
- b) El procedimiento a través del cual, se otorga la concesión o a través del que se regula la utilización de la misma, aún frente a los usuarios.
- c) Puede entenderse también por concesión, el documento formal que contiene el acto administrativo en el que se otorga la concesión.

Estas consideraciones han llevado a la reflexión de diversos teóricos que se suman a la necesidad de construir el concepto de televisión pública desde diversas perspectivas. Para algunos, toda la televisión, concesionada o permitida es pública frente a un ejercicio que implica la utilización del espacio público, sin embargo prevalece en la discusión la configuración normativa. Para otros especialistas en medios de comunicación, lo público deberá radicar en el aspecto deontológico del ser de la televisión. En este tenor, Virgilio Caballero comenta que la televisión pública se respalda legalmente en un permiso de transmisión, pero le corresponden objetivos más amplios:

La televisión pública crea espacios para la expresión de las distintas voces que integran a una sociedad, debe buscar la trascendencia en los temas que aborda desde una perspectiva social y cultural.⁴⁰

Los teóricos han buscado a través del concepto de medios públicos establecer un concepto de funcionamiento ideal en relación a la construcción de espacios de diálogo social. Martín-Barbero explica:

Es televisión pública aquella que interpela al público, incluido al consumidor, en cuanto a ciudadano. Ha sido paradójicamente en pleno imperio del neoliberalismo económico cuando las democracias latinoamericanas se han dado -a través de nuevas constituciones o reformas parlamentarias- el apelativo y el proyecto de ser participativas. Y bien, pocas arenas son hoy más estratégicas para hacer verdad ese proyecto que la que puede ofrecer la televisión pública. Pues sin caer en oposiciones maniqueas entre consumidor y ciudadano -que han sido lúcidamente criticadas por N. Canclini- a lo que no podemos sin embargo renunciar es a distinguirlos. Y es justamente el ámbito de la cultura -la negación de aceptar que la televisión sea un ámbito de cultura es hoy una de las marcas más precisas del mesianismo y el apocalipsis elitista- el que se está convirtiendo en espacio de reconstitución de lo público, y ello en la medida en que crecientemente por la cultura pasa el ejercicio de estrategias de la exclusión pero también de empoderamiento ciudadano. La televisión pública resulta siendo hoy un decisivo lugar de inscripción de nuevas ciudadanías en las que adquiere rostro contemporáneo la emancipación social y cultural.⁴¹

⁴⁰ Caballero, Virgilio. Entrevista personal realizada el 07 de octubre de 2009.

⁴¹ Martín-Barbero, Jesús (2001) "Claves de debate/Televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención". En Rincón, Omar (Comp.) *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. Convenio Andrés Bello y Friedrich Ebert Stiftung. Bogotá. Pp. 49-50.

No obstante, el modelo de televisión comercial es el que impera en la república mexicana. Debido a la discrecionalidad en el otorgamiento de concesiones, México presenta una concentración de medios en unas cuantas familias. Javier Esteinou señala que:

El grupo Televisa opera 306 estaciones, 50 por ciento del total, mientras que TV Azteca cuenta con 180 estaciones, 30 por ciento del total. Si consideramos sólo las emisoras concesionadas a inversionistas privados, el 87 por ciento de las estaciones de televisión están en manos de las dos cadenas mencionadas, situación impensable en otros países de economía de mercado como los Estados Unidos de Norteamérica.⁴²

De tal forma que subyace una problemática de interés público para la discusión: el consumismo y la ideologización, Stuart Hall señala:

El nivel de connotación del signo visual, su referencia contextual, su posición en los distintos campos de significado asociativos, es precisamente el lugar en el que el signo se cruza con las estructuras semánticas profundas de la cultura y toma una dimensión ideológica.⁴³

Una dimensión ideológica, un significado que evidencia una serie de herramientas del discurso televisivo hacia una conceptualización de una realidad prescrita, en el caso que nos ocupa, por los medios de comunicación y específicamente, la televisión comercial. Porque como asegura Habermas la fuerza comunicativa de los discursos influye y legitima. Es el poder de la comunicación la que impacta en el espacio público.

Por lo tanto, el argumento esgrimido por los intelectuales de la comunicación es que la televisión permisionada deberá dar nueva esencia a lo

⁴² Esteinou Javier. "Transición política y reforma de la Ley Federal de Radio y Televisión". En *Razón y palabra*, Núm. 41, en www.razonypalabra.org.mx, consultada el 12 septiembre 2009.

⁴³ Hall Stuart (2004). *Codificación y descodificación en el discurso televisivo*. CIC (cuadernos de información y comunicación). Conferencia presentada en 1973 en Council of Europe Colloquy sobre Enseñanzas para la lectura crítica del lenguaje televisivo. (Training in the critical Reading of televisual language).

público, para reconstruir el concepto desde la perspectiva de interés común y la participación social que consolide el dialogo horizontal que permita la visibilidad de los ciudadanos.

1.2.1 El debate hoy

En abril del 2006, el *Congreso de la Unión* aprobó reformas a la *Ley federal de radio y televisión* y a la *Ley federal de telecomunicaciones*. La discusión ha sido exaltada y compleja. No realizaremos aquí una revisión exhaustiva, pero nos convendrá hacer algunos señalamientos que consideramos torales, para el entendimiento de la complejidad que significa el medio de la televisión y nuestra futura propuesta hacia la televisión pública.

La reforma fue recibida, en el calor de los debates, como una ley hecha a la medida de los grandes corporativos de televisión privada. En la confrontación, aquellos que no estaban de acuerdo con ella, la denominaron *Ley televisa*, por responder, argumentaban, al empoderamiento del *Grupo Televisa y Televisión Azteca*. Esta ley no contemplaba en sus reformas, posibilidades de desarrollo para los medios permisionados (los canales autorizados a los estados de la república, *Canal Diez* entre ellos, *Radio Educación*, *Canal 11* o *Canal 22*) y daba auge a los monopolios, la reducción de la rectoría del Estado y la libertad de expresión. Estos, entre otros muchos diferendos, propiciaron que 47 senadores de la LIX legislatura, encabezados por Javier Corral Jurado, presentaran controversia constitucional ante la *Suprema Corte de Justicia de la Nación* (SCJN) a la ley aprobada por el Senado y publicada por el Ejecutivo Federal en el diario oficial. La Suprema Corte declaró inconstitucionalidad en junio de 2007.

Durante el mes de abril de 2010, fue presentada una iniciativa de reformas a la ley que contemplaba subsanar las observaciones realizadas por la SCJN. En la exposición de motivos se proponen avances sustanciales de beneficio público:

1. El reconocimiento jurídico de medios públicos, privados y sociales
2. Establece que la radio y la televisión son un servicio público, que utiliza el espectro radioeléctrico propiedad de la nación, por lo tanto debe ser regulada y vigilada por el Estado, en forma democrática y transparente. De esta manera la concepción del espacio radioeléctrico adquiere una dimensión en la que la comunicación e información son vistas como bienes públicos y no como mercancía.
3. Operación de financiamiento de los medios públicos y sociales a través de donativos, venta de servicios, patrocinios y publicidad hasta un cinco por ciento de su tiempo de transmisión.

Sin embargo, el 30 de abril de 2010, al cierre del segundo periodo ordinario de sesiones del *Senado de la República*, estas reformas quedaron nuevamente en el limbo. No hubo dictamen. Al respecto las deducciones de analistas y políticos llevan a la sospecha de que existen grupos empresariales (específicamente el duopolio *Televisa* y *TV Azteca*) que tienen injerencia directa para evitar que las reformas sean dictaminadas en positivo, ya que afecta a sus intereses económicos. Y es ésta una de las mayores dificultades para sacar adelante la reforma.

La complejidad del campo televisivo y sus públicos, presenta indefiniciones jurídicas, políticas y culturales, por lo que subyace la necesidad de discutir con insistencia las posibilidades de una clarificación acerca de la gestión, diseño y producción de en medio.

En este ambiente, se mueve *Canal Diez*, y es con estos elementos que, en los próximos capítulos, intentaremos encontrar posibilidades efectivas para la promoción de un modelo de televisión pública y colectiva.

Capítulo 2. Génesis de un modelo de televisión

Introducción

En este capítulo realizamos un recuento sobre la aparición de la televisión en México. Pretendemos aclarar el contexto que estuvo presente en diversos momentos de la génesis y desarrollo del medio. Nuestra intención es establecer que el resultado de la televisión que hoy tenemos no es de ninguna manera fortuito.

La historia de la industria televisiva tiene su arraigo en diversos períodos y coyunturas, en las que los poderes económicos y políticos configuraron los esquemas legales y económicos que mejor se ajustaron a las necesidades individuales o de grupo.

Tomamos como eje vertebral para este análisis los diversos periodos de administración presidencial, a partir del periodo presidencial de Lázaro Cárdenas que inicia en 1934 y culmina en 1940. La propuesta de gobierno del General se inclinaba hacia el socialismo, por lo cual sostuvo enfrentamientos con los intereses empresariales nacionales y extranjeros. Con la plataforma política que anunciaba que México era para los mexicanos, mantuvo una estrategia de privatizaciones que, por supuesto, marcó una interesante etapa de pensamiento que involucraba a los medios de comunicación y su futuro. En este sentido, se señalan las primeras intenciones para la naciente televisión mexicana, donde se veía la posibilidad de incidir, desde un partido político, en la propaganda de ideas de un gobierno emanado de la Revolución Mexicana.

Estos propósitos tuvieron un duro revés con la llegada de Manuel Ávila Camacho, pues es a partir de su gestión (1940-1946) cuando la televisión toma rumbo hacia la industria cultural y la inversión privada. La consolidación de la televisión comercial tuvo sus orígenes en una serie de decisiones que privilegiaron el empoderamiento de grupos empresariales nacionales, además, con la

incidencia de corporativos internacionales que buscaban prevalencia, no sólo en México, sino en toda la región latinoamericana.

Con el arribo de Miguel Alemán Valdez los empresarios se apoderaron del espacio radioeléctrico mexicano y se supeditaron las normas y reglamentos a los intereses de los inversores.

Sostengo la tesis de que los gobernantes en turno en los albores de la televisión encontraron la oportunidad de negocio sin identificar el potencial y la capacidad del medio como un vehículo de influencia social.

En cuanto a la participación del gobierno en la gestión y administración de televisoras estatales, son relevantes las condiciones en que aparece *Canal Once* y las aproximaciones a lo que configuraría posteriormente el escenario de un modelo mixto de televisión comercial y estatal; pero además propongo la reflexión sobre los verdaderos propósitos que lo permitieron. En el terreno de lo político fueron medidas encaminadas a presionar a los hombres del dinero para conciliar intereses entre el poder político y el mediático.

El análisis me lleva a señalar que a pesar de las circunstancias, se propició en México la aparición de posiciones que pugnaban por revisar las alternativas de responsabilidad social y servicio público del medio, las cuales motivan la actual discusión sobre televisión pública. En este sentido apunto la imposibilidad de coexistencia entre los modelos presentes, pues se dispuso una televisión privada de gran fortaleza ante una tímida y débil experiencia de televisión estatal que incluyó el surgimiento de las diversas experiencias de los centros de producción en varios estados de la república, que posteriormente se consolidaron en sistemas de televisión regionales al servicio de los gobernantes de las distintas regiones geográficas.

Fue en esta época que en nuestro país, se comenzó a ventilar el papel de la televisión y su responsabilidad social. Si bien la connotación de televisión pública aún no aparecía en la escena, es necesario resaltar que se registraron las primeras voces a favor de una mejor comunicación a través de la televisión, en contra de la conformación de una sociedad que se avizoraba en el entuerto del consumismo.

La joven tecnología de la televisión se había arraigado ya en México: los juegos olímpicos, la llegada del hombre a la luna, así como los programas unitarios, y por supuesto la publicidad, marcaron la necesidad de una atención más cercana a este medio de grandes posibilidades. Sin duda las reflexiones sobre la comunicación y los medios que se manifestaron con anticipación en distintas partes del mundo sembraron la posibilidad de debate sobre el papel de los medios de comunicación en México, sobre todo en la discusión intelectual de corte marxista. Más allá de la aportación norteamericana sobre los procesos de comunicación y sus efectos, con las revisiones matemáticas y conductistas, campeaba en el análisis las diversas posiciones sobre el contexto cultural y su relación con los medios.

La década de 1960 fue escenario de consolidación de la televisión como medio de comunicación de gran predominio y sobre todo de gran notabilidad en el terreno tecnológico, pues significó un icono de lo moderno. Este ciclo tuvo impacto también en la percepción de una creciente popularidad de las teorías marxistas y sus intelectuales, debido al ambiente que predominaba. Diversos temas políticos abonaban también a este hecho, *La primavera de Praga*, en Checoslovaquia, los movimientos estudiantiles de mayo de 1968 en Francia y México, cuyo impacto político y social causó mella, incertidumbres, pero también un ejercicio crítico a gran escala y duración en subsecuentes generaciones, para la revisión de los grandes temas ético-morales de igualdad y derechos humanos. Otros ingredientes fueron la muerte del Che Guevara en el 67 y en los primeros días de abril del siguiente año, el asesinato del activista Martin Luther King, tras la lucha por los derechos civiles en Estados Unidos de Norteamérica; la protesta de estudiantes y obreros en mayo de 1969 en Argentina; la carrera armamentista entre los bloques del poder político y sobre todo, Vietnam, que significó una lucha material pero sobre todo ideológica en la que se pusieron a flote grandes intereses geopolíticos y la permanente crítica social de diversos sectores de la izquierda, ante las intromisiones del imperio estadounidense en el llamado *tercer mundo*. La guerra fría de la posguerra era un ambiente propicio para acercarse a planteamientos de la teoría crítica acerca de los medios de comunicación social, vistos como un

vehículo que transmite su propia visión de acuerdo a los intereses e ideología de las clases dominantes. Horkheimer afirmaba en Francfort, en 1968:

La clase dominante ya no consta de innumerables sujetos que celebran contratos, sino de grandes grupos de poder, controlados por pocas personas, que compiten entre sí en el mercado mundial.⁴⁴

Esta era precisamente la propuesta de revisión social de la Escuela de Francfort, para mostrar cómo la economía de mercado conduce a la agudización de las discrepancias sociales, “agudización que en el momento histórico actual lleva a guerras y revoluciones”⁴⁵ sin que la economía política sufra quebrantamiento alguno.

La revisión de los medios centrados en las aportaciones de Carlos Marx y su obra nos lleva a la referencia de los intelectuales de la *Escuela de Birmingham* (Richard Hoggart, Stuart Hall, Richard Johnson, E. P. Thompson y Raymond Williams), cuyo interés se centraba en la preocupación de una sociedad inglesa estratificada, en donde los medios de comunicación eran instrumento para la conservación y continuidad de un status quo, desde la concepción de hegemonía gramsciana, que implica la relación de dominación política e intelectual de una clase social hacia otra, y con esto la caracterización de las instituciones que la hacen posible como la escuela o la religión. Esto agregó a los medios de comunicación como instrumentos que perpetran la supremacía ideológica de unos sobre otros.

Los estudios culturales encontraron eco en Raymond Williams, al trasladar el fenómeno de la hegemonía a la experiencia televisiva en Inglaterra. A través de *Communications* publicado en 1962, el intelectual británico realizó observaciones sobre la naturaleza de las expresiones de la cultura, donde señaló que el asunto es más complejo que la simple creatividad, pues encierra en su elaboración elementos ideológicos de quien elabora y emite, además de la o las instituciones

⁴⁴ Horkheimer, Max (2008) *Teoría crítica*. Amorrortu editores. Buenos Aires. P. 64.

⁴⁵ Id. P. 256.

donde este sujeto está inserto. En 1974 publicó *Television: technology and cultural form*, donde anota la importancia de la televisión para la formación de cultura e innovación social. Los análisis de la época tenían convergencia en el cuestionamiento de las relaciones sociales y materiales que establecían el desarrollo de la televisión, los flujos de contenido en los mensajes y la crítica a supuestos basados en los efectos que ésta provocaba.

En Latinoamérica, los intelectuales hacían su propio ejercicio de pensamiento sobre los medios y procesos de comunicación de masas. Jesús Martín-Barbero comprende y explica lo sucedido en la década de los 70, en cuanto al posicionamiento de los investigadores de la comunicación en Latinoamérica:

Se trata de la lucha que por esos años en Latinoamérica libran las ciencias sociales –a las que recién se incorpora el campo de la comunicación– contra la fascinación cientificista de un funcionalismo omnipresente pero también contra la inercia de una dogmática y una escolástica marxistas.⁴⁶

Desde América Latina, un nuevo ingrediente se suma a la problematización de la televisión: La educación. Catapulta este pensamiento Paulo Freire con su *Pedagogía del oprimido* (1970)⁴⁷, donde centra su tesis en el diálogo necesario para lograr la comunicación que libere y transforme a la sociedad. Establece un modelo de comunicación integrado por interlocutores en un proceso de horizontalidad. Si bien la preocupación del Freire refiere al contexto rural y las relaciones de poder, en cuanto a la construcción de conocimiento, su propuesta filosófica abarca amplios espectros que son recuperados como una posición para los medios de comunicación.

Es precisamente de esta fuente de pensamientos donde Mario Kaplún, Antonio Pasquali, Armand Mattelart y Luis Ramiro Beltrán entre otros, rompen con las ideas dominantes acerca de la comunicación de masas. Sostienen enfoques

⁴⁶ Martín Barbero, J. (1988) *Procesos de comunicación y matrices de cultura. Itinerario para salir de la razón dualista*. Ediciones G. Gili. México. Pág. 10.

⁴⁷ Freire Paulo (1999) *Pedagogía del Oprimido*, Editorial Siglo Veintiuno. México.

críticos que se nutren en la búsqueda de una comunicación alternativa frente a un modelo masivo, alienante y difusor para incidir en las prácticas comunitarias.

Desde esta óptica se establecieron posiciones que diferenciaban a la difusión de información con la comunicación. Los procesos mediáticos restringen la posibilidad comunicativa desde el concepto de industrias culturales con prevalencia hacia el consumismo y el mercadeo; surge una crítica permanente hacia las doctrinas funcionalistas norteamericanas y se aboga por la participación de los medios de comunicación, principalmente la radio y la televisión, en el desarrollo de políticas nacionales para el desarrollo social, cultural, económico y político:

Pudimos intuir que el medio de comunicación burgués se inscribe en un sistema cultural que descansa sobre una serie de antinomias que si se deja intocado lleva a la perpetuación de esta cultura de dominación. A través, por ejemplo, de la antinomia trabajo-ocio, el dominio del trabajo es impermeable a la esfera de los medios de comunicación de masas que pretenden llenar el ocio, eludiendo todas las referencias a la condición concreta del hombre cotidiano y escindiendo su personalidad y su realidad en una compartimentación alienante. Al buscar la nueva política de comunicación de masas, la reconciliación del hombre consigo mismo no puede seguir gestando su mensaje a partir de un divorcio entre dos esferas de acción, divorcio que descansa él mismo sobre una concepción unidimensional, no concientizante, no movilizadora del medio de comunicación. Significativo en definitiva del objetivo desorganizador y atomizador tanto de la realidad individual como de la realidad social del medio de comunicación burgués. Lo que desemboca sobre la explicación de por qué el medio que lleva este cuño es epifenoménico: porque no inscribe al hombre en su historicidad cotidiana y concreta.⁴⁸

⁴⁸ Mattelart, Armand (1971) *El medio de comunicación de masas en la lucha de clases*. Pensamiento Crítico, Instituto Cubano del Libro. Consultado en www.filosofia.org el 22 de noviembre de 2010.

También es importante considerar el activismo promovido desde la UNESCO para la reflexión del papel de los medios en esta época. Luis Ramiro Beltrán, reconocido como pionero de la *Escuela Latinoamérica de Comunicación*, participó ampliamente como consultor de este organismo internacional. A partir de estos trabajos se definieron instrumentos de análisis y reflexión como las Políticas Nacionales de Comunicación en América Latina (San José, 1976; Nairobi, 1977; Bogotá, 1994). Otro documento que ha significado gran relevancia en el campo y que surge de la reunión de expertos en la UNESCO es *Nuevo orden mundial de la información y la comunicación* (NOMIC) y que precede al tristemente célebre *Informe voces múltiples, un solo mundo* (conocido como *Informe MacBride*, 1980). Ambos frenados por Estados Unidos de Norteamérica y poderes empresariales como la *Sociedad Interamericana de Prensa*.

Así, en los setentas, la televisión fue ubicada en el centro de la discusión. En Europa se cuestionaba al aparato tecnológico en tanto posibilidad de incidir en la cultura en franca conexión con las políticas económicas, mientras que en los Estados Unidos continuaban las intenciones de marketing y propaganda política hacia la captación del voto y el consumo.

En tanto, América Latina proponía su propio debate, atendiendo asuntos de dependencia, desarrollo y participación democrática, y por supuesto, estas posiciones tuvieron impacto en México, para la conformación de voces contrarias a la programación banal, generadora de consumo, de falsos arquetipos y que buscaban una televisión diferente.

En México incursionaban en estos temas Raúl Cremoux, Miguel Ángel Granados Chapa y Fátima Fernández Christlieb, con los primeros acercamientos hacia la problemática de nuestro país. En estas fechas se realizó la primera encuesta para conocer la opinión del público televidente:

Entre 1970 y 1971, la Facultad de Comercio y Administración de la UNAM coordinó la encuesta más grande que se haya realizado hasta la fecha, de carácter nacional, sobre patrones de exposición y preferencias en materia de televisión, radio y publicidad entre la población mexicana, en

colaboración con la Cámara Nacional de Radio y Televisión. También durante la primera mitad de los setenta se realizaron diversas investigaciones evaluativas sobre la efectividad de Plaza Sésamo en México, coordinadas por el psicólogo Rogelio Díaz Guerrero.⁴⁹

Posteriormente, a partir de mediados de los años ochentas, las aportaciones a la trama comunicativa y al papel de la televisión iría in crescendo, con la participación de intelectuales y periodistas; aunque con la característica de posicionamientos críticos y no en la generación de teorías, las contribuciones han marcado posiciones de impacto en la discusión hacia el destino del medio televisivo.

Por lo pronto en el vocabulario de la comunicación se insertaron nuevos conceptos, que por supuesto habría que afinar en el futuro; sin embargo, su presencia motivó la discusión enérgica que persiste en nuestros días. Se propiciaron conceptos que ya son parte del lenguaje de la comunicación mexicana: televisión cultural, industria cultural o mediática, consumo cultural (consumismo) televisión rural, televisión de estado, televisión de gobierno, comunicación colectiva. Palabras, frases y conceptos que se vuelven visibles en el análisis y son la génesis de una pertinaz preocupación, deseo y convicción por una televisión pública; pero también son motivo de otra obstinación, aquella que se produce desde los ámbitos del poder empresarial y político y que han hecho difícil la coexistencia de un poderoso modelo privado de televisión contra la posibilidad de una televisión pública.

Respecto a estas trabas y avatares que han surgido a lo largo de la historia de la comunicación y el desarrollo en la región, es de gran interés señalar las aseveraciones de Luis Ramiro Beltrán, sobre la situación de México, con respecto al desarrollo de los medios en la década de los ochentas:

⁴⁹ Sánchez Ruíz, Enrique (1989) *La investigación sobre televisión en México 1960-1988 (un acercamiento descriptivo)*. Consultado en www.publicaciones.cucsch.udg.mx, el 15 de junio de 2010.

A principios de la década el gobierno mexicano se comprometió bajo el rótulo de los nuevos derechos de información en el plan más extenso, bien fundamentado y audaz para democratizar la comunicación mediante una política global a ser ejecutada al amparo de una ley general y unos 30 proyectos instrumentales. Sin embargo, una filtración a una revista hizo que el Presidente de la República, José López Portillo, destituyera repentinamente a su Secretario de Comunicación Social, Luis Javier Solana, en 1982, y que cancelara brusca y drásticamente esta sustancial y ambiciosa iniciativa. ¿La razón para ello? Nuevamente, la fuerte oposición del sector privado... que ningún político latinoamericano puede darse el lujo de ignorar. Tal oposición mercantil y conservadora se ejerció también contra cualquier modalidad de planificación gubernamental para el desarrollo de la propia comunicación, aún cuando se limitara únicamente a las instalaciones estatales de medios de comunicación en pos de garantizar una racionalidad en el empleo de recursos.⁵⁰

Ante la ineficiencia de los sistemas y aplicación de políticas cercanas a la corriente económica neoliberal se asestó otro duro golpe a estos proyectos. A través de las privatizaciones registradas en la gestión del presidente Carlos Salinas de Gortari se fortaleció al modelo comercial, lo que provocó la deriva de los centros de producción que dependían del sistema nacional de televisión gubernamental, Chiapas entre ellos.

De esta manera se cierra este capítulo con aproximaciones que caracterizan a *Canal Diez* como un modelo indefinido, ante la influencia y competencia de canales privados nacionales y las características propias de un contexto estatal diversificado y con múltiples problemáticas sociales, económicas y culturales.

⁵⁰ Beltrán, Luis Ramiro (1993) *Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica. Una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años*. Consultado en www.infoamerica.org, el 22 de noviembre de 2010.

2.1 El contexto de la televisión

A finales de los años veinte, se vislumbraban las posibilidades de la televisión como un instrumento eficaz para la política. Datos expuestos por Fernando Mejía (1998), señalan a Francisco Javier Stavoli y Miguel Fonseca como los pioneros en las pruebas de transmisión televisiva, con el apoyo del *Partido Nacional Revolucionario* (PNR), que después habría de convertirse en el hegemónico *Partido Revolucionario Institucional* (PRI). Ya en la década de los treinta, siendo presidente el General Cárdenas (1934-1940), el partido político presentaba ante la prensa –16 de mayo de 1935– el equipo de televisión que habrían de utilizar para la propaganda y difusión cultural:

El patrocinio de las primeras experiencias televisivas por el PNR formaba parte de un ambicioso proyecto propagandístico de ese partido en el que se planeaba otorgar a los medios electrónicos un papel central. Precisamente el 1º de enero de 1931, el PNR había inaugurado su radiodifusora, la XEFO. Como se sabe, el entonces partido gubernamental logró desarrollar una sólida presencia en la sociedad a través de la radio durante la década de los treinta. Sin embargo, no consiguió hacer lo mismo en el caso de la televisión, medio que iniciaría sus operaciones formales hasta 1950, luego de dos décadas de experimentación.⁵¹

El periodo presidencial de Cárdenas se distinguió por las medidas radicales en contra de intereses de la iniciativa privada. En 1937, el gobierno mexicano había nacionalizado los ferrocarriles, motivado por diversos problemas laborales y sindicales de los trabajadores; en 1938 expropió la industria petrolera; lo que significó bloqueos comerciales para México, de parte de los países cuyos empresarios resultaron afectados. La tendencia socialista del presidente provocó tensiones políticas al interior del país, donde la economía era dominada por las

⁵¹ Mejía Barquera, Fernando (1998), "Del Canal 4 a Televisa". En Sánchez Armas, Miguel. (Coord.) *Apuntes para una historia de la televisión Mexicana*. Revista Mexicana de Comunicación. México. Pp. 20-21.

inversiones extranjeras, pero también estimuló movimientos sociales de solidaridad, ante la situación adversa en la que vivían los obreros petroleros de la época.

En 1935, el ingeniero Guillermo González Camarena recibe el apoyo de Cárdenas del Río para realizar sus experimentos de televisión, en la estación radiofónica del Nacional Revolucionario.

El PNR era la estructura con la que Elías Calles basaba su influencia política como jefe máximo de la revolución, por lo tanto en 1938, Cárdenas forma el *Partido de la Revolución Mexicana* (PRM), para erradicar la influencia del callismo y terminar con la época conocida como *El Maximato*.

La expropiación de la industria del petróleo, nacionalización de los ferrocarriles, entre otras medidas que afectaban a los grandes intereses de los dueños del capital, provocó un ambiente difícil para la gestión cardenista. No obstante, fue durante su gestión cuando, a través del proteccionismo interno, se alentaron las inversiones públicas y se cobijó a la industria nacional, que propició el empoderamiento de una élite burguesa, que ejerció presión ante la inminente sucesión presidencial. Es así que el presidente Lázaro Cárdenas, ante la presión de conservadores, inclina la balanza hacia Manuel Ávila Camacho, quitando del camino a quien posibilitaba la continuidad socialista, Francisco J. Múgica.

Mientras tanto, González Camarena obtiene la atención y apoyo del empresario Emilio Azcárraga Vidaurreta, para continuar con su labor experimental en el campo televisivo.

A la llegada de Manuel Ávila Camacho (1940-1946) el modelo socialista fue echado a un lado, favoreciendo a la industria e inversión extranjera para que tomara distintas posiciones estratégicas en el país. El PRM se convirtió en *Partido de la Revolución Institucional* y de acuerdo a las aseveraciones del analista político Carlos Ramírez:

En 1946 se fundó el PRI y arrancó el sexenio de Miguel Alemán, una administración en la que los gobiernos de la Revolución, se bajaron del

caballo para subirse a los Cadillac. Fue la etapa del inicio de la desigualdad social y la concentración de la riqueza en pocas manos.⁵²

Miguel Alemán Valdés fungió como presidente de la República en el sexenio de 1946-1952. Fue calificado como el gran modernizador –el presidente empresario, le llamó Enrique Krause– fue impulsor de la industrialización del país y la iniciativa privada, generando los esquemas adecuados para el desarrollo de un modelo capitalista, que protegía al mercado interno a través de mecanismos de apoyo fiscal y crediticio.

2.1.1 Nace la televisión privada

La revisión de esta etapa la considero crucial para el desarrollo del modelo de televisión que prevalece en nuestros días, por tal razón expondré elementos históricos que evidencian esta aseveración. En este contexto el presidente Alemán instruye a Carlos Chávez, entonces director del Instituto Nacional de Bellas Artes para que Salvador Novo y Guillermo González Camarena acudieran a Estados Unidos, Gran Bretaña y Francia, para observar los modelos de televisión de aquellos países, con la finalidad de elegir lo que mejor convenía a México en esta materia.

El amplísimo informe presentado por estos personajes, muestra a detalle datos técnicos y de infraestructuras pormenorizadas, señala que era la tecnología norteamericana la de mayor fidelidad de imagen; establece la conveniencia de la adquisición de equipo en Estados Unidos, por su cercanía. Muy limitada es la referencia en cuanto a la vocación de servicio en cada sistema operativo.

Otro aspecto que destacan los autores del informe, en detrimento de la noción de propiedad gubernamental, es que para abarcar a todas las capas sociales, la televisión privada tiene el incentivo de la comercialización, mientras que el monopolio estatal:

⁵² Ramírez, Carlos (2010) *México: Crisis 1995-2010*, en <http://www.indicadorpolitico.com.mx/>. Consultado el 22 de Julio de 2010.

Actuará de modo distinto frente a la pirámide social. Su reconocimiento del hecho de que el 50 % de la población es ignorante; de que un 40 % posee cierto grado de cultura, y de que un 10 % representa la cultura superior, lejos de inducirlo a fundirles en una sola cifra, le persuadirá de la necesidad de imprimir a estas tres capas un gradual movimiento de ascensión que permitirá en el futuro reducir –o contribuir con otros medios profesionales de educación a reducir– el porcentaje máximo inferior en beneficio del segundo y con tendencias a fortalecer el tercero. Se tratará, esta vez, de llegar hacia la calidad y no de descender hasta la cantidad; no de ir del 10 al 50 %; sino desde el 50 % hasta el 10.⁵³

Resulta significativa la alusión de “monopolio” al referirse a las televisoras estatales, ya que, si bien, se mostraba una concentración de los medios en el gobierno, también exponían esquemas de financiamiento y gestión novedosos; esta insinuación monopólica marcó matices negativos y mostró inclinación por el modelo estadounidense, sobre todo, considerando que la fusión de 1955 provocó el monopolio *Televisa*. En este tenor, recuperamos en síntesis, comentarios relevantes del informe Novo-González-Camarena:

- La responsabilidad de la televisión de monopolio estatal no es para los anunciantes, la radio y la televisión deja de ser agente de ventas y se convierte en un instrumento de mejores contenidos para el esparcimiento.
- La supeditación a la estructura gubernamental, no implica que los empleados sean burócratas mal pagados, ni que su creatividad se sujete a la propaganda oficial.
- Detallan el mecanismo de financiamiento a través de las licencias (impuesto) por aparato receptor. En cuanto a los costos de producción comentan que, en una coherencia política, se prescinde de la ganancia

⁵³ Transcripción fiel del informe de Salvador Novo y Guillermo González Camarena. Citado en Corona, Sarah (1992). *La televisión: Informe de Salvador Novo y Guillermo González Camarena. Entre melón y sandía*. P. 206 Consultado en <http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx> el 20 de julio de 2010.

económica ante los fines de proveer de información, ilustración y entretenimiento al pueblo.

- Señala el informe las posibilidades del monopolio para proveer de educación a través de la televisión en las escuelas. Denominado *School Broadcast* por la BBC, este programa atiende (en esa época) a 250 mil niños y entre 13 y 14 mil escuelas.

2.1.1.1 Televisión y poder. Implantación de la hegemonía

La encomienda presidencial observaba la pretensión de que González Camarena atendiera los aspectos técnicos, mientras que Novo realizaría análisis en cuanto a contenidos, pertinencia social y educativa. La revisión del documento –y los hechos posteriores– lleva a concluir que la decisión estaba tomada con anterioridad a la investigación de los especialistas y que únicamente sirvió para legitimar el fallo del presidente, quien optó por el modelo estadounidense, para entregar a la iniciativa privada la explotación del medio. Mi consideración es que Salvador Novo y González Camarena se prestaron a la comparsa de intereses empresariales, para detentar el usufructo de la televisión, de lo cual también resultaron beneficiados, como veremos más adelante.

Independiente de la enorme valía de Novo como intelectual, el poeta tenía admiradores y detractores y estos últimos señalaron en múltiples ocasiones su proclividad para acercarse al poder; Octavio Paz fue uno de ellos, quien afirmaba que Novo:

Tuvo mucho talento y mucho veneno, pocas ideas y ninguna moral. Cargado de adjetivos mortíferos y ligero de escrúpulos, atacó a los débiles y aduló a los poderosos.⁵⁴

⁵⁴ Monsiváis, Carlos (2000) *Salvador Novo: Lo marginal en el centro*. Era. México. Pág. 79.

Los beneficios obtenidos por Novo con la mercantilización televisiva son variopintos: tuvo una importante presencia en las pantallas y producciones de la época e incursionó en el área de la publicidad en los inicios de la televisión comercial, con una importante cartera de clientes y campañas reconocidas en la memoria colectiva, tales como: “Mejor mejora mejoral”; “veinte millones de mexicanos no pueden estar equivocados”; “de Sonora a Yucatán, se usan sombreros Tardán” y “siga los tres movimientos de FAB, remoje, exprima y tienda”.⁵⁵

Por su parte Sarah Corona señala que Novo estaba muy lejos de tener aprecio por los medios electrónicos:

Novo expresó: canciones asquerosas que el radio infiltraba insensatamente desde la capital, canciones lánguidas y torpes, en pocas palabras tequila espiritual a la garganta de todo mundo. A los ojos de Novo la televisión surgía como “una hija monstruosa del oculto coito entre el radio y el cine”.⁵⁶

Viviane Mahieux reseña en el periódico *El Universal*, rasgos del carácter de Novo, que refuerzan nuestra aseveración:

Sus crónicas reflejaban las preocupaciones mundanas de los que se alejaban de lo político, y sus escritos dispersos evitaban cualquier lazo con un proyecto cultural nacional. La preferencia de Novo por el periodismo realzaba esta falta de seriedad. La crónica era una práctica efímera, comercial y hasta frívola. El interés de Novo por las frivolidades de la vida urbana no se debía a afinidades puramente estéticas, ni respondía solamente a sus deseos de contrariar las virtuosas preocupaciones nacionalistas de la cultura oficial. Era también una decisión pragmática la

⁵⁵ Vargas, Ángel (2004) “Aún falta descubrir el grueso de la obra literaria de Salvador Novo”. En *La Jornada*, 30 de Julio de 2004. Sección Cultura. www.jornada.unam.mx, consultada el 20 de junio de 2010.

⁵⁶ Citado en Corona, Sarah (1992). *La televisión: Informe de Salvador Novo y Guillermo González Camarena. Entre melón y sandía*. Consultado en <http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx> el 20 de julio de 2010.

mayoría de los lectores de México provenía de cierta élite social e intelectual. Se estima que a fines de los años veinte, en una nación de 14 millones, había sólo 700 mil lectores de periódicos. La decisión de Novo de escribir para unos pocos tenía un fundamento económico. Eran, a fin de cuentas, los consumidores culturales quienes garantizaban la continua publicación y circulación de sus textos, consolidando su visibilidad.⁵⁷

Por su parte, González Camarena fue empleado cercano de Azcárraga Vidaurreta: en 1940, ingresó a la XEW como operador de estudios y posteriormente fue jefe de operaciones de esa estación y de la XEQ:

En junio de 1964 consiguió que se le concediera la fábrica mexicana de televisores Majestic, para su control y operación. Esta concesión se debió a Azcárraga Vidaurreta (dueño), quien le proporcionó siempre su apoyo moral y económico.⁵⁸

Además, el ingeniero González Camarena tuvo intenciones empresariales. Patentó, en México y Estados Unidos, su invento para la transmisión en color⁵⁹ y obtuvo una concesión de televisión.

El ejercicio del poder político se ha ligado sempiternamente con el poder financiero. En México sabemos mucho de esto y hay sinnúmero de ejemplos, como la de aquellos políticos y empresarios conocidos como “saca dólares” en la época de López Portillo (1976-1982) quienes gracias a información privilegiada obtuvieron grandes ganancias. Es conocido por todos que, en cuanto un presidente o un gobernador, diputado o alcalde termina su gestión, se retira con mucho más dinero y propiedades que con las que llegó, dueños de equipos de fútbol, mansiones, etcétera. Esta es una veta de la realidad que no podemos

⁵⁷ Mahieux, Viviane (2007) “Novo, Arlt, De Andrade: Cómo la crónica sobrevivió al telégrafo”. En El Universal, 30 de junio de 2007, Sección Literatura. México. Consultado en www.casamerica.es el 15 de junio de 2010.

⁵⁸ Sociedad de Autores y Compositores de México, <http://www.sacm.org.mx> consultado en 23 de junio de 2010.

⁵⁹ González Camarena llamó a su invento “adaptador cromoscópico para aparatos de televisión”, patentado en México en septiembre de 1940 y en la Oficina de Patentes de E.U.A., en 1942.

darnos el lujo de soslayar en nuestra mirada.⁶⁰ La posición de privilegio que significa el poder, sobre todo el presidencial y de la élite empresarial, permite ventajas sobre los gobernados, esclarece un sistema de diferencias. Siguiendo a Foucault, podríamos aseverar que el poder se ejerce sobre estas bases de diferenciación como una estrategia que les da privilegios para la obtención de riquezas, privilegios y acumulación de beneficios.

En 1946, un año antes de que la Comisión Novo-González Camarena partiera al extranjero a realizar su estudio, se celebró en México el Primer Congreso de Radioemisoras de las Américas. En este evento Emilio Azcárraga Vidaurreta persuadió a empresarios latinoamericanos de disuadir a los gobiernos de la región intentar un régimen público de la televisión para promover el sistema comercial:

Azcárraga Vidaurreta consideró a la televisión como “la continuación natural de nuestras actividades en radio y cinematografía”. Los cálculos no eran para menos. Después del éxito nacional e internacional en estas dos actividades, la afirmación parecía bastante coherente. En 1950, las estaciones XEW y XEQ dominaban 85 % de auditorio mexicano y manejaban el 80 % de todos los programas de la radio.⁶¹

Para Fátima Fernández Christlieb (1982, 1987) este no es un hecho aislado. La tesis de la investigadora, se funda en que las cadenas radiofónicas instaladas en América Latina, estaban afiliadas a la NBC y la CBS⁶². Lo anterior, argumenta la autora, pone en evidencia el interés del capitalismo norteamericano, para consolidar la televisión comercial en la región. Esta preocupación es manifiesta también por Hebert Schiller (1976), cuando refiere la intención de los

⁶⁰ En la revisión bibliográfica sobre la televisión comercial, nos encontramos con un gran número de reseñas históricas grandilocuentes, que enaltecen la figura de grandes empresarios de la radio y la televisión y se permiten claroscuros sobre la relación poder político y medios de comunicación.

⁶¹ Hernández Lomelí, Francisco (1996) *Obstáculos para el establecimiento de la televisión comercial en México (1950–1955)* Consultado en <http://ccdoc.iteso.mx> el 20 de julio de 2010.

⁶² NBC: National Broadcasting Corporation, filial radiofónica y televisiva de la Radio Corporation of America. CBS: Columbia Broadcasting System.

capitalistas estadounidenses de controlar las comunicaciones a nivel internacional, para garantizar que ese país sea el “centro del pensamiento y comercio mundiales”⁶³

CBS y NBC incursionaban en México con el negocio de los discos y venta de fonógrafos, sin embargo, la *Ley de comunicaciones eléctricas*, promulgada en 1926, prohibía concesiones para la explotación del espacio radioeléctrico a empresas o individuos extranjeros. Fátima Fernández explica el plan desarrollado por estas empresas para incidir en el mercado mexicano:

RCA y su filial radiofónica y televisiva NBC y las demás empresas del ramo sabían que para entrar a América Latina debían respetar las reglas del juego establecidas por los Estados nacionales; participación en la infraestructura y en el contenido pero no en el control directo de las empresas, ya que éste corresponde sólo a las burguesías criollas. En México se encontró una solución fácil: el representante de los intereses de la NBC y de la CBS sería un empleado de la RCA en México: Azcárraga Vidaurreta, quien trabajaba en *The Mexican Music Co.* (empresa accionista mayoritaria de la XEW radio, según consta en el *Registro Público de la Propiedad de la Ciudad de México*). Este personaje reunía además otras dos ventajas; conocía el negocio de la radio, puesto que su hermano Raúl tenía una emisora experimental y, además estaba casado con una hija del inglés Patricio Milmo, próspero industrial radicado en el norte y accionista de *Compañía Fundidora de Fierro y Acero de Monterrey*, vinculada a la estación XEH, pionera en la Ciudad de Monterrey.⁶⁴

Afirmo entonces, que, al presidente Alemán Valdés no lo movió únicamente el interés modernizador del país. Al concluir su mandato, su familia era de las principales accionistas de la industria de la televisión. Su hijo, Miguel Alemán

⁶³ Schiller, Hebert (1976) *Comunicación de masas e imperialismo yankee*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona. P. 11.

⁶⁴ Fernández, Fátima (1987) *Algo más sobre los orígenes de la televisión en Latinoamérica*. Consultado en <http://ccdoc.iteso.mx> el 20 de julio de 2010.

Velasco fue gobernador del estado de Veracruz, igual que su padre; pero además cuenta con un amplio currículo como capitalista en el campo de la televisión comercial:

- Fue coordinador general y director fundador de la dirección de noticieros de *Telesistema Mexicano S. A.*
- Fue primer vicepresidente de la *Cámara Nacional de la Industria de Radiodifusión*
- Fue vicepresidente y subdirector general de *Novedades Editores, S. A. de C. V.*
- Fue miembro del consejo directivo de la *Fundación Cultural Televisa*
- Fue vicepresidente y presidente ejecutivo de *Televisa, S. A. de C. V.*⁶⁵

Inclusive, en la página web *esmas.com*, propiedad de *Televisa*, se presume además que Alemán Velasco, fue uno de los narradores de la llegada del hombre a la luna a través de la XEW.

Con la decisión tomada en favor de la iniciativa privada, el gobierno federal otorga la primera concesión, en 1949, a *Canal 4*, con siglas XHTV-TV, e inicia transmisiones oficiales en 1950, desde el Jockey Club del Hipódromo de las Américas y al día siguiente, primero de septiembre presenta la lectura del cuarto informe de gobierno del presidente Alemán. El empresario que obtuvo este beneficio fue Rómulo O´Farril padre, dueño del periódico *Novedades* y socio de su hijo, del mismo nombre, quien estuvo casado con Hilda Ávila, sobrina del ex presidente Manuel Ávila Camacho. En el evento inaugural, el concesionario dijo:

Hoy es un gran día de fiesta para México, pues desde hoy nuestro país será el primero de América Latina, que disfrutará para provecho y beneficio de sus habitantes, del más grande invento de los tiempos modernos: la televisión. Indiscutiblemente no ha sido poco el esfuerzo ni fácil la tarea de alcanzar lo que en este día se celebra, múltiples y

⁶⁵ Sitio de Miguel Alemán Velasco. www.alemanvelasco.org, consultado en 21 de julio de 2010.

variados han sido los obstáculos y las dificultades. Por ventura, frente a esta muralla de impedimentos, se levantó nuestra fe inquebrantable y todas las facilidades que gentilmente nos brindaron, tanto el señor presidente de la República, como sus Secretarios de Estado, especialmente el de Comunicaciones, señor licenciado don Agustín García López y el de Hacienda y Crédito Público, señor licenciado don Ramón Beteta.⁶⁶

Un año después, se inaugura el *Canal 2* con las siglas XEW-TV, concesionado a *Televimex, S. A.*, propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta.

El ingeniero Guillermo González Camarena, con grandes méritos en la investigación, experimentación y práctica de la televisión, inventor del sistema que hizo posible la transmisión en color, e integrante de la comisión encargada de comparar y diagnosticar el modelo idóneo para la televisión mexicana, inauguró su propia estación televisora el 10 de mayo de 1952, con una celebración a las madres mexicanas. *Canal 5*, la única estación que lleva las letras iniciales de los apellidos de su propietario XHGC-TV.

Posteriormente, en 1955, estos canales (4, 2 y 5) habrían de fusionarse en una sola empresa, *Telesistema Mexicano*. Los socios visibles fueron Emilio Azcárraga Vidaurreta, Guillermo González Camarena, Miguel Alemán Velasco, Rómulo O'Farril señor y Rómulo O'Farril hijo. Más tarde se daría otra fusión:

En noviembre de 1972, *Telesistema Mexicano* y *Televisión Independiente de México* decidieron fusionarse en una sola entidad que se encargaría de operar los canales adscritos a cada una de ellas. El 28 de ese mes, los señores Bernardo Garza Sada, del Grupo Alfa de Monterrey y Emilio Azcárraga Milmo de *Telesistema Mexicano*, signaron el acuerdo de fusión.

⁶⁶ Mejía Prieto, Jorge (1972) *Historia de la radio y la televisión en México*. Octavio Colmenares, Editor. México. P. 183.

Así, surgió el consorcio *Televisión Vía Satélite S. A. (Televisa)* que inició oficialmente sus actividades el 8 de enero de 1973.⁶⁷

El capital inicial de *Televisa* fue de un millón de pesos, representando mil acciones de mil pesos divididas en dos series según vemos en el cuadro siguiente:

Cuadro 3: principales accionistas.

Accionistas	No. Acciones
<i>Telesistema Mexicano</i>	747
Miguel Alemán Velasco	1
Oscar Gutiérrez	1
Víctor Hugo O'Farril	1
<i>Televisión Independiente de México</i>	250

Elaboración propia, basado en
Mejía Barquera, Fernando (1998), 2011.

⁶⁷ Mejía Barquera, Fernando (1998) "Del Canal 4 a Televisa". En Sánchez de Armas, Miguel, (Coord.) *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*. Revista Mexicana de Comunicación. México. P. 50.

Los principales puestos ejecutivos de acuerdo a la posesión accionaria fueron ocupados como sigue:

Cuadro 4: Puestos por posesión accionaria.

Puesto	Accionista	Grupo
Presidente de la compañía	Emilio Azcárraga Milmo	<i>Telesistema Mexicano</i>
Presidente del Consejo de Administración	Rómulo O’Farril	<i>Telesistema Mexicano</i>
Vicepresidente Ejecutivo	Miguel Alemán Velasco	<i>Telesistema Mexicano</i>
Vicepresidente del Grupo	Alfredo Martínez Urdal	<i>Televisión Independiente de México</i>

Elaboración propia, basado en Mejía Barquera, Fernando (1998), 2011

El coto ya tenía dueño. Los empresarios de la comunicación se habían apoderado de forma contundente del espacio radioeléctrico de México, lo demás eran formalismos. Las leyes que tutelaron a la industria en aquellos momentos fueron anacrónicas; el marco normativo al que se supeditó a los medios electrónicos era la *Ley de vías generales de comunicación*, que lo mismo reglamentaba a los ferrocarriles, las rutas del servicio postal, los tranvías, que las telecomunicaciones.

Pasaron más de diez años antes de que la televisión mereciera el reconocimiento legal y tuviera una ley a su medida; antes, la *Ley de vías generales de comunicación* fue el estatuto legal responsable, el cual lo

mismo legislaba para el ferrocarril que para la televisión; ambos medios se manejaban en el mismo ordenamiento jurídico.⁶⁸

Hoy, aunque se haya derogado en esa normatividad, el Capítulo VI, sobre la instalación de radiodifusoras comerciales, culturales, de experimentación científica y de aficionados, sin embargo, persiste la herencia jurídica-conceptual de concesión y permiso, para el uso de las vías generales de comunicación.

Los sexenios de Miguel Alemán y Adolfo Ruiz Cortines evitaron cualquier obstáculo para el crecimiento y consolidación de los grupos empresariales. En los hechos, la legislación no atendió los aspectos sociales, culturales y políticos que subyacen en los medios electrónicos y sus contenidos.

En cuanto a la aseveración de Miró, sostengo que, si bien se dictaminó, en 1960, la legislación para regular los usos del espectro radioeléctrico, propiedad de la nación, fue subordinada a los intereses de los empresarios. Estos industriales de la televisión mexicana, han mantenido control sobre el terreno legal, con la finalidad de no ser afectados en sus dividendos comerciales. Por lo tanto, las reglas se han marcado "a la medida de la iniciativa privada". Así, el servicio público, como uno de los ingredientes torales para la televisión pública, fue soslayado, calculado como actividad de interés público. Esto determinó, desde un principio las políticas y reglamentaciones que habrían de configurarse en la historia y presente de la televisión. Tan es así, que la reglamentación de la *Ley federal de radio y televisión*, fue publicada hasta el 4 de abril de 1973, cuatro meses después de que se concretó el *Consortio Televisión Vía Satélite, S. A. (Televisa)*. Por lo tanto, las bases se fundamentaron el 1960 y su aplicación ocurrió trece años después:

Mirada históricamente, la televisión comercial mexicana existe y ha llegado a ser de la manera en que la vemos y padecemos debido a su permanente alianza con el PRI y con sus presidentes en turno, que desde su nacimiento y a lo largo de sus cincuenta años de "milagroso" desarrollo,

⁶⁸ Miró, Juan José (1997) *La televisión y el poder político en México*. Diana. México. P. 60.

le han facilitado consolidarse al amparo de políticas financieras favorables a sus intereses expansivos y monopólicos y a la ausencia de otras políticas culturales y de comunicación, que de manera sistemática se han bloqueado, y que le han permitido a la televisión evadir posibles controles, legales y ciudadanos, para normar sus transmisiones.⁶⁹

Tan es así, que ante los múltiples intentos de reforma la ley, para que responda a nuevas realidades, no han fructificado. Largos procesos de consulta, discusión y negociaciones han sucumbido ante la trama política mexicana.

Después de otro intento fallido de reformas, que el Senado debió dictaminar en abril de 2010, la opinión pública especializada mostró la desilusión y el hartazgo que prevalece. Recogemos aquí, un fragmento de la posición de la *Asociación Mexicana de Derecho a la Información* (AMEDI), que preside Raúl Trejo Delarbre, en un desplegado publicado el 4 de mayo del mismo año, en diversos medios de comunicación:

La iniciativa de *Ley de telecomunicaciones y contenidos audiovisuales*, elaborada con la resuelta participación del PAN y el *Partido de la Revolución Democrática* y que fue presentada en las dos cámaras del *Congreso de la Unión* el 8 de abril pasado, ha constituido el esfuerzo más completo que se ha realizado para solucionar los antiguos y graves rezagos que padece el régimen jurídico de nuestro país en ese terreno... el Presidente de la República y su partido decidieron someterse a los consorcios que dominan dentro de la *Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión*, así como a los intereses preponderantes en la telefonía. La iniciativa de reforma integral propicia la competencia y la diversidad en esos sectores y ataja prácticas monopólicas... Las fuerzas que predominan en los partidos lo mismo que el desempeño de los medios, parecen empeñadas en persuadir a los ciudadanos de que la política es una

⁶⁹ Orozco, Guillermo (2000) "Televisión y televidentes: cinco décadas que pudieron ser diferentes". En *Revista Universidad de Guadalajara*, No. 20. Dossier *Medio siglo de televisión en México*. Consultada en www.cge.udg.mx/revistaudg, el 20 de agosto de 2010.

actividad repelente y mezquina. A pesar de la conducta de no pocos políticos y de la propagación estridente que esos comportamientos reciben en los medios de comunicación, cada vez más ciudadanos estamos convencidos de que la política no tiene porque limitarse a la politiquería. Reivindicamos por eso, el quehacer político desde la sociedad y desaprobamos inconsecuencias de dirigentes partidarios, legisladores y gobernantes cuando se congracian, dándoles la espalda a los intereses ciudadanos, con intereses como los que encarnan en los consorcios mediáticos.⁷⁰

Es así que en el desarrollo histórico de la televisión mexicana se ha marcado un rumbo de fortalecimiento de la iniciativa privada, ambigüedad de leyes y concierto de intereses del poder. Una televisión “privada-gobiernista”, diría Guillermo Orozco, “no obstante, la discusión no se agota, persiste en el interés de intelectuales y especialistas la necesidad de abogar por el servicio público, como una vocación que, en el futuro habrá de cumplirse”.⁷¹

2.1.2 Nace la televisión gubernamental

Las alianzas que se registraron en el inicio de la televisión y, en particular, la decisión presidencial que definió el rumbo comercial del medio, han sido fundamentales para la televisión que hoy tenemos. Las luchas de los empresarios para mantener sus espacios han sido denodadas, las negociaciones han resultado jugosas, y, en esas posibilidades, las coaliciones entre gobierno y medios de comunicación, han fraguado un esquema beneficioso para ambos.

Pero no siempre fue así. En los albores de la televisión, el gobierno no fue capaz de identificar la capacidad de influencia que este medio tendría. Se vio

⁷⁰ AMEDI (2010) *AMEDI: vergonzosa capitulación del gobierno y el PAN*. Consultado en /www.amedi.org.mx, el 20 de agosto de 2010.

⁷¹ Orozco, Guillermo. (2010) entrevista personal realizada el 28 de abril, durante la realización de la IX Cumbre Iberoamericana de Comunicadores. Buenos Aires, Argentina.

actividad repelente y mezquina. A pesar de la conducta de no pocos políticos y de la propagación estridente que esos comportamientos reciben en los medios de comunicación, cada vez más ciudadanos estamos convencidos de que la política no tiene porque limitarse a la politiquería. Reivindicamos por eso, el quehacer político desde la sociedad y desaprobamos inconsecuencias de dirigentes partidarios, legisladores y gobernantes cuando se congracian, dándoles la espalda a los intereses ciudadanos, con intereses como los que encarnan en los consorcios mediáticos.⁷⁰

Es así que en el desarrollo histórico de la televisión mexicana se ha marcado un rumbo de fortalecimiento de la iniciativa privada, ambigüedad de leyes y concierto de intereses del poder. Una televisión “privada-gobiernista”, diría Guillermo Orozco, “no obstante, la discusión no se agota, persiste en el interés de intelectuales y especialistas la necesidad de abogar por el servicio público, como una vocación que, en el futuro habrá de cumplirse”.⁷¹

2.1.2 Nace la televisión gubernamental

Las alianzas que se registraron en el inicio de la televisión y, en particular, la decisión presidencial que definió el rumbo comercial del medio, han sido fundamentales para la televisión que hoy tenemos. Las luchas de los empresarios para mantener sus espacios han sido denodadas, las negociaciones han resultado jugosas, y, en esas posibilidades, las coaliciones entre gobierno y medios de comunicación, han fraguado un esquema beneficioso para ambos.

Pero no siempre fue así. En los albores de la televisión, el gobierno no fue capaz de identificar la capacidad de influencia que este medio tendría. Se vio

⁷⁰ AMEDI (2010) *AMEDI: vergonzosa capitulación del gobierno y el PAN*. Consultado en /www.amedi.org.mx, el 20 de agosto de 2010.

⁷¹ Orozco, Guillermo. (2010) entrevista personal realizada el 28 de abril, durante la realización de la IX Cumbre Iberoamericana de Comunicadores. Buenos Aires, Argentina.

únicamente como un buen negocio, y oportunidad de asociación entre políticos y empresarios:

Otra televisión muy distinta hubiéramos tenido los mexicanos si desde los setenta se hubiera dado una real competencia entre diferentes consorcios televisivos, lo cual hubiera redundado en una mejor programación, en más innovaciones y creatividad para ganar *rating*, en un mayor respeto a las teleaudiencias, además de que el *Consorcio Televisa* quizá no hubiera podido consolidarse como el oligopolio de comunicación que es actualmente, y contra el cual distintos sectores de televidentes nos hemos enfrentado, todavía sin el éxito deseable.⁷²

2.1.2.1 ¡A la Cachi Cachi Porra!

En 1959, nació “la primera estación cultural y educativa de América Latina”, así se anunciaba la XHIPN-TV, *Canal Once*. La revista *El Cronista Politécnico* hace una reseña con motivo de su 45 aniversario:

Al final de la década de los cincuenta, durante la dirección del Ing. Alejo Peralta y Díaz Ceballos, al frente del *Instituto Politécnico* (IPN), el gobierno federal tenía como reserva tres frecuencias para transmitir señales de televisión en la Banda VHF, una sería para uso comercial, otra para uso gubernamental y otra más sería asignada al IPN, por intervención del Ing. Walter Cross Buchanan, Secretario de Comunicaciones y Transportes, ante el presidente de la República Lic. Adolfo López Mateos. El 2 de marzo de 1959 inició transmisiones XHIPN-Canal 11 (hoy XEIPN Canal

⁷² Orozco, Guillermo (2000) “Televisión y televidentes: cinco décadas que pudieron ser diferentes”. En Revista Universidad de Guadalajara, No. 20. Dossier *Medio siglo de televisión en México*. Consultada en www.cge.udg.mx/revistaudg, el 20 de agosto de 2010.

Once) con una clase de matemáticas impartida por el ingeniero Vianney Vergara Cedeño.⁷³

Surge así en la escena el concepto televisión cultural. Sin embargo, *Canal Once* nace con serios problemas financieros y con instalaciones que rayan en la pobreza extrema, es el propio Vergara Cedeño quien explica:

Yo empecé dando las clases por televisión sin ninguna compensación extra, al contrario, muchas veces presté dinero para darles algo a los muchachos que nos auxiliaban, ya que no había nombramiento para ellos, ni presupuesto para el canal. Cuando se empezó a meter otro tipo de programación, recuerdo que había una bailarina clásica que le pagaba a su acompañante para presentarse ante las cámaras.⁷⁴

De acuerdo con Florence Toussaint, esta estación es la mayor televisora gubernamental de México y la primera en América Latina; sin embargo en sus inicios “la señal no llegaba con facilidad a toda la Ciudad de México por lo que se regalaban y colocaban a domicilio pequeñas antenas creadas por los propios técnicos de la estación”⁷⁵. Hasta 1969, se instala equipo que le permite un mayor alcance, la señal abarcó en ese entonces al Distrito Federal y el estado de México; sin embargo, la opacidad ante las televisoras comerciales permanecía. La falta de presupuesto y apoyos la mantuvo en la marginalidad.

El *Instituto Politécnico Nacional*, que es un órgano desconcentrado de la *Secretaría de Educación Pública*, fue fundado en 1936, por el presidente Lázaro Cárdenas del Río. A pesar de las vicisitudes políticas y económicas, este organismo educativo ha conseguido realizar un papel muy decoroso desde la

⁷³ Rodríguez Gasca, N. y Vargas Mendoza L. (2004) “Canal 11, joven a los 45 años”. En Revista El Cronista Politécnico. Nueva época, Año 5, número 20. Dirección de publicaciones IPN. México. P. 6.

⁷⁴ García Bernal, S. (1999) “Canal once a 40 años de su creación”. En Revista El Cronista Politécnico. Nueva época, Año 1, número 1. Dirección de publicaciones IPN. México. P.10.

⁷⁵ Toussaint, Florence (2009) *La televisión pública en México. Directorio y diagnóstico (2007-2008)*. Plaza y Valdés y UNAM. México. P. 72.

televisora; su labor ha sido reconocida en múltiples ocasiones por diversas instituciones como la UNESCO, entre otras.

Fue un primer paso en el debate por una televisión pública. Y quizá, el aviso político de la regulación formal de la industria, que en 1960, se concretó con una ley que hacía explícita la relación de los industriales con el Estado, a través de las concesiones y la participación del gobierno por medio de los permisos. El Capítulo Primero, referente a Concesiones y permisos señala:

Artículo 13. Al otorgar las concesiones o permisos a que se refiere esta ley, el Ejecutivo Federal por conducto de la *Secretaría de Comunicaciones y Transportes* determinará la naturaleza y propósito de las estaciones de radio y televisión, las cuales podrían ser: comerciales, oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o de cualquier índole.

Las estaciones comerciales requerirán concesión. Las estaciones oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o las que establezcan las entidades y organismos públicos para el cumplimiento de sus fines y servicios sólo requerirán permiso.⁷⁶

La norma estableció además, a través del artículo 59, la difusión de temas educativos, culturales y de orientación social, todos los días durante 30 minutos. Para efectos de coordinación se creó el *Consejo Nacional de Radio y Televisión*. Por otra parte, el artículo 60, obligaba a los concesionarios y permisionados, a transmitir de forma gratuita boletines y mensajes que la autoridad considerase necesario para la seguridad y defensa del territorio nacional y el orden público.

Hoy *Canal Once*, se encuentra inmerso en un escándalo mayúsculo, debido a que el presidente Felipe Calderón Hinojosa, decretó la creación del *Organismo Promotor de Medios Audiovisuales* (OPMA), con fecha 31 de marzo del 2010. Este organismo tiene personalidad jurídica y patrimonio propio, como organismo descentralizado de la *Secretaría de Gobernación*. Tiene como objetivo producir y distribuir contenidos audiovisuales por sí mismo o en colaboración con

⁷⁶ *Ley Federal de Radio y Televisión*. Diario Oficial de la Federación del 19 de enero de 1960.

dependencias de la administración pública. El 12 de julio, la presidencia de la república anunció un convenio de colaboración con ONCETV México para ampliar su cobertura.

Los legisladores aducen que no hay claridad jurídica en este convenio. Consideran que es una estrategia de Calderón para controlar y manipular los medios de comunicación gubernamentales y convertirlos en extensión de la oficina de comunicación de la presidencia de la república.

Jenaro Villamil, periodista especializado en medios de comunicación, asegura, en un artículo publicado en la *Revista Proceso*, que la idea del presidente es crear una tercera cadena nacional de televisión, dependiente de la *Secretaría de Gobernación*. Afirma que la propuesta surgió del director de *Canal Once*, Carlos Sariñana, con la intención de tener mayor control gubernamental de la información que emite la televisora desde sus noticieros y mesas de análisis político. Afirma Villamil que en la celebración de los cincuenta años de *Canal Once*, el 27 de marzo de 2010, el presidente hizo pública la idea y cita el discurso de Calderón:

Voy a aprovechar que están aquí algunos de mis colaboradores, el Secretario de Gobernación, que es el dueño de las señales... ¡Ah, no!, el de Comunicaciones y Transportes... ¡Ya no sé cual!, pero alguno de los dos, el Secretario de Educación Pública... les voy a pedir que se pongan de acuerdo y a ver a qué piedra se suben, pero que *Canal Once* pueda verse en todo el territorio nacional con señal abierta.

Continúa Jenaro Villamil:

La ambigüedad o aparente confusión no era casual. Dentro del gabinete estaba la disputa por quitarle a la *Dirección General de Televisión*

Educativa (DGTVE), de la SEP, la coordinación del organismo o de una posible tercera cadena.⁷⁷

Las sospechas de inconsistencia dan inicio con la creación, vía decreto presidencial, del OPMA, organismo que se convierte en un intermediario para “prestar” las frecuencias a *Canal Once*, en vez de otorgarle directamente las concesiones o permisos para el incremento de su cobertura. Sin duda es un mecanismo inusual, cuando la ley contempla los recursos jurídicos necesarios para el otorgamiento y ampliación de concesiones y permisos directos.

En los escenarios de la política, las lecturas de esta medida incitaron declaraciones que implicaban al gobierno federal en una estrategia de control de los medios y las frecuencias que limitaba el crecimiento y autonomía de las televisoras. Datos registrados en la página web de la televisora, indican que su cobertura es del 28 por ciento del territorio nacional, por señal abierta y el 90 por ciento a través de señales de cable y satélite. Con el convenio señalado, la expansión del servicio gratuito crecerá al 42 por ciento.⁷⁸

Al respecto y ante las suspicacias con relación a que el canal dejaría de pertenecer al IPN, para pasar al control de la *Secretaría de Gobernación*, la directora general del *Instituto Politécnico Nacional*, Yoloxóchitl Bustamante Diez, publicó un artículo en el periódico *La Crónica*, en donde aseguraba:

Es importante dejar claro que al potenciar su cobertura, el *Canal Once* no se diluye, sino que reafirma su vocación de televisión pública, cultural y educativa, que busca coadyuvar a la formación de ciudadanos críticos y reflexivos. No asume, ni podría hacerlo, compromiso político alguno, mucho menos filiaciones de carácter electoral. No se incorpora a la *Secretaría de Gobernación*, sino que se mantiene en la estructura de Educación Pública. El diseño de las barras de programación y de los contenidos de cada emisión seguirá estando bajo la responsabilidad de

⁷⁷ Villamil, Jenaro (2010) “Pretende gobierno TV amable por decreto”. En, Semanario Proceso, Edición 1748. México.

⁷⁸ Sitio web Canal Once, en <http://oncetv-ipn.net/> consultado el 07 de septiembre de 2010.

sus directivos que forman parte de la comunidad del *Instituto Politécnico Nacional*.⁷⁹

Con estas medidas, se prevé que *Canal Once*, brindará servicio a 50 millones de habitantes en la república mexicana.

El surgimiento de *Canal Once* fue el tardío parte aguas que posibilitó la participación del estado en la operación de canales de televisión. A través de una institución educativa, esta emisora tuvo objetivos académicos y educativos, sin pretensiones de competencia con la televisión privada, que para esas fechas, había recorrido ya un importante camino de consolidación.

2.1.2.2 Un canal en red nacional

En 1972, trece años después del nacimiento de *Canal Once*, Luis Echeverría Álvarez presentaba, en su Segundo informe como Presidente de la República, una acalorada defensa política a la decisión gubernamental de adquirir las acciones de *Canal 13*:

En semanas recientes se intensificó el debate en torno a la radio y la televisión. Es manifiesta la preocupación por fortalecer los derechos de la sociedad mexicana sobre esos medios y garantizar el correcto cumplimiento de las funciones que tiene asignadas...La conducta del Gobierno de la República se rige por la estricta observancia del orden jurídico. El régimen de la radio y la televisión es reflejo de nuestro sistema de economía mixta. Al Estado corresponde velar por el cumplimiento de los objetivos que la Ley señala a las empresas concesionadas del espacio aéreo. Estamos obligados a exigir que la imagen que llega a millones de niños y adultos no deforme los valores de nuestra convivencia, y que los

⁷⁹ Bustamante, Yoloxóchitl (2010) "Con su expansión, Canal Once no diluye, sino que reafirma su vocación de televisión Pública, cultural y educativa: Yoloxóchitl Bustamante". En *La Crónica de hoy*, sección: opinión, 5 de agosto de 2010. México.

adelantos de tecnología no se utilicen para fomentar servidumbres intelectuales.⁸⁰

El planteamiento de un modelo mixto, surgido con timidez a raíz de la aparición del canal del IPN, adquiere con esta decisión una dimensión de mayor relevancia. Sin embargo hay dos datos, aparentemente inconexos a la decisión gubernamental, que son dignos de tomar en cuenta:

Primero, la concesión original de XHDF-TV *Canal 13* fue otorgada en 1968 a *Corporación Mexicana de Radio y Televisión*, propiedad de Francisco Aguirre Jiménez, empresario que, después de 4 años de administración del medio televisivo, presentó graves problemas financieros y ante la inminente quiebra, una institución bancaria estatal absorbió la deuda, *Banca Somex* (Sociedad Mexicana de Crédito Industrial).

Segundo, es precisamente a finales de éste mismo año cuando se formaliza la creación de *Televisa*, con la fusión de *Telesistema Mexicano* (canales 2, 4, 5) y *Televisión Independiente de México* (canales 8 del D.F.; 9 de Guadalajara; 2 de Veracruz; y 2, 6 y 10 de Monterrey).

En el escenario político, la situación se mostraba difícil. La sombra de la crisis del movimiento estudiantil en 1968 acumulaba en la figura del presidente coraje, sospecha y descrédito. En ese entonces, Luis Echeverría era secretario de Gobernación y se le achacaba, en contubernio con Díaz Ordaz, la culpa de la matanza de estudiantes; sin olvidar que en 1971, se registró “el halconazo de Corpus Christi”, donde un grupo paramilitar victimó a estudiantes.⁸¹ La estabilidad socio-política mostraba debilidades inconmensurables. Los intentos de paliar las críticas llevaron al Ejecutivo a la toma de decisiones populistas al interior del país. Además, llevó a cabo una política exterior de cercanía a países de América Latina con proclividad a la izquierda.

⁸⁰ Echeverría, Luis (1972) *Segundo Informe de Gobierno*, en Instituto Nacional de Estudios Políticos, A. C. Memoria Política de México, en www.memoriapoliticademexico.org consultada el 11 de septiembre de 2010.

⁸¹ En noviembre de 2006, el Segundo Tribunal Unitario de Primer Circuito de Procesos Penales Federales, le decretó auto de formal prisión por el delito de genocidio por las matanzas de estudiantes en 1968 y 1971.

En el terreno económico, instrumentó la propuesta del *desarrollo compartido* que, en el discurso, abogaba por un progreso igualitario para todos, ya que, se argumentaba, durante la época del *desarrollo estabilizador*, la distribución de la riqueza fue para unos cuantos grupos empresariales. Dentro de las acciones relevantes, se dio la compra de empresas insolventes o en quiebra, para ser administradas por el gobierno, por la vía paraestatal, lo cual, según afirma Nora Lustig (1992)⁸², provocó desconfianza en los inversionistas y empresarios.

En el tema de los medios electrónicos, Echeverría propició un ambiente de crítica hacia los concesionarios de la radio y la televisión. La visión del poder gubernamental hacia la radio y la televisión no era ya la oportunidad de negocio que vieron Ávila Camacho y Alemán Valdés en su génesis empresarial. Encarnaba importancia ideológica que había que controlar tanto como a la prensa escrita. Esto no significa que antes no lo hubiera; el amasijo del poder político y los empresarios de los medios era permanente y con una larga historia. Sobre este tenor, el periodista e investigador Jacinto Rodríguez Munguía, documenta los hechos con un interesante hallazgo, producto de su trabajo de revisión en el *Archivo General de la Nación*; es un documento fechado el 17 de mayo de 1967, donde, el entonces presidente de la República, Gustavo Díaz Ordaz nombra Consejero a Azcárraga Milmo:

Me es grato repetirle que he seguido su consejo, al parecer con resultados muy halagüeños, utilizando radio y televisión y le reitero, una vez más, mi reconocimiento por el interés que en varias ocasiones ha mostrado por servir al país y al Gobierno...En atención a servicios tan estimables, me he permitido nombrarlo mi Consejero en materia de Radio y Televisión. Le ruego acepte serlo, aunque los honorarios no son importantes, pues únicamente consistirán en una moneda de oro al año. Por adelantado, le estoy remitiendo dos años de salario.⁸³

⁸² Lustig, Nora (1992). *México. Hacia la Reconstrucción de una Economía*. Colmex-FCE. México.

⁸³ Rodríguez Munguía, Jacinto (2007) *La otra guerra secreta. Los archivos prohibidos de la prensa y el poder*. Random House Mondadori. México. P. 261.

A raíz del inicio de transmisiones de *Canal Once*, quedó abierto el escenario del modelo mixto: con la *Ley federal de radio y televisión*, se apuntaló la convergencia de la televisión comercial y la permitida.

Considero que estas medidas, más que una preocupación por dotar al país de una televisión pública, estaban realmente encaminadas a sostener una presión permanente para la negociación y conciliación de intereses entre el poder político y el mediático. Si a la prensa escrita se le controlaba a través de la *Productora e Importadora de Papel S.A. (PIPSA)*, había que generar mecanismos para el mismo efecto hacia los medios electrónicos.

Precisamente ante el decreto de esta ley, los empresarios manifestaron repudio y la calificaron como amenaza a la libertad de expresión e instrumento para el control de procesos electorales; es una posición que han mantenido a lo largo de la historia y que sigue manifiesta en la actualidad, ante la inminencia de reformas o adiciones a la normatividad.

Seguendo a Rodríguez Munguía (2007), desde la *Secretaría de Gobernación* Luis Echeverría se mostró preocupado por el control de los medios de comunicación, "su historia deja ver que sabía muy bien que sin los medios, los sueños de poder no eran más que sombras"⁸⁴. En el mensaje político de su segundo informe, el presidente afirmó:

Hay pequeños grupos que se aferran al pasado, que se oponen a la necesaria sustitución de unas generaciones por otras y que se agitan en defensa de anacronismos. Pero la nostalgia y el resentimiento nunca han podido invertir el curso de la historia. Vivimos una nueva realidad, ya no es posible la súbita creación de núcleos de poder o de fortunas como las que se conforman entre los vaivenes de una joven revolución o entre las contradicciones de un naciente proceso industrial.⁸⁵

⁸⁴ Id. P. 63.

⁸⁵ Echeverría, Luis (1972) *Segundo Informe de Gobierno*, en Instituto Nacional de Estudios Políticos, A. C. Memoria Política de México, en www.memoriapoliticademexico.org consultada el 11 de septiembre de 2010.

Las críticas al funcionamiento de la radio y la televisión, al inicio de la administración echeverrista, tenían intereses específicos de control de los medios de comunicación. De acuerdo con Alejandro Olmos, había duras críticas a la excesiva comercialización y la apología de la violencia:

Esa insistencia por parte del gobierno para que la televisión fomentara valores, educara, transmitiera y difundiera aspectos culturales, influyó para crear un ambiente de confrontación y pugna entre el sector público y privado. Incluso se llegaron a cancelar diversas series de TV por su alto contenido de violencia. Para los industriales del ramo, esta situación no pasaba de un simple acto de presión, sin embargo creció su preocupación cuando un funcionario de la *Presidencia de la República* planteó, a finales de 1971, la necesidad de la nacionalización de la radio y la televisión.⁸⁶

La política populista involucraba, imprimir al discurso, una evidente lejanía con las fuerzas económicas. Este intento de control, implicó la creación de un organismo regulador de los permisos y concesiones que se otorgarían en el futuro: en diciembre de 1970, se creó la *Subsecretaría de Comunicaciones y Transportes*, que tenía además la encomienda de producir y difundir programas gubernamentales.

Tampoco debe soslayarse, en este escenario, la política exterior de ese momento. Luis Echeverría mantuvo fuerte participación en organismos internacionales. Impulsó su propuesta de la *Carta de los derechos y deberes económicos de los estados ante la Organización de las Naciones Unidas*, la que fue aprobada en 1974, como parte integral de la *Declaración universal de los derechos humanos*. Propició también relación estrecha con países como Chile, Cuba, Unión Soviética, China Popular, además de realizar diversos viajes por el mundo. Fue un activista internacional en franca simpatía con la izquierda, aunque al interior del país la reprimió con ferocidad, a través de la llamada *Guerra Sucia*.

⁸⁶ Olmos, Alejandro (1998) "Del Canal 13 a TV Azteca". En *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*, Sánchez Armas, Miguel (Coord.) Revista Mexicana de Comunicación. México. P. 106.

Basta recordar los movimientos de Genaro Vázquez Rojas y Lucio Cabañas, quienes fueron victimados en ese periodo. Al final de su periodo presidencial, Luis Echeverría se promovió como candidato a secretario general de la ONU, lo cual no logró pues fue nombrado el peruano Javier Pérez de Cuéllar.

El tratamiento que dieron los medios, sobre todo la televisión, a la represión de estudiantes perpetrada por el grupo paramilitar denominado halcones, el 10 de junio de 1971, provocó la rispidez del gobierno federal y un elemento de presión por su parte consistió en alentar la creación de una televisión de participación estatal e inclusive permaneció en el ambiente político y empresarial la amenaza de nacionalización. La crisis de los empresarios que usufructuaban la concesión de *Canal 13* facilitó el siguiente paso, así que el 15 de marzo de 1972, el gobierno mexicano se adjudicó la operación de este medio televisivo.

El 21 de marzo, seis días después del anuncio de la estatización de *Canal 13* vía decreto, surge la *Dirección General de Televisión Cultural de México* (TCM), con la finalidad de promover la educación a través de materiales producidos por la *Secretaría de Comunicaciones y Transportes* (SCT) y difundidos por la televisión privada, en el 12.5 por ciento de los tiempos oficiales a los que, por ley, el gobierno tenía derecho. Además, se le faculta para involucrarse en el diseño y producción de la programación de los canales 11 y 13, propiedad del Estado:

Todo este tiempo equivalía, a mediados de 1972, a 7 horas con 15 minutos diarios de lunes a viernes, a 12 horas los sábados y a 13 horas los domingos. Con TCM, el gobierno echeverrista intentaba rescatar, al menos en parte, la obligación del Estado de ocupar su papel en la tarea educativa y formativa de la televisión.⁸⁷

⁸⁷ Guerrero, Gilberto (1999) "La aguja en el pajar". En *Apuntes para una historia de la televisión mexicana II*, Sánchez Armas, Miguel (Coord.) Revista Mexicana de Comunicación. México. Pp. 122-123.

Karin Bohmann⁸⁸ afirma que la primera denominación de TCM fue *Televisión Rural del Gobierno Federal*:

El 2 de mayo de 1972, se publicó en el *Diario Oficial de la Federación* (DOF) el decreto que autorizaba a la SCT la ejecución del plan y de los proyectos de *Televisión Rural del Gobierno Federal*. El entonces subsecretario de radiodifusión, Manuel Álvarez Acosta, propuso sin embargo que aquellos tuvieran un mayor alcance entre todos los mexicanos, con una denominación distinta. Fue entonces que se crearon los *Servicios Generales de Televisión Cultural de México* (TCM). Dicha instancia produjo e importó series de tipo educativo y de orientación que estaban pensadas para configurar la programación de un canal diferente (se comenzaba a experimentar con la frecuencia ultra alta), pero que a la postre fueron utilizadas para aprovechar el llamado tiempo oficial en los canales de televisión abierta.⁸⁹

A través de 37 estaciones, que estaban destinadas al proyecto inconcluso denominado *Red Federal de Estaciones de Televisión, Televisión Cultural Mexicana*, tendría la posibilidad de emitir programas de corte educativo, cívico y cultural. Oaxaca fue el estado que contó con la primera estación de TCM, inaugurada en ese mismo mayo por Luis Echeverría, como un primer paso a la vasta red que significaría la televisión cultural para el país. Sin embargo:

Televisión Cultural de México (TCM), por su baja producción, se convierte, más que en un canal impulsor de la educación en un transmisor de la programación de canales privados y sólo difunde actos oficialistas y cívicos como desfiles y actividades presidenciales. Con todo y sus fallas,

⁸⁸ Bohmann, Karin (1994) *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*, Alianza Editorial. México. P. 113.

⁸⁹ López Veroni, Felipe (1998) "Aproximaciones a la televisión cultural". En *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*, Sánchez Armas, Miguel (Coord.) Revista Mexicana de Comunicación. México. P. 296.

el estado había cimentado ya las bases para configurar su infraestructura técnica en materia televisiva.⁹⁰

La política de economía mixta permitió también que el esquema de concesión continuara en *Canal 13*, es decir, era una estación que contaba con todas las posibilidades de comercialización, al igual que la televisión privada. Incluso se mantuvo el nombre de la empresa, *Corporación Mexicana de Radio y Televisión, Sociedad Anónima*:

Antonio Menéndez es el actual Director General. Bajo su administración *Canal 13* trabaja en forma autofinanciable, buscando un contenido cultural, social, histórico y de orientación en sus programas. Hay planes definidos para que *Canal 13*, actualmente sólo de alcance local (Valle de México), tenga cobertura nacional a más tardar en un año.⁹¹

No fue posible. El canal sufrió permanentemente problemas financieros, mala administración, engrosamiento de personal burocrático y poca atención del gobierno federal. Incluso fue solamente hasta 1976, cuando se le dotó de instalaciones adecuadas. En enero de 1974, fue nombrado director del canal el político, en aquel tiempo priista, Enrique González Pedrero, y fue precisamente en la inauguración del nuevo edificio que albergaría al canal, donde rindió su primer informe. El investigador Antonio Zarur, acude a ese hecho:

Mientras el Estado invierte en la expansión de la red de micro-ondas, misma que se pone al servicio de la televisión privada, paradójicamente la televisión estatal está reducida en su cobertura. En 1973, según Enrique Pedrero González, *Canal 13*, cubre apenas el 70 por ciento del área metropolitana de la ciudad de México. Y qué decir de *Canal 11*, que

⁹⁰ Ahumada, Rafael (1997) *El papel del estado mexicano como emisor televisivo*. Textos en ciencias políticas. UNAM. México. P. 27.

⁹¹ Prieto Mejía, Jorge (1972) *Historia de la Radio y la T.V. en México*. Octavio Colmenares, Editor. México. P. 194.

funcionaba desde 1959 virtualmente marginado del panorama de la televisión nacional.⁹²

Los avances en el sexenio 1970-1976 no fueron tan evidentes como el discurso oficial anunciaba. La participación del gobierno en la gestión televisiva, en convivencia con la empresa privada, no dio los resultados anunciados por el presidente Echeverría en su segundo informe. Comprometió contenidos nacionales, más cultura, información veraz y entretenimiento sano. Habló de corresponsabilidad entre concesionarios y gobierno para garantizar la dignidad del pueblo y anunció que se estudiaban medidas reglamentarias que “harán lo necesario y pronto, para salvaguardar el interés superior del país”.⁹³

Al mismo tiempo González Pedrero, había definido, en su toma de posesión en 1974, los objetivos que perseguía la televisión de Estado:

Promover un sistema nacional de televisión para contribuir a la integración social, y a la modernización, superando la concepción exclusivamente publicitaria de la televisión privada...el camino de la televisión de Estado debería tener una operación mixta, centralizada en lo relativo a su producción –parte de su programación se difundiría a nivel nacional– y descentralizada en la difusión de programación local y regional, para permitir la expresión de la provincia mexicana.⁹⁴

⁹² Zarur Osorio, Antonio (1977) *Gestión estatal y televisión pública en México 1972 – 1993*. Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Azcapotzalco. México. En www-azc.uam.mx, consultada el 20 de septiembre de 2010.

⁹³ Echeverría, Luis (1972) *Segundo Informe de Gobierno*, en Instituto Nacional de Estudios Políticos A. C. Memoria Política de México, en www.memoriapoliticademexico.org, consultada el 11 de septiembre de 2010.

⁹⁴ Citado por Olmos, Alejandro (1998), en *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*, Revista Mexicana de Comunicación. México, en el capítulo *Del canal 13 a TV Azteca*. p. 107.

González Pedrero agregaba la necesidad de restablecer un equilibrio en la responsabilidad social en el uso de los medios, asegurando que los grandes consorcios cancelaban la libre competencia.

No fue posible. Nuevamente la asociación de los intereses privados reunidos en la naciente *Televisa*, impidieron el avance previsto. La capacidad de negociación entre los poderes fácticos volvió a mostrarse: aduciendo problemas de insana competencia y complicaciones para la captación de publicidad, surge el más grande monopolio de radiodifusión en el país, de acuerdo con Fátima Fernández, como una estrategia de fortalecimiento político-financiero ante los planes de gobierno federal:

En 1973 y en 1975 los concesionarios organizados evitan la promulgación de una nueva *Ley federal de radio y televisión* que según había sido anunciada por el Presidente Luis Echeverría, modificaría sustancialmente el régimen de concesiones a que estaba sujeta la industria de la radio y la televisión. En este periodo los dos grandes grupos económicos que manejaban la televisión comercial: Azcárraga-Alemán y Monterrey se fusionaron en una misma sociedad dando lugar al consorcio *Televisa, S. A.*, que se encargó de ejercer presión. En lugar de la ley anunciada se publicó en el *Diario Oficial* del 4 de abril de 1973 un Reglamento que ampliaba aún más las facilidades que la Ley de 1960 concede a los industriales privados. Otra presión de este grupo, que no requirió más de la *Cámara de Radio y TV* ni de la AIR (*Asociación Interamericana de Radiodifusión*) para su trabajo político, se dio en 1979. En presión directa ante el Presidente de la República frenó el proyecto de la fracción progresista de la burocracia política, que intentaba legislar en materia de radio y televisión para dar participación en la emisión de programas a distintos sectores sociales. Ante la presión de los industriales privados el Presidente López Portillo prometió no legislar al respecto, pese a que la

Constitución se había modificado en 1977 para dar cabida al proyecto en cuestión.⁹⁵

Con relación al reglamento promulgado por el gobierno, Miguel Ángel Granados Chapa expuso:

Todo fue, sin embargo, sólo fuego de artificio. La querrela, aparente o real, entre Estado y medios electrónicos se resolvió en una victoria para éstos. En efecto, el 4 de abril de 1973, apenas unos meses después de la presunta embestida gubernamental contra la radio y la televisión, el Ejecutivo dictó un reglamento que favorecía el interés de los concesionarios. Se trata del *Reglamento de la ley federal de radio y televisión y de la Ley de la industria cinematográfica*, relativo al contenido de las transmisiones de radio y televisión.⁹⁶

En la agenda pendiente quedaron diversos temas: una nueva ley, el sistema nacional para la integración social, la modernización de los canales de gobierno, la expresión de la provincia mexicana, la operación mixta, el equilibrio en la competencia y el interés superior del país. Los hechos rebasaron al discurso; en este tenor, Luis Echeverría despidió su gobierno sin aceptar una capitulación de los planes originales de su gobierno:

En el campo de la televisión, el gobierno cumplió sus funciones reguladoras y de vigilancia al retirar, por primera vez, la presentación de algunas series de contenido antisocial. Al mismo tiempo, abrió nuevas opciones al receptor con la administración directa de un canal nacional, el 13, que junto con el *canal 11 y Televisión Cultural de México* han sentado las bases de una comunicación colectiva acorde con las aspiraciones de

⁹⁵ Fernández, Fátima (1987) *Algo más sobre los orígenes de televisión latinoamericana*. Consultado en www.iteso.mx, el 15 de septiembre de 2010.

⁹⁶ Granados Chapa, Miguel Ángel (1981) "1970-1976, un sexenio de comunicación", en *Connotaciones*, Núm. 1. México: Ediciones El Caballito/Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, Pág. 27.

superación y con los sentimientos de solidaridad que alienta nuestro pueblo. Lejos de menoscabar la libertad de expresión, la participación del Estado en el cine, la radio y la televisión ha abierto nuevas alternativas a la libertad de los mexicanos y al tipo de producción cultural y artística que verdaderamente desean. Asumimos la tarea de rescatar la capacidad de apreciación estética del pueblo, pero ello es también responsabilidad de la comunidad artística y cultural.⁹⁷

No obstante, no todo fue pérdida. Si bien resulta evidente que en el sexenio de Ávila Camacho y Miguel Alemán se privilegió el negocio y el contubernio de los poderes fácticos y que en la administración de 1970-1976, hubieron claroscuros, que apuntaron más al control político de la información y la noticia expresada en los medios privados, también quedó manifiesta una corriente que pugnaba por el equilibrio entre los sectores privado y gubernamental.

En su texto, *Los medios en México*, Enrique Sánchez (2009)⁹⁸ cita a Miguel Alemán, en un intento de matizar el modelo mixto de televisión en el país. El socio de *Televisa* denomina *fórmula mexicana de televisión*, a la supuesta pluralidad de participación privada y gubernamental y afirmaba que, la comunicación nacional es posible con *Canal 2*, el *Canal 4* se dedica a la urbana, *Canal 5* atiende al público mundial y *Canal 8* retroalimenta el ámbito nacional; en cuanto a los canales de gobierno argumenta que el *11* se dedica a lo educativo y el *13* a la cultura. Los gobernantes pueden comunicarse con el público a través del 12.5 por ciento que corresponde al Estado en los medios televisivos de corte comercial. Burda manera de marginar el desarrollo del modelo mixto promovido en el gobierno echeverrista. Veintiséis años después de la aparición de la primera estación televisiva, el corte comercial continuaba su poderío.

⁹⁷ Echeverría, Luis (1976) *Sexto Informe de Gobierno*, en Instituto Nacional de Estudios Políticos A. C. Memoria Política de México, en www.memoriapoliticademexico.org, consultada el 30 de septiembre de 2010.

⁹⁸ Sánchez Ruíz, Enrique (2009) *Los medios en México, (Prensa, Radio, Televisión y Cine) 1968-2000*. Consultado en www.mexicanadecomunicacion.com.mx, el 15 de septiembre de 2010.

2.1.3 La televisión pública y privada: ¿modelos en coexistencia?

El sexenio de José López Portillo (1976-1982) fue desastroso en diversas áreas de la vida nacional. El dispendio y el tráfico de influencias estuvieron al orden del día. El slogan de campaña del solitario candidato: *la solución somos todos*, se convirtió en burla y chiste recurrente a través de la deformación de la frase por: *la corrupción somos todos*. Tan profundamente se impregnó la aversión social hacia este sexenio de nepotismo y despilfarros que el candidato posterior, Miguel de la Madrid Hurtado, propondría con su lema de campaña una *renovación moral*.

El sexenio empezó lleno de expectativas ante el alza de los precios del petróleo que auguraba un futuro más certero para el país, pero culminó en una de las más agudas crisis y deuda pública.

En materia de medios de comunicación adelantamos, a través de Beltrán, una posición del gobierno, que habría de ser recurrente en esta etapa, el contubernio con los intereses empresariales y caprichos familiares. Así, Margarita López Portillo fue designada responsable de la *Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía* (RTC), bajo la dependencia de la *Secretaría de Gobernación*. Fue en 1977, cuando se creó este organismo como regulador de los contenidos de los medios y, en teoría, garante de la aplicación de la *Ley federal de radio y televisión*. En el seno de esta dependencia nació la *Productora Nacional de Radio y Televisión* (PRONARTE) con la finalidad de producir programas educativos y de corte social, para ser transmitidos en los tiempos oficiales y a través de *Televisión Rural de México* (TRM), la cual extendió más de 121 repetidoras en el país.

Es en este periodo cuando se evidencian dos bloques de poder en el ramo televisivo, los medios privados con toda la capacidad de influencia y negociación con el presidente y los medios gubernamentales a través del coto de influencia de la hermana del presidente López Portillo. Inicia así una difícil coexistencia entre ambos modelos televisivos. En el ámbito de la televisión gubernamental, uno de los grandes problemas fue la definición del perfil que habría de seguirse en su programación. Por un lado, estaba la corriente que pretendía hacer una televisión diferente a la del consorcio privado, argumentaba que no debía regirse por la

emergencia publicitaria sino responder a objetivos políticos, culturales y sociales propios de un aparato gubernamental; y, por otro frente, los que abogaban por un corte comercial que compitiera con *Televisa*, con la finalidad de obtener financiamiento. Aunado a esto, el engrosamiento de la burocracia, la poca o nula eficiencia administrativa, los permanentes cambios de directores, entre otros problemas como la corrupción, provocaban el caos. Al final dominó la tendencia hacia la imitación del modelo comercial. Una “mala copia de la televisión privada”, asegura Antonio Zarur y afirma:

Margarita López Portillo, es el personaje más nefasto que se atravesó en la vida de la televisión estatal. La creía suya y así la manejó. Caprichosa y veleidosa, embriagada del poder por estar cerca del presidente, más cerca que nadie. "Es mi piel" decía ella, y manejó la televisión y en general los medios del estado, como de su patrimonio personal. El signo del presidencialismo autoritario y simulador presidió, otra vez, en esos seis años de vida de la televisión estatal.⁹⁹

Los vaivenes de la televisión estatal no evidenciaron un proyecto definido para su desarrollo. Un amplio porcentaje de su programación consistía en retransmitir programas que procedían de la televisora comercial, incluso se afirma que la titular de RTC, hermana del presidente, veía con buenos ojos la fusión de los canales de estado a la empresa privada *Televisa*. Enrique Sánchez recurre a declaraciones de Margarita López Portillo, “quisiéramos que Televisa participara más en la *Televisión Rural*, ya que este medio es la salvación cultural del país”.¹⁰⁰ Antonio Zarur cita otra parte del discurso, que agregamos por su importancia:

Delirante Margarita López Portillo, declaró que: "Las dos empresas – *Canal 13* y *Televisa*– deberían unificarse y formar la televisión mexicana,

⁹⁹ Zarur Osorio, Antonio. *Gestión estatal y televisión pública en México 1972–1993*, consultado en www.azc.uam.mx, el 7 de septiembre de 2010.

¹⁰⁰ López Portillo, Margarita, citada en Sánchez, Enrique (1981) *Los medios masivos y el poder en México. Un marco histórico empírico mínimo para su estudio*, consultado en ccdoc.iteso.mx, el 15 de septiembre de 2010. La cita es referida por el autor de *Revista Proceso*, Núm. 189, 16 de junio de 1980, P. 44.

porque solo así estaremos en posibilidades de cumplir eficazmente nuestra tarea”.¹⁰¹

Esta era la posición de quién tenía bajo su responsabilidad la conducción de la política televisiva del gobierno federal. *Canal 13* contaba con 26 estaciones, que posibilitaba una cobertura muy amplia en el territorio nacional, no competía con el consorcio privado que contaba con 53 estaciones, pero era la segunda en importancia. Es a partir de esta red que, en 1978, surgen los *Centros de Producción Regional* en diversos estados de la República, los primeros en Aguascalientes, Guanajuato, Guerrero, Oaxaca, San Luis Potosí, Tlaxcala, Veracruz y Chiapas. Estos centros de producción obtenían un breve espacio al enlazarse, por tiempos que fluctuaban entre las dos horas o media hora en algunos casos, a la señal de *Televisión Rural de México*, que a partir de entonces se denominó *Televisión de la República Mexicana*. Estos centros regionales fueron la base para la formación de personal y la adquisición de equipo mínimo, que después permitió a algunos de los estados del país, constituir sus propios sistemas locales de televisión.

En 1982, Miguel de la Madrid Hurtado, quien fuera Secretario de Programación y Presupuesto del sexenio que terminaba, asume la presidencia; en su primer informe realizó una ponderación del contexto mexicano de aquellos días:

El primero de diciembre inicié mi mandato en medio de una profunda crisis económica que conmovía a toda la sociedad. Estábamos en riesgo de confrontación, con un clima interno de gran desconfianza e incertidumbre y con severos problemas con el exterior. Por ello, los aspectos económicos de la crisis amenazaban con transformarse en una seria dislocación social y política. El sistema que nos hemos dado los mexicanos estaba en riesgo. Si nos abandonábamos a la inercia, o por no afectar intereses optábamos por una política gradualista, la patria podría haberse afectado gravemente. La situación era de emergencia:

¹⁰¹ Id.

El nuevo gobierno encontró una economía caracterizada por el desplome y el retroceso de la producción, con hiperinflación, desempleo creciente, aumento explosivo del déficit público y del circulante, caída del ahorro canalizado a través del sistema financiero, devaluación aguda del peso y pérdida de soberanía monetaria, agotamiento de las reservas internacionales, una deuda externa de magnitud sin precedente y la virtual suspensión de pagos a nuestros acreedores internacionales, con la consecuente interrupción de nuestras relaciones económicas con el exterior.¹⁰²

Y en el histórico reinvento sexenal de la nación, se tomaron diversas medidas para paliar la situación que se presentaba, en materia de comunicación social, el presidente de la Madrid afirmó:

La comunicación social es fenómeno esencial de la vida política y cultural del desarrollo nacional. La norma fundamental en esta materia es la libertad, tal como lo señalan la constitución y las leyes.

En el *Plan nacional de desarrollo* se ha definido la política de comunicación social y sus compromisos, después de haber consultado a la sociedad en amplios foros participativos. El gobierno ha reorganizado, con un amplio acento institucional sus propios medios. Para tal efecto, ha reforzado su órgano periodístico oficial –*El Nacional*– y ha establecido, como organismos descentralizados, los *Institutos Nacionales de Radio, Televisión y Cinematografía*, buscando dar mayor congruencia, efectividad y mejor servicio a la comunidad. En las relaciones del Gobierno con los medios particulares de comunicación, la política está fijada en la Constitución y en las leyes respectivas.¹⁰³

¹⁰² De la Madrid Hurtado, Miguel (1983) *Primer informe de gobierno, 1º. de diciembre de 1983*. P. 37 consultado en www.biblioteca.tv/ el 6 de diciembre de 2010.

¹⁰³ Id. P. 48.

La sombra de la nacionalización de la banca estaba presente en el inicio de este sexenio (1982–1988), lo cual inquietaba a los dueños de la televisión comercial; en otro apartado del informe, el presidente selló en forma discursiva un pacto de no agresión:

No pretendemos estatizar la economía: tenemos un sistema de economía mixta que exige equilibrio entre la actividad del Estado y la de los particulares. Preferimos un Estado fuerte y eficiente a un Estado obeso e incapaz.¹⁰⁴

El *Instituto Mexicano de Televisión* (IMEVISION) aglutinó a *Canal 13* y su red nacional, *Canal 22* del Distrito Federal, *Canal 7* y sus 99 repetidoras, el 8 de Monterrey, 2 de Chihuahua y 11 de Ciudad Juárez, además de la *Productora Nacional de Radio y Televisión* (PRONARTE) y la red *Televisión de la República Mexicana* (TRM). Al disolverse TRM, los centros de producción de la mayoría de los estados se integran a este nuevo organismo, mientras que otras entidades habían logrado establecer sus propios sistemas estatales de televisión:

¹⁰⁴ *Ibíd.* P. 64.

Cuadro 5: Sistemas estatales por año de adjudicación.

Estado	Siglas	Año de instalación
Veracruz	XHGV, Canal 4 MAS	Enero 1980
Guanajuato	XHLEG, Canal 4 de León XHGUG, Canal 9 (repetidora en la capital del estado)	Septiembre, 1980
Yucatán	XHSTV, Canal 13	Febrero, 1981
Hidalgo	XHPAH, Canal 3	Abril, 1982
Sonora	XEWH, Canal 6	Mayo, 1984
Estado de México	XHGEM, Canal 12, Televisión Mexiquense	Septiembre, 1984
Tabasco	XHSTA, Canal 7	Septiembre, 1983
Nuevo León	XHMNL, Canal 28	Marzo, 1984
Michoacán	XHMOR, Canal 2	Septiembre, 1984
Quintana Roo	XHLQR, Canal 7	Febrero, 1985
Aguascalientes	XHCGA, Canal 6	Enero, 1987
Guerrero	XHHCG, Canal 7	Junio, 1987
San Luis Potosí	XHSLS, Canal 9	Septiembre, 1987
Campeche	XHCCA, Canal 4	Octubre, 1988
Colima	XHAMO, Canal 11	Junio, 1989
Tlaxcala	XHTLX, Canal 5	Agosto, 1989
Jalisco	XHGJG, Canal 7	Enero, 1991
Oaxaca	XHAOX, Canal 9	Marzo, 1991
Chiapas	XHTTG, Canal 10	Septiembre, 1993
Morelos	XHCMO, Canal 3	Febrero, 1993
Baja California Sur	XHBZC, Canal 8	Mayo, 1994

Elaboración propia, basado en Sánchez Armas, Miguel (1998), 2011.

En este largo tramo de la historia de la televisión, la coexistencia no fue posible, la tensión había sido permanente. La presencia de ambos modelos de televisión nunca fue de comprensión recíproca sobre las tareas que a cada una le correspondían, tampoco se obtuvo un trato igualitario en el marco legal y se han registrado constantes intervenciones del sector empresarial para acumular el control de los medios y evitar el crecimiento sostenible de los medios permisionados.

El abandono del Estado al modelo estatal, mantuvo a la televisión en una indefinición calculada, que conservó en el ostracismo la tarea que se esperaba de una televisión propiciadora de desarrollo social. Los compromisos básicos que se puntualizan en la ley quedaron al margen, para ser utilizada como fuente de

empleo para pequeños grupos de familiares y amigos privilegiados, que formaron estructuras de corte gansteril.

Ante esta indefinición calculada, la televisión pública no se hizo posible en el transcurrir de los diferentes sexenios. Nunca se ejecutaron planes a largo plazo para su desarrollo tecnológico, ni proyectos integrales para un ejercicio coherente con visión de trabajo político, social y cultural. Se descuidó el poder de los medios y fue entregado a fuerzas económicas con interés de lucro y consumismo. Todo esto, por supuesto favoreció a la iniciativa privada, y fue aprovechado por los empresarios para fortalecer el gran proyecto comercial de *Televisa*, y, a partir de la presidencia de Carlos Salinas de Gortari, la presencia de *TV Azteca*.

Con un proyecto de liberalismo social, el gobierno de Salinas de Gortari dio un giro a la política económica del país, con la finalidad de sanear al sector público. El *Tratado de Libre Comercio de América del Norte* (TLCAN) y la privatización de empresas, entre otras medidas, cambiaron el rumbo de la política económica. Su tesis fundamental era que el Estado debía alejarse del manejo de empresas no prioritarias y dedicarse a gobernar:

He propuesto como estrategia del cambio la modernización de México... Durante muchos años, cuando fue necesario promover las grandes organizaciones sociales e impulsar la industrialización del país, el Estado generó dependencias y organismos públicos para canalizar recursos y estímulos, construir infraestructura y servicios. Desplegó una política proteccionista y de subsidios para defender los pequeños y grandes esfuerzos iniciales...Adquirió empresas en dificultades financieras para salvar la fuente de trabajo y apoyar las cadenas productivas...Podemos decir hoy, a la vista de los resultados, que éstas no fueron siempre decisiones apropiadas.¹⁰⁵

¹⁰⁵ Salinas de Gortari, Carlos (1989) *Primer informe de gobierno*. Consultado en www.diputados.gob.mx, el 8 de diciembre de 2010. P. 27.

La explicación era sencilla y se basaba en la historia de ineficacia administrativa y corrupción que erosionaba el ejercicio gubernamental. En el primer año de gobierno se redujeron las paraestatales de mil 155 a 618 y a finales de 1993, solamente quedaban 48 empresas bajo la tutela gubernamental:

La desincorporación de empresas públicas no estratégicas responde hoy a un principio de fidelidad con el carácter social y nacionalista del Estado. Desincorporar empresas no es renunciar a regular y conducir el desarrollo nacional, porque no es condición única de la rectoría del Estado la propiedad de las empresas, sino fundamentalmente el ejercicio de la autoridad en beneficio del pueblo.¹⁰⁶

Las privatizaciones respondieron a la operación deficitaria que el gobierno venía realizando de empresas inmobiliarias, bancos, ingenios, hoteles, *Telmex* y por supuesto *Imevisión*.

En plena era del neoliberalismo, el gobierno vende a la iniciativa privada los canales 13 y 7 con su red nacional. La *Secretaría de Gobernación* anuncia la privatización en marzo de 1992; al siguiente año, la *Secretaría de Hacienda y Crédito Público* da a conocer oficialmente las bases para la adjudicación del paquete de medios:

Para entonces la situación de la televisora estatal se había modificado ya sensiblemente, pues con el propósito de obtener la concesión, en vez del permiso, para la operación del *Canal 7*, se crearon nueve empresas que la obtuvieron: *Impulsora de Televisión del Centro*, *Corporación Televisiva de la Frontera Norte*, *Impulsora de Televisión del Norte*, *Corporación Televisiva del Noreste*, *Compañía de Televisión de la Península*, *Compañía Mexicana de Televisión de Occidente*, *Televisión Olmeca* y *Televisora Mexicana del Sur*; y además se liquidaron el *Instituto Mexicano de Televisión* y la *Corporación Mexicana de Radio y Televisión* creándose

¹⁰⁶ Id. P. 45.

una nueva empresa denominada *Televisión Azteca*, que no tenía pasivos, se habían desmantelado los feudos y el personal no superaba los cuatrocientos.¹⁰⁷

Participaron en la subasta cuatro grupos y se adjudicó, en paquete, a *Radio Televisora del Centro*, propiedad de Ricardo Salinas Pliego. Se quedaron en el camino *Grupo Medcom*, *Geo Multimedia* y *Cosmovisión*. Terminó así la participación del gobierno federal en la televisión de alcance nacional. Persisten en ámbitos muy restringidos, *Canal Once*, propiedad del *Instituto Politécnico Nacional* y *Canal 22*.

Se fortalece el modelo comercial de televisión con la presencia de dos grandes corporativos, que dominan el espectro comunicativo en red nacional: *Televisa* y *TV Azteca*, pero este hecho propició también la necesidad de resolver los casos específicos de aquellos proyectos audiovisuales que dependían del sistema de televisión gubernamental, el de la productora de Chiapas, entre ellos, que habría de buscar su propio camino.

2.2 Caminos hacia *Canal Diez*

La visión de modernización y desarrollo que permeaba en el ámbito nacional tuvo cobijo en nuestra región, pues se consideraba que la sola presencia del medio tecnológico era una extensión hacia el progreso. Sin duda un reducto de la racionalidad instrumental de una sociedad industrial emergente muy lejana de la realidad chiapaneca, donde las viejas estructuras pre-capitalistas persisten en la mayoría de las regiones de la entidad, se mantienen comunidades cerradas, aisladas o escasamente comunicadas, son evidentes las diferencias entre las zonas rurales, étnicas y urbanas. Sumando además las características orográficas del territorio que dificultan la transmisión de señales radioeléctricas.

¹⁰⁷ Zarur Osorio, Antonio. *Gestión estatal y televisión pública en México 1972-1993*, consultado en www.azc.uam.mx, el 7 de septiembre de 2010.

La participación de los gobiernos estatales en los proyectos audiovisuales inició a raíz de la iniciativa de la *Dirección General de Radio y Televisión y Cinematografía* (RTC), organismo del gobierno federal, incrustado en la Secretaría de Gobernación. Los pioneros fueron los estados de Guanajuato, Tlaxcala, Oaxaca y Veracruz, quienes producían y transmitían programas de corte folclorista y noticieros con información de las acciones gubernamentales locales, en el breve espacio que desenlazaban la señal de *Imevisión*. Los convenios eran específicos al señalar lo que debía transmitirse en los espacios estatales, si bien con algunos matices administrativos: en el caso de Oaxaca, por ejemplo, el gobernador, Eliseo Jiménez Ruiz, firmó en 1979 un convenio que estableció que el gobierno federal pagaría los salarios de los empleados del Centro y dotaría el equipo necesario para la producción y transmisión de los programas; en el caso de Chiapas, el gobierno encabezado por Juan Sabines Gutiérrez, convino con RTC, en 1980, que la dependencia federal instalaría un transmisor y daría asistencia técnica, mientras que la administración estatal se encargaría de proporcionar el terreno y la instalación del centro de producción. Así en 1981 inician formalmente, desde Tuxtla Gutiérrez, dos horas de transmisión a través de TRM:

El lunes primero de junio, sin inauguración formal, comenzó a emitirse en vivo *Horizonte informativo*, un noticiario que se enlazaba a la red de Televisión de la República Mexicana a partir de las nueve de la noche¹⁰⁸

En 1983, el noticiero cambia de nombre, a partir de junio de ese año se convierte en una revista denominada *Chiapas hoy*. Sarely Martínez¹⁰⁹ apunta que el nombre y concepto fue copiado del programa que transmitía *Televisa* bajo la conducción de Guillermo Ochoa, donde inclusive se inserta el primer segmento de espectáculos de la televisión chiapaneca, con entrevistas a artistas de palenque que visitaban las ferias de la capital del estado. Los problemas técnicos para la transmisión y recepción eran asuntos de todos los días, aunado a las variaciones

¹⁰⁸ Martínez Mendoza, Sarely y Cortés Mandujano, Héctor (2008) *Contando la historia de la radio y la televisión estatal*. Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión, Gobierno de Chiapas. México. P. 26.

¹⁰⁹ Id. P. 33.

en los horarios que se definían desde la ciudad de México, lo cual no permitía captar la atención de los televidentes potenciales de una entidad con múltiples rezagos y complicaciones sociales.

El Chiapas de la década de 1980 se mostraba complejo, sobre todo en el medio rural, con movimientos campesinos y magisteriales permanentes, cuyo ejercicio de choque contra el gobierno databa de los años setenta. Organizaciones como la *Central Independiente de Obreros Agrícolas y Campesinos* (CIOAC), *Coordinadora Nacional Plan de Ayala* (CNPA), la *Unión de Uniones ejidales y Grupos Campesinos Solidarios de Chiapas* (UU), el *Sindicato de Obreros Agrícolas Miguel de la Cruz*, *Organización Campesina Emiliano Zapata* (OCEZ), demandaban del gobierno estatal y federal derechos de tierra y mejores posibilidades salariales. Fue una época difícil y radicalizada: tomas de tierras, negociaciones frustradas, represión violenta de los gobiernos y enfrentamientos. Además, su distribución poblacional con un millón 381 mil 748 habitantes en la zona rural, en contraste con la urbana de sólo 702 mil 969¹¹⁰, los múltiples rezagos sociales, económicos y culturales, la diversidad regional del estado y las desigualdades educativas eran elementos presentes en un paisaje por demás deprimente con un analfabetismo calculado en 38 por ciento. Además, la presencia de grupos heterogéneos, la coexistencia de mestizos, con comunidades herederas de culturas como la olmeca con los zoques y la maya con los lacandones, tojolabales, choles, jacaltecos, kanjobales, mames, mochos, motozintlecos, tseltales y tsotsiles, aunado a las características orográficas del estado, no posibilitaban una unidad cultural, y por supuesto hacían más difícil la operativización de un proyecto audiovisual. Cabe apuntar aquí que este es un fenómeno que persiste en la actualidad.

Con todo y la experiencia nacional, cuyo contexto de avenencia entre los sectores público y privado marcaba preeminencia para la parte empresarial, la resolución de establecer los primeros indicios de regionalización de la televisión, punteo también el inicio de una óptica que dio orientación al concepto de televisión

¹¹⁰ INEGI (1983) *XI censo general de población y vivienda del estado de Chiapas 1980*. México.

local en el país. A pesar de los avatares, limitaciones técnicas y humanas, el espacio televisivo dedicado a Chiapas a través de TRM primero y de *Imevisión* después, prologó la necesidad de una comunicación por la vía televisiva:

La idea de fundar un canal propio empezó a discutirse desde 1988 y se aceleró a partir de que *Imevisión* pasó a ser propiedad de la naciente TV *Azteca*, ya un negocio, una empresa que buscaría obtener ganancias. Aquí ya no había posibilidad de la hora de transmisión con que antes se había regalado a los gobernadores de los estados para que en ella hicieran lo que quisieran o pudieran.¹¹¹

Producto de las gestiones ante la *Secretaría de Comunicaciones y Transportes*, el gobierno de Chiapas logra la asignación de las siglas XHTTG, *Canal Diez*, que inició transmitiendo “el grito de independencia” del gobernador Elmar Setzer en el marco de la celebración de las fiestas patrias, el 15 de septiembre de 1993. En ese momento la señal del canal permissionado cubría únicamente la ciudad capital desde las instalaciones del Teatro de la Ciudad Emilio Rabasa. Posteriormente se incluye a San Cristóbal de Las Casas con el Canal 9 (XHSTC) y Tapachula a través de XHTAA, Canal 2.

2.2.1 Creación del *Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión*

Después de 71 años de poder absoluto del *Partido Revolucionario Institucional* como rector de la política mexicana gobernando la república y la gran mayoría de las entidades, en las elecciones del año 2000 Vicente Fox accede a la presidencia de la república por el *Acción Nacional* y, en Chiapas, una coalición de ocho partidos¹¹² lleva a Pablo Salazar a la gubernatura del estado. Calificado en esos

¹¹¹ Martínez Mendoza. Sarely y Cortés Mandujano. Héctor (2008) *Contando la historia de la radio y la televisión estatal*. Gobierno del Estado de Chiapas. México. P. 41.

¹¹² PRD, PAN, PT, PVEM, Convergencia Democrática, Partido del Centro Democrático, Partido de la Sociedad Nacionalista y Partido Alianza Social.

momentos como la alternancia que destruía la dictadura de partido y la transición a la democracia, el suceso representaba para la gran mayoría de la opinión pública la oportunidad de poner las cosas en su sitio e iniciar con el cumplimiento de los anhelos de la población mexicana.

A pesar de la irrupción del movimiento zapatista y la derrama económica que provocó hacia el sector social, los contrastes y polarizaciones continuaban en la entidad con ingredientes como el rezago económico, pugnas religiosas, territoriales y políticas que evidenciaban los rezagos en la comunidad chiapaneca, la cual, a finales de los años noventa del siglo pasado, la federación registraba como una de los estados con mayores indicadores de marginación y pobreza, con las consecuencias que estos problemas atraían: desplazamientos masivos del campo a las ciudades, migración hacia los Estados Unidos de Norteamérica, entre otros. La polarización en los años recientes al 2000 se magnificó con la presencia de guardias blancas, las matanzas de Acteal y el Bosque, entre diversas situaciones que enrarecieron el ambiente social.

En contraste con los años 80, donde el censo poblacional informaba que la gran mayoría vivía en el campo, en los inicios del nuevo milenio la distribución marcaba datos reveladores; de acuerdo al INEGI¹¹³ la población urbana era de 45.7 por ciento (1, 793, 232 personas), mientras que en las zonas rurales habitaba el 54.3 por ciento (2, 127, 660 personas). Un total de 3, 929, 892 habitantes en todo el estado. En cuanto a la economía, el 60 por ciento del PEA se dedicaba al sector primario, principalmente al cultivo de maíz, café, frijol y cacao; el ingreso per cápita era de los más bajos a nivel nacional con un mercado de consumo debilitado.

Con el arribo de nuevos membretes partidistas a la dirigencia gubernamental se respiraba optimismo hacia el cambio político, y el discurso de los gobernantes abonaba a las inquietudes sociales.

En cuanto a los medios de comunicación, Pablo Salazar presentó su propio análisis en el *Plan de desarrollo de Chiapas 2001-2006*, señalando el amasiato de la prensa, radio y televisión con los gobiernos anteriores: “durante un periodo muy

¹¹³ INEGI (2000) *XII Censo General de población y vivienda 2000, contar 2000*, INEGI. México.

largo la mayoría de los periódicos estuvo controlada y censurada por los anteriores gobiernos, coartando con ello la libertad de expresión y de derecho a la información¹¹⁴. Esta postura no era gratuita: desde la campaña política la relación de Salazar y la mayoría de los medios de comunicación fue tirante, en parte debido principalmente a dos inercias que prevalecían en el contexto político: primera, en ese momento estaba en el poder un gobernador priista que apostaba a que su partido ganaría la presidencia de la república, con Francisco Labastida Ochoa y la gubernatura de Chiapas con Sami David; la segunda inercia podemos relacionarla con la experiencia de 70 años de triunfo priista, donde muchos proyectos y políticos caían en la lona de la derrota ante la fuerza de la dictadura tricolor y los empresarios aventuraban también a la continuidad.

El gobernador Salazar mostró su enojo con la prensa de diversas maneras, desde la restricción de publicidad hasta el encono y la cárcel con aquellos que lo atacaron o no fueron sus aliados.

En este tenor, le interesaba equilibrar la balanza mediática y respecto a la radio y televisión del estado:

Habiendo sido creados para desempeñar una función social y cultural, los medios de comunicación gubernamentales no cumplieron con esa tarea. Por el contrario, fueron usados como aparatos de propaganda política contra los opositores y estuvieron dirigidos a partir de criterios e intereses de facción, lo que provocó su absoluta falta de credibilidad. La radio y la televisión no eran utilizadas para informar a la sociedad, sino para constituir verdaderos instrumentos gubernamentales de manipulación de la información. Por otro lado, el abandono sistemático de la *Red Radio Chiapas* por parte de los sucesivos gobiernos provocó el creciente deterioro de su infraestructura y el rezago tecnológico de las estaciones de radio y televisión. Desde el inicio de sus transmisiones, el *Canal 10*, con una cobertura de 45 por ciento del territorio, no ha dejado de emplear

¹¹⁴ Salazar Mendiguchía Pablo Abner (2001) *Plan de desarrollo Chiapas 2001-2006*. Gobierno del Estado de Chiapas. México.

formatos analógicos, tecnología ya obsoleta, que el resto de las estaciones de televisión del país hace mucho tiempo no utiliza. De igual manera, el personal que allí labora nunca recibió capacitación profesional. Además, contradiciendo su condición como concesionaria, se permitió la publicidad comercial, lo que ocasionó una sanción por parte de la *Secretaría de Comunicaciones y Transportes*.¹¹⁵

Ante este diagnóstico, en su plan de gobierno, Salazar Mendiguchía presentó entre los objetivos predominantes una política de comunicación social democrática con información veraz y objetiva sobre el gobierno, la creación de espacios para la discusión de los asuntos públicos con la participación de los actores sociales, y:

- Crear el *Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión* para renovar la administración y el funcionamiento de la radio y la televisión estatales, permitiéndoles la autonomía necesaria para restaurar su credibilidad.
- Abrir nuevos espacios en la radio y la televisión que propicien la reflexión y la participación social.
- Impulsar la participación de los pueblos indios en la radio y la televisión, en los términos establecidos en los *Acuerdos de San Andrés*.¹¹⁶

En marzo de 2001, el *Periódico Oficial*,¹¹⁷ confirmaba el decreto de creación del *Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión* con los siguientes argumentos:

- Que el conjunto de transformaciones emprendidas por el pueblo mexicano y chiapaneco, al final de un nuevo siglo y el inicio de otro, requiere de

¹¹⁵ Id. P. 144.

¹¹⁶ *Ibíd.* P. 50.

¹¹⁷ *Periódico Oficial*. Órgano de Difusión Oficial del Estado de Chiapas No. 024. *Decreto por el que se crea el organismo público descentralizado denominado Sistema chiapaneco de radio y televisión*. Publicación No. 101-A-2001. 09 de marzo de 2001.

modernizar la concepción de los medios de estado y destacar su función social por encima de cualquier otra.

- Que es necesario impulsar nuevas relaciones entre el gobierno y la sociedad y para ello es indispensable modificar la actitud en la conducción de los medios estatales, para que predominen los criterios profesionales, con el objetivo que la sociedad tenga acceso a una información de calidad.
- Que el momento de Chiapas exige de los medios del estado ser factores de armonización, para propiciar: la tolerancia, la convivencia, el respeto a los derechos humanos, la igualdad de derechos y la equidad de género; el reconocimiento a la diversidad política, social y cultural.
- Que en cumplimiento de dichos objetivos es importante contar con un organismo público descentralizado denominado <<Sistema chiapaneco de radio y televisión>>, con autonomía técnica y orgánica, que garantice al conjunto de la población información objetiva y confiable de índole social, cultural, educativa y de salud.

El decreto confirió al nuevo organismo la descentralización del gobierno local, autonomía técnica y orgánica:

Artículo 1.- De conformidad con el artículo 2 de la Ley Orgánica de la administración Pública del Estado se crea un organismo público descentralizado con personalidad jurídica y patrimonio propio. Con plena autonomía técnica y operativa que se denominará <<*Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión*>>¹¹⁸

¹¹⁸ Periódico Oficial. Órgano de Difusión Oficial del Estado de Chiapas No. 024. *Decreto por el que se crea el organismo público descentralizado denominado Sistema chiapaneco de radio y televisión*. Publicación No. 101-A-2001. 09 de marzo de 2001. P. 2.

Hasta ese momento, la radio y la televisión adjudicada al gobierno estatal mostraban una separación de proyectos como medios de comunicación. La subordinación formal se radicaba en la *Coordinación de Comunicación Social*¹¹⁹, si bien ambos dependían de la estructura y a los intereses del gobierno en turno, en ningún momento se registraba entre las radiodifusoras y *Canal Diez* armonía de objetivos y proyectos.

Por sus características en cuanto a costos de infraestructura y capacidad de transmisión aún en las zonas más agrestes, la radio logró mayor expansión; desde 1973 con la XERA-AM inició una larga y fructífera trayectoria que hoy integra a diez estaciones en distintas regiones de la entidad. Mientras que el canal de televisión persistió en la problemática que devenía de las políticas nacionales ya comentadas y que culminaron con la obtención de su propia señal.

El decreto pretendió en ese momento aglutinar a la radio y la televisión permisionada al gobierno estatal y al mismo tiempo descentralizar al nuevo organismo con la intención de favorecer la operatividad de los procesos y las formas de planificación de una comunicación a través de un proyecto audiovisual con propósitos conjuntos.

Fue así que a partir de su creación se facultó al *Sistema* para operar las estaciones de radio y televisión gubernamentales, lo cual implica la responsabilidad de la organización administrativa, la producción y transmisión de productos audiovisuales a través de la infraestructura instalada que integraba estaciones permisionadas en Tuxtla Gutiérrez, Cintalapa, San Cristóbal de Las Casas, Comitán y Tapachula. Durante 2002 y 2003 la infraestructura de transmisión creció de forma sostenida, pues se instalaron repetidoras y estaciones complementarias en Palenque, Motozintla, La Grandeza, Frontera Comalapa, Lacanjá Chansayab, Yajalón, Altamirano y Pichucalco.

El decreto hace énfasis en la necesidad de abrir los espacios a la libre expresión de la población en el análisis y discusión de temas de interés general; sin soslayar que una de las actividades primordiales sería informar de las

¹¹⁹ La *Coordinación de Comunicación Social*, hoy denominado *Instituto de Comunicación Social del Estado de Chiapas* es un organismo auxiliar del ejecutivo del estado, que regula las actividades de información gubernamental y la relación con los distintos periódicos escritos, radio y televisión comercial.

actividades de gobierno desde la perspectiva del cumplimiento de los programas gubernamentales.

Atendiendo al plan de descentralización se define como domicilio oficial del *Sistema* a la ciudad de Tuxtla Gutiérrez y se le otorgó para su funcionamiento bienes muebles e inmuebles y recursos financieros asignados por el ejecutivo federal y estatal de acuerdo a las asignaciones presupuestales que correspondientes.

En septiembre de 2005, el *Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión* obtiene un edificio propio en donde se ubica la infraestructura de radio y televisión estatal, en un espacio de 3 mil 940 metros; áreas acondicionadas con recursos técnicos y espacios diseñados por expertos en la materia para garantizar la operatividad de estos medios de comunicación.

El inmueble significó para la televisora dejar atrás las inconvenientes estructurales del teatro de la ciudad Emilio Rabasa, que por sus características no cubría las crecientes necesidades:

Hay algunas cosas que se han incorporado en los últimos años en el proceso de modernidad del canal, ya no es el canal de hace diez años o quince años, tenemos un edificio adecuado para contener con comodidad al factor de infraestructura y al humano, por ejemplo ya tenemos nuestra unidad móvil digital estamos ya en algunos últimos detalles de ajustes y después vendría la capacitación a nuestro personal pero la unidad móvil ya esta lista.¹²⁰

Creció en infraestructura, se invirtió en la mejora de equipo de producción, aumento considerablemente la red de transmisión y se evitó la comercialización que con anterioridad se realizaba en *Red Radio Chiapas*.

Sin embargo nada fue cierto. Los objetivos argumentados en el plan de gobierno no cuajaron, debido a que la programación continuó girando en torno a la personalidad del gobernador a través de los noticieros y spots promocionales.

¹²⁰ Osio Miguel, Director de programación televisiva. Entrevista realizada el 15 de diciembre de 2010.

Inclusive la televisión estatal fue utilizada para atacar a grupos disidentes como al magisterio, estudiantes de la normal Mactumactzá, entre otros, tal como señaló la sección VII del SNTE, el 5 de mayo de 2005, en un comunicado de apoyo al movimiento magisterial y que tuvo amplias repercusiones a nivel nacional en distintos medios de comunicación con la manifestación de diversas organizaciones políticas y sociales ante el dislate en el uso de los medios públicos y privados, la *Revista proceso* señalaba:

Descalifica la marcha y el paro del próximo 1 de mayo Tuxtla Gutiérrez, Chis., 21 de abril (apro).- El gobierno estatal intensificó una campaña en los diferentes medios de comunicación públicos y privados, en contra de la Sección VII de la *Coordinadora Nacional de Trabajadores de la Educación* (CNTE), que han anunciado una magna movilización y un paro indefinido de labores a partir del próximo primero de mayo. A través del *Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión*, que engloba a una docena de radiodifusoras, un canal de televisión con una extensa red de repetidoras locales, así como los medios electrónicos privados, el gobierno de Pablo Salazar convocó a los padres de familia de Chiapas para que denuncien a los maestros que no asisten a sus labores. Francisco Torres Hernández ha denunciado los intentos del gobierno por dividir a su gremio. Torres Hernández dijo que el gobierno estatal está provocando un clima de linchamiento político y social en contra de todos los maestros de Chiapas, similar a la campaña de linchamiento que del gobierno de Gustavo Díaz Ordaz en los tiempos del movimiento estudiantil del 68. “La educación no debe ser amenazada”, es el lema de la campaña que el gobierno ha pagado en todos los medios, con citas de estudiosos de la educación, y desplegados firmados por padres de familia y líderes “que se han prestado al juego sucio del gobierno”, dijo Torres Hernández. Muchos son los espectaculares que se exhiben en las principales ciudades de Chiapas y carreteras más transitadas en las que se leen frases célebres sobre la educación de José Martí, John Ruskin, Emanuel Kant y otros, con la

leyenda de “La educación no debe ser amenazada”. El noticiero gubernamental, “*Reporteros en Acción*”, en sus dos emisiones de la mañana y por la tarde, no informa de otra situación que no sea sobre el supuesto rechazo de los chiapanecos contra el sector magisterial y su movilización.¹²¹

Raúl Trejo Delarbre, habla del uso faccioso de los medios oficiales chiapanecos en su columna publicada en el periódico *La Crónica*:

El gobernador chiapaneco Pablo Salazar Mendiguchía está enfrascado en el desafío más arduo —pero también más absurdo— de su pragmática carrera política. El enfrentamiento que sostiene con los maestros de esa entidad, que hoy cumplen 19 días en huelga, parece haber llegado a un callejón sin más salidas que la derrota de una de ambas partes. Salazar asegura que el paro no ha tenido éxito entre los maestros. Pero el 1 de mayo hubo en Tuxtla Gutiérrez una manifestación de 70 mil personas de las cuales, según estimaciones de la prensa local, 35 mil eran profesores y 15 mil trabajadores de la salud. Desde entonces no deja de vilipendiarlos, utilizando facciosamente la televisión y la radio gubernamentales.¹²²

En la revista *Etcétera*, el periodista chiapaneco Isaín Mandujano reseña así la situación que se vivió en aquel sexenio:

Por eso, cuando Salazar llegó al Poder Ejecutivo en diciembre de 2000, no dudó en desairar a los medios impresos y electrónicos locales; en sus seis años procuró impactar en los medios nacionales de comunicación, y fortaleció lo que ahora se conoce como el *Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión*, que tiene una cobertura sin precedentes. Como nunca antes en su historia, dicho sistema le sirvió al poder gubernamental para penetrar hasta el más recóndito lugar de los Altos o las comunidades que

¹²¹ Mandujano, Isaín (2005) “Intensifica Pablo Salazar campaña contra la CNTE”. En Revista Proceso, 21 de abril de 2005. México.

¹²² Trejo Delarbre, Raúl (2005) “Gobernador vs. Profesores”. En *La crónica de hoy*, 19 de mayo 2005. México.

sólo tienen acceso a la energía eléctrica a través de foto celdas, donde llega la frecuencia de las ondas de la radio y televisión gubernamental. A la par que utilizaba el Sistema Chiapaneco para posicionar su imagen y la de su administración, además de denostar a los grupos sociales que cuestionaban su administración, Salazar Mendiguchía disminuyó –que no desapareció– en algunos casos los apoyos publicitarios a través de los que subsistían los medios locales –la mayor parte impresos– y atacó directamente a quienes lo cuestionaron.¹²³

Nuevamente las intenciones discursivas mostraron desacierto en el terreno de la práctica. La alternancia de partidos no marcó diferencias en la resolución de los conflictos, no hubo capacidad para dirimir los problemas políticos dentro del estado de derecho y un clima de estabilidad. Tampoco se concretaron acuerdos con los diferentes actores y fuerzas para promover la satisfacción de las necesidades sociales.

En la práctica comunicativa, el centralismo continuó y fracasaron las intenciones en materia social y cultural. Se privilegió la estrategia política de difusionismo, utilizando los medios de comunicación del estado como instrumento para la promoción de las acciones del gobierno, la magnificación de la imagen del gobernador en turno y denostar a sus opositores.

¹²³ Mandujano, Isaín (2006) “Chiapas: Desaires y retrocesos”. En revista *Etcétera*. Recuperado en www.etcetera.com.mx, el 01 de marzo de 2011.

Capítulo 3. *Canal Diez* hoy

Introducción

Los últimos 20 años del siglo XX significaron la gestación y desarrollo de la televisión chiapaneca. Si bien fue en 1968 cuando se instaló la primera televisora concesionada a particulares y en 1972 cuando se da aliento a la formación de centros de producción dependientes de los estados, fue hasta 1980 cuando el gobierno de Chiapas firmó el convenio que posibilitaba la creación del centro de producción televisiva. A partir de este hecho la presencia del fenómeno de la televisión ha circundado por diversos caminos que la han llevado a lo que hoy conocemos como *Canal Diez*, cuyo permiso fue otorgado 13 años después.

El presente capítulo tiene como intención conocer la actualidad de *Canal Diez* y su programación. En el primer apartado se hace una descripción desde las aristas jurídico administrativas que han posibilitado la descentralización del organismo, su estructura de gobierno y las atribuciones que se le han conferido. Posteriormente se presentan los elementos de la cultura organizacional que hacen de este medio de comunicación una entidad dinámica desde las perspectivas de las políticas públicas establecidas en el *Programa institucional 2007-2012* y el clima de opinión que existe en el ámbito de quienes allí laboran.

Se incluyen los aspectos de cobertura, financiamiento y la barra programática establecida por la institución. En este último aspecto propongo una categorización de los programas que se integra en cuatro ejes: social, educativo, cultural y de entretenimiento, que permiten un análisis acerca de la consistencia, continuidad y coherencia de esta barra.

Elaboro una teorización acerca de dos posibilidades de acción: una situación que viabiliza la *relación comunicativa*, que implica la relación de diálogo horizontal y en dos direcciones; otra cuyas características son la difusión vertical y en una sola dirección. De esta manera se establece la intencionalidad comunicacional del medio televisivo.

Con estos antecedentes procedo a realizar el análisis de la programación. Para efectuar la revisión acudí a la técnica de *Análisis de contenido* con una aproximación metodológica fundada en la *Teoría de la acción comunicativa* y la *Teoría de la argumentación*, para establecer un modelo de interdependencia dinámica en la emergencia instrumental de la intención de comunicación del medio televisivo, las prácticas sociales y el público televidente. El planteamiento implica la revisión de la incubación, elaboración y emisión de un discurso atendiendo como brújula de orientación las partes constituyentes del discurso: *inventio*, *dispositio* y *elocutio*. La muestra formal integra el noticiero *TV 10 noticias segunda emisión* y la revista *Mujeres de hoy*, de los cuales obtuve, como unidades de análisis, diversas secuencias de programa de las que presento citas representativas, sin excluir razonamientos basados en el monitoreo permanente a toda la programación y las recurrencias de referencia. El monitoreo abarca un periodo formal del 3 de enero al 30 de abril de 2011, aunque de manera informal la observación de la programación de *Canal Diez* puede registrarse desde septiembre de 2009.

En el último apartado de este capítulo se aporta el acercamiento a la teleaudiencia como elemento fundamental de la pretensión de una situación comunicativa. Basamos el análisis en el trabajo de campo a través de grupos focales, entrevistas y sondeos en Tuxtla Gutiérrez, Comitán, San Cristóbal de Las Casas, San Juan Chamula, Zinacantán y San Andrés Larráinzar.

Es necesario aclarar un asunto que por sí mismo describe circunstancias claves de la complejidad que significa *Canal Diez*. Fueron múltiples las ocasiones que solicité entrevista con la directora del *Sistema Chiapaneco de Radio, Televisión y Cinematografía* y también abundaron las evasivas que hicieron imposible la conversación requerida. En este tenor reflejo aquí información que obtuve en la primera y única ocasión en que fui recibido por la funcionaria, en un intento de conocer por la vía directa asuntos de su competencia. Todo lo contrario sucedió con los trabajadores de este medio de comunicación, que con mucho gusto accedieron a platicar sobre sus experiencias y opiniones, las cuales fueron de gran importancia para enriquecer este trabajo. Sin embargo manifestaron en

todo momento la intención de hacer comentarios fuera de grabación y solicitaron que en temas específicos se guardara el anonimato, asunto que por supuesto cumplimos al pie de la letra asumiendo la responsabilidad y respeto que nos corresponde.

3.1 Estructura de gobierno

La descentralización de este grupo de medios de comunicación pudo significar en los documentos un avance importante para su consolidación, atendiendo a las cualidades administrativas y de relación con los vínculos de jerarquía gubernamental.

Jaime Baca afirma que la descentralización consiste en encomendar los procedimientos para la satisfacción de necesidades de la sociedad a los especialistas, con independencia de la administración central, la cual “sólo ejerce las facultades de control y vigilancia. Ejemplo: PEMEX, UNAM, CFE”.¹²⁴ Mientras que Andrés Serra apunta la reflexión en cuanto a la dimensión de las relaciones entre el poder central y los organismos descentralizados al afirmar que:

El régimen que regula las relaciones entre el poder central y los entes descentralizados es muy variado y sujeto a las modalidades que les señalen sus leyes de organización. Pretender referirse en nuestra legislación a una forma pura de centralización o descentralización es sólo un escaqueo literario, más no una realidad.¹²⁵

¹²⁴ Baca Rivero, Jaime (1986) “Descentralización y desconcentración”. Revista de Administración Pública. Número 67-68, año 1986. P. 39, Consultado en www.juridicas.unam.mx, el 16 de marzo de 2011.

¹²⁵ Serra Rojas, Andrés. (1977) “Las formas de organización administrativa federal”. Revista de Administración pública, número 111, año 2006. P. 422, Consultado en www.juridicas.unam.mx, el 16 de marzo de 2011.

La pretendida ruptura con una centralización de la toma de decisiones, aparentemente daba al *Canal Diez* una holgura adecuada para obtener la preponderancia como medio de servicio público, subordinado ya no a las órdenes de la estructura gubernamental, sino en una lógica de organización autónoma. Sin embargo, pese a contar con personalidad jurídica y patrimonio propios, en el marco de la realidad la situación no era tan clara; esto queda manifiesto inclusive en el propio decreto en cuanto a la configuración del máximo órgano de autoridad, cuya composición obedece a imperativos de una cúspide de organización centralizada, debido a la presencia única de funcionarios de la estructura gubernamental. Los órganos de gobierno del *Sistema* se conformaron a través de:

- I. Una Junta de Gobierno. Es la máxima autoridad y el gobernador del estado funge como presidente, se integran además vocalías con la participación de las secretarías de gobierno, hacienda, administración, educación, planeación, desarrollo social y obras públicas. Además constituyen como secretarios de esta junta los titulares de la coordinación de comunicación social del gobierno del estado y la contraloría general, este último en funciones de comisario. Ambos secretarios de la junta tienen derecho a voz pero no de voto.
- II. Un director general. El director general del SCHRTV administra el *Sistema* con las limitaciones que la junta establezca para tal fin. Su nombramiento o remoción compete al gobernador del estado y se le otorga derecho de voz pero no de voto.
- III. Una dirección de radio y una dirección de televisión. Son los administradores directos de los componentes del sistema y establecen los mecanismos para su funcionamiento, supeditando su ejercicio a la aprobación de la dirección general y la junta de gobierno.

En el año 2007, el ejecutivo expidió un decreto¹²⁶ para actualizar el marco jurídico del organismo. Las reformas contempladas implicaron la reestructura de la junta de gobierno y adecuación de atribuciones de los órganos que la integraban. Este decreto de reforma se publicó en el *Periódico oficial* el 12 de marzo, indicando que la presidencia de la junta estaría en el titular de la *Secretaría de Comunicaciones y Transportes* y el director de radio asumiría la secretaría técnica; los serán vocales los titulares de la *Secretaría de Administración* y la *Secretaría de Planeación y Desarrollo Sustentable*.

El siguiente año se realizaron nuevas adecuaciones al decreto¹²⁷ de creación del *Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión*, debido a que en la administración estatal se reestructuraron, en atribuciones y denominación, diversas instancias de gobierno. De esta manera, quedó como presidente de la junta de gobierno el titular de la *Coordinación de Comunicación Social y Relaciones Públicas* y como vocales los titulares de las *Secretarías de Administración y Hacienda*.

En este mismo año, dos meses después, el *Periódico oficial* número 135, publicó adiciones a diversas fracciones del artículo 4º para decretar una nueva denominación: *Sistema Chiapaneco de Radio, Televisión y Cinematografía*.¹²⁸

Al mes siguiente, en enero de 2009, un nuevo cambio en la junta de gobierno se asienta en el periódico número 137¹²⁹: la presidencia la asume el titular del *Instituto de la Comunicación Social e Información Pública del Estado* y

¹²⁶ Periódico Oficial. Órgano de Difusión Oficial del Estado de Chiapas No. 017. *Decreto por el que se reforma, deroga y adiciona diversas disposiciones del decreto por el que se crea el organismo público descentralizado denominado Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión*. Publicación No. 104-A-2007. 14 de marzo de 2007.

¹²⁷ Periódico Oficial. Órgano de Difusión Oficial del Estado de Chiapas No.120. *Decreto por el que se crea el organismo público descentralizado denominado Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión*. Publicación No. 919-A-2008-B. 15 de octubre de 2008.

¹²⁸ Periódico Oficial. Órgano de Difusión Oficial del Estado de Chiapas No. 135. *Decreto que reforma y adiciona diversas disposiciones del decreto por el que se crea el organismo público descentralizado denominado Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión*. Publicación No. 1016-A-2008-D. 31 de diciembre de 2008.

¹²⁹ Periódico Oficial. Órgano de Difusión Oficial del Estado de Chiapas No. 137. *Decreto que reforma el decreto por el que se crea el Sistema Chiapaneco de Radio, Televisión y Cinematografía*. Publicación No. 1021-A-2009-F. 07 de enero de 2009.

en las vocalías se sustituye al secretario de Administración por el titular de la *Secretaría de Turismo y Relaciones Internacionales*.

Como puede observarse, a pesar de los constantes cambios que se ha realizado a la denominación del organismo y al máximo órgano de gobierno, en la integración de la junta prevalece la presencia del sector gubernamental, lo cual pone en entredicho la pretendida autonomía técnica y orgánica del Sistema. El asunto no es una trivialidad administrativa, pues trastoca las intenciones manifestadas en la creación del *Sistema* y su descentralización con la pretensión de resarcir la credibilidad. La cuestión de fondo sigue siendo la dependencia de un modelo cuyo origen es la línea vertical del discurso y el mantenimiento de un esquema de propaganda política facciosa mediante la manipulación informativa.

No es cuestión menor recordar que dentro de los razonamientos se presenta en los decretos mencionados una renovación de la administración para modificar la conducción de los medios estatales, la búsqueda de una nueva relación entre los gobernantes y los ciudadanos a través de nuevos espacios de participación y reflexión social.

No cambiará la dimensión de los proyectos mientras continúe en el máximo órgano rector de la radio y la televisión estatal el centralismo de una estructura de gobierno que antepone como finalidad básica el control político de los medios en el núcleo estratégico de su programación. Ya hemos revisado, como un ejemplo, la relación del gobierno con el movimiento magisterial a través de los medios de comunicación, es una evidencia histórica de que a pesar de que fue en la administración de Pablo Salazar cuando surgió el *Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión* y las buenas intenciones expresadas en el discurso, éste no dejó de actuar como panegirista del gobierno estatal. Como éste, son diversos los que casos en que los medios de comunicación han sido utilizados como instrumentos de ataque y de menoscabo a aquellos que piensan diferente al gobierno en turno.

A pesar del decreto, la descentralización real no ha sido posible. Tanto la televisión y la radio permitida al gobierno continúa siendo una maquinaria de legitimación al servicio de las decisiones e intereses gubernamentales. No ha sido

posible la ruptura con el paradigma de la centralización. Esto limita el desarrollo autónomo y las posibilidades de una televisión distinta.

3.1.1 Atribuciones del Sistema

Daremos paso en este apartado a la mención de las atribuciones decretadas para el *Sistema Chiapaneco de Radio, Televisión y Cinematografía* que marcan el ejercicio de *Canal Diez*, en tanto organismo público, al que se le asignan las competencias para ejecutar acciones en el campo de la comunicación social.

El decreto de creación del organismo lo autoriza para realizar funciones específicas en un abanico de formas de acción que contempla temas de administración, pero sobre todo en el campo concreto y esencial que da objetivo a su existencia: la comunicación a través del dispositivo televisivo.

En este tenor el documento enumera asuntos fundamentales para la instrumentación de decisiones que influyan en su quehacer y en la vinculación de la sociedad. Si bien en un análisis jurídico exhaustivo podrían resultar múltiples ambigüedades; también es evidente la clara exposición de temas fundamentales para el análisis que a éste trabajo interesa:

En el plano discursivo el documento es ambicioso, pues destaca la necesidad de crear un sistema de medios públicos que atiendan a la función social de los medios. Concepto –el de medios públicos- que, como hemos reseñado con anterioridad, ha sido soslayado históricamente en el desarrollo y régimen legal de la televisión mexicana.

De la misma manera, se plasman en la letra de ley temas cardinales de los derechos humanos, tales como cumplir con el derecho a la información, garantizar la libertad de expresión y la gestión primordial de promover la participación ciudadana en los medios permisionados al estado de Chiapas.

Este es el marco que autoriza y da competencia al Sistema para llevar a efecto las tareas que le han sido asignadas. Por medio de las atribuciones que le otorga un decreto que tiene rango de ley y que por lo tanto debe cumplirse. De

acuerdo al artículo 4 del decreto de creación se establecen las atribuciones siguientes:

- I.- Operar las estaciones de radio y televisión permitidas al gobierno del estado, así como las que, en lo sucesivo, llegaran a otorgársele;
- II.- Establecer un sistema de medios públicos de radio y televisión, contribuyendo al cumplimiento de la función social de los medios de comunicación, así como informar de actividades gubernamentales que se realicen en cumplimiento de los programas de gobierno;
- III.- Contribuir, en la esfera de su competencia, al cumplimiento del derecho a la información, garantizando las libertades de expresión y de información propias del estado de derecho, vinculando a los sectores público, privado, académico y social, de acuerdo con los programas de desarrollo del estado;
- IV.- Contribuir al establecimiento de conductas éticas en el ejercicio profesional de la comunicación, propiciando un irrestricto respeto a la dignidad humana;
- V.- Promover la participación de la ciudadanía en el análisis y discusión de los temas de interés general, garantizando el derecho de la población a expresarse a través de los medios estatales;
- VI.- Fomentar una cultura de justicia, equidad de género, tolerancia; de respeto a los derechos humanos; de preservación y conservación del medio ambiente;
- VII.- Impulsar la armonización social;
- VIII.- Atender, a través de su programación, las necesidades sociales de conocimiento en torno a temas como: la salud reproductiva, la transformación del campo y el desarrollo sustentable; los derechos de las mujeres, los niños, las personas con capacidades diferentes y de la tercera edad.
- IX.- Llevar a cabo investigaciones relacionadas con la operación y funcionamiento de los medios públicos, que orienten el establecimiento de políticas de estado en la materia de su competencia;
- X.- Desarrollar sistemas de capacitación en materia de radio y televisión, que propicien el reconocimiento social de sus fines educativos y culturales;

XI.- Celebrar convenios de colaboración con instituciones afines, tanto en el territorio nacional como en el extranjero, en materias de producción, capacitación y en general en todas aquellas actividades referidas a su función sustantiva;

(Reforma, P.O. 017, de fecha 14 de marzo de 2007)

XII.- Celebrar convenios de colaboración con instituciones privadas, tanto en el territorio nacional como en el extranjero, que le permitan cumplir con sus funciones.

XIII.- Participar en las campañas preventivas de orientación social, de seguridad, de protección civil y de salud;

XIV.- Adquirir, arrendar, enajenar y mantener el equipo para la elaboración, producción y transmisión de programas de radio y televisión, así como la contratación de servicios para estos fines, de acuerdo con las disposiciones aplicables en la materia;

XV.- Desarrollar las actividades técnicas y administrativas necesarias para el cumplimiento de su objeto, así como para realizar actos, contratos, convenios, relativos a derechos de autor en materia de producción cinematográfica y audiovisual e integración de bancos de imágenes y audios, en los términos que marca la ley, y

(Reforma, P.O. 017, de fecha 14 de marzo de 2007)

XVI.- Realizar donaciones de equipo, material audiovisual y cinematográfico, y mobiliario que no afecten el patrimonio ni el funcionamiento del sistema, a instituciones y organismos públicos.

(Adición, P.O. 017, de fecha 14 de marzo de 2007)

XVII.- Las demás que le señale el presente decreto, su reglamento interior, las leyes y reglamentos que le resulten aplicables, así como, las que le asigne el titular del poder ejecutivo del estado.¹³⁰

¹³⁰ Periódico Oficial. Órgano de Difusión Oficial del Estado de Chiapas No. 024. Decreto por el que se crea el organismo público descentralizado denominado Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión. Publicación No. 101-A-2001. 09 de marzo de 2001. P. 3.

3.1.2 Elementos de la cultura organizacional

El éxito o fracaso de una empresa depende de las estrategias para lograr los objetivos previstos; en este entramado la cultura organizacional es la representación de las normas formales e informales que se registran en el ámbito de la organización. En este sentido, las formas de interacción que entrañan significaciones, creencias y valores, resultan de gran importancia para dar cohesión al grupo de trabajo. La construcción de las relaciones en la organización implica sistemas y procesos en los que se definen reglas escritas que buscan normar el comportamiento para la consecución de los objetivos, pero que además van acompañadas de aquellas que surgen de la relación cotidiana y no formalizada o implícita. En este tenor nos encontramos con *el Programa institucional 2007-2012* que declara una misión, una visión y los valores que guían al *Sistema Chiapaneco de Radio, Televisión y Cinematografía*:

Misión.

Desarrollar programas de corte educativo, cultural, informativo y de entretenimiento, donde confluyan las voces de todos los sectores que conviven en el estado; fomentando la pluralidad, apertura y libertad de expresión y la difusión de los programas gubernamentales para ponerlos al alcance de los diversos sectores de la población, a través de la radio y televisión estatal.

Visión.

Ser el sistema de comunicación audiovisual más importante y confiable del sureste mexicano, que mediante el uso de tecnología de vanguardia y el manejo innovador de contenidos en los programas de radio y televisión, promueva la cultura, genere valores de convivencia y que sirva como una

herramienta para fomentar una sociedad informada, crítica y participativa.¹³¹

No es baladí cuestionar la configuración de la junta de gobierno del Sistema, en tanto que resulta fundamental para la estructura organizacional que la concreta en una herramienta para la comunicación. Tampoco lo es la revisión de la misión y visión como asuntos ontológicos del organismo, ya que de acuerdo a nuestra conversación con el personal de *Canal Diez* se manifiesta que la construcción de estos elementos organizacionales fue realizada sin buscar el consenso y participación de los integrantes, sino que es el producto de decisiones centralizadas en la estructura directiva. Un trabajador comentó que la mayoría ha leído o visto estos conceptos, pero que en la realidad no son elementos que cohesionen objetivos conjuntos, ni son instrumentos que rijan las acciones diarias del canal, “alguna vez hemos leído la misión y la visión, pero no son lineamientos que sirvan como rectores del trabajo diario, ni siquiera los recordamos”¹³²

Del mismo modo los valores expuestos muestran contradicción con la realidad operativa, ya que se circunscriben a la tónica discursiva burocrática y el eje central, nuevamente es la personalidad del gobernante. Así lo indica la exposición de los valores que los rigen, expuestos en el plan institucional:

Impulsar un Chiapas con mejor futuro, con unidad y solidaridad es el eje y meta central de nuestro Gobernador del Estado, para alcanzar este propósito no sólo se requiere de recursos financieros y humanos, sino que es necesario lograr una nueva actitud y aptitud en el servicio público, para que se logre proyectar ante la ciudadanía chiapaneca, la credibilidad y confianza.¹³³

¹³¹ Programa institucional del Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión 2007-2012. Gobierno del estado de Chiapas. P. 3, Consultado en www.finanzaschiapas.gob.mx, el 03 de marzo de 2011.

¹³² Entrevista personal realizada el 16 de marzo de 2011.

¹³³ Programa institucional del Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión 2007-2012. Gobierno del estado de Chiapas. P. 13, Consultado en www.finanzaschiapas.gob.mx el 03 de marzo de 2011.

Y es a partir de esta centralidad en la figura del gobernador del estado, como se redactan los valores que supuestamente guían su quehacer: solidaridad, unidad, honestidad, responsabilidad, respeto, tolerancia, transparencia y sustentabilidad. Si para la mayoría de los trabajadores los conceptos de visión y misión son lejanos, los relacionados con los valores de la organización son totalmente desconocidos, algunas personas inclusive se sorprendieron de que existieran estos preceptos que hipotéticamente deberían ser una guía para todo el personal; por lo tanto se asumen como producto de un documento administrativo cuya utilidad se circunscribe en el entramado burocrático.

Existe un clima de opinión en quienes laboran en *Canal Diez* de que las relaciones humanas son cada vez mas impersonales, que no existe armonización que permita avanzar, “cada uno anda en su rollo, somos apáticos en muchas cosas cada uno hace su chamba y se va”.¹³⁴

Pero también hay molestias dichas en voz baja, comentarios que la gente realiza en corrillos y con temor. Asuntos como el de la falta de pago de salarios a personal que trabaja en régimen de honorarios y que en 2010 dejaron de percibir sueldo por 8 meses y en 2011 apenas el mes de marzo recibieron lo correspondiente a enero. Se expresa mucha molestia por los asuntos de dinero, se dice que los mandos directivos “se están haciendo ricos”, mientras que a los trabajadores se les restringe la gasolina o el apoyo para transporte (taxis) para las actividades propias de la televisora. Destaca la percepción de que al canal han llegado personas sin mérito alguno o sin conocimiento del quehacer televisivo sino únicamente por compromisos políticos y esto provoca incertidumbre, inestabilidad y descontento al interior. Si consideramos que para la cultura organizacional estos aspectos son relevantes, en tanto representación de un ambiente laboral al cual se pertenece, cabe destacar que persiste la vieja creencia de que las televisoras estatales son favorecedoras de corrupción y clanes de poder que propician despilfarro e ineficiencia administrativa.

También hay que señalar que en el ánimo de los trabajadores de la televisora estatal prevalece un arraigo y cariño especial por el proyecto televisivo

¹³⁴ Entrevista personal realizada el 16 de marzo de 2011.

que muchos de ellos conocen desde sus inicios. La labor cotidiana de quienes laboran en *Canal Diez* entraña un permanente interés por la mejoría de su actividad; todos conocen la trascendencia de su ejercicio y, aún en contra de las circunstancias políticas y administrativas persisten en el intento.

En cuanto a las políticas públicas a las que el *Sistema* se acoge para su ejercicio, aluden únicamente al eje rector denominado *Chiapas competitivo y generador de oportunidades*, en el subtema de infraestructura para la producción y comercialización, y en la política pública denominada comunicaciones y transportes. En ningún momento se toma en consideración una interacción o integración transversal con los lineamientos de política cultural del *Plan estatal de desarrollo*. Los objetivos de pluralidad, apertura y libertad de expresión y entretenimiento para el desarrollo de los chiapanecos y su entorno, señalan como acciones fundamentales:

Para lograr los objetivos planteados, nos abocamos a desarrollar diversas acciones y programas para lograr resultados inmediatos en la programación de radio y televisión, una de ellas es el diseño de un nuevo concepto del Canal 10 de televisión y la imagen sonora de la radio estatal y la creación de nuevos programas y renovación de los existentes, dinámicos de corte educativo, cultural, informativos y de entretenimiento, donde confluyan las voces de todos los sectores que conviven en Chiapas. Se impulsa un esquema fundamental donde se desarrollan programas noticiosos con una visión objetiva del quehacer gubernamental; así como de hechos sociales y políticos para tomar conciencia del entorno sin matices ni tendencias negativas.¹³⁵

De esta manera y a partir de estos planteamientos, la imagen corporativa de *Canal Diez* se difunde como *TV 10, donde Chiapas se encuentra*, quedando

¹³⁵ Programa institucional del Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión 2007-2012. Gobierno del estado de Chiapas. P. 2, Consultado en www.finanzaschiapas.gob.mx el 03 de marzo de 2011.

nuevamente en el discurso de la forma pero no en cambios de fondo en los esquemas de producción.

3.1.3 Cobertura de *Canal Diez*

La página web del *Sistema* indica: “nuestros programas son vistos por más de 2 millones 600 mil personas en el estado”¹³⁶, lo que por supuesto resulta ser una fórmula retórica para indicar que la cobertura es posible en el 55 por ciento de la población chiapaneca, a través de la señal abierta. En este tenor Débora Iturbe Vargas¹³⁷, directora general del SCHRTVyC, comentó en entrevista que la infraestructura de transmisión no ha recibido el mantenimiento adecuado y es vetusta, por lo que aceptó que el canal no se ve en todas partes y que la calidad de transmisión no es suficiente. Sin embargo dijo que ante la situación, se está dando prioridad a la atención de 28 municipios de bajo índice de desarrollo humano, para garantizar que en estos se vea el canal.

Canal Diez opera con:

- 7 estaciones permisionadas ubicadas en Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal de Las Casas, Comitán, Pichucalco, Palenque y Tapachula.
- 6 estaciones complementarias en Frontera Comalapa, Lacanjá, Chansayab (Ocosingo), Yajalón, Altamirano, Motozintla y la Grandeza.
- 27 transmisores auxiliares ubicados en diversas regiones del estado
- Y se transmite a través de los sistemas de cable comercial

Además han buscado la ampliación de la cobertura a nivel nacional mediante teléfono móvil de *IUSA TV* de la red comercial *Iusacell*; a través de

¹³⁶ Sistema Chiapaneco de Radio, Televisión y Cinematografía. (2011) *Cobertura Canal Diez*. Consultado en www.radiotvcine.chiapas.gob, el 02 de marzo de 2011.

¹³⁷ Entrevista personal realizada el 17 de enero de 2011.

Canal 420 de DIRECTV MAS y Mexicanal, Canal Diez difunde algunos programas al sur de los Estados Unidos.

Miguel Ángel Osio Trejo¹³⁸, director de programación televisiva, argumentó la situación de la cobertura:

Bueno, para empezar ninguna televisora te da una cobertura real del cien por ciento, nosotros estamos concretando ya la ampliación de cobertura, de tal suerte de que si ahorita vamos podemos hoy observar que tenemos una mayor cobertura, insisto no del cien por ciento porque ningún medios de comunicación te lo da por la situación orográfica del estado de Chiapas, eso le pasa a Oaxaca y a Guerrero. Lo que estamos haciendo es dar un seguimiento en varias partes del estado del trabajo que se está haciendo de ampliación de cobertura porque la idea es que realmente seamos una alternativa en comunicación. Nuestros ingenieros le estén dando una supervisión real a nuestras instalaciones a nuestras repetidoras para que a la vez se garantice que *Canal Diez* esté llegando a donde debe de llegar.

¹³⁸ Entrevista personal realizada el 15 de diciembre de 2010. Osio Trejo dejó la televisora en marzo de 2011.

Cuadro 6: ampliación de la red televisiva.

Año	Siglas	Localidad
1993	XHTTG-Canal 10	Tuxtla Gutiérrez
1993	XHSTC-Canal 9	San Cristóbal de Las Casas
1994	XHTAA-Canal 2	Tapachula
1998	XHLCA-Canal 9	Cintalapa
1998	XHITC-Canal 33	Comitán
2002	XHOLQ-Canal 13	Palenque
2002	XHITC-Canal 4	Motozintla
2003	XHITC-Canal 10	La Grandeza
2003	XHITC-Canal 10	Frontera Comalapa
2003	XHITC-Canal 10	Lacanjá Chansayab
2003	XHSBB-Canal 9	Yajalón
2003	XHSBB-Canal 13	Altamirano
2003	XHPCH-Canal 10	Pichucalco
2007	3 repetidoras	Ocosingo, Solosuchiapa, Pueblo Nuevo Solistahuacán

Elaboración propia basado en información de la página web de *Canal Diez*, 2011.

3.1.4 Financiamiento

Los recursos financieros con los que *Canal Diez* solventa sus actividades tienen fundamento en el decreto de creación del Sistema. Es a través de ésta reglamentación, en el artículo 6, que se prevén el otorgamiento de bienes muebles e inmuebles y la aportación de recursos para su funcionamiento, a través del presupuesto de egresos asignado por el ejecutivo federal y el estatal.

Adiciones a este artículo realizadas el 14 de marzo de 2007 (administración gubernamental de Juan Sabines Guerrero) posibilitan a todo el Sistema y en consecuencia a *Canal Diez* la obtención de ingresos adicionales provenientes del uso de sus bienes y el uso de los mismos. Además el artículo 7 establece aspectos fundamentales:

Artículo 7.- El Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión, contará con patrimonio propio que estará integrado por:

- I. Con las aportaciones de los particulares en calidad de legados o donaciones;
- II. Bienes muebles e inmuebles que le transmitan los gobiernos federal, estatal y municipal;
- III. Los beneficios que obtengan de la enajenación de bienes de su patrimonio;
- IV. Los financiamientos que obtenga para la realización de sus objetivos;
- V. Los ingresos que perciba por los patrocinios que obtenga y los servicios que proporcione;
- VI. Los derechos de autor que provengan de la producción de obras cinematográficas; de radio y televisión y audiovisuales;
- VII. Los bienes y derechos que adquieran por cualquier otro título;
- VIII: Utilidades, dividendos, intereses, rendimientos de sus bienes, aportaciones, derechos, concesiones, premisos, franquicias y autorizaciones que por cualquier medio legal adquiera;
- IX. Los recursos derivados de fideicomisos en los que se le señale como beneficiario, y
- X. Los demás ingresos que de manera lícita obtenga.¹³⁹

3.1.4.1 Los patrocinios

El asunto del financiamiento ha sido un tema de discusión permanente en el que *Canal Diez* no está al margen. Los empresarios de los medios electrónicos se han inconformado permanentemente ante la posibilidad de que los medios permisionados obtengan recursos con la venta de espacios publicitarios.

¹³⁹ Periódico Oficial. Órgano de Difusión Oficial del Estado de Chiapas No. 024. *Decreto por el que se crea el organismo público descentralizado denominado Sistema chiapaneco de radio y televisión*. Publicación No. 101-A-2001. 09 de marzo de 2001. P.5.

En Chiapas el problema se agravó precisamente en el sexenio anterior a Pablo Salazar Mendiguchía, es así que una vez siendo gobernador y al decretar la creación del Sistema, una preocupación manifiesta en la normatividad fue la comercialización de los espacios que se registraba en el antecedente inmediato de este organismo: *Red Radio Chiapas*, pues, se asegura en el documento, competía con la iniciativa privada en la venta de publicidad.

Por lo tanto el decreto que formalizaba la descentralización de *Canal Diez* y creaba el Sistema que aglutinaba a la radio y televisión chiapaneca fue explícito en esta situación:

Que en la construcción de un nuevo estado de derecho, el respeto a la legalidad debe comprender a todos los ciudadanos y todas las instituciones, por lo que un principio fundamental es eliminar el sustento jurídico irregular de los medios electrónicos estatales, así como suprimir todo fin de lucro que es inadmisibles en estaciones permisionadas.¹⁴⁰

El considerando sobre el sustento jurídico que establecía el gobernador Salazar en el decreto mencionado obviaba tintes políticos electorales más que la realidad en la escena del desarrollo y régimen de la televisión permisionada, puesto que es precisamente la dispersión legal y el anquilosamiento de la *Ley federal de radio y televisión*, la que había provocado una situación de excepción en materia de financiamiento de las televisoras permisionadas. Así, aprovechando las lagunas legales de esta norma regulatoria ante la problemática de financiamiento de los medios estatales y la búsqueda de soluciones, la *Secretaría de Comunicaciones y Transportes*, a través de la *Dirección General de Sistemas de Difusión* había emitido autorizaciones para la inserción de patrocinios –los cuales no están prohibidos de forma expresa en la LFRTV– en casos como *Canal Once*, *Instituto Mexicano de la Radio (IMER)* y *Sistema Mexiquense de Radio y Televisión*. Para este efecto la SCT se acogió en el artículo 36 de la *Ley orgánica de la administración federal* que le otorgaba las siguientes atribuciones:

¹⁴⁰ Id. P. 1.

Artículo 36.- A la *Secretaría de Comunicaciones y Transportes* corresponde el despacho de los siguientes asuntos:

II.- Administrar los servicios federales de comunicaciones eléctricas y electrónicas, y su enlace con los servicios similares públicos concesionados, con los servicios privados de teléfonos, telégrafos e inalámbricos y con los estatales y extranjeros;

III.- Otorgar concesiones y permisos para establecer y explotar sistemas y servicios telegráficos, telefónicos y cablegráficos, sistemas de comunicación inalámbrica, estaciones radio experimentales, culturales y de aficionados y estaciones de radiodifusión, comerciales y culturales, así como vigilar el aspecto técnico del funcionamiento de tales sistemas, servicios y estaciones;

XXIV.- Los demás que expresamente lo fijen las leyes y reglamentos.¹⁴¹

Los lineamientos son específicos con la pretensión de evitar competencia con los canales de televisión comercial. De esta se manera autoriza, a quienes así lo solicitan, los patrocinios para obtener recursos que solventen gastos de operación y producción, evitar el lucro, no exaltar las bondades de los bienes y servicios que se promuevan.

Víctor Cancino Villar, quien fungió como director general de la *Red Radio Chiapas* de 1991 al 2000, reconoció que existen vacíos en la normatividad de las televisoras permisionadas. En sentido estricto estos medios no tienen permitido comercializar y por lo tanto los patrocinios se convierten en un instrumento para conseguir recursos financieros adicionales a los subsidios del gobierno, debido a

¹⁴¹ Ley Orgánica de la Administración Federal (1976) Texto vigente, última reforma DOF 17 junio 2009. Consultado en www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/153.pdf, el 23 de marzo de 2011.

que estos no alcanzan para sostener el funcionamiento de los medios. Es así que, que el organismo se acogió a este recurso:

Los permisos de patrocinio surgen a raíz de que el gobierno compra *Canal 13* e implementa el 7, pero eran permisos acotados, que no generaban competencia desleal con los concesionados, había condicionantes para evitar la publicidad directa, no destacar bondades de los productos o servicios sino solamente menciones discretas de agradecimiento por el apoyo otorgado por tal o cual marca, o mencionar al principio o final del programa el apoyo recibido por tal o cual empresa.¹⁴²

No podemos soslayar múltiples comentarios recogidos en nuestro trabajo de campo que señalaron que en aquella época existió el planteamiento de privatizar los medios estatales y que a ésta lógica respondía la conformación de la paraestatal *Red Radio Chiapas*.

Las conjeturas argumentan que el perfil de programación y administración tenían una explicación fincada de las intenciones de un grupo en el poder para propiciar el cambio hacia la iniciativa privada. En nuestras entrevistas con empresarios del ramo radiofónico y empleados de gobierno de aquella época hemos constatado que la preocupación por este asunto iba más allá de las especulaciones, los planes eran claros e involucraban a las estaciones de radio y el canal de televisión otorgadas al gobierno estatal. Así lo comenta en entrevista personal un trabajador de la *Coordinación de Comunicación Social* en el sexenio 1988-1994:

Las instrucciones del gobernador Patrocinio González eran recuperar la XERA, que pertenecía al gobierno estatal pero se le había entregado al IMER para su manejo y ampliar la red con nuevas estaciones en toda la geografía chiapaneca y armarlo desde el principio en un tono comercial

¹⁴² Cancino Villar, Víctor. Entrevista personal realizada el 15 de marzo de 2011.

debido a que estas pasarían a ser de su propiedad, tal como sucedió con Aviaca.

Incluso, durante la inauguración de la antena de transmisión instalada en Copoya, el gobernador interino Elmar Setzer afirmó en su discurso que las intenciones del gobierno se limitarían a impulsar el proyecto, “tal como se había hecho con el caso de la empresa de aviación Aviaca”.¹⁴³ Sin embargo los cambios vertiginosos e insospechados que se registraron a raíz del movimiento zapatista, generaron un contexto político que no permitió que este proyecto se llevara a cabo.

Es así que ante estas circunstancias, durante la administración de Pablo Salazar (2000-2006), el *Sistema* evitó hacer uso de esta figura para la obtención de recursos.

En el sexenio de Juan Sabines Guerrero volvió al esquema de patrocinios, de acuerdo a las adiciones al decreto mencionadas al inicio de este apartado.

Sin embargo debo señalar que insistí ante los directivos del Sistema para que proporcionaran los documentos que dan sustento legal a su programa de patrocinios, pero no tuvimos éxito. Esta insistencia deriva de la insuficiencia que presenta la adición al decreto, puesto que, como se ha reseñado, es necesaria la autorización de SCT para no contravenir normas superiores.

Ni el *Programa institucional*, ni el *Manual de organización* incluye este aspecto, sin embargo la estructura administrativa integra un departamento que establece costos y formatos específicos: en televisión una entrevista cuesta 5 mil pesos y una mención 750; en radio la entrevista tiene un valor de 2 mil 550 y la mención 110 pesos. Se establece un número ilimitado de menciones; el contrato mínimo es de tres meses y el máximo de un año. En cuanto a las formas de pago puede ser en especie suministrando insumos que requiera la producción o para

¹⁴³ Aviaca inició como empresa propiedad del gobierno del estado de Chiapas en 1990, siendo gobernador Patrocinio González Garrido; en 1992 se vende a Grupo Ceiba, cuyos principales socios eran González Garrido y Luis de Pau, ex presidente de la caja de jubilaciones y retiros de la Asociación Sindical de Pilotos Aviadores de México (ASPA).

otorgar al público, esta modalidad la determina *Canal Diez* de acuerdo a sus necesidades.¹⁴⁴ En su página web, oferta diversos servicios:

- Promoción y difusión:
 - Patrocinio de programas de radio y televisión
 - Difusión a través de entrevistas en programas de radio y televisión
 - Promoción de eventos culturales, sociales y publicitarios a través de control remoto de radio y televisión
- Producción de audio y video
 - Producción de spots de radio y televisión para fines institucionales, de servicios, publicitarios
 - Producción de cápsulas de radio y televisión
- Infraestructura televisiva
 - Renta de estudio de televisión por hora
 - Renta de unidad móvil para grabación en exteriores
 - Renta de enlace vía satélite y microonda
 - Transferencia y copiado de video a betacam sp, dvcam, dvd, minidv, vhs.¹⁴⁵

Debido a la importancia del tema, pongo aquí como ejemplo los lineamientos establecidos por el IMER para sus estaciones, las cuales son similares en los demás casos mencionados en la definición de las políticas a las que se acogen las estaciones permisionadas, previa autorización de la SCT:

Las emisoras permisionadas del *Instituto Mexicano de la Radio* podrán contar con patrocinadores en su programación o en sus producciones.

Los productos radiofónicos que pueden ser patrocinados son:

a) Programas y series radiofónicas o segmentos de las mismas;

¹⁴⁴ Información vía telefónica proporcionada por Carolina Herrera, trabajadora del Departamento de patrocinios.

¹⁴⁵ Canal Diez, Servicios. Consultado en [/www.radiotvycine.chiapas.gob.mx](http://www.radiotvycine.chiapas.gob.mx), el 29 de marzo de 2011.

- b) Cápsulas, frases o trivias con contenidos adecuados al perfil programático de las emisoras;
- c) Segmentos de programación musical;
- d) Turnos de locución en vivo;
- e) Espacios informativos, secciones o programas producidos por el Sistema Nacional de Noticiarios;
- f) Promociones de campo.

Los patrocinadores recibirán en contraprestación, menciones grabadas o en vivo de hasta un minuto que:

- a) Podrá mencionar en términos muy generales marca, servicios asociados a ésta, productos derivados de esa marca o bien, su rúbrica y/o slogan en tanto no mencione atributos del producto;
- b) No podrá exaltar las cualidades del producto o servicio presentado por el patrocinador ni compararlo con productos o servicios similares;
- c) No deberá incentivar el consumo (indicando precios, ofertas o valores adicionales del producto frente a otros de su especie);
- d) No deberá indicar puntos de venta;
- e) La mención se hará de acuerdo con los estándares de programación y producción que se hayan establecido;
- f) Las menciones podrán durar hasta un minuto y se buscará su congruencia con la programación general o productos específicos de las emisoras.

Las menciones grabadas podrán hacerse:

- a) Al inicio y final de un programa;
- b) Al inicio y final de una sección de programa o segmento musical;
- c) A lo largo de un programa, de la transmisión de un concierto o desde un enlace en un centro de promoción;
- d) Al inicio y final de una cápsula o corte informativo;

e) De acuerdo con las necesidades de difusión siempre y cuando no afecte la programación de las emisoras y sus contenidos.

El mismo esquema podrá aplicarse cuando los patrocinadores provengan del sector público o social.¹⁴⁶

Es importante este ejemplo, pues como resultado del monitoreo hemos encontrado que *Canal Diez* se ha excedido al emitir spots comerciales en los intercortes tales como un concierto del cantante Luis Miguel (realizado el 9 de abril), un evento religioso denominado Congreso Nacional de Valores cuenta conmigo 2011 (realizado el 18 y 19 de marzo, con la presencia del gobernador), entre otros. Otras evidencias se encuentran en las menciones dentro de programa: *Mujeres de nueve a once*, tiene como patrocinador a *Royal prestige*,¹⁴⁷ empresa que comercializa instrumentos de cocina; en su espacio de cocina esta marca exalta las características de sus utensilios, hace promociones de paquetes a través de su estrategia de ventas, es decir, los televidentes ganadores tendrían la visita de los vendedores de la empresa para mostrarles las cualidades de los productos de su marca.

Atendiendo a los parámetros autorizados para IMER, se evidencia *Canal Diez* rompe rebaza lo permitido al hacer las menciones de los patrocinadores ya que: tienen duración mayor a un minuto, promueven atributos del producto o servicio, exaltan las cualidades del producto o servicio presentado por el patrocinador, incentiva al consumo indicando precios, ofertas e indican puntos de venta.

¹⁴⁶ IMER (2009) *Lineamientos de la dirección de comercialización*. Consultado en www.imer.com.mx, el 17 de marzo de 2011.

¹⁴⁷ Monitoreo al programa realizado en marzo de 2011.

3.1.4.2 El financiamiento público

En cuanto al financiamiento público, en 2001, la partida presupuestal aprobada para *Red Radio Chiapas S.A. de C. V.* fue de 15 millones 491 mil 942 pesos con 50 centavos, al convertirse en el organismo descentralizado el *Sistema* obtuvo para el siguiente año 34 millones 268 mil 210 pesos con 10 centavos.¹⁴⁸

En el transcurso de los años el presupuesto ha aumentado considerablemente, tal como se indica en el histórico que se expone en la siguiente tabla:

Cuadro 7: Histórico de presupuestos

Año	Denominación social	Monto	Gobernador
2001	<i>Red radio Chiapas</i>	15,491,942.50	Pablo Salazar
2002	<i>Sistema chiapaneco de radio y televisión</i>	34,268,210.10	Pablo Salazar
2003	<i>Sistema chiapaneco de radio y televisión</i>	33,491,038.69	Pablo Salazar
2004	<i>Sistema chiapaneco de radio y televisión</i>	36,952,000.00	Pablo Salazar
2005	<i>Sistema chiapaneco de radio y televisión</i>	48,087,791.07	Pablo Salazar
2006	<i>Sistema chiapaneco de radio y televisión</i>	50,083,385.62	Pablo Salazar
2007	<i>Sistema chiapaneco de radio y televisión</i>	55,680,000.00	Juan Sabines
2008	<i>Sistema chiapaneco de radio y televisión</i>	67,381,067.12	Juan Sabines
2009	<i>Sistema chiapaneco de radio y televisión</i>	86,181,594.04	Juan Sabines
2010	<i>Sistema chiapaneco de radio, televisión y cinematografía</i>	152,586,857.66	Juan Sabines
2011	<i>Sistema chiapaneco de radio, televisión y cinematografía</i>	140'080,744.00	Juan Sabines

Elaboración propia basada en Presupuesto de egresos, año correspondiente. Secretaría de Hacienda, 2011.

¹⁴⁸ Secretaría de Hacienda del Estado de Chiapas. *Presupuesto de egresos*. Consultado en www.haciendachiapas.gob.mx, el 02 de marzo de 2011.

Podemos observar que el *Sistema* ha obtenido un cobijo relevante en comparación con otros estados de la república. Como ejemplo, en el año 2007 el *Sistema Jalisciense de Radio y Televisión* recibió 32 millones 146 mil 400 pesos; mientras que la *Comisión de Radio y Televisión de Tabasco* (CORAT) obtuvo 87 millones 866 mil 767 pesos y al *Sistema chiapaneco* le fue asignado un monto de 55 millones 680 mil pesos. Mientras tanto en 2010, el *Sistema chiapaneco* creció su presupuesto en más de 152 millones; el caso de Jalisco tuvo una sensible disminución con una asignación de 29 millones 705 mil 950 pesos y el presupuesto de la (CORAT) fue de 54 millones 606 mil 962 pesos con 77 centavos. Un comparativo de las aportaciones en el presente sexenio es ilustrativo:

Cuadro 8: Comparativo financiamiento público

Año	<i>Sistema chiapaneco</i> ¹⁴⁹	<i>Sistema Jalisciense</i> ¹⁵⁰	CORAT ¹⁵¹
2007	55,680,000.00	32,146,400.00	87,866,767.00
2008	67,381,067.12	33,753,800	90,494,141.00
2009	86,181,594.04	33,753,800	58,882,229.00
2010	152,586,857.66	29,705,950	54,606,962.77
2011	140'080,744.00	29,705,950	No disponible

Elaboración propia, 2011

Como puede corroborarse en las tablas anteriores, la situación del *Sistema* es, en mucho, más propicia que el de organismos de otros estados. En los dos últimos años ha recibido más presupuesto que IMER y *Radio Educación*, mientras los medios dependientes del gobierno federal han sufrido recortes presupuestales:

¹⁴⁹ Secretaría de Hacienda del Estado de Chiapas. *Presupuesto de egresos*. Consultado en www.haciendachiapas.gob.mx, el 02 de marzo de 2011.

¹⁵⁰ Secretaría de finanzas, Gobierno del estado de Jalisco. Consultado en www.jalisco.gob.mx, el 20 de diciembre de 2010.

¹⁵¹ Secretaría de Administración y Finanzas del Gobierno del Estado de Tabasco, en Transparencia.tabasco.gob.mx.

Cuadro 9: Comparativo recortes presupuestales

Año	Canal 11	Canal 22	IMER	Radio Educación
2009	532,441,432	224,201,410	149,164,882	80,880,072
2010	473,140,654	194,470,773	131,545,119	78,279,342

Elaboración propia. Fuente: SHCP, Presupuesto de Egresos de la Federación 2009 y 2010

Otra experiencia es el *Sistema Mexiquense de Radio y Televisión* que en 1988 obtuvo de SCT el permiso para patrocinar en su programación y por lo tanto tiene el mismo esquema de *Canal Diez*. Recibe mayor presupuesto del gobierno del estado de México, pero además sus ingresos propios son significativos: en 2009 la transferencia estatal fue de 154 millones 688 mil 375 pesos, mientras que sus ingresos propios aportaron 4 millones 541 mil 952; en el 2010 el presupuesto otorgado fue de 251 millones 688 mil 375 y de ingresos propios: 6 millones 787 mil 186 pesos; en el 2011 el gobierno transfirió 199 millones 473 mil 831 y el Sistema Mexiquense obtuvo ingresos propios por 12 millones 360 mil pesos.¹⁵²

El asunto presupuestal está en permanente debate en nuestro país y es preocupación en diversas partes del mundo. Países como Francia (France 2), España (RTVE), han logrado trascender en reformas legales las posibilidades de financiamiento de la televisión pública; han eliminado la publicidad en sus medios y han implementado un sistema a partir de impuestos a las empresas privadas de telefonía, internet y televisión. Mientras tanto en México se han esquivado las reformas a la *Ley federal de radio y televisión*, los problemas jurídicos se atorán ante conflictos políticos y la obstinación de los grandes consorcios televisivos. *Televisa* y *Tv Azteca* mantienen un poder económico que ejerce presión ante la inminencia de cambios que alteren su capacidad de negocio. No obstante, permanece en el *Congreso de la Unión* la propuesta de reconocimiento a los medios públicos y comunitarios y las posibilidades de financiamiento por medio de donativos, venta de productos y servicios, patrocinios y el equivalente al 5 por

¹⁵² Gaceta del gobierno de México. Periódico oficial del estado libre y soberano de México (2008, 2009, 2010) *Presupuesto de egresos del gobierno del estado de México*. Decretos No. 233, 31, 250. Consultados en www.edomex.gob.mx, el 29 de marzo de 2011.

ciento del tiempo aire para publicidad. El dictamen del pleno se ha pospuesto indefinidamente.

En la mesa de las discusiones son tres las posturas preponderantes en nuestro país: la primera argumenta que para la obtención de la tan anhelada autonomía de los gobiernos las televisoras permisionadas deberían obtener mediante la publicidad los recursos para su manutención y desarrollo. La segunda posición indica que el estado debe destinar fondos para estos medios de comunicación, anteponiendo una política de comunicación sin menoscabo de su independencia y sin que signifique la concepción de una televisión gubernamental; y la tercera versión aboga por un sistema mixto de financiamiento público y comercialización publicitaria. Por lo tanto, mientras se dirimen y concretan las ideas en instrumentos las televisoras permisionadas deberán hacer uso de la creatividad para navegar en las aguas de la incertidumbre.

3.1.5 La programación de *Canal Diez*

Desde sus orígenes como centro de producción regional de TRM hasta la actualidad *Canal Diez* ha mostrado una programación que involucra intenciones de carácter social. Los temas recurrentes en la barra programática abarcan tópicos agropecuarios, salud, turismo, temas juveniles e infantiles, personajes chiapanecos y noticieros.

El primer programa de revista inició en 1983 a través del noticiero *Chiapas hoy*, en un formato que presentaba entrevistas, artistas y folclor chiapaneco además de la información que concernía a las actividades gubernamentales, prioritariamente las del gobernador de la entidad. De este programa Sarely Martínez y Héctor Cortés señalan que “aplicó aquí la tan controvertida <<mística>> de *Televisa* en lo tocante al contenido de la programación”,¹⁵³ Ya que a confesión de parte, el periodista Daniel Flores Meneses comentaba a estos autores la exitosa aceptación del programa debido a que incluían en ese espacio “marimba,

¹⁵³ Martínez Mendoza, Sarely y Cortés Mandujano, Héctor (2008) *Contando la historia de la radio y la televisión estatal*. Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión, Gobierno de Chiapas. México. P. 31.

mariachis, conjuntos, noticias, muy tipo *Televisa*, pero chiapaneco”.¹⁵⁴ Es así como se implanta el modelo de televisión en Chiapas al atraer la experiencia de gestión que realizaba el corporativo empresarial en la producción de sus programas.

No es un asunto criticable, ya que puestos a justificar resulta comprensible que siendo un proyecto en ciernes, la televisión chiapaneca obtuvo la experiencia de una gran mayoría de comunicadores novatos, algunos recién egresados de las universidades, otros sin carrera profesional pero cercanos a los medios de comunicación como revistas, periódicos y los menos con un grado más consistente de práctica en la televisión nacional o la prensa escrita. Sin descontar que los cursos de capacitación y adiestramiento que el gobierno gestionó para el personal fueron impartidos por personas cercanas a la televisión privada, como el caso de Antulio Jiménez Pons, quien, desde 1952, hizo fama y carrera como director de escena en *Telesistema Mexicano*: “De 6 a 10 de la mañana Jiménez Pons los sumergía en técnicas del lenguaje audiovisual: tomas de contrapicada, paneos, trucos de edición, musicalización, escenografía, conducción y elaboración de guiones”.¹⁵⁵ Esta fue su escuela y por lo tanto lo que marcó el rumbo del esquema de producción audiovisual preponderante en las transmisiones.

Mario Tassias Aquino, locutor y periodista que laboró en los inicios de la televisión chiapaneca, comenta que “en aquel tiempo la televisión era más social, como que buscábamos más el acercamiento con el público”¹⁵⁶ y manifiesta su impresión de que la programación actual se ha alejado de las comunidades y las personas. La impresión del periodista se fundamenta en que, en esa época era mayor la presencia de personas de distintas comunidades de la geografía chiapaneca que llegaban a los estudios para participar en intervenciones musicales, muestras artesanales e incluso gastronómicas. Ciertamente la programación actual no incluye estos aspectos de la manifestación social en sus noticieros y revistas, con excepción del programa *Con el son de la marimba*.

¹⁵⁴ Id. P. 32.

¹⁵⁵ Id. P. 19.

¹⁵⁶ Entrevista personal realizada el 10 de diciembre de 2010.

No obstante es necesario recalcar que la verticalidad del proceso lineal de difusión deviene de los primeros pasos del proyecto televisivo. Esta tónica difusionista se centra en la idea paradigmática de la transmisión, es decir se limita a servir como vehículo de un cúmulo determinado de mensajes, donde el emisor y el receptor tienen una evidente asimetría de roles al ser activo el primero y pasivo el segundo, marcándose así la unidireccionalidad. Esto significa que se diluye la garantía de una comunicación efectiva y por lo tanto, que los contenidos, aún sean los más pertinentes, no llegan al potencial estimado de receptores. Esta verticalidad implica que la posibilidad de diálogo y encuentro se restringe, desde el momento en que la lógica de gestión y producción busca *dar a conocer y no hacer común* el mensaje. Siguiendo a Martín-Barbero en su definición de lo que se espera de la televisión pública, se señala con énfasis, el proceso de interpelación como ingrediente indispensable para construir un escenario de comunicación entre los ciudadanos y las comunidades.

3.1.5.1 La barra programática actual

Desde su página web, *Canal Diez* señala una propuesta de programación con base en los ejes social, educativo, cultural y de entretenimiento:

Nuestros contenidos están diseñados para atender a la diversidad de la población chiapaneca tomando en cuenta no sólo su edad, género, actividad y lengua materna, sino también su necesidad de información que contribuya al desarrollo individual, familiar y de la comunidad. Como resultado de nuestro compromiso social TV10 Chiapas transmite una programación que incluye espacios de equidad de género, estimulación infantil, atención ciudadana, salud pública, cuidado del medio ambiente, impulso agropecuario, orientación educativa, atención a la tercera edad y análisis de sucesos políticos y sociales, entre otros.¹⁵⁷

¹⁵⁷ Consultado en www.radiotvycine.chiapas.gob.mx, el 01 de abril de 2011.

Se recuperó información de la página web y el *Programa institucional del Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión 2007-2012*, para realizar un ejercicio de integración de la barra programática a través de categorías y ejes que si bien no están determinados como tal, desde el planteamiento en los documentos pueden constituirse de la siguiente manera:

3.1.5.2 Categorías de programación

Con base en la información del *Programa institucional del Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión 2007-2012* y la sinopsis que se presenta en la página web de Canal Diez, se establece una categorización que se integra en los ejes social, educativo, cultural y de entretenimiento:

Cuadro 10: categorización de programación

Categoría: Equidad de género. Eje: social

Programa	Sinopsis: de acuerdo a la página web	Frecuencia
Mujeres de hoy	Las mañanas están dedicadas a lo que te interesa, emociona e inquieta. Porque sabemos que las decisiones que toman las mujeres son trascendentes en el núcleo familiar, laboral, en la vida comunitaria y en la sociedad en general; en el programa se abordan los temas que enriquecen, construyen, fortalecen, y dan equilibrio al entorno femenino y por ende a todo lo que le rodea.	Lunes a viernes 9:00 a 11:00

Categoría: Estimulación infantil. Eje: educativo

Programa	Sinopsis	Frecuencia
Viva la pelota	1er lugar en la categoría de Programa en Estudio del Concurso Nacional de Producción de Televisión "La Red" 2010. Correr, jugar y sonreír. Porque la familia es el núcleo principal donde los niños construyen sus valores e ideales Don Lupe, Rosita y Toni nos comparten cada semana sus anécdotas y experiencias; mientras Tragarto y Lili nos enseñan cómo vivir en armonía con las plantas y animales y Pepe Notas recorre el estado visitando a los niños en sus escuelas y comunidades. Juegos, relatos y tips que promueven la concordia, solidaridad, respeto y amistad con nuestros vecinos, nuestros compañeros y con todo lo que nos rodea. Una producción del DIF-Chiapas, Vientos Culturales y el Sistema Chiapaneco de Radio, Televisión y Cinematografía. Capítulos de estreno. 4ta. temporada.	Viernes 16:30 a 17:30 Sábado y domingo (R) 9:00 a 10:00
Viva la pelota en tsotsil	Viva la Pelota en Tsotsil Debido al éxito y reconocimiento que Viva la Pelota se ha ganado en todo el estado, nuestra barra infantil transmite Viva la Pelota en lengua Tsotsil.	Lunes 16:30 a 17:00 Sábado y domingo (R) 7:30 a 8:00

Categoría: Atención ciudadana. Eje: social

Programa	Sinopsis	Frecuencia
Atención ciudadana en vivo	Reporta tu petición, queja o comentario. En vivo desde radio y televisión se canalizan a las autoridades correspondientes las peticiones, quejas, comentarios y dudas de los radioescuchas y televidentes chiapanecos de todos los municipios para que éstas sean atendidas de manera inmediata; con el fin de que juntos sociedad y gobierno construyan un mejor espacio donde vivir.	Martes, miércoles y jueves 14:00 a 15:00

Categoría: Salud pública. Eje: educativo

Programa	Sinopsis	Frecuencia
Salud para todos	¿Qué hacer para mantenerte sano? Entérate en Salud para todos. Mónica Gallegos entrevista a especialistas que orientan a la población sobre cómo prevenir y atender tanto los padecimientos crónicos como las enfermedades que aquejan a niños, mujeres, y personas de la tercera edad, entre otros. A través de reportajes, sondeos y estadísticas el televidente tendrá acceso a un panorama general de todo lo concerniente a la salud en Chiapas.	Lunes a viernes 11:30 a 12:00

Categoría: Cuidado del medio ambiente. Eje: educativo

Programa	Sinopsis	Frecuencia
Biosfera diez	La guía verde para conservar y proteger nuestro entorno. En Chiapas la biodiversidad se manifiesta de manera vasta y extraordinaria, te invitamos a conocer la riqueza de nuestra flora y fauna, así como nuestros abundantes patrimonios naturales. Además en este programa, ganador del Premio Nacional de Periodismo Ambiental, te decimos cómo participar en la conservación y protección del medio ambiente.	Jueves 21:30 a 22:00 Domingo (R) 8:30 a 9:00
BBC vida salvaje	China Salvaje, Galápagos y Australia Salvaje. Serie de documentales que muestran la enorme riqueza de la comunidad salvaje, así como los lugares más asombrosos del Planeta Tierra.	Domingo 21:00 a 22:00
Región Chiapas	Medio ambiente y campo de Chiapas. A través de atractivos reportajes podrás conocer los temas que impulsan la conservación del medioambiente y del desarrollo del campo de Chiapas. Descubre en este contexto la cultura, tradiciones, bellezas naturales y la fuerza de la gente chiapaneca	Lunes, miércoles y viernes 12:00 a 12:15

Categoría: Impulso agropecuario. Eje: educativo/promoción política gubernamental

Programa	Sinopsis	Frecuencia
Al grano	Todo lo necesario para hacer crecer tu cosecha. Arlette Urbina presenta en cobertura estatal dos horas de información, música, entrevistas, reportajes y mensajes. Un espacio donde se impulsa la reconversión productiva del campo chiapaneco, promovida por el gobierno estatal, fortaleciendo las oportunidades de la gente que se dedica a la actividad agropecuaria y beneficiando a miles de familias chiapanecas.	Lunes a viernes 5:00 a 7:00
A campo abierto	Sembrando progreso. Espacio que difunde las nuevas herramientas, mecanismos, programas gubernamentales y oportunidades para los productores del campo chiapaneco. Se promueve la reconversión productiva como el mecanismo que estimula el desarrollo agropecuario, y mejora las condiciones de vida de los productores y sus familias. Coproducción con Secretaría del Campo	Viernes 12:30 a 13:00 Domingo 14:00 a 14:30

Categoría: Orientación educativa. Eje: cultural

Programa	Sinopsis	Frecuencia
La rial palabra	¡Aaah burro que buen programa! ¡Mirálo! Los integrantes de la Rial Academia de la Lengua Fraileskana ilustran de forma amena y entretenida los significados y usos que la lengua española ha adoptado en la región Fraileskana. El panorama cultural de la región se enriquece con entrevistas a escritores, artistas y personajes de la región.	Viernes 22:00 a 23:00 Domingo (r) 13:00 a 14:00
Universitarios de 10	Programa universitario Programa de la Universidad Autónoma de Chiapas que da a conocer los avances en investigación de sus diversas áreas de conocimiento y el desarrollo de programas con impacto social en los municipios del estado.	Lunes 17:30 a 18:00
Cantera	Espacio donde se dan a conocer las actividades más relevantes en materia cultural del Consejo Estatal para la Cultura y las Artes, así como la cartelera de los eventos a desarrollarse en la geografía estatal.	Miércoles 17:30 a 18:00
Chiapas nuestro	Conoce la grandeza del estado más hermoso de México. Asómbtrate con las bellezas naturales y la riqueza arqueológica de Chiapas. Cada semana te presentamos un documental que te lleva a conocer nuestra historia, tradiciones, costumbres, y a los personajes más representativos del estado. Producido por David Díaz Gómez	Martes 21:30 a 22:00
Revista del consumidor	Sin sinopsis	Lunes, miércoles y viernes 12:00 a 12:15
Sabores de Chiapas	Sin sinopsis	Viernes 18:00

Categoría: Atención a la tercera edad. Eje: cultural

Programa	Sinopsis	Frecuencia
Esta noche es para ti	Música y recuerdos. Entrevistas a mujeres y hombres chiapanecos que han dejado huella con su conocimiento, trayectoria y esfuerzo en la vida cultural, científica, política y deportiva del estado. Un tributo que nos permite aprender de los logros y experiencias de nuestros adultos mayores.	Miércoles 21:00 a 22:00

Categoría: Análisis de sucesos políticos y sociales. Eje social/promoción política gubernamental

Programa	Sinopsis	Frecuencia
Voz de mujer	Voz de Mujer que piensa, crea, transforma, y propone. Guadalupe Ruíz Narváez conversa de forma amena e inteligente con mujeres chiapanecas representativas de variados ámbitos profesionales, sociales y culturales, y juntas analizan temas de impacto e interés con el propósito de brindar alternativas de pensamiento y de vida, que enriquezcan no sólo el universo femenino, sino a la sociedad en general.	Lunes 22:00 a 23:00 Martes (R) 12:00 a 13:00
Sin censura	El análisis reflexivo del momento político. La investigación periodística fundamenta el análisis reflexivo y objetivo del momento político y social en el estado y el país. El periodista Miguel González Alonso modera un debate inteligente con especialistas y servidores públicos, cuyo diálogo busca enriquecer la visión real y crítica de la audiencia.	Martes 22:00 a 23:00 Viernes (R) 14:00 a 15:00
Chiapas nuestra casa	Nuestra gente y nuestro orgullo. Margarita Farrera presenta y comenta los temas que muestran la riqueza cultural, histórica, natural, y musical de Chiapas. A través de entrevistas y reportajes se destaca la capacidad de hombres y mujeres que día a día conforman y conservan la grandeza de Chiapas.	Martes 19:00 a 20:00
Entre amigos	Los Valores que nos unen. Cada semana un grupo de amigos analiza desde su particular punto de vista un valor humano, en este espacio prevalece el diálogo pues aún ante la diferencia de opiniones lo que siempre se busca es reafirmar los valores humanos en sociedad para lograr la unidad en armonía.	Lunes 14:00 a 15:00

La crónica	Historias, testigos y protagonistas de Chiapas. El periodista Daniel Flores Meneses presenta una visión precisa y profunda de los acontecimientos, valores e iniciativas públicas y privadas que transforman y consolidan día a día el devenir de Chiapas. La Crónica revela las ideas, trabajo y esfuerzo de los que construyen un mejor presente y futuro para el estado. Éstas son algunas de las 40 Crónicas que integran la serie coproducida por el periodista Daniel Flores Meneses y el Sistema Chiapaneco de Radio, Televisión y Cinematografía. Temporada de Ciclonos y su influencia en Chiapas. El Ámbar, su belleza y su destino. Oxchuc y sus ocho nudos. Los Objetivos del Milenio. El Bicentenario. La Ciudad Rural Nuevo Juan del Grijalva. La Torre Chiapas.	Martes y jueves 21:00 a 21:30
TV 10 noticias 1ª emisión	Chiapas se despierta. Empieza bien el día con la información estatal, nacional e internacional. Rocío Alarcón y Alejandro Domínguez te presentan desde la información más trascendental hasta el consejo más útil para la vida diaria. Reportajes, entrevistas y consejos de una manera dinámica y amena.	Lunes a viernes 7:00 a 9:00
TV 10 noticias 2ª emisión	Chiapas al día. Con un estilo claro Efrén Meneses te dan a conocer los sucesos más importantes del día en Chiapas, México y el mundo	Lunes a viernes 15:00 a 16:30
TV 10 noticias 3ª emisión	Chiapas se proyecta. El reconocido periodista Víctor Cancino Villar hace un recuento de la información más relevante del día. De una manera ágil, pero también profunda nos presenta las noticias destacadas de los temas: políticos, económicos, sociales, culturales, y deportivos	Lunes a viernes 20:00 a 21:00 Repetición 23:00 a 24:00
TV 10 noticias fin de semana	Chiapas en perspectiva. De manera precisa y ágil César Cancino nos presenta un resumen preciso y objetivo de las noticias más relevantes de la semana. Conoce los sucesos que hicieron historia en Chiapas, México y el mundo.	Sábado 15:00 a 16:00
La voz de nuestras raíces tsotsil	Sin sinopsis	Lunes 17:00 a 17:30
La voz de nuestras raíces zoque	Sin sinopsis	Miércoles 17:00 a 17:30
La voz de nuestras raíces chol	Sin sinopsis	Jueves 17:00 a 17:30
La voz de nuestras raíces tseltal	Sin sinopsis	Viernes 17:00 a 17:30
La voz de nuestras raíces tojolabal	Sin sinopsis	Martes 17:00 a 17:30
Yolanda de la Cruz presenta	Sin sinopsis	Sábados 22:00 a 23:00

Categoría: Otros. Eje: entretenimiento

Programa	Sinopsis	Frecuencia
Al son de la marimba	En vivo desde el Parque de la Marimba. La marimba chiapaneca y el baile popular se reúnen cada noche en el Parque de la Marimba, contagiando de alegría a la audiencia de todo el estado y a nuestros paisanos que residen en el extranjero. Una tradición musical que se mantiene viva y palpitante en cada rincón de Chiapas.	Miércoles 19:00 a 20:00
Aficionarte	Producto cien por ciento chiapaneco. Arturo García "El Turi" presenta aficionados de todo el estado que ofrecen una muestra de su talento por radio y televisión en cobertura estatal. Con una conducción fresca y dinámica Aficionarte Hecho en Chiapas, garantiza dos horas de alegría y risas.	Domingo 11:00 a 13:00
10 en deportes	Los protagonistas y la emoción de la jornada deportiva. El recuento de la actividad deportiva estatal, nacional y mundial, con todos los pormenores de las competencias más recientes. Carlos Ballinas modera el debate con los protagonistas invitados al estudio.	Lunes y viernes 21:00 a 22:00
La zona del vampiro	La escena alternativa mundial. La escena alternativa, indie, underground actual y clásica con un experto en la materia, El Vampiro, alias Antonio Cornejo. Con un estilo peculiar	Martes 18:00 a 19:00

	adquirido por años de experiencia y gusto por la música underground El Vampiro nos presenta tanto videos de grupos con reconocimiento mundial, como a las bandas locales en vivo.	
El garaje	Pop rock de los 60's a las 80's Los éxitos de tres décadas que marcaron a más de una generación. Rafael Domínguez presenta los videos de artistas y grupos de pop rock que encabezaron los top charts de los sesentas a los ochentas. Un espacio donde el público participa con llamadas en vivo.	Jueves 18:00 a 19:00 Domingo 13:00 a 14:00
La chica grupera	Música y entrevistas. Alejandra López, la Chica Grupera presenta las novedades del género grupero y a los grupos locales que interpretan sus éxitos en vivo.	Sábado 18:00 a 19:00 Jueves (r) 19:00 a 20:00

Elaboración propia, fuente: programa institucional del Sistema y página web de *Canal Diez*

Como puede observarse se integran 2 programas en el eje social, de los cuales uno es de equidad de género y el otro de atención ciudadana. La categoría análisis de sucesos políticos y sociales la hemos enmarcado también en este eje, pero con la variante de promoción política gubernamental debido sus contenidos hacen franca referencia a los programas y actividades del gobierno estatal.

En cuanto al educativo encontramos 8 programas, 2 en la categoría estimulación infantil, uno en salud pública, 3 en cuidado del medio ambiente y 2 en impulso agropecuario en este hemos agregado al eje la promoción política gubernamental bajo el argumento anteriormente expuesto.

En tanto en el eje cultural ubicamos 6 en la categoría orientación educativa y uno en la de atención a la tercera edad, haciendo un total por eje de 7 programas.

La categoría denominada otros, cuyo eje es entretenimiento se integra de 7 programas, la mayoría de ellos musicales: música regional de marimba con *Al son de la marimba*; *Aficionarte* que presenta cantantes aficionados locales, dos que presentan videoclips de música en inglés: *El garaje* y *La zona de vampiro* y otro que también promueve música en videos pero del género conocido como grupero. Uno más de temas deportivos.

En total son 38 los programas que definen la barra prevista por Canal Diez en su página web, pero que no es definitiva debido a los especiales de temporada que ofertan de manera constante como los musicales *Chiapas a cantar*, *2 de café* y *Hoy toca*. Además deben contemplarse los especiales que se incrustan en la

programación de manera imprecisa, sirva de ejemplo los siguientes: *Discutamos México*, la serie *Descubre México en la Red*, entre otros producidos por Canal 22 y Canal Once.

Es importante señalar que suelen realizarse cambios abruptos en la parrilla prevista, en ocasiones por exigencias que salen de la lógica de una gestión planificada; es frecuente que esto suceda con transmisiones que a menudo dan la impresión de ser arbitrarias y regularmente están relacionadas con las actividades del mandatario estatal. Los cortes no tienen límite de duración, pueden durar unos minutos (como corte informativo especial) una hora o más.

Por ejemplo, así sucedió el 2 de marzo de 2011. *Canal Diez* transmitía su programación habitual. A las nueve de la mañana inició el programa de revista *Mujeres de nueve a once*. Todo transcurría con normalidad, las secciones acostumbradas hasta las 10:15 de la mañana, al regresar de un corte promocional, sin previo aviso a los televidentes –porque seguramente el personal del canal lo tenía previsto, dada la logística requerida- apareció en pantalla el gobernador del estado acompañado de funcionarios y miembros del ejército saludando a la bandera, mientras en primer plano de audio se escuchaba el himno nacional. Hasta ese momento, quienes estuviesen viendo *Canal Diez* no conocían el motivo del corte abrupto del programa acostumbrado. Continuó el evento con el protocolo de despedida del lábaro patrio y los presentes en la locación cantaron el himno a Chiapas. Un paneo de cámaras mostraba a los asistentes distinguidos: la diputada Rosario Pariente, el funcionario Pedro López Ayanegui, el secretario general de gobierno Noé Castañón León, entre otros; un *close-up* del gobernador del estado; un *médium shot* para su esposa y sus tres hijos; otro *close up* para la madre del mandatario; otro paneo exponía la presencia del diputado presidente del *Congreso del Estado* y al magistrado presidente del *Supremo Tribunal de Justicia*, representantes del poder legislativo y el judicial entre otros políticos locales de relevancia.

En off, la voz del reportero de *Canal Diez* describía la escena y por fin informó sobre el tema que se transmitía desde el parque Caña Hueca de la ciudad capital:

El 2 de marzo es un día muy especial para los chiapanecos, enlazadas las 10 emisoras de radio y la red de televisión del *Sistema chiapaneco de televisión y cinematografía* para recordar a don Juan Sabines Gutiérrez en su XXIV aniversario luctuoso, personaje que dio muestra que un estado se puede cambiar completamente con entrega y convicción, un hombre que ha dejado muchas obras en todo Chiapas.

La alocución fue aderezada con imágenes generales de la concurrencia integrada también por estudiantes del nivel primaria. El locutor del evento anunció la participación de Alejandra Núñez Gutiérrez, alumna de la escuela primaria <<Juan Sabines Gutiérrez>> de la colonia Plan de Ayala, quién afirmó:

...Chiapas lo recuerda con el mismo corazón amoroso que él dejó a Chiapas...Juan Sabines Gutiérrez un hombre insigne, gobernante forjado por su historia, con desempeño honesto, incluyente y tolerante. Hombre de pueblo con el corazón dispuesto a entregarlo al mismo pueblo...por las circunstancias y los merecimientos políticos llegó a gobernar nuestro estado de 1979 a 1982, ha sido el gobernante más carismático que Chiapas ha tenido.

Mientras tanto en la pantalla de *Canal Diez* podía apreciarse en contrapicada la estatua de don Juan Sabines, rostros en *close up* de los asistentes principales.

Inició la primera guardia de honor al ex gobernador, mientras el locutor continuaba la narración: "El número de obras de don Juan son innumerables (sic) como él decía con "hechos y no palabras" honor a quien honor merece". Desgranó el reportero sus mejores frases de elogio al homenajeado y a su familia, habló de doña María de los Ángeles Guerrero, viuda de Sabines, de quien dijo "es ejemplo de unión familiar, ella estuvo con él hasta el final de sus días como mujer digna y abnegada de amor familiar". Continuaba la pasarela para las diversas guardias de honor, finalmente los mariachis suben al templete y mientras esto sucede el

periodista de *Canal Diez* aprovecha para informar “Seguramente, adelantamos, van a tocar *Motivos* porque esa era la pieza musical predilecta de don Juan. Vemos como el gobernador con ese detalle, esa característica de humildad saluda a los mariachis”. El acertado adelanto del reportero nos lleva a constatar, a través de la pantalla de televisión, la interpretación en versión ranchera del exitoso bolero de José Domingo Castaño: *Motivos*.

Posteriormente, Pedro López Ayanegui, director general del *Centro de Control de Confianza Certificado*, dio un mensaje en nombre de familiares y amigos de don Juan Sabinés Gutiérrez “a los sabinistas los iba yo a mencionar como los sabinistas del siglo pasado, pero recibí la instrucción del gobernador de mencionar a cada uno”. Así lo hizo y después añadió:

Compartir con ustedes lo que Juan significa para todos nosotros y para Chiapas...el sabinismo es la entrega al servicio como doctrina, habría que abundar también que el sabinismo es creer en uno mismo, es sembrar esperanza en la comunidad para tener la seguridad de que juntos lo podemos realizar y Sabinés hizo todo por su pueblo, no con palabras sino con hechos...no se podrá concebir a Chiapas sin la presencia de los dos gobernadores Sabinés.

El evento terminó cuando el gobernador Juan Sabinés Guerrero entregó mobiliario y computadoras a la primaria que lleva el nombre de su padre. El reportero encargado de hacer la crónica del evento volvió a recordar a los televidentes que la transmisión se ha realizado con enlace de todas las emisoras de radio y televisión del *Sistema*, sin regatear epítetos y reconocimientos al ex gobernador y al actual mandatario, despidió el programa anunciando “compartimos esta cápsula para recordar quién fue el ciclón del sureste”. En master soltaron un videotape que en *voz en off* y profusas imágenes continuó el homenaje a don Juan Sabinés Gutiérrez con duración aproximada de 5 a 6 minutos; hubo un corte promocional y regresó la programación habitual; eran las once de la mañana.

Por otro lado, en el monitoreo realizado hemos constatado que a pesar de que la carta de programación se ha definido con anticipación, es recurrente el cambio de días y horarios de diversos programas. Así por ejemplo se prevé la transmisión de *A campo abierto* los domingos de 14:00 a 14:30, pero en la parrilla –en la pantalla– se le puede encontrar a las 6 de la mañana. El público puede ver *Biosfera 10* a las 6:30 de un domingo, aunque la carta programática informa un horario de 8:30 a 9:00 de la mañana. *Sin censura*, está planeado para los martes y viernes, sin embargo es posible verlo algún sábado a medio día; *Chiapas nuestro* está planeado para los martes de 21:00 a 21:30 y es posible que se difunda el domingo a las 10 de la mañana.

Estos vaivenes restan consistencia a la continuidad de la programación, la cual debería ser coherente para que los televidentes potenciales identifiquen sin problemas días y horarios de transmisión. Es un mecanismo de referencia básica que el medio debe ofrecer al servicio de su teleauditorio de acuerdo a la función y objetivos perseguidos en sus diversas emisiones.

La historia de *Canal Diez* ha mostrado su pertinencia en momentos de desastres naturales como la tormenta tropical *Stan* en 2005, el deslizamiento de tierra en Juan del Grijalva en 2007, o contingencias políticas como la del levantamiento zapatista en 1994. Se ha convertido en un instrumento de apoyo y enlace social. En estas circunstancias por supuesto que los cambios en la programación adquieren otro matiz. Frente a eventualidades de este tipo el medio se convierte en una herramienta totalmente útil como instancia mediadora de conflictos adyacentes, para localizar y enlazar personas e incluso para moderar la conducción social y convocar a la solidaridad. *Canal diez* ha puesto su capital tecnológico al servicio y apoyo de las comunidades chiapanecas, a costa y sin demerito de su programación establecida.

Pero aquí debemos notar un asunto de total relevancia, pues confirma la tesis de este trabajo de investigación. En circunstancias como las descritas es donde *Canal Diez* ha demostrado su carácter valiosamente social, debido a que cambia totalmente su esquema de gestión y acción comunicativa. En situaciones de dificultad social ha roto con sus propias inercias, se ha desligado,

momentáneamente, de una programación pensada desde la centralidad y la verticalidad difusora, para convertirse en un catalizador y en espacio abierto a las hondas preocupaciones de las personas en situación de crisis. Sin embargo en la cotidianidad la programación televisiva se estrella en la contradicción, pierde pertinencia comunicativa. Veamos porque en el siguiente diagrama que hemos elaborado con base en la construcción de un discurso, y que genera dos vertientes, la primera de comunicación y la segunda de incomunicación:

Cuadro 11: Situación de comunicación e información

En cuanto al emisor

	<i>Inventio</i>
1	Situación de contexto que catapulta el interés de comunicar: selección del tema
2	Referentes: ideas, sentimientos/emociones, hechos/omisiones = argumentos
	<i>Dispositio</i>
3	Relación de orden, estructura y diseño de los argumentos para definir un plan de producción audiovisual con una finalidad de intención comunicativa
	<i>Elocutio/actio</i>
4	Inicio de la intención comunicativa: expresión de los argumentos para la producción de señales semánticas a través de un canal de transmisión audiovisual (<i>Canal Diez</i>)
5	Las señales semánticas deberán ser estímulos para lograr la intención de percepción del receptor y con este mecanismo trascender hacia la interpretación



En cuanto al receptor

Relación comunicativa (diálogo horizontal/bidireccionalidad)	
1	La recepción-interpretación sólo se registra si:
*	La señal semántica la considera trascendente
*	Le da valor y significado a la información si le interpela, dándole forma a través de sus propias circunstancias, contexto, valor de uso, construye sentido.
*	Identifica al mensajero (emisor = <i>Canal Diez</i>) y advierte que este pretende la interacción
*	Asume la propuesta de interacción, abstrae, dimensiona e interpreta el mensaje
*	Se implica en la situación de contexto que catapulta el interés de interactuar: selección del tema
2	Aplicación de la interpretación. Revisión de referentes: ideas, sentimientos/emociones, hechos/omisiones que lo llevan a construir argumentos de respuesta
3	Relación de orden, estructura y diseño de los argumentos para definir un plan con una finalidad de intención comunicativa
4	Inicio de la intención comunicativa: expresión de los argumentos para la producción de señales semánticas a través de un canal de transmisión (<i>Canal Diez</i>)
5	Las señales semánticas deberán ser estímulos para lograr la intención de percepción del receptor y con este mecanismo trascender hacia la interpretación
6	Intercambio de roles hasta el final de la situación comunicativa



En cuanto al receptor

Relación NO comunicativa (difusión vertical/unidireccionalidad)	
1	La recepción NO se registra si:
*	La señal semántica No es considerada trascendente
*	No le da valor y significado a la información porque no responde a sus propias circunstancias, a su contexto, no tiene valor de uso, no construye sentido. NO le interpela
*	NO Identifica al mensajero (emisor = <i>Canal Diez</i>) y NO advierte que este pretende la interacción
*	NO asume la propuesta de interacción, NO abstrae, NO dimensiona, NO interpreta el mensaje
*	NO se implica en la situación de contexto, NO muestra interés de interactuar
2	NO construye argumentos de respuesta
3	No reacciona al interés del emisor
4	SILENCIO En el discurso el silencio cuenta, quedarse callado puede ser una respuesta: NO VER CANAL DIEZ ES UN SILENCIO SIMBOLICO

Elaboración propia, 2011

El esquema anterior marca pues el insoslayable activismo que se refleja en el sistema del quehacer comunicativo y en el caso contrario la ausencia de actividad. La estandarización de la información lleva a la NO comunicación debido a que el receptor es también un ente activo con una clara, aunque quizá no manifiesta, percepción del medio.

En el capítulo uno, expuse una mirada previa de las formas de hacer y ver televisión, donde argumenté la necesidad de asumir el diálogo entre quienes participan en una situación comunicativa y la inoperancia, para este fin de una explicación behaviorista. De esta manera ratifico que la televisión debe pensarse y producirse en estrecha relación con los significados y representaciones comunitarias.

La materialización de la televisión como objeto técnico-simbólico está precisamente en que el destinatario de los mensajes aprecie el mensaje de acuerdo a sus circunstancias y a su contexto para darle un valor de uso que lo comine a construir un sentido, que le interpele y lo estimule para impulsar una interpretación que genere respuesta participativa. La construcción de sentido reside en la semantización de los mensajes por lo que presenté tres categorías del potencial de la televisión para comunicar. Los niveles de significación están adheridos a las narrativas expuestas con antelación.

Un televidente identifica y advierte la intención de interacción del medio y la abstrae de acuerdo a las referencias que ha acumulado sobre las intenciones del medio. Conoce también de forma concreta que una *narrativa de la realidad* le proporcionará imágenes y sonidos recogidos de la realidad, es capaz de reconocer una representación apegada a la realidad como en los casos de desastre o virulencia política, y hace su lectura, abstrae la información, interpreta y le da sentido al mensaje. Mientras que en una situación narrativa irreal de la realidad, comprende también la dimensión del mensaje y el mensajero, como en el caso del aniversario luctuoso del ex gobernador. Y el receptor del mensaje actúa en consecuencia, se implica o abstiene su interés de participar.

3.2 Análisis de la programación

Para realizar la revisión de la programación de *Canal Diez* acudí a la técnica de *Análisis de contenido*, buscando un acercamiento metodológico con la *Teoría de la acción comunicativa* y la *Teoría de la argumentación*, para establecer un modelo de interdependencia dinámica en la emergencia instrumental de la intención de comunicación del medio televisivo, las prácticas sociales y el público televidente. Atendiendo a que el mensaje semántico emitido a través del lenguaje de la televisión podría constituirse en la posibilidad de producir formas de comportamiento social, siempre y cuando, siguiendo a Habermas, desde una configuración de racionalidad cognitivo-instrumental la acción de comunicar cumpla con las pretensiones de validez:

Una emisión o manifestación lograda ha de satisfacer tres pretensiones de validez: tiene que ser considerada verdadera por los participantes, en la medida en que refleja algo perteneciente al mundo; tiene que ser considerada veraz, en la medida en que expresa las intenciones del hablante, y tiene que ser considerada normativamente correcta, en la medida en que afecta a expectativas socialmente reconocidas.¹⁵⁸

Esta validez desde la práctica comunicativa se articula con la *Teoría de la argumentación*, en tanto que el impulso de un argumento implica la capacidad de convencimiento y aceptación de los telespectadores. En este sentido Habermas define argumentación como “tipo de habla en que los participantes tematizan las pretensiones de validez que se han vuelto dudosas y tratan de corroborarlas o de refutarlas por medio de argumentos”.¹⁵⁹ De esta manera la teoría argumentativa me ha proporcionado elementos para el análisis de los procesos de interpretación, acción creativa y sustentación de los discursos emitidos desde la televisora para buscar el entendimiento con sus públicos. En este tenor me asistí de Perelman

¹⁵⁸ Habermas, Jürgen (1984) “¿Qué significa pragmática universal?”, en *Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos*. Cátedra, Madrid. pp. 327-328.

¹⁵⁹ Habermas, Jürgen (1981) *Teoría de la Acción Comunicativa, vol I*. Taurus, Madrid, pp. 37.

(1994) para invocar a la capacidad del teleauditorio en la relativización de los argumentos, en cuanto a que entran en juego sus valores para interpretar de acuerdo al lugar de origen del mensaje “el uso de ciertos lugares o de ciertas argumentaciones no caracteriza necesariamente a un medio de cultura determinado, sino que pueden proceder, y es lo más frecuente, de la situación argumentativa particular en la que se encuentra el orador”.¹⁶⁰ Desde el punto de vista metodológico posibilita discurrir acerca de las elecciones de quien emite el mensaje para producir un discurso determinado, relacionado con las características de los públicos meta a los que dirige su intención de comunicar, es decir, los valores, los hechos que permiten o limitan el entendimiento.

El planteamiento en esta fracción de la investigación está implicando la revisión de la elaboración de argumentaciones que realiza *Canal Diez* como organización mediática. La brújula de orientación se basa en las partes que constituyen la producción del discurso, de acuerdo con la retórica tradicional: *inventio*, *dispositio* y *elocutio*.

Siguiendo a Tomas Albaladejo, la *inventio* es una operación semántico-extensional que provee la estructura de conjunto referencial, esto implica la selección de los temas, las ideas, los hechos, incluso sentimientos y emociones que radican en una situación de contexto que activa el interés de comunicar. La *dispositio* explicita la definición de un plan, una estructura y orden para diseñar los diversos argumentos que llevan al objetivo de interacción. Así que se establece la estructura profunda del texto (macro-estructura). En este sentido:

La relación de sucesividad entre las dos queda establecida en el espacio teórico de tal modo que la *inventio* es explicada como primera fase del proceso productivo-creador del discurso y la *dispositio* como segunda fase del mismo, inmediatamente posterior a la *inventio*.¹⁶¹

¹⁶⁰ Perelman, Chaim y Olbrechts-Tyteca, Lucie (1994): *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*. Gredos. Madrid. P. 164.

¹⁶¹ Albaladejo, Tomás (1989), “Semántica y sintaxis del texto retórico: inventio, dispositio y partes orationis”, en: *Estudios de Lingüística. Universidad de Alicante*, 5, 1988-1989. Madrid. pp. 9-15.

En *elocutio* veremos el inicio de la interacción, es decir que aquí se registra la expresión de los argumentos, la producción de señales semánticas, a través de un canal de transmisión, que, en nuestro caso de análisis, se conjunta en la expresión del individuo y el uso de la tecnología, tal como señalé en el primer capítulo, en atención a las escalas del complejo televisivo que involucran la parte técnica-tecnológica y la que incluye el fenómeno cultural-simbólico, por medio del cual el mensajero incita a través del actio los mecanismos para estimular la percepción del receptor buscando la trascendencia hacia la interpretación. Es en este sentido que Francisco Chico establece la constante actividad en la situación de comunicación al afirmar:

Sólo desde un punto de vista teórico podrá hablarse de *dispositio* aisladamente, sin tener en cuenta las operaciones de *inventio* y *elocutio*, que desde este punto de vista serán componentes teóricos, o de los grupos *inventio-dispositio-elocutio*, por una parte, y *elocutio-dispositio-inventio*, por otra, correspondientes a los procesos de producción y de recepción textual respectivamente. Las diferentes ideas o elementos semánticos que la *inventio* va hallando en la realidad extralingüística e intencionalizando en la estructura de sentido son simultáneamente estructurados por la operación de *dispositio* en la base o macroestructura textual, de forma que tal ordenación sintáctico-semántica puede contribuir al descubrimiento de nuevos temas o subtemas por parte de la *inventio*, que configurarán de una forma o de otra lo que al final será estructuración definitiva en el nivel de la manifestación textual lineal; por otra parte, no necesariamente deben haber acabado las operaciones de hallazgo y ordenación para que la *elocutio* comience a verbalizar, ya que ésta puede proporcionar también informaciones determinantes para ulteriores desarrollos o modificaciones de las anteriores operaciones retóricas.¹⁶²

¹⁶² Chico Rico, Francisco (1998) *Pragmática y construcción literaria. Discurso retórico y discurso narrativo*. Universidad de Alicante. Madrid. P. 53.

Es así que en el interés de análisis de un producto audiovisual, consideré niveles de macro-estructura semántica, de estructura sintáctica (orden y coherencia del discurso) y micro-estructuras visuales y auditivas, como componentes del lenguaje televisivo que provocan una manifestación textual y referencial articulando la participación de los referentes, el mensajero y el teleauditorio. Es importante señalar que el concepto de teleauditorio se funda en una construcción realizada por el propio medio de comunicación y el orador, ya que es a partir de éste que se realizan las estrategias textuales para la vinculación empírica de los protagonistas de la situación comunicativa y el entendimiento-interpretación esperado. Este razonamiento supone que corresponde al emisor, a partir del proceso de *inventio*, *dispositio* y *elocutio*, prever la existencia del televidente y además que a través del mensaje-discurso edifique los puentes necesarios para crear y/o ampliar su cobertura. Por lo tanto, los planteamientos que posibilitan el discurso adquirirán coherencia en el momento del *actio* plasmado en palabras, imágenes, sonido, etcétera, que devienen en las características de un texto audiovisual.

Para el análisis de la programación he seleccionado como muestra el programa de revista *Mujeres de hoy* y el *noticiero TV 10 noticias 2ª emisión*; sin embargo debo señalar que se realizó un monitoreo permanente de toda la programación, para conocer las recurrencias y por lo tanto serán motivo de referencia, aún si no se incluyan en el muestreo formal.

Como unidades de análisis consideré diversas secuencias de programa, de las cuales únicamente presento citas representativas de acuerdo a la tónica de los razonamientos que se exponen.

Estos programas fueron seleccionados debido a que tienen una presencia permanente en la parrilla programática. Son transmitidos de lunes a viernes en un mismo horario. En cuanto al programa de revista es menester señalar que al inicio del monitoreo se llamaba *Mujeres de nueve a once* y a partir del 14 de marzo de 2011 la producción realizó algunos cambios entre los que se incluye el nombre actual *Mujeres de hoy*. En tanto el *noticiero TV 10 noticias 2ª emisión*, es parte de la estructura del área de noticias integrada por dos emisiones más: la primera

emisión que tiene un horario de 7 a 9 de la mañana y la tercera que se transmite de 20 a 21 horas. La razón fundamental para la selección del programa vespertino es que, por su estructura y diseño, los conductores comentan y editorializan la noticia de manera permanente, contrario a las versiones matutina y nocturna que se limitan a la presentación de las notas informativas.

El monitoreo abarca un periodo formal del 3 de enero al 30 de abril de 2011, aunque de manera informal la observación de la programación de *Canal Diez* puede registrarse desde septiembre de 2009.

Con la intención de describir las tendencias en el contenido y estilos de comunicación, las categorías de análisis se enmarcan en la direccionalidad del mensaje y la presencia gubernamental, considerando como variables de la primera: ¿Quién habla? ¿A quién le habla? ¿Quién responde?; y de la segunda: los contenidos y personajes que se presentan: el gobernador, funcionarios, la esposa del gobernador o los testimoniales de diversas personas entrevistadas. Así mismo encontré dos macro-estructuras que son eje articulador de los mensajes de *Canal Diez* y sus conductores: La personalidad del gobernador del estado y la frase *Hechos no palabras*.

La construcción de los discursos evidencia a estos dos elementos como articuladores de diversas variantes que llevan insoslayablemente a la centralidad del tema de gobierno, por lo que utilizan estrategias argumentativas y recursos lingüísticos para su construcción en contextos determinados.

Cuadro 12: Categorías y variables

Categorías de análisis	Variables
Direccionalidad del mensaje	¿Quién habla? ¿A quién le habla? ¿Quién responde?
Presencia gubernamental	Personalidad del gobernador: <ul style="list-style-type: none"> • Presidenta del DIF estatal, • Funcionarios de los 3 poderes y niveles de gobierno, • Testimoniales de ciudadanos • Rol de conductores Frase <i>hechos no palabras</i> : <ul style="list-style-type: none"> • Objetivos del Milenio • Al pie del cañón • Marca Chiapas

Elaboración propia, 2011

3.2.1 *Mujeres de hoy*

Este programa continuación de *Mujeres de nueve a once*; se transmite a partir de las nueve de la mañana. De acuerdo con la productora, los cambios se realizaron debido al desgaste que existía en cuanto al formato, temática y estilo de conducción.

Era un programa dirigido hacia las mujeres y manejaba las secciones de la administración (acciones y programas de gobierno) a favor de las mujeres. El famoso empoderamiento de la mujer, que las mujeres conozcan de cerca las leyes y reformas que se han dado, y fue este programa el que vino a dar toda la información a toda la población femenina.¹⁶³

Maricarmen Figueroa es una productora con gran arraigo en *Canal Diez*: inició su participación desde muy joven y en diversas áreas de la televisora en donde fue camarógrafa de estudio, asistente de producción e incluso, por un periodo, fue la directora encargada de este medio de comunicación. Es una persona con mucho compromiso hacia su trabajo y profesa gran estima a la

¹⁶³ Figueroa, Maricarmen, entrevista personal realizada el 17 de marzo de 2011.

televisora: “Yo me siento súper orgullosa porque además hice una carrera, este es parte de mi hogar, he aprendido”¹⁶⁴. Por su experiencia fue llamada para producir el programa *Chiapas a cantar*, por lo que dejó por un tiempo la responsabilidad del programa de revista. El 16 de enero se integró nuevamente al programa con la encomienda de “darle un giro porque estaba como un poco empantanado, siempre lo mismo, como que necesitaba un cambio urgente”.¹⁶⁵ Así el 14 de marzo surgió la nueva propuesta con diversos cambios, desde los conductores, cortinillas, y algunos contenidos, pero se mantienen los segmentos relacionados con el ámbito gubernamental. Incluso en la página web la sinopsis del programa continúa con la descripción del programa anterior y no refleja las variaciones novedosas:

Las mañanas están dedicadas a lo que te interesa, emociona e inquieta. Porque sabemos que las decisiones que toman las mujeres son trascendentes en el núcleo familiar, laboral, en la vida comunitaria y en la sociedad en general; en el programa se abordan los temas que enriquecen, construyen, fortalecen, y dan equilibrio al entorno femenino y por ende a todo lo que le rodea.¹⁶⁶

Mujeres de hoy muestra un cambio en la conducción. De acuerdo con la productora se buscó hacer un equilibrio con espacios de diversión y tópicos de seriedad. Para la primera parte se integraron Esteban Espinosa, Raúl Viveros (no aparece en la sinopsis oficial), Alejandra López alias *la chica grupera*, Jessica Ruiz (ex-conductora de espectáculos en los noticieros) y Grisel Cáceres, Señorita Chiapas 2010; y para la parte formal fue incluida Marina Marina (ex-conductora de noticias), quien realiza las entrevistas de temática gubernamental. De manera intermitente el cubano Carlos Fa interviene en algunos segmentos, principalmente en los nuevos. Entre las novedades establecidas están las secciones *Detrás de la pared* y *Sonríe de nuevo*. Otro elemento nuevo es el espacio donde Esteban Espinosa, cantante profesional surgido de la tercera generación del programa de

¹⁶⁴ Id.

¹⁶⁵ Ibíd.

¹⁶⁶ Sinopsis en la web de Canal Diez. Consultado en www.radiotvycine.chiapas.gob.mx, el 12 de abril de 2011.

variedades *La academia* (TV azteca) y Carlos Fa protagonizan números musicales y en otras ocasiones participan personas del público que desean incursionar en la industria del disco.

El monitoreo refleja cambios sustanciales en el encadenamiento secuencial del programa con relación a la versión anterior de la revista. Un punto que considero fundamental es que la presencia de temas oficiales se ha diversificado con el apoyo de las nuevas secciones, de las cuales debo mencionar la que brinda oportunidad de participación a un sector artístico, el de los cantantes noveles que buscan y ahora encuentran espacios para su expresión como cantantes. El programa *Mujeres de nueve a once* había caído en un marasmo y aletargamiento al secuenciar, uno tras otro, contenidos relacionados con los programas y acciones gubernamentales. Por el momento, consideramos que, en este sentido, se ha logrado un ligero equilibrio.

No es así en cuanto al modelo comunicativo. Estos pequeños cambios hacen más ligero el ambiente, pero la estructura del programa es la habitual, continúa el paradigma unidireccional y al igual que *Mujeres de Nueve a Once*, *Mujeres de hoy* es, en cuanto a modelo de comunicación, un espejo de la revista *Hoy* de televisa o *Cada mañana* de TV Azteca. La televisión comercial implementó desde sus inicios esta fórmula como un espacio para capturar a las amas de casa a través de temáticas diversas y por supuesto la oferta comercial de productos.

En cuanto al formato de producción el programa de *Canal Diez* no difiere de la estructura propuesta por la televisión comercial. Una escenografía que simula los espacios de un hogar: una sala, una cocina, una mesa de comedor. La conducción es igualmente previsible: conductores que se alternan en las diferentes secciones de contenido establecidas y que se dirigen al público en su calidad de moderadores de un tiempo y espacio que les pertenece, por lo tanto es unidireccional en cuanto a la situación comunicativa, puesto que es una serie de personas, siempre las mismas, en calidad de estrellas del programa que emiten mensajes que no buscan ni esperan respuesta, reacción ni diálogo. Así la situación se convierte en problemática en el momento en que no hay posibilidad de respuesta, por lo que en sentido estricto la comunicación no existe.

En cuanto a los contenidos del programa la decisión es centralizada, ya que es definida por los directivos del canal con el apoyo de un asesor de producción, el eje principal son las secciones encaminadas a informar sobre actividades y políticas de gobierno: las del *Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia* (DIF), la *Secretaría del Empoderamiento de la Mujer*, el *Instituto Estatal de la Juventud*, entre otros.

Si bien la nueva producción plantea una conducción más divertida, flexible e informal, la tónica continúa siendo unidireccional. Respecto a los conductores debe mencionarse que, salvo Marina Marina y Jessica Ruiz, se evidencian poca experiencia y poca capacidad de sostener una conversación ágil. Esto último, está íntimamente relacionado con una posición asumida por los conductores basada en los estereotipos con que se les ha presentado: las presupuestas características de simpatía, en el caso de Esteban Espinosa y Raúl Viveros, y de belleza externa de Grisel Cáceres. Es evidente que estas tres personas hacen buenos esfuerzos y lo hacen con agrado, sin embargo sus alocuciones parten desde una posición de individualidad, por lo que están ausentes las fases del *dispositio*, *elocutio* y *actio* integrados al medio de comunicación que representan, de tal manera que se hace evidente que los discursos emitidos parten de la persona y no desde la televisora. La tónica del macro-discurso se ve reflejada también en el hecho de que, todos los martes, por instrucciones superiores, los conductores y conductoras vistan ropa con el logotipo institucional de gobierno de estado: *hechos no palabras*.

3.2.1.1 El día que tembló en Chiapas¹⁶⁷

Un ejemplo es el programa transmitido el 7 de marzo de 2011. A las 8:11 de la mañana se registró un sismo con epicentro en las Choapas, Veracruz, pero cuya manifestación trascendió a diversas localidades del estado de Chiapas. Mientras esto sucedía, *Canal Diez* transmitía el noticiero matutino, en donde el conductor a

¹⁶⁷ Nota metodológica: las inserciones que se integran para el análisis plantearan el contexto que define la situación de enunciación con la finalidad de no mediar una falsa interpretación del investigador en el análisis propuesto.

cuadro mostró la templanza adecuada y solicitó la calma de los televidentes. Ante esta conducta, fue invitado al programa *Mujeres de Hoy* para conocer sus impresiones:

Esteban Espinosa:

Que bárbaro, que bárbaro mi querido Alex estoy impresionado eh porque la verdad guardaste la calma al cien por ciento y sobre todo pues asististe a la ciudadanía que en ese momento te estaba viendo a través de la televisión...

Alex Domínguez:

Sí hubo la oportunidad de que todo el equipo, que no hubo ninguna falla ajena a nuestra voluntad para quedar fuera del aire...y bueno ya estamos curados de susto nos tocó vivir y ayudar en el sismo del 85 en la ciudad de México y hemos sido también partícipes, de hecho trabajé en Protección Civil del Estado y ahí aprendí a valorar todo el trabajo que hacen los brigadistas y los brigadistas voluntarios sobre todo, el trabajo que desarrolla el *Instituto de Protección Civil*, la premisa bajo la instrucción del principal promotor de la cultura de la protección civil el gobernador Juan Sabinés Guerrero ha sido de fomentar esta cultura y afortunadamente ha tenido eco creo que todos estamos mejor preparados ahora para prevenir, para enfrentar...

Como se observa, la situación del sismo ocurrido pasa a segundo término en el momento en que el locutor privilegia la posición del gobernador en el texto "*principal promotor de la cultura de la protección civil el gobernador Juan Sabinés Guerrero*". Es aquí donde se presenta la doble estructura profunda en lo dicho, variantes de la personalidad del gobernador y de la frase *hechos no palabras* al relacionarlo como *el principal promotor*.

Después de esta conversación, enviaron a corte promocional y regresaron con la sección de horóscopos, con Maru Mazariegos:

Maru Mazariegos:

Muy buenos días; gracias por estar aquí con nosotros en el programa Mujeres de hoy gracias por acompañarnos y por ser un programa de su preferencia. Vamos contigo mi querido aries:

Bien para ti mi querido Aries piden por favor que te mantengas en calma en armonía; debes de manejar tu equilibrio de la mejor manera que puedas; para que tú estés estable mi querido ariano porque has estado como que en días muy inestables sobre todo en cuestiones de salud así que por favor trata de cuidarte, trata de mantenerte en calma aries, hay mucho movimiento y si tu no tratas de mantenerte en paz contigo mismo bueno las cosas no saldrán nada, nada favorables para ti...

Para ti mi querido Tauro cambios importantes que llegan y se hacen presentes en tu vida, la llegada de nuevos cambios y de nuevos seres de luz que estarán haciéndose presentes para muchos tauro. Bien por ustedes, nuevos proyectos y planes que se llegan a concretar para ti.

Vámonos contigo mi querido Géminis. Te piden también por favor tratar de mantenerte en calma, déjate ser libre por favor, ¿porque de repente te estresas tanto?, Géminis de repente sueles estresarte de tal manera que ni tú te entiendes. Por favor trata de estar lo más tranquila que se pueda, trata de estar más serena, mucho más relajada. Es más déjame decirte que estás en una etapa excelentemente buena mi querido géminis por lo tanto fluyes y estarán pasando las cosas en perfecto orden y equilibrio para ti ¿Cómo para que estresarte o como para que desesperarte cuando las cosas no salen como tu esperas o como tu quisieras?...

Para ti Leo, bueno para ti Leo dicen que vayas poco a poco, tranquilo sin correr, leo bien, buenas cosas tus avances que se hacen presentes en tiempos venideros cambios muy interesantes en los cuales progresas, mira no van a ser tan rápido como tu quisieras pero van a ir poco a poco, eso no significa que no se den, eso no significa que no se vayan a dar, tienes que saber esperar. Ten paciencia por favor, pero de que te llegan todas las cosas que te corresponden por derecho divino por supuesto que se hacen presentes los éxitos y las cosas lindas mis niños hermosos...

Así continua la conductora de esta sección hasta concluir con todos los signos del zodiaco, ella permanentemente a cuadro, manipulando un juego de barajas y "leyendo" en ellas el futuro de los televidentes, mientras que una música de fondo acompaña durante toda la sección.

Nótese la recurrencia a utilizar el argot promovido por los tarotistas que son presentados en los programas de revista de la televisión comercial: *mi querido Aries, mi querido Tauro, lo que te corresponde por derecho divino, mis niños hermosos.*

Posteriormente presentan la sección de musicales, que en el nuevo esquema del programa propicia la participación de cantantes aficionados de diversas regiones del estado; en esta ocasión presentan a un autor y cantante del municipio de Oxchuc. Sin embargo, sin previo aviso cortan su intervención para dar entrada a una entrevista al gobernador del estado relacionada con el temblor registrado por la mañana. No logran hacer el enlace y mientras esto sucede Marina Marina dice:

...estamos tratando de enlazarnos a una entrevista que en este momento están haciendo al gobernador del estado, usted sabe que hace algunos momentos tuvimos un temblor aquí en el estado de Chiapas, un poco fuerte, ya tuvimos la entrevista de el director del instituto de protección civil, Luis Manuel García Moreno, quien nos platicó exactamente todo lo que está sucediendo; al parecer no hay pérdidas humanas, solamente

algunos daños pequeños en algunos edificios, pero bueno como siempre ya sabe que estamos pendientes de lo que está sucediendo y en este momento como era de esperarse siempre el gobernador del estado está muy pendiente en cualquier tipo de situaciones y lo más importante que el siempre habla personalmente, platica acerca de estas situaciones para que la ciudadanía no esté intranquila y se sienta más confiada sobre lo que sucedió...

No se logra y mandan a un largo corte promocional, para regresar con la voz en off del gobernador y un *slide* con su imagen, en donde comenta el reporte de Protección Civil, sin apuntar nada nuevo. Incluso en diversos medios nacionales se había ya informado sobre la situación controlada y sin consecuencias. El gobernador abundó sobre la nueva cultura de protección civil que se ha logrado en su administración, pidió calma y tranquilidad y avisó de un sobrevuelo en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez. En esta secuencia se marca un discurso macro que, como anticipábamos en un ejemplo anterior muestra que prevalece la improvisación en las decisiones y un recurso mediático que privilegia la imagen del gobernador en turno.

Otros segmentos que integran el menú y que significan la parte superficial son espacios dedicados a yoga, temas de psicología y sexualidad y diseño de prendas de vestir (incluyendo pasarela), elaboración de recetas de cocina.

Un productor de la televisora estatal argumenta que estos espacios se consideran ganchos para atrapar al televidente como un recurso de diversión que les permite mantener el interés para tratar otros contenidos como los de promoción de programas y acciones de gobierno.

Sin embargo el uso de estas estrategias aparentemente inocuas para atrapar la atención del receptor, no lo son tanto. Lo que nos dicen las cosas, los objetos, los discursos no es solamente el texto y sus entrelineas, también el contexto es importante porque el mensaje no está aislado; en solitario no dice nada, pero cabe una consideración mayor en tanto a lo que produce en la fase profunda de una lectura contextualizada que conduce al receptor a interpretar un

código conocido con otros elementos de referencia como la experiencia y los conocimientos de un entorno específico.

La emisión de un mensaje implica un sistema que funciona en los grupos humanos y como tal adquiere otra dimensión que implica el involucramiento del receptor en la conciencia de lo que significa. En esta tesitura el discurso es constituido por las circunstancias y por lo tanto es el tejido que le da significado.

Theodor Adorno brinda un ejemplo en su análisis relacionado con la publicación de oráculos en el *Angeles Times*; indica que la psicología popular se convierte en opio social y se caracteriza en masas subjetivizadas, donde los lectores son encadenados a la minoría de edad que refuerza la división entre producción y consumo:

El horóscopo repite psicológicamente en el individuo la cosificación a la que éste se somete de todas formas desde el punto de vista económico, y lo desmembra en componentes: los de la adaptación y los de la autonomía, confirmando involuntariamente que resulta imposible la muy cacareada integración.¹⁶⁸

El horóscopo –asegura Adorno– cumple una función de dispersión de las responsabilidades en las ideologías totalitarias, tanto de los ciudadanos como de los dirigentes. Podría parecer inocuo, desde una mirada simplista, pero el hecho de mantener los mismos formatos de programación provoca la incomunicación que desdibuja los principios para los que un canal de esta índole fue creado y que implica la vertebración de un modelo que cohesione y signifique la cultura de las diversas comunidades de la entidad.

¹⁶⁸ Adorno, Theodor (2004) *Escritos sociológicos I*. Ediciones Akal. España. P. 150.

3.2.1.2 Otro discurso de la unilateralidad

En cuanto a la relación con el público el esquema prefigurado es a través de las llamadas telefónicas o el correo electrónico, la invitación a comunicarse es constante, sin embargo a lo largo de este monitoreo constatamos que en ninguno de los espacios del programa se hacen públicos estos llamados:

Conductora:

Llámenos al 61 70 500 con las extensiones 57015, 57057 o a la lada sin costo 01 800 7117376, usted cuando se comunica aquí al programa *Mujeres de nueve a once* puede hacer alguna sugerencia de tema, que le gustaría ver aquí en TV 10, que tema le gustaría que abordáramos, por ejemplo platiquemos también como está el clima allí en su lugar donde nos está viendo, yo le cuento que aquí en Tuxtla Gutiérrez está haciendo friecito (sic) así que abríguese por favor donde quiera que esté para evitar enfermarse de cualquier padecimiento de las vías respiratorias y además también le comparto este número telefónico porque a continuación vamos a platicar con nuestra amiga Lulú Gutú de la *Secretaría para el Desarrollo y Empoderamiento de las Mujeres* y así como se los dije al inicio del programa de lo importante que es amarnos primero a nosotras mismas aceptarnos como somos para después poder compartir este amor y esta aceptación y este respeto con las demás personas con las que nosotras nos relacionemos, bienvenida Lulú ¿cómo estás?

Lulú:

Hola qué tal, buenos días, aquí estamos para compartir estas celebraciones que empezamos a hacer, nos estamos preparando para el día del amor y la amistad, nos estamos preparando con todos nuestros regalos, nuestros festejos y muy importante recordarle a todas las mujeres

y a todas las personas que es muy importante querernos a nosotras mismas, sobre todo en este 14 de febrero, en este mes del amor y la amistad retomar el amor a nosotras mismas el amor que nos debemos, el respeto que nos debemos y por qué no, lo amigas que podemos ser de nosotras mismas.

Locutora:

A veces, yo creo que la mayoría de las veces nos perdemos en el *bluff* de lo superficial, de lo que mucha gente llama el consumo o la mercadotecnia ¿no? Que si vamos a comprar regalos, que queremos reservar en un buen restaurant...

Lulú:

Que queremos quedar muy bien con nuestra pareja, con nuestro novio, con nuestro esposo, con nuestro amigo queremos quedar muy bien con él, agradecerle mucho y se nos olvida la parte nuestra, la autoestima...

Conductora:

Eso es muy importante ¿Qué es la autoestima?

Lulú:

La autoestima es la aceptación y el reconocimiento de nosotras mismas como personas, es como el aprecio a mi misma ¿no? Por eso le llamamos auto/estima. Muchas veces incluso por educación nos enseñan a ser humildes o a ser modestas y esto significa que hay que hablar en poquito

de nosotras ¿no? Porque si no puede sonar a soberbia el problema es que nos la vamos creyendo esta parte de...¹⁶⁹

Continúa la conversación entre la conductora y la invitada. En ningún momento, ni durante ni después se da a conocer alguna llamada o participación del público. Notemos que a pesar de que, la conductora invita a los televidentes a participar, el diálogo se registra entre ésta y la funcionaria invitada. No hay una intención de interacción con el público cuando señala la posibilidad de sugerir temas y dice:

...que le gustaría ver aquí en TV 10, qué tema le gustaría que abordáramos...

Es decir que existe una acotación subyacente que limita la participación del televidente a ver y escuchar a las personas que están a cuadro. La alocución de la funcionaria invitada:

...nos estamos preparando para el día del amor y la amistad, nos estamos preparando con todos nuestros regalos, nuestros festejos y muy importante recordarles a todas las mujeres y a todas las personas que es muy importante querernos a nosotras mismas...

Muestra la cosificación del concepto amor y amistad en franca relación con "querernos a nosotras a mismas". Son ellas quienes tienen la verdad, la vivencia y la experiencia de vida, se constituyen en estereotipos que pretenden representar a la comunidad femenina y la conductora lo confirma cuando dice:

...yo creo que la mayoría de las veces nos perdemos en el *bluff* de lo superficial...

¹⁶⁹ Monitoreo 17 de marzo. *Mujeres de nueve a once*.

Y brindan a su público una serie de enseñanzas del deber ser:

...es muy importante recordarles a todas las mujeres y a todas las personas que es muy importante querernos a nosotras mismas...

3.2.1.3 Un parque para todos

El 24 de febrero, día de la bandera, una nueva interrupción a la programación habitual de *Canal Diez* (programa *Mujeres de nueve a once*), para acompañar al gobernador del estado en la inauguración del parque de la mujer soldado:

Conductor 1 (Efrén Meneses):

Una mañana muy calurosa en la capital chiapaneca, estamos escuchando la narración del Secretario de Infraestructura que está haciendo detalle a detalle cada una de las estructuras que integran a este parque...incluso vemos cómo el gobernador del estado está haciendo el recorrido por esta ciclo pista que será uno de los atractivos para los jóvenes chiapanecos...bien, seguimos en esta transmisión especial, les decíamos, les narrábamos, el gobernador del estado Juan Sabines Guerrero en compañía de su esposa la señora Isabel Aguilera de Sabines y por supuesto su gabinete y sobre todo los jóvenes cobachenses están haciendo este recorrido por esta ciclo pista que será uno de los atractivos deportivos más interesantes aquí en la capital chiapaneca...

Conductor 2 (Alex Domínguez):

Qué mejor regalo para los estudiantes para la familia chiapaneca que en este día, día de la bandera, podamos estrenar un nuevo parque muy bonito, déjeme decirlo con estas palabras al describirlo porque bueno a

hacer esta visita se aprecia que el parque del oriente se extiende hacia la banqueta de enfrente, hacia este lado de lo que antes era un patio baldío Efrén, y que mira ahora que hermoso luce, desde aquí se puede apreciar bien la torre Chiapas y están haciendo el recorrido el gobernador con diferentes autoridades de los tres niveles de gobierno...

Efrén:

Hemos visto como en estos cuatro años, y desde antes por supuesto en la administración municipal de Juan Sabines Guerrero en ese entonces en Tuxtla Gutiérrez se recuperaban estos espacios, los parques ahora ya son puntos de desarrollo, puntos de unión familiar, puntos de núcleo de desarrollo económico y porque no también decirlo con todo este tipo de incentivos que se están dando para todas las familias chiapanecas...

Alex Domínguez:

Fíjate qué hermosa luce nuestra bandera nacional a toda asta, nos hace recordar nuestros años de infancia en la primaria Efrén ¿te acuerdas del juramento a la bandera? Bandera de México legado de nuestros héroes, deberás que hierve la sangre.... En estos momentos el gobernador ha concluido el recorrido Efrén, amigos que nos ven y que nos escuchan...

Efrén:

Vamos a dejar el audio y las imágenes para la explicación por parte de las fuerzas armadas...

Un representante del ejército da los antecedentes, desarrollo y actualidad del plan de defensa nacional nivel 3 (DN III) que implementan las fuerzas militares ante hechos de desastre, al terminar su intervención vuelven los conductores:

Alex Domínguez:

La vinculación que se ha dado entre gobierno del estado, las autoridades militares, el ejército mexicano, armada de México y la fuerza aérea mexicana ha sido muy importante, hay que destacar que pues, casi, casi hay que decirlo así, en el marco del empoderamiento de la mujer en Chiapas pues se rinde homenaje a la mujer soldado, cosa que por lo regular hemos visto monumentos al soldado y no a la mujer soldado, así que bueno esto es hacer historia y dejar este legado de respeto de reconocimiento, de valoración y de aplauso de todos los mexicanos para nuestras fuerzas armadas...

Después del discurso del gobernador del estado, los conductores despiden la transmisión. Tal como señalamos al inicio de esta inserción, la transmisión especial que interrumpió nuevamente el programa *Mujeres de nueve a once*, tuvo como propósito principal acompañar al gobernador del estado. Los conductores en su alocución mencionaron 4 veces al gobernador del estado en frases explícitas (directas):

1. El gobernador del estado está haciendo el recorrido por esta ciclo pista...
2. El gobernador del estado Juan Sabines Guerrero en compañía de su esposa la señora Isabel Aguilera de Sabines y por supuesto su gabinete...
3. Están haciendo el recorrido el gobernador con diferentes autoridades de los tres niveles de gobierno...
4. En estos momentos el gobernador ha concluido el recorrido...

De forma implícita e indirecta y con las variantes señaladas de la frase macro-estructural *hechos no palabras*:

1. Mejor regalo para los estudiantes para la familia chiapaneca que en este día, día de la bandera podamos estrenar un nuevo parque muy bonito...
2. Mira ahora que hermoso luce, desde aquí se puede apreciar bien la torre Chiapas¹⁷⁰...
3. Hemos visto como en estos cuatro años, y desde antes por supuesto en la administración municipal de Juan Sabines Guerrero en ese entonces en Tuxtla Gutiérrez se recuperaban estos espacios, los parque ahora ya son puntos de desarrollo, puntos de unión familiar, puntos de núcleo de desarrollo económico y porque no también decirlo con todo este tipo de incentivos que se están dando para todas las familias chiapanecas...
4. En el marco del empoderamiento de la mujer en Chiapas pues se rinde homenaje a la mujer soldado...

Este apartado reseña a plenitud la parte medular del discurso promovido por *Canal Diez* en lo relativo al gobernador y las acciones de gobierno, fincando el desarrollo y progreso de Chiapas en la personalidad del mandatario y su eslogan.

¹⁷⁰ La torre Chiapas ha sido señalada por el propio gobernador, funcionarios diversos y medios de comunicación como una de las grandes obras de la modernización del estado impulsada por el gobierno de Sabines Guerrero.

3.2.1.4 Sonríe de nuevo

Carlos Fa es uno de los conductores del programa, participa de forma intermitente, sobre él la productora comentó que:

Ha hecho televisión, estuvo trabajando en *Televisa Mérida*, él hizo a Niurka y a Liz Vega. Es un señor con mucho carisma, yo sé que viene a revolucionar un poco porque la gente no está acostumbrada a este estilo. Me gusta romper retos en la televisión.

Proviene de la televisión comercial y ha aportado al programa dos nuevas secciones *Detrás de la pared* y *Sonríe de nuevo*. Esta última tiene la idea de proporcionar una nueva imagen, a través de maquillaje y cortes de cabello, a las señoras que así lo deseen y se inscriban para participar. Esto sucedió el 29 de marzo de 2011:

Marina:

Oye Carlitos y yo porque estoy contigo aquí...

Carlos:

Te voy a dar una sorpresa, mira ahorita vamos a poner una cacsula (sic) de la sección *Sonríe de nuevo*, la hicimos con una señora llamada Carmelita, Carmita, algo así, ahorita vamos a ver cómo se llama la señora. Y la señora lo primero que me pidió para su cambio que le hicimos para que se viera más joven, para que se viera más bonita de lo que son las mujeres y todo, lo primero que me pidió fue que quería parecerse a Marina Marina (Marina se ríe), que quería tener tu corte de cabello, que quería tener todas esas cosas –mira eso ahí se están atragantando en la cocina mientras nosotros estamos aquí trabajando, oye no, que nos dejen un

pedacito para picar. Encárgate Maricarmen que nos deje un pedacito de comida ahí eh? Mira a Raúl, mira a Raúl...

Marina:

Oye pero di ni siquiera mastica Raúl, ¿piensa que se lo van a quitar que nada más se lo traga así?...

Carlos:

Se va a atragantar, en fin, en fin, vamos a seguir. Sí, me dijo yo quiero tener así el look que tiene Marina Marina, entonces vámonos a la cacsula (sic) donde le hicimos allá un trabajo de reconstrucción a la señora Carmita y vamos a verla. Le quiero preguntar a Maricarmen que es nuestra productora ¿tenemos a Carmita ahí antes de? ¿La tenemos por ahí en foto? bueno si la tenemos por ahí ahorita la vamos a poner a Carmita, vámonos a la cacsula (sic) y vamos a ver el cambio que le hicimos a la señora Carmita allá en la estética de doña Tere.

Entra videotape en locación, donde se ve a Carlos Fa acompañado de Doña Carmela entrando a una estética. En una edición rápida musicalizada, se ve a Doña Tere cortando el cabello, maquillando, etc.

Regresan al estudio...

Carlos:

Bueno ¿qué te parece?

Marina:

¡Qué bárbaro! Qué cambio tan lindo la verdad... bueno a lo que voy es que aparte de cambio físico como se nota el cambio de actitud ¿no?, cuando te hacen un cambio de estos se siente uno con más seguridad

Carlos:

Es importante amigas es importante que ustedes se mantengan pendientes de su estética, de su físico, las mujeres siempre son bonitas, pero si ustedes se dan sus retoques y se preocupan por cómo se van a vestir, cómo se van a sentar, cómo se van a parar, todas esas cosas, es importante para que ustedes mismas, ustedes se sientan bien con ustedes mismas, pero ya vamos a presentar a Carmela, por acá Carmela (aplausos en el estudio)

Marina:

¡Qué guapa! (se incorpora a la mesa Esteban)

Esteban:

¡Qué guapísima! Sonríe de nuevo Carmelita ¡que bárbaro!

Carlos:

Bienvenida de nuevo

Marina:

Qué guapa quedaste, ¿Cómo te sientes Carmelita?

Carmelita:

Contenta...

Carlos:

¿Estás contenta?...

Carmelita:

Sí porque el gran cambio (risas)...

Marina:

De verdad que ha sido un cambio grande, como dice Carlitos todos tenemos nuestra propia belleza pero a veces vale la pena como acentuar ¿no?...

Carmelita:

A sí claro que sí, a veces tenemos miedo al cambio ¿no? Pero yo me atreví (risas)

Esteban:

¿Cómo se sintió, cuando cortan el cabello es una experiencia dejar atrás todo con el corte?

Carmelita:

Me sentí bien, alegre

Carlos:

De hecho no has dejado de sonreír desde que estás con nosotros. Esto nos hace sentir felices, esto nos hace sentir bien, porque esto demuestra que esta sección de *Sonríe de nuevo* les va a dar a ustedes mujeres de hoy la alegría de disfrutar de este cambio. Llame rapidísimo a los teléfonos que aparecen en pantalla, llame rapidísimo inscribese para esta sección *Sonríe de nuevo* y se vale sonreír así espléndidamente cómo ha sonreído doña Carmelita. Doña Carmelita gracias por haber estado con nosotros, gracias por haber participado de esta sección nos da muchísimo gusto y queremos agradecer también a doña Teresa Salazar que hizo (sic) todo este trabajo

Doña Carmelita:

Claro que si los invitamos a que se arreglen

Carlos:

Gracias Carmelita. Oigan y estos sí *son hechos no palabras*. Nos vamos a la sala porque allá hay algo muy interesante para ustedes.

Debo hacer notar otro ingrediente importante, en esta emisión (como todos los martes) los conductores vestían camisas y blusas con el logotipo de gobierno del estado y la frase categorial *hechos no palabras*.

En esta secuencia podemos observar en un primer momento que *Sonríe de nuevo* es un refrito de baja producción de programas de gran éxito en la televisión estadounidense, *Discovery home & health*, produce por lo menos dos versiones que proponen modelos y asesoría para conseguir la belleza exterior de las mujeres participantes: *Diez años menos* y *No te lo pongas*.

Por otra parte se encuentra una relación de orden argumentativa en cuanto a la *dispositio*, en el momento en que el conductor dice:

...la hicimos con una señora llamada Carmelita, Carmita, algo así, ahorita vamos a ver como se llama la señora...

Ya que queda manifiesto un desinterés o podría llamarlo una distracción, pero que de ninguna manera disculpa el olvido del nombre de la supuesta protagonista activa en esta sección. Lo que evidencia esta situación es una falta de interés por establecer la intención de interacción con la participante, lo cual deja en entredicho una finalidad comunicativa, sobre todo atendiendo a que, como se observa, doña Carmelita se limitó a decir unas cuantas palabras, al ser avasallada por la perorata de los conductores. Se perdió la oportunidad de conocer a la persona y sus circunstancias.

La significación del proceso social registrado se delimitó en la adopción e imitación de un estereotipo, desde el discurso del conductor, pues doña Carmelita jamás lo dijo y los televidentes no tuvieron oportunidad de constatar la veracidad de esta aspiración. Fue Carlos Fa quien afirmó que:

...para que se viera más joven, para que se viera más bonita...lo primero que me pidió fue que quería parecerse a Marina Marina...

Por supuesto no se percibe una intencionalidad negativa en los conductores, la producción o el propio *Canal Diez*. En ningún momento es el propósito hacer parecer que se están marginando valores trascendentales como la libertad, honor, honestidad o sinceridad. Más bien se identifica el desfase de una idea inconclusa, en la cual no se ha definido ¿Para qué sirve el medio? ¿Cuáles son los objetivos?, porque lo que se está privilegiando es el valor de la belleza física, externa. Insistimos en considerar que esto sucede sin que haya un acto de mala fe. Sin percatarse, el discurso expuesto sobrevalora los asuntos de belleza corporal como un elemento preponderante en el ámbito cultural:

...le hicimos allá un trabajo de reconstrucción a la señora Carmita...

En este tenor, parece no existir un objetivo claro de la sección, lo cual provoca la promoción de los conceptos de belleza e imagen en el terreno llano y superfluo del consumo. Es la normalización de una dimensión significativa en la racionalidad de la industria del consumo, tal como lo hace la publicidad. Pero lo cierto es que planteado así, se convierte en un elemento relevante al que se otorga una carga semiótica. Se configura como una conducta socialmente aceptada, desde un esquema que, como la publicidad, percibe a la mujer objeto. Desvalorizada y para obtener valor debe ser bella. Así los conductores afirman:

Marina: bueno a lo que voy es que aparte de cambio físico como se nota el cambio de actitud...se siente uno con más seguridad...

Carlos: es importante que ustedes se mantengan pendientes de su estética, de su físico, las mujeres siempre son bonitas, pero si ustedes se dan sus retoques y se preocupan por cómo se van a vestir, como se van a sentar, cómo se van a parar, todas esas cosas, es importante para que...se sientan bien con ustedes mismas...

De esta manera nos encontramos también con la intervención de Esteban Espinosa al intentar interactuar con la invitada, la cual podemos insertarla en una *actio* fallida, donde no logra estimular la percepción de doña Carmelita hacia la interpretación:

Esteban: ¿Cómo se sintió, cuando cortan el cabello es una experiencia dejar atrás todo con el corte?...

Tan es así que la señora se limitó a responder:

Carmelita: me sentí bien, alegre...

Y en este sentido el discurso hacia la teleaudiencia mantiene un mecanismo profundo de interpretación inconclusa, debido a que el planteo inicial no tuvo éxito. Por lo tanto persiste la lógica del consumo antes que la oportunidad de obtener conocimiento sobre las inquietudes de la invitada para participar en este segmento. Cabe aquí la reflexión de Baudrillard:

La publicidad es una palabra profética en la medida en que no hace comprender, ni aprender, sino esperar. Lo que ella dice no supone verdad anterior (la del valor utilitario del objeto), sino una confirmación ulterior a través del signo profético que ella emite.¹⁷¹

Vuelve el asunto de la unilateralidad en la preocupación de Carlos Fa y su interpretación de la sonrisa de la invitada:

Carlos:...no has dejado de sonreír... esto nos hace sentir felices, esto nos hace sentir bien, porque esto demuestra que esta sección de *Sonríe de nuevo* les va a dar a ustedes mujeres de hoy la alegría de disfrutar de este cambio.

Y la variante de la categoría de la presencia gubernamental se explicita al final de la sección:

Carlos: Gracias Carmelita. Oigan y estos sí son *hechos no palabras*...

Este asunto no es privativo de esta secuencia o de este programa. En nuestro monitoreo encontramos que la gran mayoría de los conductores de diversos programas, aún los que no son de corte político, aprovechan cualquier pretexto para hacer mención de alguna o todas las categorías mencionadas.

¹⁷¹ Baudrillard, Jean (1970) *La sociedad de consumo*. Plaza & Janés. Barcelona. P. 181.

3.2.2 TV 10 noticias

El sistema de noticias de *Canal Diez* está integrado por 3 emisiones con el mismo nombre, con la variante del horario de transmisión y un eslogan específico por programa:

Cuadro 13: Emisiones noticiosas

Nombre	Slogan	Conductor (es)	Periodicidad	Sinopsis de acuerdo a pagina Web
<i>TV 10 noticias, primera emisión</i>	Chiapas se despierta	Rocío Alarcón y Alejandro Domínguez	Lunes a viernes 7:00 a 9:00 hrs	Empieza bien el día con la información estatal, nacional e internacional. Rocío Alarcón y Alejandro Domínguez te presentan desde la información más trascendental hasta e consejo más útil para la vida diaria. Reportajes, entrevistas y consejos de manera dinámica y amena.
<i>TV 10 noticias, segunda emisión</i>	Chiapas al día	Jacobo Elnecavé, Efrén Meneses	Lunes a viernes 15:00 a 16:30 hrs.	Con un estilo claro Efrén Meneses te dan a conocer los sucesos más importantes del día en Chiapas, México y el mundo.
<i>TV 10 noticias, tercera emisión</i>	Chiapas se proyecta	Víctor Cancino Villar	Lunes a viernes 20:00 a 21:00 hrs. Repetición: 23:00 a 24:00 hrs.	El reconocido periodista Víctor Cancino Villar hace un recuento de la información más relevante del día. De una manera ágil, pero también profunda nos presenta las noticias destacadas de los temas: políticos, económicos, sociales, culturales, y deportivos.

Elaboración propia, 2011

Los espacios noticiosos son integrados por tres ejes principales:

1. La promoción de las acciones y programas de gobierno, donde se magnifica el discurso oficial y la personalidad de los gobernantes;
2. El segmento de espectáculos donde hacen refrito de las principales notas sobre artistas y cantantes promovidos por los grandes consorcios de la industria del entretenimiento y en este caso apropiándose de la información e imágenes transmitidas por las televisoras nacionales.
3. El segmento deportivo, donde la alusión principal es el futbol profesional y el equipo *Jaguares de Chiapas*, que tiene como accionista al dueño de TV

Azteca, Ricardo Salinas Pliego, con 51 por ciento de las acciones y los restantes 49 pertenecen al gobierno del estado.

Los noticieros analizados muestran una total parcialidad cuyo objetivo principal es la promoción del gobierno estatal. Los espacios en los que participan otros sectores ciudadanos, empresariales, deportivos, estudiantiles, etcétera, tienen únicamente la finalidad de abonar en favor de la imagen gubernamental. Estas partes no tienen un lugar real en la noticia diaria, pues los acontecimientos en los que se les otorga la visibilidad cumplen con un objetivo específico de validación de las acciones del ejecutivo estatal. No se ve en las pantallas el encuentro o divergencia acerca de opiniones o hechos que se suscitan al margen de la acción oficial. “Es un monopolio informativo”,¹⁷² aseguró uno de nuestros entrevistados que labora en el área de noticias de *Canal Diez*. En cuanto a la actualidad de la noticia es menester señalar que adquiere ciertas particularidades en los espacios noticiosos de este medio. El monitoreo reflejó que, en más de las ocasiones, la información que difunde el canal se publica primero en los periódicos y posteriormente en la televisión estatal, pero más aún los datos de una nota son usados durante varios días como materia prima de la noticia. Aquí la característica de inmediatez del medio televisivo se pierde totalmente. Es decir la repetición es un recurso del sistema de noticias de *Canal Diez*. Una de las razones de esta situación la expresa un colaborador del área de noticias: “el principal problema está en el proceso de revisión de la información, tiene que pasar el filtro de autorización del gobernador para ser emitida”.¹⁷³

En cuanto a la estructura de las notas relacionadas con el mandatario estatal se corroboró que denotan como característica la amplificación de la personalidad y una intención de promoción a ultranza. La duración tampoco atiende a las particularidades de síntesis que exige el medio y las notas pueden extenderse de 5 a 8 minutos. Estos aspectos, que son parte de las fases de *inventio* y *dispositio*, se convierten en uno de los principales elementos que inducen la dispersión en la atención del televidente, ya que enmarañan la

¹⁷² Entrevista realizada el 15 de marzo de 2011.

¹⁷³ Id.

inteligibilidad del discurso que da certidumbre a la pretensión de validez para lograr el entendimiento que menciona Habermas. Esto implica que al no existir un diseño adecuado de la enunciación expresiva, lo que ocurre es el auto sabotaje en las intenciones de argumentación comunicativa. El cuanto a la televisión como medio de comunicación, los criterios de inteligibilidad le exigen atención irrestricta de *elocutio* y *actio* (que se integra por el propio medio y las personas que articulan el discurso), para garantizar la concreción de la intención interactiva a través de una acertada expresión de los argumentos y los estímulos que inciten al receptor a poner atención al mensaje. Por lo tanto lo expresado debe contener un modo inteligible para que sea reconocido por quien lo escucha y lo ve. Se quiebra la validez en el simple diseño, como comenta un trabajador del canal: “contrario a lo que piensan los de noticias no le funciona al gobernador los chorizos (sic)¹⁷⁴ sobre él mismo”¹⁷⁵. Se registra entonces una fisura, un quebranto a la búsqueda del entendimiento.

3.2.2.1 TV 10 noticias, segunda emisión

El formato de *TV noticias, segunda emisión*, reproduce el de la televisión comercial. Un *teasser* o enunciación de la información principal, conductores a cuadro que leen *la cabeza* que anuncia la nota, la cual expone el reportero en voz en off con *inserts* de audio e imagen de los protagonistas de la noticia, enlaces telefónicos con reporteros o entrevistados especiales según el tema que se trate. Es en los segmentos de noticias donde se hace más notoria la macro-estructura discursiva, situadas en la base de las notas principales (*teasser*): la personalidad del gobernador y la frase *hechos no palabras*, como articuladora de las variantes que llevan a la centralidad del tema gobierno. Como ejemplo el *teasser* del 14 de abril de 2011, el cual es acompañado de música e imágenes de diversos aspectos de la información:

¹⁷⁴ Cuando el entrevistado dice “chorizos” está utilizando una metáfora para referirse a la larga duración de las notas informativas sobre el gobernador y sus actividades.

¹⁷⁵ Entrevista realizada el 22 de febrero de 2011.

Voz en off del locutor:

- El gobernador Juan Sabines realiza intensa gira de trabajo por Chilón, uno de los 28 municipios con menor índice de desarrollo humano...
- Obras de educación y salud para Bachajón, hasta dos mil 6 había 12 Cobach, hoy contamos con 18...
- Confirmada la llegada de Shakira a Chiapas la cita será el 22 de julio...
- El calor en la entidad no da tregua, altas temperaturas arriba de los 39 grados...
- Todo listo para el operativo semana santa 2011 corporaciones estatales y federales redoblan esfuerzos...
- Inicia la llegada de miles de vacacionistas al estado con motivo de las vacaciones de semana santa...

La musicalización del *teasser* –y en ocasiones algunas notas testimoniales– es otro elemento que encontramos cotidianamente. Y este no es un asunto menor, puesto que las características de la música, hecha o escogida expresamente para un programa de noticias, apela al sentido y la asociación del espectador en cuanto a las sensaciones que esta produce. La música y los efectos sonoros crean imágenes que entran por la emoción y generan un clima que da énfasis al mensaje oral. Sin descontar la voz del locutor que suele ser apremiante y en un tono alarmante.

Con relación a la información planteada en el formato de largas notas informativas y el comentario editorial realizado por los conductores, se sitúan las macro-estructuras en el nivel de *dispositio* en estrecha relación con la inventio, que configuran una explicación de la unidad en la estructura textual. Es el nivel más profundo del texto audiovisual el que permite la coherencia al resto del texto, de tal manera que se evidencian en las notas informativas, los valores de soporte de *hechos no palabras* y la presencia gubernamental, aunque como ya se ha dicho refleja en una serie de variables en una estrategia que se expresa de diferentes maneras en discursos distintos. Es decir que encuentro esta doble

estructura en las manifestaciones a nivel de la *inventio* como una serie de acuerdos generales que involucran argumentos de legitimación del gobierno y la magnificación de las acciones y en otras expresiones se enclavan en la fase de la *actio* debido al tipo de enunciación elegido. De tal manera que los niveles analíticos proporcionan la unidad discursiva y la connotación persuasiva, basados en la puesta en discurso de estos valores.

La transmisión de los mensajes muestra otros rasgos en las voces que hacen comparsa a los protagonistas, pueden ser funcionarios o ciudadanos entrevistados. Diversas expresiones con base en una estructura y procedimientos de verificación. Veamos la siguiente nota presentada por el conductor del noticiero.¹⁷⁶ En ella se evidencia la unidad discursiva, los valores de soporte macro-estructural y los argumentos de legitimación expresados por medio de personas distintas a los protagonistas:

Locutor:

Certeza educativa para Bachajón, hoy cuentan con más aulas y mayor infraestructura educativa...

(Acordes musicales con imágenes del gobernador rodeado de estudiantes, docentes y funcionarios, mientras aparece un *super* que dice: Con hechos se cumple a la educación. *Fade out* a la música)

Reportero en *off*:

Niños y jóvenes de Chilón hoy tienen la certeza de un mejor futuro a través del fortalecimiento educativo en el municipio considerado como uno de los 28 con menor índice de desarrollo humano, ya que del 2007 a la fecha se han construido 358 aulas en 119 comunidades. Desde Bachajón, el ejido más grande del país, el gobernador Juan Sabines Guerrero entregó aulas para los niveles de preescolar, primaria y medio superior

¹⁷⁶ Nota informativa presentada en TV 10 noticias, segunda emisión, el 14 de abril de 2011.

como el Cobach 28, institución que ha superado la meta establecida al principio de esta administración.

Insert de Juan Sabines Guerrero, gobernador del estado:

Empezamos la administración con 121 planteles hoy hemos construido 163 planteles más, yo prometí en mi campaña hacer el doble y ya nos pasamos, pero lo importante es el beneficio que da a la educación media superior, y es que en Chiapas solamente 78 municipios tenían una preparatoria o un Cobach, hoy los 118 municipios tiene una escuela de educación media superior...

Reportero en *off*:

De 55 mil alumnos que atendían en el 2007 hoy atienden al 45 por ciento de la matrícula de nivel medio superior en todo el estado para ese nivel. Es decir 85 mil jóvenes como Karla Argüello, quien comprende el impacto de estas obras ya que en este municipio considerado como uno de los más grandes del estado solo habían doce planteles del Cobach, hoy son 18.

Insert de Karla Argüello, estudiante del Cobach:

Reconocemos en nuestro señor gobernador al mejor amigo de la educación, quien nos impulsa, nos alienta y sirve de ejemplo de que con perseverancia, justicia y trabajo se puede conquistar cualquier anhelo y materializar cada sueño haciendo de nuestro futuro un camino cada vez más certero...

Reportero en *off*:

Y es que la educación forma parte de los 8 objetivos de desarrollo del milenio que en la entidad son una obligación constitucional que garantizan mejores condiciones de vida para las familias que viven en estos 28 municipios...

Insert gobernador:

Es un problema que debemos arreglar para las próximas generaciones porque estamos hablando de todos nuestros problemas, no son problemas del gobernador, no son problemas del gobierno, son nuestros problemas que compartimos sobre todo para nuestras próximas generaciones y estoy comprometido con su generación para darles un mejor resultado y que encuentren un mejor Chiapas y que cada vez Chiapas sea mejor y ese es el reto, por eso tenemos una agenda con la ONU, una agenda que ya no depende de un sexenio sino que ustedes pueden realizar de manera permanente...

Reportero en *off*:

Sobre todo, los jóvenes que tienen en sus manos un nuevo futuro como Karla...

Insert Karla, estudiante del Cobach:

Nosotros los jóvenes tenemos la oportunidad de ser origen destino y factor de cambio de nuestra sociedad estableciendo siempre un puente entre nuestros sueños y nuestras realidades lo que constantemente nos mantendrá en la búsqueda incansable de la

oportunidad que nos da la vida para seguir avanzando por el rumbo correcto...

Reportero en *off*.

Alumnas del Cobach 28 que recibieron un edificio administrativo, mobiliario e insumos al igual que todas las coordinaciones de zona de esta institución reconocieron que en la educación tienen la llave del éxito...

Insert Manuela Gómez Díaz, alumna Cobach:

Nos sirve para el futuro para el beneficio del pueblo y para seguir adelante y para tener una mejor vida yo quiero ser alguien en la vida ser profesionista y conseguir un trabajo...

Insert Margarita Sánchez Pérez:

Muy bueno ya que todos los jóvenes estamos mejorando día a día y pues tenemos más oportunidad de mas aprendizaje de mas alfabetizaje (sic) para mis amigos...

Insert Guadalupe Díaz Pérez:

Estamos muy felices porque nuestro gobernador está construyendo muchas escuelas para mejorar nuestro futuro una escuela para nosotros...

Reportero en *off*.

Posteriormente el mandatario chiapaneco acompañado de la presidenta del sistema DIF Chiapas Isabel Aguilera de Sabines entregó dos aulas en el jardín de niños Xicoténcatl y 6 en la escuela Netzahualcóyotl...

Insert gobernador del estado con niños:

Gobernador: ¿Cómo se llama tu escuela?

Niño 1: Netzahualcóyotl

Gobernador: Netzahualcóyotl, y tú ¿Cómo se llama tu escuela?

Niño 2: Netzahualcóyotl

Gobernador: ¿Cómo se llama tu escuela?

Niño 3: Netzahualcóyotl

Gobernador: Netzahualcóyotl, muy bien

Reportero en *off*:

Institución en donde prácticamente desde su fundación hace mas de 35 años no habían crecido en el número de aulas...

Insert Antonio Girón Sánchez, director de la primaria Netzahualcóyotl:

Por primera vez llega un gobernador a la escuela aquí nuestra escuela tiene una población de casi 35 años (sic) actualmente se nos aumenta la matrícula de casi 50 alumnos ahorita tenemos 550 alumnos para el periodo escolar 2011/2012 vamos a tener ya casi 650 alumnos...

Reportero en *off*:

Aquí el gobernador fue recibido con la alegría que caracteriza a los niños...

Insert: Imagen y audio de niños haciendo valla y porras al gobernador

Reportero en *off*:

La meta para este año en el municipio central de Chilón es continuar construyendo aulas y se tienen planeadas 18 aulas más... con la información de Elizabeth Camaras, tv 10 noticias.

Jacobo a cuadro:

Si algo distingue a la presente administración es que ha priorizado la atención en los 28 municipios con menor índice de desarrollo humano, un ejemplo claro de esta acción en beneficio de los que menos tienen de los que más requieren el apoyo...

De acuerdo con Habermas y su *Teoría de la acción comunicativa*:

El mundo vital constituye el contexto preconocido intuitivamente de la situación de la acción; al propio tiempo facilita recursos para los procesos de interpretación, con los cuales los participantes en la comunicación tratan de satisfacer la necesidad de entendimiento que haya surgido en la situación concreta de la acción.¹⁷⁷

¹⁷⁷ Habermas, Jürgen (1994) *Conciencia moral y acción comunicativa*. Editorial Planeta. España. Pp. 159-160.

En este sentido, el entendimiento es un mecanismo para la búsqueda de acuerdos, en los que el contenido del discurso motiva la racionalización conjunta de la aprobación y en consecuencia está en juego la pretensión de validez:

No es posible imponer el acuerdo a la otra parte, ni se le puede imponer al interlocutor mediante una manipulación: lo que se produce *a la vista* mediante la influencia externa no puede *contar* como acuerdo.¹⁷⁸

La secuencia que he presentado demuestra la política de comunicación social que formula *Canal Diez* en vinculación con la Junta de Gobierno como máximo órgano rector de la organización. De esta manera se puede constatar que el canal gubernamental presenta un único mundo posible que puebla los diversos escenarios y planos de producción televisiva. A través de diversas temáticas y esquemas audiovisuales propone una visión que configura al espacio televisivo, desde dos estructuras profundas que pretenden una disquisición general de la estrategia discursiva gubernamental.

Aquí considero prudente aclarar que la revisión que realiza este trabajo es en cuanto a la apropiación de los contenidos por parte del mensajero, es decir *Canal Diez*, que, desde las fases de la generación de argumentaciones desde el *inventio*, *dispositio*, *elocutio* y *actio*, realiza para dar a conocer una información determinada. Se trata del análisis de las formas y estructuras que utiliza para dar transmitir y buscar el entendimiento con su público. En ningún momento es nuestro interés poner en tela de juicio la eficacia del ejercicio administrativo-gubernamental del ejecutivo del estado o sus dependencias. Si las acciones de gobierno son o no pertinentes, son motivo de análisis en otros espacios, ajenos a éste que solamente busca comprender la forma y resultados de la comunicación del medio audiovisual.

Una vez hecha esta aclaración insistiremos en el planteamiento de mundo posible reflejado en una interrelación de pasado, presente y futuro, amalgamados en una *inventio* –prevista o no, planeada o no– que catapulta la intención de

¹⁷⁸ Id. P. 158.

comunicar algo que le corresponde, pues está plasmado en el decreto de creación del *Sistema Chiapaneco de Radio, Televisión y Cinematografía* que es, según el artículo 4, informar de las actividades gubernamentales y el cumplimiento de los programas de gobierno. Sin embargo se percibe la perspectiva del ejercicio de *Canal Diez* orientada en un trasfondo de unilateralidad que difunde una realidad acotada y preconcebida en la subjetividad, de tal manera que en su responsabilidad de vincular al gobierno y a la sociedad muestra solamente un frente como presente positivo, en tanto que está administrando y ejerciendo gobierno. Fincado en esta actualidad exterioriza un mejor futuro, esto es, vincula de manera constante el presente con el futuro que propone o que asume ésta construyendo para Chiapas, pero además recurre al pasado reciente insistiendo en la macro-estructura de la personalidad del gobernador que fue alcalde, la frase *al pie del cañón* que tiene continuidad con el actual presidente municipal y lo cual no ocurriría si el ex-alcalde no fuera gobernador. Esto lo reseñamos ya en el caso *un parque para todos*. Un ejemplo en el noticiero del 15 de abril de 2011, cuando los conductores hacían un recuento de los eventos artísticos y deportivos realizados y por llevarse a cabo en la capital chiapaneca:

Efrén Meneses:

Ya que hablamos de artistas, bueno sigue la lluvia de artistas para todo Chiapas sobre todo con esta estabilidad y esta seguridad de la primera comunidad segura que tenemos y de manera oficial anunciamos, por ahí nos llegó el tip vía *twitter* de que el 4 de junio estará Joaquín Sabina aquí en Tuxtla Gutiérrez, ya está confirmado Joaquín Sabina sobre todo para los que admiran a este buen trovador y además canta autor de España, pues bueno estará nuevamente aquí en Chiapas, se había pedido mucho por él y bueno pues Coneculta lo trae por supuesto con gobierno del estado y también los empresarios que se están sumando a este llamado por una comunidad segura y sin duda más artistas ¿no?...

Jacobo:

Chayanne...

Aldo Ojeda:

Pero mira Jacobo, eso que comentan es bien importante, pónganse a hacer cuentas de cuantos artistas van a venir o han venido, imagínate, empecemos con Luis Miguel, Wisin y Yandel que ya están confirmados, Shakira que ya está confirmada, Joaquín Sabina, Chayanne y vienen conciertos... esto habla de que los empresarios han apostado por Chiapas...

Jacobo:

Pero agrégale otros eventos Aldo; agrégale Nascar, agrégale la copa libertadores, agrégale esto que se llama reto de campeonas, la pelea de box internacional entre el gusanito y Buffy, viene Cristian Castro, viene esta señora María José, muy guapa María José...

Aldo Ojeda:

El certamen de Nuestra Belleza también aprovechando que están las niñas aquí, o sea, vienen muchos eventos bien importantes en el estado eh Jacobo...

Jacobo:

Muy bien, esto es reflejo de que Tuxtla es sin duda alguna, ya no hay motivo ni siquiera para dudarlo somos la capital del sureste, para más argumentos sólidos la gente no va a un lugar a invertir si no hay las

condiciones propicias. Hoy la capital chiapaneca tras cuatro años de una intensa transformación que iniciara previamente el gobernador Juan Sabines en su calidad de presidente municipal, hoy está rindiendo frutos estamos viendo cómo llega la inversión...

La macro-estructura es el punto de partida habitual en la programación, por lo tanto puede sostenerse que el discurso de *Canal Diez* atribuye a ésta de forma omnímoda el desarrollo y progreso de Chiapas. Para la legitimación y confirmación de estos preceptos se acude a los testimoniales funcionarios escogidos para tal fin. El 20 de abril de 2011, acudió a los estudios de *Canal Diez* Esther Almazán, Secretaria del Trabajo de gobierno del estado de Chiapas, para sostener una entrevista con los conductores de *TV 10 noticias, segunda emisión*:

Esther Almazán:

Gracias por permitirme una vez más estar aquí con ustedes y poder llevarle la última información a todos los chiapanecos...

Jacobo:

Perdón que te mueva yo mi micrófono Esther Almazán, pero ¿cómo vamos en base a la desocupación en el estado de Chiapas?...

Esther Almazán:

No te preocupes, fíjate que estoy muy contenta, vemos que el trabajo que se está realizando en Chiapas es maravilloso, que poco a poco vamos creciendo que siembre a un tema positivo, el día de hoy soltó cifras el INEGI que somos el estado con menor desocupación en el país. Eso es importantísimo que la gente lo sepa ¿no? Que el gobierno sigue

caminando que la concreción (sic) y generación de empresas en Chiapas está funcionando y que hoy los chiapanecos tenemos más y mejores oportunidades...

Jacobo:

Entonces a ver, Chiapas para twittearlo así, Chiapas es el estado con menor desocupación del país de acuerdo al INEGI...

Esther Almazán:

Así es te doy la cifra que nos da el INEGI, es que Chiapas esta en el 1.9 de tasa de desocupación del país...

Jacobo:

¿Cuál es la media nacional?...

Esther Almazán:

La media nacional está arriba del cuatro por ciento y pues obviamente estaríamos llevando a Chiapas al primer lugar y no sólo eso sino que junto a otros estados que en otras ocasiones pues son grandes generadores de empleo con muchísima infraestructura, de empresas de agroindustrias, de industria como tal bueno hoy vemos que nosotros siempre repuntando y es algo que hemos platicado mucho y no sólo es el sentido de que se ha estado generando empleo sino que esta permaneciendo el empleo que ya existía y no así en otros estados que tiene curvas positivas y negativas de un mes a otro ¿no? Un ejemplo por decirlo así Chiapas tiene el 1.9 por ciento, Guerrero el 2.2 por ciento, Campeche el 2.6, Yucatán el 2.9 y hoy

vemos a estados del norte, como bien decíamos, grandes generadores de empleo, que tenemos a Sonora de 7.6 por ciento, Chihuahua de 7.4....

Siguen dando estadísticas comparando a otros estados de la república

Esther Almazan:

Esto finalmente son las políticas públicas que se han llevado a cabo en los últimos años las que han permeado y nos han permitido seguir caminando y generarle a la gente esas oportunidades de vida y generarle a la gente respuesta de lo que se les prometió, respuesta de lo que el gobierno está haciendo para mejorar...

Efrén:

Además esta sinergia con las empresas que ven por ejemplo todas las condiciones para establecerse en Chiapas, para invertir y para generar mayores empleos...

Conductora:

Secretaria, Chiapas se cotiza hoy como uno de los mejores estados para invertir...

Esther:

También es muy importante que la clase trabajadora y los empresarios se sientan protegidos... el propio gobierno y el propio gobernador está generando la certeza de seguridad, primer lugar nuevamente en seguridad a nivel nacional, pues eso también genera que los empresarios quieran venir...

La figura del gobernador y su esposa, tienen una gran importancia en la programación, ya que aparecen como la personificación del gobierno que propicia y logra progreso, desarrollo, seguridad en el slogan: *hechos no palabras*. La manifestación de relevancia se produce en las fases de *inventio*, *dispositio* y *elocutio*, pero también en el *actio* ya que, con este modelo comunicativo el medio convierte al ejecutivo estatal en el gran enunciador. Con relación a esto último, en la conversación con un reportero de noticias, éste nos comentaba que el gobernador ha solicitado “que no lo metan a él, que se vea y que hable la gente”.¹⁷⁹

La posición de los conductores, funcionarios y ciudadanos que se expresan a través de los espacios de *Canal Diez*, dan por sentado la *inventio* como una planeación automática y una estrategia de acuerdos generales que obliga un discurso vinculado a los valores básicos de esta macro-estructura, por lo que se manifiestan en el nivel enunciativo de intención cuando a través de cualquier excusa pronuncian el discurso establecido. La figura retórica de repetición es insoslayable en el nivel micro-estructural que se configura en el manejo y dominio de imágenes, sonidos y frases en diversos espacios o escenas y de muy diversas maneras. La sinécdoque que conlleva una sustitución del todo por alguna de las partes, podemos encontrarla configurada en el nivel más superficial de personajes que aparecen en las narraciones y que se constituyen en estereotipos que pretenden representar a una comunidad. Es decir, se eligen algunas de las partes que componen a la sociedad chiapaneca para ilustrar y servir de modelo a las ideas expuestas en la pantalla: la mujer empoderada, los grupos por ejemplo. De esta manera se reafirma la unilateralidad del modelo comunicativo, pues en el nivel de la *actio* los enunciadores son siempre los mismos, no hay variaciones que pluralicen los puntos de vista, por lo tanto la difusión se restringe a los puntos de vista afines a las tesis y acciones de gobierno. No hay espacio para la colocación de nuevos temas, personas o grupos que involucren problemáticas distintas al discurso hegemónico.

¹⁷⁹ Entrevista realizada el 7 de marzo de 2011.

3.3 Lo que piensa la teleaudiencia

Para una situación de comunicación exitosa son dos las partes fundamentales, quien emite y quien recibe la emisión. En el caso de los medios de comunicación la recepción se multiplica a un número de televidentes que permanecen, aparentemente, en el anonimato. Sin embargo el componente del entendimiento es de gran relevancia para los efectos deseados, por lo tanto no puede hablarse de un contexto de unilateralidad en el discurso. El que habla, tiene para sí la información que debe elaborar pensando en quien va a recibirla y es entonces que debe considerar las formas y diseños de esa comunicación. El mecanismo de entendimiento requiere entonces coordinación en el habla y la acción, de esta manera Habermas refiere que:

Los procesos de entendimiento buscan un acuerdo que depende de la aprobación racionalmente motivada al contenido, de una aseveración. No es posible imponer el acuerdo a la otra parte, ni se le puede imponer al interlocutor mediante la manipulación: lo que se produce *a la vista* mediante a la influencia externa no puede *contar* como acuerdo.¹⁸⁰

En cuanto al sentido de validez vuelvo al autor para acentuar que es la aceptación o el rechazo que provocan la situación de entendimiento o la falla de éste, la cual es formulada bajo tres aspectos: 1. Que el enunciado hecho es verdad; 2. Que la acción de habla es legítima; 3. Que la intención es sincera:

Quién rechaza una oferta inteligible de acto de habla niega la validez del enunciado al menos en uno de los tres aspectos citados de verdad, legalidad, sinceridad.¹⁸¹

Es así que, para que estos fenómenos se registren es fundamental la posición que asume el receptor, entendiendo que éste es el impulso de la

¹⁸⁰ Habermas, Jürgen (1994) *Conciencia moral y acción comunicativa*. Editorial Planeta. España. P. 158.

¹⁸¹ Id. P. 161.

intención de comunicar y que a partir de la percepción e interés que logre habrá de registrarse una situación de comunicación. Por lo tanto realizaremos a continuación la revisión de esa otra parte de *Canal Diez*: la teleaudiencia chiapaneca.

Es necesario marcar una pauta metodológica que se ha asumido. Si bien el *Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión* presume con gran interés la transmisión de algunos de sus programas en territorio nacional y extranjero, a través de convenios con canales como 420 y 412 de *Directv Más, Mexicanal* o la *Red de radiodifusoras y televisoras educativas de México, Asociación civil*, para este estudio el universo único de análisis es el territorio chiapaneco y esto tiene una razón ontológica: *Canal Diez*, como medio de comunicación permissionado, con todas las posibilidades y limitaciones jurídicas, políticas y culturales tiene una esencia formal e intrínseca que lo implica con el desarrollo de una región a la cual se debe, y ésta es Chiapas. Por supuesto que no estoy criticando la posibilidad de trascender fronteras y promover al estado, sin embargo la ocupación en esta tarea está vinculada con la entidad chiapaneca, su problemática y las posibilidades de encontrar mejores formas de encuentro comunicativo a través de la televisora estatal, asumiendo que “debemos arreglar la Casa para luego salir de paseo”.

En el contacto con el público televidente chiapaneco he encontrado que existe una representación social de la televisión que se ha generalizado. No ha sido ajeno el impacto de las políticas y modelos imperantes en el diseño y gestión, tanto de la televisión comercial como de la permissionada, de tal manera que en el imaginario social, la televisión es un artefacto que cumple preponderantemente un propósito de entretenimiento y ocio. No es un asunto menor, considerando que el devenir histórico de la televisión privilegia, como se ha señalado de manera insistente, a la iniciativa privada en correlación con grandes inversiones de capital empresarial y la búsqueda de negocio, lo que ha propiciado una creciente subordinación hacia la lógica económica, la publicidad y el consumo, sumando el elemento de comparsa de los poderes fácticos, es decir, la mancuerna de los empresarios y el poder político ha rendido dividendos para ambas partes y ha propiciado que el público se habitúe a los productos que se le presentan.

Sin embargo, es precisamente esta situación la que también ha provocado discusión y polémica, respecto a la emergencia de proyectos que hagan posible un modelo de televisión de servicio público que privilegie la realidad social.

En este tenor, y siguiendo a De Certeau¹⁸², en cuanto a la construcción de teoría a través de las actividades cotidianas de los practicantes (prácticas que producen cultura), daré paso a la evidencia empírica, a través de la revisión de los hallazgos en las diversas conversaciones con el público televidente, en cuanto a lo que piensan de *Canal Diez*, su grado de satisfacción y lo que desean de este medio de comunicación.

Este análisis y las citas que se realizan a lo largo del texto, se sustenta en grupos focales realizados en Tuxtla Gutiérrez con 24 estudiantes de comunicación, 10 personas de diverso perfil de 28 a 40 años de edad y otro con 18 trabajadores del nivel secretarial y técnico de dependencias federales y estatales de diversas regiones del estado. Además de un sondeo con 90 personas que fluctúan entre los 18 y los 70 años de edad.

En Comitán se realizaron 2 grupos focales con 10 personas el primero y nueve en el segundo, además de entrevistas informales con 30 personas de esta comunidad. En San Cristóbal de Las Casas se entrevistó a 25 personas y un grupo focal con 7 personas. Acudí también a San Juan Chamula, Zinacantán y San Andrés Larráinzar, en donde conversé con 15 personas de la primera localidad y 9 de la segunda, 12 en la tercera, además el trabajo de campo incluyó la revisión de la calidad de imagen transmitida, a través de un monitor y antena aérea (conocida popularmente como antena de conejo) en estas comunidades debido a que hubieron comentarios que aseguraban que *Canal Diez* únicamente se veía en algunas partes de esas poblaciones. Era mi interés acudir a Tapachula, sin embargo, información proporcionada en Canal Diez acerca de un incendio suscitado en las instalaciones de transmisión, corroboraron que la teleaudiencia se reduce al enlace a través de sistema de cable local, lo cual comprime totalmente las posibilidades de captación de teleaudiencia en esa región.

¹⁸² Para mayor abundamiento conviene revisar: De Certeau, Michel (1999) *La cultura plural*. Nueva visión. Buenos Aires.

3.3.1 ¿Qué opinan los ciudadanos acerca de *Canal Diez*?

La opinión generalizada es que pertenece al gobierno. En ningún momento encontramos que alguno de los participantes en esta investigación nos comentara de primera mano que *Canal Diez* fuera propiedad de los chiapanecos, tampoco fue posible encontrar una posición que indicara la posibilidad de participación activa de los televidentes.

Es acendrado el pensamiento de la dependencia económica y política de todo el *Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión* como señalaron en repetidas ocasiones en los grupos focales, una participante en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez ejemplifica este razonamiento al afirmar que: “el que paga manda y entonces Canal Diez habla del gobernador porque es el que les da de comer”.¹⁸³ Es prolífico el pensamiento que indica la falta de espacios para la sociedad chiapaneca y refieren a la exclusividad del gobernador en las imágenes y temas de la televisora. Pero lo percibido aquí no se queda únicamente en el usufructo de la materialidad y los contenidos de *Canal Diez*, va mas allá, en una estructura profunda que se arraiga en la construcción cultural de las comunidades chiapanecas, que no han tenido nunca las posibilidades de dialogar como pares sobre lo que les interesa e incumbe. La imposición es histórica y la aceptación de ésta también se ha arraigado como una costumbre. En la ciudad de Comitán un entrevistado comentaba: “hoy el gobierno promueve que somos *el estado más mexicano* porque nosotros decidimos serlo, sin embargo hay que revisar la historia para saber que nosotros, el pueblo, no tuvimos nada que ver, lo decidieron unos cuantos”.¹⁸⁴

Y entonces aquí subyace otro elemento problematizador de la actitud ciudadana. Se ha asentado, en el sentimiento social, un nihilismo que niega una finalidad esencial al ser social y los entramados institucionales, sobre todo, los que representan al poder. Existe una marcada evasión a la búsqueda de sentido

¹⁸³ Grupo focal realizado en Tuxtla Gutiérrez, el 17 de junio 2010.

¹⁸⁴ Entrevista realizada en la ciudad de Comitán, el 20 de abril de 2011.

social. Nuestra sociedad es una comunidad resentida, frustrada que no responde, se ha convertido a la inactividad como si fuera precepto religioso.

Y es así que, al igual que sucede en otros rubros e instituciones, con relación a Canal Diez se muestra apatía, marginalidad e indiferencia y no es visto como un *bien público*.

La imagen que se ha fraguado el canal gubernamental, a lo largo de su historia es de vocería oficial, panegirista de gobiernos en turno y por lo tanto poco atractiva de ver y seguir.

San Juan Chamula, Zinacantán y San Andrés Larráinzar (Sakamch'en de los Pobres) son poblaciones cercanas a la cosmopolita San Cristóbal de Las Casas, con múltiples problemas religiosos y sociales que merecen un tratamiento especial y objetivo del medio de comunicación. Sin embargo pudimos constatar que las preferencias televisivas también eluden la programación de *Canal Diez*. Una comerciante de tejidos artesanales nos comentaba: “no mejor la novela, ta (sic) menos aburrido o las películas, *Canal Diez* no, sí se ve, pasa pero no lo vemos”.¹⁸⁵

Es peculiar la situación de las zonas indígenas, pues en diversas ocasiones las señoras se negaban a contestarnos y le pedían a los hombres que las acompañaban (hijos o esposos) que ellos respondieran. En este sentido un joven de 18 años comentó que en la mayoría de los hogares son los hombres que deciden que programas verá la familia en la televisión. Al explorar acerca de los espacios que el canal oferta en lengua indígena (*La voz de nuestras raíces, Viva la pelota, fragmentos del noticiero vespertino*), la afirmación más relevante es que no les interesa y no los ven. También en esta zona se manifestó que la señal de *Canal Diez* no es buena, que se ve borrosa, ante esta aseveración, se realizó un monitoreo utilizando un aparato televisor con antena aérea para verificar esta situación y pudimos constatar que existe *ruidos de transmisión*; algunos vecinos nos permitieron sintonizar en los monitores de sus hogares y vimos que las imágenes se aprecian con problemas de audio y video con mucha frecuencia. En

¹⁸⁵ Entrevista informal realizada en San Juan Chamula, 18 de marzo de 2011.

caso de comunidades más alejadas como Chalchihuitán, Chenalhó, Pantelhó la señal es nula.

El profesor Elías Pérez Pérez es originario de Paraje Chintic, municipio de Chenalhó, y catedrático de la *Escuela normal indígena intercultural bilingüe Jacinto Canek*. Su arraigo, origen y vinculación con la educación le da una visión muy certera de los asuntos que nos ocupan por lo que se presenta una parte de sus reflexiones, pues sintetizan los hallazgos encontrados en nuestra investigación de campo. Con relación a la programación y el discurso de la institución mediática afirma:

Lo que ha venido transmitiendo *Canal Diez* es el discurso del gobierno oficial ¿no? Entonces se debe que la gente misma del pueblo (sic) o que salgan las personas que trabajan en *Canal Diez* hagan entrevista con la gente de la comunidad y que sean transmitidos (sic) la propia voz de la gente de la comunidad seleccionando temáticas como salud, como educación ecología, todo esta temática sería importante que el personal de *Canal Diez* vallen (sic) a las comunidades entrevisten a la gente, sería más atractiva todavía, porque entraría la voz de la gente en *Canal Diez*.¹⁸⁶

El profesor Pérez resume un asunto toral en la relación comunicativa, relacionada con la elaboración de la argumentación de los discursos que utilizamos para el análisis anterior (*inventio, dispositio, elocutio-actio*):

Porque hay veces lo que hacen los que formulan algunas preguntas o seleccionan alguna temática, es la interpretación que hace la persona que transmite, en cambio así, entrevistar la gente que diga con su propia palabra entonces mas entendible todavía para la gente porque ese juego de lenguaje que habla la gente es manejable, es entendible por toda la población, hasta los niños.¹⁸⁷

¹⁸⁶ Entrevista realizada en San Cristóbal de Las Casas, el 5 de agosto de 2010.

¹⁸⁷ Id.

Coincide con la percepción generalizada sobre la falta de interés de la gente de la zona norte por los programas diseñados por el canal para estos públicos, pero además señala la importancia del horario de transmisión para potenciar la posibilidad de obtener teleauditorio:

El horario más adecuado creo que es a las siete de la noche, siete a ocho porque la gente estaría descansando después de una jornada de trabajo de campo. (Con risa dice) a las 3 de la tarde todavía están trabajando en la milpa, tapiscando, viendo su borrego y todo.¹⁸⁸

Es un pensamiento arraigado en la población chiapaneca, en los grupos focales tanto jóvenes como adultos coincidieron en sus percepciones, aquí las predominantes:

Si, buscamos entretenernos y no aburrirnos con las noticias del gobernador, hay algunas cosas de música que nos gustan pero no todo, menos el de la marimba, ese es sólo pa' (sic) viejitos.¹⁸⁹

No se habla de otra cosa más que las obras y/o proyectos que inaugura el C. gobernador, mas no informa (*Canal Diez*) del desempleo que existe en el estado...que es muy oficial, es decir únicamente engrandece lo que hace el gobernador y lo malo no lo dice. ...falta dar voces a los diversos sectores que conforman al estado de Chiapas, en este caso se trata más bien de una propaganda oficial en torno a las acciones de gobierno y fuera de eso hay muy poco que apreciar.¹⁹⁰

Pero la realidad es que el 80 por ciento de la información es de gobierno y es como si estuviera comprada, casi, casi parece privada. El gobernador puede decidir a qué hora y cuanto tiempo va a durar la información que

¹⁸⁸ *Ibíd.*

¹⁸⁹ Grupo focal realizado en San Cristóbal De Las Casas, el 8 de marzo de 2011.

¹⁹⁰ Grupo focal realizado en Tuxtla Gutiérrez con trabajadores de la burocracia estatal y federal, el 18 y 19 de octubre de 2010.

quiera dar a conocer a la sociedad...la gente chiapaneca antes de ver un programa de revista o noticiero en *Canal Diez*, prefiere una de las televisoras nacionales o internacionales, por factores de calidad en su producción, en sus contenidos, en sus conductores, incluso en una palabra que es lo que en Chiapas se ha perdido: la credibilidad.¹⁹¹

Si antes se ha señalado que, desde los medios, el modelo dominante de diseño y gestión de televisión es el comercial, el trabajo de campo evidencia que es una percepción compartida por gran parte de los televidentes que se han acostumbrado a esta oferta y es así que la situación comunicativa que se registra entre los que la hacen y quienes la ven tiene un arraigo profundo.

La diversión y el ocio se convierten en un asunto axiomático que reivindica en la televisión privada las pretensiones y servicio esperado por el público, cada elemento de esta situación comunicativa aporta la parte que le corresponde; el canal comercial ofrece diversión, mientras que el espectador garantiza el rating suficiente para que los tiempos publicitarios, se coticen ante los comerciantes de bienes y servicios.

Mientras que, en cuanto a la televisión permisionada en sus distintas versiones, ya sea oficial, cultural, de experimentación, el posicionamiento se convierte en una dicotomía, pues se exigen contenidos más pertinentes, pero también se solicita entretenimiento. Sin embargo el público no alcanza a determinar cuál es la relación que debe darse y que puede esperar en un nuevo modelo de lo que algunos académicos han dado por llamar *la otra televisión*. Pero sí existe una claridad en la expresión de que es necesario un modelo distinto; una joven participante de un grupo focal lo resume así:

¹⁹¹ Grupo focal realizado en Comitán, el 22 de junio de 2010.

La sociedad prefiere ver canales nacionales donde tienen más variedad para poder ver programas, además estas televisoras (*Televisa y TV Azteca*) tienen contenidos que nos ayudan a la sociedad y muchas veces son refritos de otros países y las personas los ven porque los entretiene, sin importar de donde vengan, mientras la televisora de Chiapas (*Canal Diez*) le cuesta tener un público definido y los chiapanecos creen que ver el programa de la marimba¹⁹² creen que es para viejitos y los demás prefieren no verlo y toman los canales nacionales.¹⁹³

Cuando el público disfruta de la televisión no está pensando en dominaciones hegemónicas o en industria culturales alienantes. Las personas ven la pantalla chica para divertirse, encontrarse con su mundo y el de otros, de esta manera, están creando cultura en una relación simbólica, en la dimensión de lo ordinario, descrito por De Certeau, como zonas ocultas a la mirada panóptica. De ahí parte mi afirmación sobre la claridad de las reglas informales establecidas entre los televidentes acerca de la televisión privada; más allá de la generación de modelos, estereotipos y manipulación que pueda generarse.

Mientras tanto, con relación al canal de gobierno, la sociedad espera encontrar una propuesta distinta, un hallazgo es que la mayoría de los participantes en esta investigación no pudieron precisar temáticas o esquemas de producción. Con justa razón, pues no son profesionales de la comunicación o de producción en televisión. Son espectadores que esperan a recibir una oferta y tomar decisiones, para quedarse en la sintonía o hacer *zapping*, en la búsqueda de otros programas. Corresponde a directivos, productores, realizadores y demás involucrados, presentar la alternativa programática que invite a quedarse en los espacios de *Canal Diez*.

Sin embargo, los televidentes adujeron conceptos clarificadores para fortalecer los contenidos, sobre todo en los noticiosos, solicitaron veracidad y claridad, sin distinción de funcionarios o partidos políticos, autonomía ante el

¹⁹² Se refiere al programa "Al son de la marimba", que se transmite en vivo, todos los miércoles, desde el Parque de la Marimba de la Capital chiapaneca.

¹⁹³ Grupo focal realizado en Tuxtla Gutiérrez, el 17 de junio de 2010.

gobierno estatal, programas de interés para todos, personal mejor preparado y que sepa de televisión, que la programación sea amena, mejorar la calidad e imagen, que llegue a todos los hogares chiapanecos. En coincidencia, un análisis sobre televisión educativa efectuado por Juliana Matus, refleja un acercamiento cuantitativo sobre los contenidos pedagógicos, sus hallazgos mostraron el interés por temáticas de capacitación en oficios diversos, conservación de la naturaleza, entre otros; Matus afirma que “esto significa considerar a la televisión como un componente importante en la comprensión de la audiencia”¹⁹⁴

Puedo afirmar que la teleaudiencia prefiere otras ofertas televisivas, antes que sintonizar *Canal Diez*, no hay empatía comunicativa entre el medio y los ciudadanos. Lo cual obliga a reflexionar sobre su pertinencia y capacidad para incidir como vehículo de comunicación con pretensiones de entendimiento y validez. Y aquí cabe señalar lo que parece obviarse en la estructura teleológica de la acción cotidiana del medio, cuyo objetivo se ve dirigido a la búsqueda de ejercer influencia en la teleaudiencia.

La intención de este medio no implica entendimiento ni búsqueda de comunicación y acuerdos, no existe lo que Habermas llama un *Modelo de acción estratégica*. Por lo tanto al operar en el vacío no se concreta la relación con el público que se muestra reacio a expresar una aprobación de los argumentos y discursos. Y de esto deviene la consideración de los referentes contextuales que catapultan o hunden cualquier interés de relación comunicativa.

¿Qué dice *Canal Diez*? las categorías que surgieron del monitoreo me permiten sintetizar que el mensaje recurrente es la promoción de la personalidad del gobernador y su capacidad de generar para Chiapas progreso y desarrollo. Es decir que la planeación de la *inventio* argumentativa se circunscribe a una estrategia macro-estructural basada en estas condiciones.

¿Qué percibe el televidente? Monotemática aburrida de la política local y las giras del gobernador, ininteligibilidad que propicia el rechazo al sentido de validez y lo que hemos denominado *narrativas de irreales de la realidad*, como intenciones

¹⁹⁴ Matus, Juliana (2005) *Estrategia de comunicación en el ámbito rural marginado. El caso del Sistema de Televisión Educativa en Chiapas, México*. Tesis doctoral Ciencias de la Información. Universidad de la Laguna. Tenerife, España. P. 86.

ideológicas que no brindan representaciones de verdad, es decir que aunque el televidente vea imágenes y escuche al locutor de *Canal Diez* narrar con grandilocuencia las actividades de gobierno, el receptor da una lectura, una racionalidad e interpretación de la configuración de sentidos preferenciales, consecuente con percepciones distintas y distantes al mensajero.

Es decir que no hay acuerdos ni convicción conjunta y por lo tanto se invalida en las narraciones cargadas de lisonja aspectos de verdad, legalidad y/o sinceridad.

Esto se debe a que el propio *Canal Diez* no ha sabido articular un planteamiento alternativo de televisión, que dé propósito a su existencia; pero además, que genere una expectativa distinta en los televidentes potenciales. Buscan lo mismo que oferta la televisión privada, debido a que, en esta falta de planeación comunicativa, *Canal Diez* hace uso precisamente de “formulas probadas”. Se evidencia una falta de creatividad y una marcada dependencia a los modelos difusionistas de producción de la televisión comercial. Se repiten los programas de revista, los formatos noticiosos, los de debate e inclusive los programas de entretenimiento. En síntesis, *Canal Diez*, no ha sabido comunicarse.

Capítulo 4. Un modelo posible de televisión pública

Introducción

Para calificar a la televisión como medio de comunicación la exigencia fundamental está en el intercambio de mensajes significativos entre quienes emiten y quienes reciben. Si los pronunciamientos televisivos no prevén la posibilidad de respuesta, el sentido de la comunicación no existe, se limita a la llana difusión de información prevista por la *Teoría matemática*. Y no estamos hablando de las eventuales respuestas del público a través de teléfonos, correos electrónicos o *twitters*; el problema es más agudo, pues debe verse a la retroalimentación como producto de la adjetivización de lo social en donde el medio abra puertas y ventanas a la construcción de una herramienta que facilite el diálogo entre ciudadanos para plantear, desde la televisión, sus problemas e inquietudes, para mostrarse y conocer a los demás.

Este asunto es esencial e implica la necesidad de cambiar los paradigmas que hoy movilizan el quehacer televisivo, desde los que producen y diseñan hasta los televidentes potenciales. Es decir que resulta necesario redescubrir los mejores modos de hacer y ver la televisión, viendo en estos las posibilidades de contribuir a una dinámica de operación de procesos de cambio social, económico y cultural.

En este sentido el proyecto audiovisual de *Canal Diez* tendría como exigencia la definición y planificación de un propósito concreto que articule su ejercicio comunicacional. Entendiendo con esto una utilización del medio de comunicación para abonar al desarrollo y transformación social desde un modelo posible de televisión pública. Porque en tanto modelo posible se debe poner en perspectiva la situación de condicionamiento a la que está sometido el medio en el terreno político, por lo tanto la planificación de un propósito debería responder a la racionalización de un futuro deseado para *Canal Diez*. Las posibilidades de un planteamiento de esta naturaleza están insoslayablemente ligadas a la práctica social efectiva, a las políticas de comunicación en las que se asienta y en las que

potencialmente podría prevalecer desde una perspectiva operativa, técnica y de contenidos. Estoy hablando de políticas, asumidas como brújula de alineación y equilibrio informativo, que requieren la voluntad y el carácter de gobiernos progresistas que vislumbren al medio de comunicación como instrumento para la corrección de desequilibrios sociales y culturales. Estamos hablando también de poderes públicos que vean por estrategias que no se limiten a la difusión de servicios de información política basados estrictamente en el ejercicio gubernamental o la personalidad de quienes detentan el poder, sino que trasciendan en una horizontalidad hacia terrenos de lo social y cultural como necesidad para el debate y la participación ciudadana. La política de comunicación significa planificación y protección de un sistema de interacción conceptualizado como bien público. Un modelo que, definido en sus propósitos y ejercicio a través de una planificación estratégica, lleva a la compleja realidad de lo posible y se aleja de la desalentadora posición de los imposibles o las utopías en tanto a que se clarifican los caminos y estrategias para un futuro con certidumbre.

En síntesis debe trascenderse la falta de claridad en los propósitos y en el no saber qué hacer con un proyecto audiovisual de esta envergadura. Parece simple, pero es toral, ya que en esta premisa subyace metodológicamente, la indefinición de los modelos heredados en cuanto a los fines mercadológicos y un modelo dependiente que no despega en intenciones propias que expliciten su razón de ser. Desde la realidad se ha instalado el diagnóstico de la incertidumbre como un devenir ortodoxo y dogmático que bien parece síntoma y efecto de un posmodernismo en el que nada es posible y todo es fatuo, como noción de futuro determinado por el discurso oficial que reitera mensajes variopintos con efectos previsibles y desangelados, los cuales provocan alejamiento y podrían traducirse en un irreversible acercamiento a la única opción prevaleciente que es la televisión del consumismo. Sin embargo la intención no es buscar la eliminación de la iniciativa privada en el espectro televisivo. Sería ridículo siquiera pensarlo; porque como ya he señalado el modelo comercial tiene un gran arraigo en la población chiapaneca y desde el punto de vista representacional hoy la televisión es una opción para el ocio y el entretenimiento. La finalidad es la búsqueda de una

clarificación de la pertinencia de la televisión permitida y específicamente de *Canal Diez* en su uso social y en la necesidad de descentralización del emisor y la multiplicación de emisores regionalizados que apunten a un futuro que amplíe la acción mediática en un nuevo sentido de comunicación social que llene el espacio vacío de construcción de identidad.

Ante esta circunstancia, el planteamiento fundamental es reconocer que el carácter y objetivos de los medios públicos no compiten con los comerciales. Es otra su intención y modalidad, que podemos llamar transformadora, pues supone la existencia de estrategias orientadas por un proyecto de cambio y modos de producción-apropiación horizontal y participativa, en torno a funciones de animación o promoción, dirigidos a propiciar procesos de organización, interlocución y desarrollo sociocultural y educativo en general.

Las tensiones del mercado deben estar alejadas de *Canal Diez*. La televisión pública no refleja sus dividendos en moneda, su rentabilidad es social y la sociedad su principal accionista y quien obtiene las ganancias en esa transformación y vinculación a través de la comunicación. La televisión pública chiapaneca deberá ser orgullosa y responsablemente comunitaria, local, regional y en ese ámbito producir con el máximo de calidad y de imaginación.

En un estado como Chiapas, con grandes desigualdades, la televisión deberá consolidar espacios para construir comunidad, generar áreas de encuentro, intercambio, inclusión, sentido de pertenencia, dignidad por medio de estrategias comunicacionales que propicien una columna vertebral, informativa, educativa y de entretenimiento que responda a valores muy claros y a cubrir necesidades de la entidad. Siempre con las mayores exigencias de calidad y un afán claro de innovación. Debe constituirse en un lugar incluyente, un espacio audiovisual donde todos tenemos cabida y se posibilita la integración de los chiapanecos.

De acuerdo con la historia ya reseñada en los capítulos anteriores, el desarrollo de la televisión mexicana es planteado, desde sus inicios, como una actividad que se consolida territorialmente en un esquema nacional, en donde la consideraciones técnicas y administrativas como la adjudicación de permisos y

concesiones se remontan directamente a políticas de *interés general* que en consecuencia derivó en la práctica y fortalecimiento de un modelo de monopolio privado que dejó a la deriva las posibilidades robustecer el pretendido modelo mixto de la década de los setenta del siglo pasado. Este panorama explica el histórico titubeo de los medios estatales, tanto desde la práctica como la teoría, porque mientras se fortificaba el paradigma de la televisión comercial, detentada por empresarios en contubernio con las autoridades, también surgía, para la televisión permisionada, el paradigma de la incertidumbre que resultó en la calculada ambigüedad de hacer de ellos medios de promoción del gobierno en turno.

No obstante, *Canal Diez* constituye hoy el principal medio televisivo de la entidad chiapaneca, pues frente a las opciones de televisión privada local –como *Canal Cinco* (XHDY-TV) y las emisiones intermitentes de *Televisa* y *Azteca Chiapas*– es un grupo que cuenta con las posibilidades técnicas y humanas para realizar un trabajo de mayor envergadura.

Sin embargo la preponderante trama televisiva comercial, cuya programación llega desde el centro de la República, es una oferta de entretenimiento y ocio que arrasa con la atención de los televidentes: *Televisa* con el *Canal de las Estrellas*, *Canal Cinco*, *TV Azteca* con el 13 y el 7; la televisión por cable con múltiples opciones de canales nacionales e internacionales, principalmente de los Estados Unidos de Norteamérica. Todos ellos con un alto predominio sistémico de las reglas de mercado, sitúan a *Canal Diez* en la necesidad de establecer un modelo de televisión chiapaneca que oferte producciones distintas y que genere nuevas expectativas de uso del medio en la teleaudiencia.

Por lo tanto se desarrollan en este capítulo elementos de análisis para crear un grupo de producción audiovisual de gran importancia para la entidad, la cual más allá de buscar la competencia con la televisión privada pueda constituirse en un medio de encuentro comunitario que disminuya la distancia entre los que hoy hacen la televisión, quiénes la ven y también aquellos públicos potenciales que, ante una oferta poco atractiva, prefieren sintonizar otras opciones.

Se plantea la opción de brindar pertinencia a la televisora gubernamental a través de la creación de nuevos esquemas de relación con la teleaudiencia para lograr comunicarse a través de la tecnología disponible. Esto implica reconfigurar el mapa mediático a partir de una integración de mutuos intereses para flexibilizar el campo cultural de las industrias culturales, compartir producciones regionales atendiendo a la realidad de públicos diversificados, donde se abran brechas para la interacción, diálogo e intercambio simbólico. Los retos son:

a. Que el gobierno estatal y los órganos de regulación y dirección de *Canal Diez* visualicen a este medio como un instrumento estratégico para atender necesidades de comunicación de la sociedad civil,

b. La transformación paradigmática del quehacer televisivo y quienes se involucran en ello,

b. La optimización de los bienes, recursos materiales y humanos de *Canal Diez*.

4.1 Bases legales para recuperar sentido

Entre broma y seriedad uno de nuestros entrevistados decía “¿Por qué no nos dejan en paz, revisen a *Televisa* y *TV Azteca* que hacen puras porquerías?”. La razón de escudriñar el ejercicio comunicacional de *Canal Diez* tiene múltiples aristas. Destacan las expectativas que cada modelo genera –de lo cual ya hablamos con anterioridad– que dan por sentado que no existe una construcción epistémica-metodológica de la televisión chiapaneca permitida, lo cual sitúa en su lugar a la televisión gubernamental, sobre todo considerando las atribuciones y competencias normativas que se marcan en el Decreto publicado el 9 de marzo de 2001. Entre estas facultades destacan para la recuperación del sentido comunicativo las fracciones III, V, VIII:

III. Contribuir, en la esfera de su competencia, al cumplimiento del derecho a la información, garantizando las libertades de expresión y de información propias del estado de derecho, vinculando a los sectores público, privado, académico y social, de acuerdo con los programas de desarrollo del estado;

V. Promover la participación de la ciudadanía en el análisis y discusión de temas de interés general, garantizando el derecho de la población a expresarse a través de los medios estatales;

VIII. Atender, a través de su programación, las necesidades sociales de conocimiento en torno a temas como: la salud reproductiva, la transformación del campo y el desarrollo sustentable; los derechos de las mujeres, los niños, las personas con capacidades diferentes y de la tercera edad.¹⁹⁵

Además de la inclusión del concepto de medios públicos –que no debería ser arbitraria o meramente discursiva– en las reformas a dicho decreto, publicadas en el periódico oficial del estado el 15 de octubre de 2008.

Esta plataforma normativa, aunada a lo que establece la *Ley federal de radio y televisión*, hace recuperable la exigencia social de una televisión distinta. Más adelante expondremos esta emergencia con base en la reglamentación, que aunque obsoleta, manipulada y detenida en las reformas que son urgentes otorga posibilidades de generación de un modelo posible de televisión pública. En este sentido Jesús Martín-Barbero señala que:

La privatización de la televisión en América Latina se ha reforzado de una forma tan fuerte y tan, permítanme el adjetivo, perversa, que el término *televisión pública*, ya no puede referirse sólo a la televisión cultural. La

¹⁹⁵ Periódico Oficial. Órgano de Difusión Oficial del Estado de Chiapas No. 024. *Decreto por el que se crea el organismo público descentralizado denominado Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión*. Publicación No. 101-A-2001. 09 de marzo de 2001.

televisión pública, en ese momento, lo que nombra es todo el país que no cabe en la televisión privada.¹⁹⁶

Corresponde a *Canal Diez* brindar una nueva oferta con finalidades que impliquen diversión, pero también enlazamiento social, legitimación de su existencia al servir como medio de integración social, tal como señala Martín-Barbero en cuanto a lo que caracteriza a la televisión pública que, contrario a la televisión comercial que busca al consumidor, interpela al ciudadano para construir espacios públicos de diálogo y comunicación con la participación de diversas personas y comunidades culturales.

En *La Construcción Social de la Realidad*, Berger y Luckmann (1966)¹⁹⁷, comentan que, a través de la transmisión de significados de las instituciones se provoca legitimación y control. Por lo tanto la subjetivación de la identidad cultural entraña la socialización del individuo. El diálogo con estas instituciones y sus conciudadanos, provoca que la persona internalice y acepte los fundamentos que dan razón a una comunidad determinada, a la cual pertenece.

La identidad cultural resulta del conocimiento y la acción cotidiana. Este ejercicio debe, entonces, ser estimulado a través de una política cultural que permita a los ciudadanos integrarse, comprender y apreciar su cultura y a su comunidad. Para esto es importante que las instituciones, y en este caso los medios de comunicación investiguen, analicen y estudien la forma en que pueden abonar a dicho proceso.

Es en este tenor que el *Sistema Chiapaneco de Radio, Televisión y Cinematografía* puede intervenir, como parte del aparato de gobierno, para orientar el desarrollo simbólico y permear en las necesidades culturales de la población chiapaneca. En el caso que nos ocupa, *Canal Diez*, como televisión pública, tendría que definir una política cultural con flujos comunicativos más influyentes en las diversas regiones geo-culturales de la entidad, para trazar y

¹⁹⁶ Díaz Esteves M. y Peña J. (2010) "Diálogo con Jesús Martín Barbero, en la televisión pública debe haber más país". En *Infoamérica*, Iberoamerican communication review, No. 3-4. Pp. 121-127, consultado en www.infoamerica.org, 14 de abril de 2011.

¹⁹⁷ Berger y Luckmann (1966). *La construcción Social de la realidad*. Amorrortu Editores. Madrid.

fortalecer el aspecto identitario enlazado en una problemática de heterogeneidad y posibilidades de convivencia con los otros. Octavio Paz vuelve a ser vigente cuando señala en su *Laberinto*: “Hasta hace poco, la historia fue una reflexión sobre las varias y opuestas verdades que cada cultura proponía y una verificación de la radical heterogeneidad de cada sociedad y de cada arquetipo”.¹⁹⁸

De ahí la importancia del desempeño que el canal de gobierno realiza; no para volver al ostracismo, y aquí adquiere relevancia la propuesta de García Canclini “en la perspectiva de la integración supranacional, el objetivo central de las políticas culturales no puede consistir en rescatar, defender y preservar identidades exclusivas, ni embalsamar y custodiar los patrimonios tradicionales que las representan”.¹⁹⁹

Si bien, la televisión privada sintetiza la cultura del consumo y ésta determina cada vez más la identidad de los diversos sectores sociales, es al canal de televisión pública al que corresponde convertirse en un elemento articulador en la reconstrucción de una identidad regional. Mediar para equilibrar la balanza:

La libre expansión de las industrias culturales no significa esencialmente el desarrollo de más actividades endógenas que correspondan a unas necesidades establecidas, sino la difusión masiva y sin control de mensajes culturales, las más de las veces incompatibles con las situaciones locales. Dicha incompatibilidad se debe a que tales actividades entran en conflicto con la identidad cultural.²⁰⁰

El presente y futuro de *Canal Diez* es un cuestionamiento que entraña un rigor ético amplio y por supuesto un proyecto a largo plazo, con mayor permanencia. Implica rigor metodológico y planteamientos epistémicos que

¹⁹⁸ Paz, Octavio. (1994). *El laberinto de la soledad*. Fondo de Cultura Económica. México. P. 186.

¹⁹⁹ García Canclini, Néstor. (1999) *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*. Grijalbo. UNESCO. P. 36.

²⁰⁰ Anverre, A., y otros. (1982) *Industrias culturales: El futuro de la cultura en juego*. Fondo de Cultura Económica, México/Unesco, París. P. 10.

propicien una planificación regional de la televisión pública. Raúl Trejo Delarbre señala que:

La televisión pública tendría que estar orientada por el interés general, el interés de la sociedad. Y como la sociedad es heterogénea y plural, un afán necesario de la televisión pública tendría que ser la reivindicación de expresiones así de variadas, todas ellas constituyentes del interés público.²⁰¹

Según lo plantea el *Consejo Mundial de Radio y Televisión*²⁰², las emisoras de radio y televisión pública deben dirigirse al público en calidad de ciudadanos, lo cual implica fomentar el acceso a la vida pública y la participación en ella; deben también coadyuvar en el desarrollo de conocimientos, ampliar horizontes y permitir reconocer y valorar nuestra identidad para comprender a convivir con los demás.

La televisión pública debe mantenerse en la perspectiva de carácter educativo, cultural y social. Al Estado le corresponde administrarla y dotarla de todas las herramientas necesarias para cumplir su objetivo, con miras a la satisfacción del interés público y a su preeminencia sobre el privado, bajo criterios de plena independencia del gobierno y de las fuerzas políticas y económicas, y dirigida a garantizar en forma idónea, eficaz e imparcial, el pluralismo informativo, cultural y social, el fortalecimiento de la identidad nacional y regional, la formación democrática y participativa de los ciudadanos, el acceso al conocimiento y al entretenimiento.

Hoy la participación del gobierno estatal frente a los medios públicos debe ser garante del interés de la sociedad. *Canal Diez* debe contar con una verdadera autonomía, garantizada a través de un marco legal y organizacional que abone al adecuado funcionamiento sin presiones burocráticas, administrativas y políticas. Por su parte el gobierno estatal deberá mantener la responsabilidad administrativa

²⁰¹ Trejo D., Raúl (2003) "Diferencia y novedad de la televisión pública". Revista Etcétera, en www.etcetera.com.mx, consultado el 26 de abril 2009.

²⁰² World Radio and Television council, en www.cmrvtv.org, consultado el 26 de abril 2009.

y financiera, sin demérito de la posibilidad de que el medio de comunicación gestione y obtenga recursos propios a través de vías sociales.

Si bien ha quedado asentado en este trabajo que la obsolescencia de la *Ley federal de radio y televisión* es un desatino legal auspiciado por múltiples intereses imbricados del poder político y económico, que no han permitido mejoría en la participación de los medios permisionados y que incluye guerras soterradas entre los mismos empresarios por el monopolio de las telecomunicaciones: claro ejemplo es lo sucedido con las intenciones del *Grupo Casa Saba*, que en 2006, en asociación con *Telemundo*, solicitó al gobierno mexicano los permisos para incursionar en el mercado de la televisión y actualmente el *Grupo Carso*, propiedad de Carlos Slim, que pretende entrar al negocio de la televisión a través de una alianza con *Grupo Multivisión*; también es necesario dejar patente que, aún en estas condiciones, la ley establece los elementos legales que dan a *Canal Diez* las posibilidades de desempeñar un mejor papel como medio permisionado con intenciones de ser una televisión pública.

Ya se señalaba la necesidad de una ley de medios públicos, entre otras cosas debido a que la norma vigente no reconoce la figura televisión pública. Este es un asunto de índole federal, pues el artículo 8 de esta normatividad, establece que todo lo relativo a la radio y televisión pertenece a su jurisdicción. Por lo tanto, en materia legislativa, las definiciones y ajustes necesarios para actualizar la ley, está en la responsabilidad del *Congreso de la Unión* y el Ejecutivo Federal. Sin embargo, en la situación presente de la norma vigente, es posible que el gobierno del estado recupere los elementos necesarios para enriquecer el ejercicio y papel protagónico de la comunicación, por la vía de la televisión, para hacer de ésta un instrumento de pertinencia social, de acuerdo a los requerimientos de desarrollo social, cultural, económico y democrático.

Se requiere aplicar los principios rectores establecidos, para implementar iniciativas innovadoras que den paso a la presencia de los televidentes. La base jurídica, para salvar esta situación, indica nociones claras. Transcribimos aquí los artículos y fracciones más preponderantes:

El artículo quinto, habla de fortalecer la integración nacional, mejorar las formas de convivencia humana, elevar el nivel cultural del pueblo, fortalecer las convicciones democráticas, entre otros conceptos que pueden recuperarse, en el afán de la vinculación comunicativa que supere la racionalidad de medios centralizados en la lógica del poder y convertirse en medios regionales para un uso plural, en una racionalidad colectiva.

Artículo 5o.- La radio y la televisión, tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana. Al efecto, a través de sus transmisiones, procurarán:

III.- Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana.²⁰³

El artículo sexto de la misma ley, otorga a los gobiernos estatales amplias posibilidades de desarrollo:

Artículo 6o.- En relación con el artículo anterior, el Ejecutivo Federal por conducto de las Secretarías y Departamentos de Estado, los Gobiernos de los Estados, los Ayuntamientos y los organismos públicos, promoverán la transmisión de programas de divulgación con fines de orientación social, cultural y cívica.²⁰⁴

²⁰³ Ley Federal de Radio y Televisión, en www.diputados.gob.mx/, consultado el 20 de noviembre de 2010.

²⁰⁴ Id.

Si bien en este artículo se denota ostensiblemente el modelo difusionista, es menester aclarar que, a través de un proceso dialógico se provoca la divulgación. La *Real Academia Española* define *divulgar* como “publicar, extender, poner al alcance del público algo”.²⁰⁵ Por lo tanto para superar el escollo unidireccional que prevalece, debemos entender que, para que el conocimiento se extienda y la información se convierta en un acto comunicativo, debe existir la participación del emisor y la del receptor, en un marco igualitario y crítico atendiendo a los contextos y situaciones específicas en que se encuentran y se genera el diálogo. Cuando Freire dice: “nadie educa a nadie, nadie se educa a sí mismo, los hombres se educan entre sí con la mediación del mundo”²⁰⁶, está refiriendo a una situación de comunicación.

El artículo 21-A contempla los requerimientos para la obtención de permisos a estaciones oficiales. Destacan la contribución al fortalecimiento de la participación democrática, la difusión de información de interés público, el fortalecimiento de la identidad regional y el fomento a los valores y creatividad artística local y nacional a través de la difusión de la producción independiente:

Artículo 21-A. La Secretaría podrá otorgar permisos de estaciones oficiales a dependencias de la Administración Pública Federal Centralizada, a las entidades a que se refieren los artículos 2, 3 y 5 de la *Ley federal de las entidades paraestatales*, a los gobiernos estatales y municipales y a las instituciones educativas públicas. En adición a lo señalado en el artículo 20 de esta ley, para otorgar permisos a estaciones oficiales, se requerirá lo siguiente:

²⁰⁵ Real Academia de la Lengua Española. Vigésima segunda edición. 2001, en www.rae.es, consultada el 28 de noviembre de 2010.

²⁰⁶ Id. P. 71.

I. Que dentro de los fines de la estación se encuentre:

- a) Coadyuvar al fortalecimiento de la participación democrática de la sociedad, garantizando mecanismos de acceso público en la programación;
- b) Difundir información de interés público;
- c) Fortalecer la identidad regional en el marco de la unidad nacional;
- f) Fomentar los valores y creatividad artísticos locales y nacionales a través de la difusión de la producción independiente.

En cuanto a la programación de las estaciones permisionadas los artículos 58 y 59-TER del capítulo tercero de la ley establece la garantía de libertad de expresión en los términos de la Constitución Política y sus leyes. Se explicita también el desarrollo armónico de la niñez, estímulo de la creatividad, la integración familiar y la solidaridad, además de proporcionar diversión y procurar el proceso formativo de la infancia:

Artículo 58.- El derecho de información, de expresión y de recepción, mediante la radio y la televisión, es libre y consecuentemente no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa ni de limitación alguna ni censura previa, y se ejercerá en los términos de la Constitución y de las leyes.

Artículo 59-TER. La Programación General dirigida a la población infantil que transmitan las estaciones de radio y televisión deberá:

- I. Propiciar el desarrollo armónico de la niñez.
- II. Estimular la creatividad, la integración familiar y la solidaridad humana.
- III. Procurar la comprensión de los valores nacionales y el conocimiento de la comunidad internacional.
- IV. Promover el interés científico, artístico y social de los niños.

V. Proporcionar diversión y coadyuvar al proceso formativo en la infancia.

A partir de ahí está la propuesta de reflexión y debate que se propone sobre los objetivos de una programación participativa para la construcción de lo público en un enfoque que materialice una nueva posición en el diseño, producción y gestión de *Canal Diez*, más allá de las discusiones sobre una televisión culta, popular o masiva que induzca claridad a la formulación de planteamientos de una planificación estratégica que hagan posible avances heurísticos hacia un modelo dialógico participativo.

4.2 Un modelo posible de televisión pública chiapaneca

El planteamiento de un modelo de televisión pública implica una estrategia básica de dos puntos fundamentales. Primero la comprensión de que la diversidad solamente se da en un ambiente de pluralidad, diálogo y debate para definir el rumbo y los fines de la televisión pública; segundo, la revisión de los elementos que se involucran para posibilitar la planificación y estrategias de ejecución que coadyuven en la consecución de los objetivos y fines que mueven al proyecto.

4.2.1 Una decisión plural acerca del presente y futuro de *Canal Diez* ¿hacia dónde va? ¿Cuáles son sus fines?

En este sentido, el debate sobre la intervención gubernamental radica precisamente en posibilitar la articulación estratégica, atendiendo que al realizarla provoca, como reacción lógica, una corriente de factibilidad y credibilidad en proporción a la capacidad de hacerla realidad en los diversos contextos sociales de la entidad chiapaneca.

Y como comentaba líneas arriba, el respaldo para la consecución del primer punto se ubica en la expresión normativa que surge primero de la *Ley federal de radio y televisión* y segundo con lo que establece el decreto de creación del *Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión*, en una mezcla necesaria que involucre las políticas públicas pertinentes para el fin, ya que no existe conexión entre las políticas públicas sobre comunicación y cultura. Cada una de ellas navega por rumbos diferentes en una antinomia estructural que las separa; como si fueran distintas. La operación sectorial de estos rubros, se evidencia en la práctica del servicio público estatal. Unos ejemplos: el decreto por el que se crea el *Instituto de Comunicación Social del Estado de Chiapas*, publicado en 19 de mayo de dos mil nueve, establece que este organismo tendrá como objeto principal dirigir el complejo informativo que refiere a las actividades y las tareas del Gobierno Estatal.²⁰⁷ Por otra parte, encontramos el decreto 358, que establece la *Ley de la cultura y las artes del estado de Chiapas*, a través de cual se rigen las tareas promovidas por el *Consejo Estatal para Las Culturas y las Artes de Chiapas*. Es más, de acuerdo al *Programa institucional del Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión 2007-2012*, la política pública a la que se sujeta *Canal Diez* corresponde al eje rector *Chiapas competitivo y generador de oportunidades*, en la fracción *Comunicaciones y transportes*. Si bien estos documentos norman las tareas específicas de los organismos correspondientes, es urgente un enfoque transversal que articule las actividades de comunicación y cultura con todo el complejo entramado que significan: desarrollo social, económico, educativo, entre otros. Sin olvidar que la construcción de una sociedad y su cultura se hace entre todos.

Y es aquí donde se vuelve pertinente atender a una decisión plural sobre los alcances y objetivos de *Canal Diez* a través de la conformación representativa de la *Junta de Gobierno* que hoy, únicamente es integrada por funcionarios de diversas instancias administrativas. El decreto de 2001 estipulaba que la presidencia de la junta correspondía al gobernador del estado; ahora, de acuerdo

²⁰⁷ Para conocer más acudir al Periódico oficial del Gobierno del Estado de Chiapas. Publicación No. 1156-A-2009-B.

a la última reforma, publicada en el *Periódico Oficial* del 7 de enero de 2009, corresponde al titular del Instituto de la comunicación social e información pública del estado, que en el organigrama general del poder ejecutivo se ubica como un organismo auxiliar de la oficina del gobernador.

Es así que la pluralidad requerida se encuentra ausente en la conformación de la máxima autoridad del Sistema y por ende de *Canal Diez*. Por lo que, en tanto proyecto de televisión pública, debería existir la apertura al debate y concertación con diversos agentes sociales, para formular las estrategias de despegue del nuevo proyecto. Es decir la necesaria conformación de una *junta de gobierno ampliada* que integre la participación representativa de los ciudadanos y otras dependencias gubernamentales. Es este un asunto que podría parecer escabroso en cuanto a la cuestión del control político del medio, sin embargo atendiendo al pluralismo necesario –y mencionado de soslayo en el decreto de creación– se estaría planteando, más que un control político, la posibilidad de un debate –quizá politizado, porque la política no es indebida– desde la representación social, lo cual se hace deseable para la cimentación colectiva de una perspectiva de políticas públicas para el desarrollo de todo un sector cultural que fortalezca a las actividades de CONECULTA y la Red de Casas de la Cultura Municipales, *Secretaría de Educación*, Bibliotecas Públicas, *Sistema Chiapaneco de Radio Televisión y Cinematografía*, universidades, entre otras dependencias.

En tal sentido, desgubernamentalizar a la junta de gobierno abogaría en el cumplimiento del espíritu normativo y los retos de crecimiento de un sistema televisivo cualificado desde lo social, subrayando la conversión de este órgano de gobierno, de uno meramente consultivo a otro con capacidades de decisión y vinculados a la gestión y práctica televisiva. Y desde las diversas racionalidades de sus integrantes, articular la viabilidad política del proyecto más allá de la simple relación técnica, para no quedar solamente en un acomodo maquillado que conserve la unilateralidad de la difusión, sino en la realización de lo posible en relación a los fines del nuevo modelo y los medios para conseguirlo, lo cual se definiría en la legitimación social otorgada por los televidentes.

4.2.1.1 Junta de Gobierno ampliada

La innovación que se plantea es una organización ampliada que incida en los asuntos administrativos y financieros pero que también atienda los aspectos de programación y contenidos. Las características de esta nueva conformación obligan a las siguientes condiciones:

1. Una composición heterogénea que garantice la armonización de las diversas racionalidades y la operatividad de un proyecto en términos de correlación socio cultural. Un espacio pluralista atravesado por las diferentes formas de acción cotidiana en las regiones de la entidad y que brinde representación de los sectores hasta hoy excluidos.

2. Un espacio que oriente la consecución de los objetivos previstos en los fines, que ubique las necesidades de transformación dinámica que se presenta en el terreno de lo cotidiano y recupere los elementos culturales, sociales, económicos y políticos que deban conservarse.

3. Características de permanencia que permitan un trabajo continuo y fiable para la participación social que unifique los intereses de comunicación regionales con los intereses estatales. Es decir se conforma como un área de articulación interregional que responda a los intereses micro y macro regionales y al permanente abanico de posibilidades o coyunturas temáticas dignas de ser comunicadas; además de las contingencias propias del medio de comunicación.

4.2.1.2 Propuesta de una estructura

Consejo gubernamental

Integrado por las instituciones gubernamentales que inciden en la aprobación del presupuesto de egresos y en el análisis y aprobación de los balances y estados financieros para su funcionamiento.

Consejo de programación y vínculo regional

Integrado por entidades de gobierno relacionadas con la cultura, educación, salud y deporte. Y ante todo, con la presencia representativa ciudadana a través de organismos empresariales, asociaciones civiles, instituciones educativas de todos los niveles, áreas del ámbito laboral femenino, juvenil, familiar, profesionistas independientes.

Comités regionales de seguimiento

Se desprenden del consejo de programación y vinculación regional. Están integrados por representantes del sector público municipal y regional, además de la presencia de los ciudadanos en la misma configuración que el consejo.

En este tenor, el Consejo Gubernamental tendría bajo su tutela los asuntos administrativos y financieros y el Consejo de programación y vínculo regional conjuntamente con los Comités regionales se avocarían a todo lo relacionado con las políticas de programación y participación ciudadana.

4.2.2 Elementos que harían posible la articulación de los fines. Los medios para lograrlo

Reviste gran importancia el replanteamiento de la visión que existe del público al que se sirve. La génesis y el desarrollo de los pueblos que integran al estado marcan distinciones, inclusive al interior de la demarcación geográfica. La coyuntura paradigmática radica entonces en la ruptura con esquemas anquilosados y sustraídos de contextos externos para reconstruir una regionalización adecuada a las necesidades de planeación del ejercicio de gestión, diseño y producción televisiva. Actuar en el marco de una regionalización que rectifique la relación de *Canal Diez* y los televidentes de acuerdo con las características históricas, culturales, políticas y sociales que pongan en el centro de la cuestión al público como sujeto participante de la comunicación. Esto significa la intención de que cada región realice sus propios programas para ser transmitidos en cada microrregión pero además se compartan en las otras zonas regionales que habría de establecerse. De esta manera la regionalización se convierte en una táctica metodológica para hacer posible la interacción, en este sentido Ignacio del Río, citado por Micheline Cariño afirma que “nosotros somos quienes regionalizamos y lo hacemos como un recurso metodológico”.²⁰⁸ Es precisamente esta posición la que permite plantear la necesidad de atender a la recuperación de los marcadores simbólicos que pueden definir a cada región. Giddens da pautas cuando afirma que la regionalización es la forma de definir a la región, en tanto es marcada por aspectos físicos y simbólicos en contextos de co-presencia, pero también en la presentificación que sostiene a la acción humana en colindancia con lo social y no a lo territorial. Así la región se convierte en una fuente de información para otorgar sentido y reconocimiento colectivo, entre significantes y significados, que a su vez dan certeza a los esquemas de interpretación social y simbólica.

²⁰⁸ Cariño, Micheline (1996) “Hacia una historia regional en México”. En Barros, Carlos y Aguirre, Carlos (editores), *Historia a debate. América Latina*, Santiago de Compostela, pp. 205-218.

Así, la certidumbre del quehacer televisivo, radica en que las diferentes regiones del estado se vean reflejados con su presencia en la pantalla, se reconozcan como fuente viva y fundamental. Además una nueva regionalización permitirá al telespectador ver a los otros, a sus paisanos, desde otra perspectiva, aquella que reconoce a cada uno su propia identidad cultural. Se respeta su forma de ser diferente en un espacio compartido.

La televisión pública tiene la misión de encontrar formas innovadoras para acercar a su público a una experiencia cultural que exprese lo cotidiano. Lejos de la lógica del comercio, el consumo o la dependencia única a las fuentes oficiales como únicas generadoras de noticias, sino a través de una gestión comunicativa desde la ciudadanía para adaptar las situaciones de comunicación en forma específica a cada región, en su producción, contenido, lenguaje.

La regionalización ex profeso permitiría una comunicación colectiva²⁰⁹ propiciadora del diálogo, debate y apropiación del medio en forma horizontal, activa y crítica.

Este es el método: comunicación participante e interacción comunitaria, que arroja como resultado procesos de cambio social. A través de la comunidad y con la comunidad se investiga, planifica, se promueve y produce la comunicación dialógica y por ende el cambio social. Respecto a la construcción de la región Boisier argumenta que:

Construir una región significa potenciar su capacidad de auto organización, transformando una comunidad inanimada, segmentada por intereses sectoriales, poco perceptiva de su identidad territorial y en definitiva, pasiva, en otra, organizada, cohesionada, consciente de la identidad sociedad-región, capaz de movilizarse tras proyectos políticos

²⁰⁹ Diferenciamos comunicación colectiva de comunicación masiva, atendiendo a que la primera implica, en el público, la apropiación de los medios y su gestión en un ambiente de diálogo horizontal, activo y crítico. Mientras que la segunda es sostenida por un modelo vertical, en el que se difunde información sin considerar importante la retroalimentación con los espectadores.

colectivos, es decir, capaz de transformarse en sujeto de su propio desarrollo.²¹⁰

Este es precisamente el planteamiento transformador que se propone para que el tapachulteco conozca al chamula y viceversa. Sin estereotipos y clichés. Que el de Chalchihuitan escuche la voz del trinitareense, el hombre y la mujer de la selva viendo a su vecino de la costa, escuchándolo y así recíprocamente cada región y cada pueblo tengan la posibilidad de conocer a los otros y reconocerse a sí mismo. Por supuesto que esta dinámica incluye todos los tópicos inherentes a una comuna, asuntos de economía, política, género, entre otros asuntos se hacen posibles y visibles.

Esta regionalización debería de ser centrada en pilares fundamentales del ser cotidiano, con su propia historia y presente; no solamente por cuánto o qué produce, ni por su PIB o ingreso per cápita, sino por sus costumbres y formas de ver la vida, la familia, la religión y por supuesto su espacio físico.

Si bien el vínculo regionalizador resulta, por su complejidad, de difícil caracterización, deberán considerarse aspectos peculiares de los habitantes en cada región, los cuales podrán delinear elementos de precisión en tanto que los procesos que se registran son dinámicos por naturaleza. En este sentido deberá privilegiarse la gama temática y a quienes involucra desde el punto de vista representacional y simbólico; de tal manera que su dinamismo y flexibilidad permitirían ampliar o disminuir determinados temas y mensajes de acuerdo a una direccionalidad planificada y compartida de información que sea causal de desarrollo cultural, social, económico o político. Este planteamiento de directrices considera un amplio espectro que posibilitaría que cada región comparta con las otras la oportunidad de conocer a los otros a través de sus productos de comunicación televisiva sin menoscabo alguno, al contrario, para estrechar lazos de comunidad macro.

²¹⁰ Boisier, S. (1988) *Palimpsesto de las regiones como espacios socialmente contruidos*. Buenos Aires. Seminario internacional descentralización del Estado, requerimientos y políticas en la crisis. CEUR, Fundación Friedrich Ebert. P. 3.

Martin-Barbero (2005)²¹¹ señala que es necesario reconstruir lo público desde la experiencia de la sociedad civil y la ciudadanía en general, para que la televisión pública sirva como expresión de los intereses ciudadanos. La televisión pública debe ser el contrapeso de la comercial. En tanto su interés no está en los dividendos monetarios, la atención se centra en la cultura regional y la tradición, las normas sociales y el contexto cotidiano del desarrollo. El proceso de apropiación de los mensajes tiene como clave el diálogo horizontal, el respeto a las identidades culturales. La promoción de la participación de la sociedad, beneficia al orgullo por la cultura propia, refuerza el tejido regional; permite la interacción con otras culturas y formas de pensamiento, en una dinámica de convivencia igualitaria.

La configuración de la regionalización provoca el cumplimiento de la labor que corresponde a la televisión pública: informar, educar y entretener; desde una perspectiva regional promoverá el desarrollo de las regiones y la diversidad cultural. Hoy la diversidad de pensamiento, costumbres y culturas esparcidas en el territorio chiapaneco han sido relegadas, pues la televisión pública estatal promueve concepciones de la realidad originadas desde el centro de producción instalado en la capital. Es momento de cambiar. Convertir a la región como un sujeto, nombrarla para que sea reconstruida y reconocida para encontrar nuevas formas de convivencia y expresión a través de la televisión.

Por ende, una propuesta que surge de esta investigación, radica en la implantación de regiones en dos vías:

²¹¹ Martín-Barbero, J. (2001) "Claves de debate/Televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención". En Rincón, O (Comp.) *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. Convenio Andrés Bello y Friedrich Ebert Stiftung. Bogotá.

4.2.2.1 Región Técnica

En ésta se caracterizan los recursos materiales, tecnológicos y humanos que posibilitan la señal de audio y video. Son los medios de producción técnicos y la fuerza de trabajo que la hace posible; especialistas en electrónica, ingeniería, diseño y producción para garantizar la transmisión televisiva de calidad.

Canal Diez cuenta con siete estaciones permisionadas ubicadas en zonas estratégicas, lo cual significa que cada una de ellas tiene las posibilidades de convertirse en regiones transmisoras de programas en horarios específicos. En el siguiente cuadro propongo la regionalización técnica de acuerdo a la tecnología instalada para la transmisión de la señal, que se fortalece con 7 frecuencias permisionadas. Además se ubican seis estaciones complementarias en Frontera Comalapa, Lacanjá-Chansayab (Ocosingo), Yajalón, Altamirano, Motozintla y la Grandeza, más 27 equipos transmisores auxiliares ubicados en distintas partes del estado que permiten expandir las señales principales. Esta infraestructura permite con gran holgura, construir una red regionalizada, en donde cada una de las regiones asumiría la oportunidad de hacer una televisión que abarque las características propias de las comunidades insertadas.

Cuadro 14: propuesta de regionalización técnica

Localidad	Frecuencia	Región propuesta
Tuxtla Gutierrez	XHTTG-TV Canal 10	Región uno
San Cristóbal de Las Casas	XHSBB-TV Canal 9	Región dos
Comitán	XHITC-TV Canal 33	Región tres
Cintalapa	XHLCA-TV Canal 9	Región cuatro
Pichucalco	XHPCH-TV Canal 10	Región cinco
Palenque	XHOLQ-TV Canal 3	Región seis
Tapachula	XHTAA-TV Canal 2	Región siete

Elaboración propia, 2011

Ésta es una red que fortalece a *Canal Diez*, que a lo largo de su historia ha logrado establecer dispositivos técnicos que, con el mantenimiento adecuado, podrían garantizar una buena cobertura. Sobre todo atendiendo a que, ante la necesidad de prepararse para el cambio hacia lo digital, han surgido propuestas de la federación para apoyar a los medios permisionados en lo que se califica como el *apagón analógico*. Esto, por lo tanto, significa una oportunidad para que *Canal Diez* respalde las gestiones necesarias, en un trabajo de continuidad transexenal, para obtener los recursos que permitan el inminente cambio y el fortalecimiento de su infraestructura tecnológica de tal manera que permita la disposición de los recursos en una lógica distinta.

4.2.2.2 Región simbólica

La región simbólica implica la generación de esquemas que reflejen la diversidad regional de la comunidad chiapaneca, no con finalidades de aislamiento, sino como una correlación que fortalezca la cohesión social requerida para el reconocimiento mutuo y el respeto a nuestras diferencias. Deberá considerar características comunes de problematización social, cultural, idiomática, etc., es decir esferas de acción dialógica y movilizadora de la realidad individual y social. Esta regionalización implica atender la diversidad y dinámica permanente que anima la acción. Las comunidades se mueven, cambian permanentemente y por lo tanto debe considerarse que el recurso regionalizador tampoco puede ser estático, la movilización social obliga a la construcción, deconstrucción y reconstrucción continua, a la par de los procesos sociales. Son regiones geolingüísticas, no sólo porque se habla español y lenguas indígenas, sino porque, al interior de cada contexto, se registran significados que propician la proximidad cultural que promueve el debate o la puesta en discusión de temas de interés para todos y en distintas perspectivas o por el simple hecho de generar conocimiento mutuo sobre temas de religión, música, costumbres, los códigos no verbales, los idiomáticos y los modos narrativos que plantean al ser comunitario.

Hoy la programación que propone *Canal Diez* aparta a la audiencia, dicta formas y contenidos desde una racionalidad centralizada que separa a los grupos, no busca la unidad ni comprensión entre indios y mestizos ni tampoco al interior de estos conjuntos sociales.

Esto en parte se debe a una concepción limitada de lo que significa la identidad cultural que, en una visión simplista, esquematiza en estos grandes grupos presentes en la entidad y que socio históricamente se han construido separados: los indígenas y los mestizos. Pero hay más. No obstante las dificultades propias del objeto, es necesario delinear de forma concreta las diferentes expresiones de los diversos grupos sociales que conviven en la entidad, los cuales tiene base en los procesos históricos que han otorgado propiedades específicas a cada experiencia cultural. Es decir que la identidad regional, en términos de pluralidad revela una situación de heterogeneidad, muy alejada a la lectura uniforme que se le aplica, incluso en las disposiciones territoriales.

La abstracción que prevalece en la caracterización de las regiones e identidades, dada su complejidad y amplitud, tiene acceso al recoger lo cotidiano de los comportamientos, actitudes y sentimientos de las comunidades, de tal manera que se atiendan estos elementos como constitutivos de la identidad individual y colectiva con sus vivencias y la socialización que producen. Esta cotidianidad de lo regional permite comprender y recoger las diversas condiciones socioculturales y las formas de recepción de mensajes colectivos. El abordaje cultural implica a la mediación simbólica en la situación de comunicación, donde se integra el conocimiento de todos los aspectos que hacen ser a una comunidad concreta. Es decir, significa la inserción del público televidente acompañado de su contexto histórico-geográfico, con todos los rasgos propios que les corresponde, sin olvidar la presentificación que integra pasado y futuro en la alineación de su presente. De acuerdo con Martín-Barbero, esto se hace posible en un medio público cuando se da cabida a los diversos contenidos e individuos de las comunidades "una televisión donde quepa el país, donde quepan las regiones, donde quepan los jóvenes, donde quepan las mujeres, donde quepan los viejos

eso es la televisión pública. Donde quepan los actores sociales”.²¹² Pero se abona a esta percepción que no solamente deberá tener cabida en una lógica temática pues la relevancia de esta propuesta está en que personas de las distintas regiones y territorios participen diseñando, gestionando y produciendo la televisión pública chiapaneca.

La problemática para definir las regiones e identidades se salva así, considerando la puesta en simetría del reconocimiento mutuo de los protagonistas de lo social –incluyéndolos como protagonistas de las mediaciones a través de su participación en *Canal Diez*– porque son vistos como personas capaces de problematizar el sentido de la realidad, más allá de comunitarismos o universalismos, más allá de folclorismos o altas culturas, reconociendo los derechos colectivos de ser y convivir. Esta debe ser la aspiración que funde la planificación de *Canal Diez* como medio público, desde la tesis de que no existen individuos ni culturas típicas –donde la representación y el estereotipo se convierten en mito– la particularidad está en la interacción y la capacidad hermenéutica de comprender a las comunidades en una clave de negociación entre todos los involucrados. Estas implicaciones nos llevan a “la necesidad de transformarse en lo que uno es”²¹³ siguiendo a Zygmunt Bauman y su *Modernidad líquida*:

La “individualización” consiste en transformar la “identidad” humana de algo “dado” en una “tarea”, y en hacer responsables a los actores de la realización de esa tarea y de las consecuencias (así como de los efectos colaterales) de su desempeño...La modernidad reemplaza la heteronomía del sustrato social determinante por la obligatoria y compulsiva autodeterminación.²¹⁴

Es en este sentido que se debe atender a la capacidad de trascender y explorar las diversas historias y presentes de la interdependencia y la

²¹² Martín-Barbero, Jesús (2011) entrevista personal realizada el 10 de junio de 2011.

²¹³ Bauman, Zygmunt (2006) *Modernidad líquida*. Fondo de cultura Argentina. Argentina. P. 37.

²¹⁴ Id. P. 37

incertidumbre como elementos que transformen a la organización cultural y que deberá involucrar a todos.

4.2.2.3 Articulación mediante Centros de producción por regiones

Es necesario establecer una red de comunicación pública regional, de tal manera que, en lugar de tener repetidoras de una señal centralizada en las oficinas y estudios de *Canal Diez*, ubicadas en Tuxtla Gutiérrez, se potencien las instalaciones de cada *región técnica* para establecer un sistema de centros de producción local, que irradien proyectos programáticos de cobertura regional diferenciada. La conformación de una plataforma estatal para relacionar a una red activa, ágil y sostenible permitiría aglutinar y articular un número significativo de esfuerzos sociales, de tal forma que permita construir estrategias para la producción de programas locales con la participación de las personas que habitan esas regiones y el apoyo de las instituciones de promoción cultural, unificadas en una sola y bien definida política de comunicación social tales como casas de la cultura, CONECULTA, bibliotecas públicas municipales, autoridades municipales y regionales, asociaciones civiles, videoastas y por supuesto *Canal Diez*.

La creación de centros de producción por regiones pasa por la integración de los comités regionales de seguimiento que forma parte de la propuesta de junta de gobierno ampliada; estos comités tendrían el encargo de coordinar y organizar las tácticas, los métodos para el abordaje de las diversas temáticas de interés. A través de este esquema se aplicarían las estrategias para involucrar a los habitantes de las microrregiones en la generación creativa de las ideas y propuesta de programas para ser transmitidos en sus localidades y aquellas diseñadas para compartir en la red estatal. Además es posible la recuperación de trabajos de videoastas chiapanecos que han incursionado de manera exitosa en diversos proyectos; pero también sería necesaria la impartición de talleres de producción en video para aquellos interesados en participar y que no tienen la experiencia necesaria. Hoy la tecnología y el *software* para la realización de

videos son de fácil alcance en su acceso y dominio, por lo que resulta posible, y nada oneroso, involucrar a todos aquellos que deseen participar en su elaboración.

Es competencia de *Canal Diez* entender que la sociedad chiapaneca es compleja y multiforme; en esta tesitura le corresponde asumir la complejidad que significa la interacción del medio con sus públicos meta, para obtener una penetración real a través de una estrategia de regionalización que implique la descentralización de la producción para segmentar espacios de convivencia por la vía de la televisión en y desde micro regiones. De esta manera, con la infraestructura técnica establecida y los elementos de proximidad cultural, se puede hacer una programación regionalizada, bajo dos vertientes fundamentales:

A. Programación específica regional

Esto implica una gran riqueza, pues la segmentación de la programación, con la participación ciudadana permitiría atender a zonas que, hasta hoy solamente, en teoría, tienen y utilizan la señal del canal. Que cada región cuente con programas específicos para sus localidades, en donde se correspondan los contenidos con las características e intereses micro regionales. Por ejemplo, la programación en lengua indígena bien podría transmitirse desde la región dos ubicada en San Cristóbal de Las Casas para los tsotsiles y tseltales; Palenque y Ocosingo (región seis) para la zona Cho'í tseltal, etc. De esta manera, al diseñar programas para públicos específicos, *Canal Diez* coadyuvaría al rescate y preservación de las lenguas, incluso aquellas en peligro de extinción como el chol, mochó, mam y kakchikel. Sin olvidar la necesaria presencia de los públicos que hablan el español en las distintas regiones.

La segmentación programática ofrece gran utilidad para la recreación de micro-espacios de ciudadanía, en donde se registre el conocimiento y la comprensión de las problemáticas regionales y se promueva la capacidad de convivencia interestatal, nacional y global.

B. Programación de interrelación regional

Es la ejecución de un proyecto integrador de las distintas regiones que propicie el diseño de una televisión en colaboración y participación. Esta sería una tarea que buscaría el acercamiento de todos los sectores sociales a través de la interacción programada, en espacios donde cada región pueda compartir con los otros múltiples mensajes de reconocimiento y encuentro cultural. La propuesta pretende la generación de emisiones producidas en las regiones y por sus pobladores, para ser transmitidas desde Tuxtla Gutiérrez a toda la red, con la finalidad de articular un diálogo estatal que haga del conocimiento de todos esa complejidad que hemos mencionado como una aportación de las diversas prácticas sociales, valores comunitarios, problemáticas, expectativas que surgen del pluralismo social, étnico, político e ideológico. Además como eje articulador de los contenidos de carácter general, la región central (región uno, ubicada en Tuxtla Gutiérrez) podría transmitir los segmentos regionales que le corresponde, aunado a una parrilla diseñada de tal manera que garantice los espacios de relación entre gobierno y ciudadanos, los cuales son previstos en la *Ley federal de radio y televisión* y el decreto de creación del *Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión*.

Pongo a disposición ésta propuesta, en la que se prefiguran aspectos teóricos, sociales y filosóficos, posibilitados en una precisión metodológica donde subyace la hipótesis de que, para la descentralización y ciudadanización efectiva, se requiere de estrategias y acciones en corresponsabilidad, y no esfuerzos aislados para la construcción de una televisión pública chiapaneca, por lo que:

I. En términos de una avenencia democrática, es necesaria la revisión de la obsolescencia económica, administrativa y tecnológica como elementos que son fundamentales para enraizar directrices de una política de comunicación social. Entendiendo en este sentido la necesaria exigencia de trascender el alejamiento, o inexistencia de éstas con las políticas culturales, y cuya competencia es indisoluble del gobierno estatal y el propio *Sistema Chiapaneco de Radio, Televisión y Cinematografía*.

II. Esta complejidad incluye la formación de los profesionales que hacen *Canal Diez* en la calibración de los objetivos de un nuevo modelo televisivo y la inclusión de los sectores sociales para el logro de los fines. Esto cerca el deslinde del sometimiento a criterios soterrados y cotos de poder de grupos directivos que han encontrado una posición burocrática de gran relevancia económica individual y han alejado los medios y los fines para generar otra televisión.

III. Aún subrayando la factibilidad del modelo de televisión pública desde el marco de la *Ley federal de radio y televisión* y su propio decreto de creación, los contenidos atribuibles en la norma no son suficientes en la inherente complejidad que ya hemos reseñado. Es indispensable abrir el debate dentro de *Canal Diez* y afuera con los diversos sectores sociales, para escudriñar, repensar la experiencia acumulada y las nuevas perspectivas como plataforma cognoscitiva hacia los fines sociales, políticos y culturales del proyecto.

IV. La planeación, toma de decisiones, ejecución y evaluación deberán ir directamente relacionados con la elaboración y aplicación de programas hacia un modelo próximo a la realidad, en donde se incluya a todos los componentes de la junta de gobierno y la gente de las comunidades participantes, porque la planeación eficaz implica objetivos para actuar desde una cooperación negociada entre las personas involucradas –al interior y exterior de *Canal Diez*– en la iniciativa. Dicha negociación está en la dimensión del análisis de puntos críticos sobre los que deberán darse acuerdos explícitos en la necesidad de cambio, para un acompañamiento corresponsable en la solución de contingencias organizativas, sociopolíticas o culturales, entre otras dadas en un momento o situación determinada.

V. Deben de haber acuerdos previos para definir quienes deben participar en el proceso y de qué manera deben incorporarse. Es necesaria esta definición para evadir las ambigüedades o las posibles resistencias que limiten la operatividad de los recursos humanos, técnicos, financieros, de tiempo y espacios. Mientras más incluyente sea el proceso, se podrá esperar mayor éxito en el desarrollo. En estos acuerdos debe explicitarse la situación de autoridad o coordinación de los esfuerzos en los diferentes procesos y niveles, pero para

evitar volver al modelo viejo, será necesario entender que, en un proceso de diálogo, no pueden darse definiciones fáciles y desde el escritorio en la etapa de la organización. Por lo tanto en una estrategia de arranque y visto como ejercicio previo que deberá ser enriquecido, es conveniente la elaboración de un listado de participantes potenciales y actuales, directos e indirectos, etc., de acuerdo a criterios cuantitativos y cualitativos con base en las políticas de comunicación social, conjugando eficiencia y representación en términos de operatividad procedimental. Las fases sucesivas de organización y operación deberán mantener el fortalecimiento democrático y la presencia horizontal de las personas que cooperen en la ejecución del proyecto como una exigencia hacia la constante legitimidad que busca el modelo, es decir la práctica social como nuevo modelo paradigmático del diálogo horizontal, la presencia de todos en la construcción de la televisión pública chiapaneca.

Conclusiones

Me parece pertinente, desde el punto de vista epistemológico, señalar la provisionalidad de todo aquello que pueda denominarse conclusiones en un trabajo de investigación. La intención es poner en el escenario elementos que motiven al diálogo plural y abierto para propiciar razonamientos que funden conocimiento y acción hacia la superación de modelos anquilosados y las posibilidades de sustituirlos con propuestas nuevas.

Expongo un atrevimiento teórico, que no pretende una descalificación a procederes cientificistas ni pragmáticas reduccionistas. Pongo a disposición lo que a mi parecer es la síntesis de una problematización que aspira a no pasar por alto lo esencial del tema propuesto, con la finalidad de catapultar la discrepancia, la convergencia, pero sobre todo para invitar al análisis, reflexión, propuesta y acción sobre este tema que ha sido soslayado en nuestra entidad.

También tengo la claridad para reconocer que no es posible, en un primer acercamiento, capturar la esencia de la televisión pública como una entre muchas acciones en beneficio de la comunicación y el desarrollo de los pueblos. Sin embargo celebro la posibilidad de poner en la mesa de discusiones los presupuestos teóricos –propios y ajenos– en sintonía con la realidad empírica que hemos recogido de las personas que participaron en esta investigación: televidentes de *Canal Diez*, los que prefieren no verlo; los que trabajan y producen la televisión gubernamental e incluso las autoridades administrativas del *Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión* que cerraron toda posibilidad de encuentro, porque con su premeditado silencio e inaccesibilidad expresaron mucho de lo que hoy lamentablemente es la lógica de gestión de este medio de comunicación.

Después de esta respetuosa advertencia procedo a expresar las conclusiones más destacadas de este trabajo, en orden de aparición según la estructura de la tesis:

De lo epistémico

1. La televisión que hoy tenemos no es un hecho fortuito, la historia de la industria televisiva tiene arraigo en diversos periodos y coyunturas en las que los poderes político y económico configuraron esquemas legales y empresariales para ajustarla a la consolidación del modelo comercial.
2. En los albores de la televisión, los gobernantes vislumbraron la oportunidad de negocio y no se percataron de las amplias posibilidades que el medio significaba como vehículo de influencia social.
3. La televisión como industria del entretenimiento se consolidó en el periodo presidencial de Miguel Alemán Valdés, donde los empresarios se apoderaron del espacio radioeléctrico mexicano y se supeditaron las normas y reglamentos a los intereses de los inversores. De esta manera el concepto de servicio público, como ingrediente toral para la televisión pública fue soslayado y calculado como una actividad de interés público.
4. Es así que en el transcurso histórico del medio se fortaleció a la iniciativa privada a través de leyes ambiguas y concierto de intereses del poder para delinear una televisión privada y gobiernista.
5. El modelo encumbrado por el sistema dominante de televisión comercial tiende al difusionismo, a la verticalidad antes que al intercambio, en franca enfoque en la denominada *Teoría matemática de la comunicación*, que implica una descontextualización en tanto corriente informacional.
6. En estricto sentido, no existe un modelo idóneo de comunicación –y por ende de televisión- mientras esté fuera de contexto y encerrado en sí mismo. Hay por tanto, una multiplicidad heurística (en cualidad e innovación) que depende de los contextos políticos y sociales, los intereses cognoscitivos de investigadores, productores, televidentes, gobiernos y demás involucrados en la búsqueda de modelos contingentes en sistemas sociales determinados. En este sentido se enlazan las perspectivas de desarrollo de comunicación con las opciones de sistemas políticos y formas de gobernar.

7. En este tenor se comprende que las normas reguladoras como la *Ley federal de radio y televisión*, y en el caso de *Canal Diez* el decreto que crea al *Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión* no explicitan un modelo de gestión y producción televisiva sino que se constituyen en razonamientos jurídicos y políticos a través de los que se pueden conformar diversos modelos.

8. La reflexión hacia las posibilidades de una televisión pública no se han agotado con la experiencia histórica, al contrario es en este devenir que se han construido ideas y proyecciones sobre las alternativas de responsabilidad social y servicio público del medio televisivo.

De la actualidad de *Canal Diez*

9. Con esta carga a cuestas, y la premisa anticipada de que el análisis de la televisión chiapaneca ha sido postergada, considero urgente el debate que contribuya a pensar en la posibilidad de un modelo televisivo coadyuvante al desarrollo de las diversas regiones con atención a la multiculturalidad que se presenta y el diálogo en la interculturalidad.

10. *Canal Diez* constituye hoy el principal medio televisivo de la entidad chiapaneca, pues frente a las opciones de televisión privada local –como *Canal Cinco* (XHDY-TV) y las emisiones intermitentes de *Televisa* y *Azteca Chiapas*– es un grupo que cuenta con las posibilidades técnicas y humanas para realizar un trabajo de mayor envergadura.

11. *Canal Diez* es producto del histórico titubeo de los medios estatales mexicanos, tanto desde la práctica como la teoría; ante el fortalecimiento del paradigma de la televisión comercial, surgió para la televisión permisionada el paradigma de la incertidumbre que resultó en la calculada ambigüedad de hacer de ellos medios de promoción de los gobiernos en turno.

12. Por tanto en Chiapas no existe un modelo de televisión pública, las características de *Canal Diez* muestran indefinición ante la herencia de las formas de hacer televisión radicadas en la influencia de la televisión concesionada; se

presenta dependencia hacia los modelos de producción hegemónica que se generan desde la lógica mercantil, al copiar mapas de significado social y cultural, pero sobre todo en la reproducción de un esquema de comunicación lineal y difusionista que margina la presencia y expresión del público local.

13. Esta tónica difusionista se centra en la idea paradigmática de la transmisión, es decir se limita a servir como vehículo de un cúmulo determinado de mensajes, donde el emisor y el receptor tienen una evidente asimetría de roles, al ser activo el primero y pasivo el segundo, marcándose así la unidireccionalidad. Esto diluye la garantía de una comunicación efectiva y por lo tanto, disminuye la posibilidad de que los contenidos, aún fueran los más pertinentes, lleguen los receptores potenciales. Esta verticalidad implica que la posibilidad de diálogo y encuentro se restrinja desde el momento en que la lógica de gestión y producción busca *dar a conocer y no hacer común* el mensaje. Si los pronunciamientos televisivos no prevén la posibilidad de respuesta el sentido de la comunicación no existe, se limita a la llana difusión de información prevista por la *Teoría matemática*.

14. La preponderante trama televisiva comercial, cuya programación llega desde el centro de la república, es una oferta de entretenimiento y ocio que arrasa con la atención de los televidentes. Todos ellos con un alto predominio sistémico de las reglas de mercado.

15. Hoy la programación que propone *Canal Diez* aparta a la audiencia, dicta formas y contenidos desde una racionalidad centralizada que separa a los grupos, no busca la unidad ni comprensión al interior de los conjuntos sociales. No existe una construcción epistémica-metodológica de la televisión permisionada chiapaneca, lo cual sitúa en su lugar a la televisión progubernamental en lo político y centralista en el aspecto territorial.

16. El decreto de creación del *Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión* ha tenido constantes reformas, sin embargo y a pesar de esto, el sector gubernamental prevalece en la integración del máximo órgano de gobierno de Canal Diez, lo cual pone en entredicho la pretendida descentralización, autonomía técnica y orgánica.

17. Se evidencia alejamiento entre los directivos y los trabajadores de *Canal Diez*. En lo administrativo no se registra confluencia ni cohesión en cuanto a la misión, la visión y los valores organizacionales de la institución. No son instrumentos para hacer viable el ejercicio cotidiano, muchos los desconocen o los han visto de soslayo y los asumen como producto del entramado burocrático. El clima de opinión sobre las relaciones humanas es que son impersonales y sin armonía. Se expresa molestia en cuanto a las formas de administración y se señala que existe personal sin mérito alguno o sin conocimiento del quehacer televisivo que ha llegado por compromisos políticos y esto provoca incertidumbre, inestabilidad y descontento al interior. Es evidente la idea de que se favorece la corrupción en clanes de poder que propician despilfarro e ineficiencia administrativa. También hay que señalar que, en el ánimo de los trabajadores de la televisora estatal, prevalece un arraigo y cariño especial por el proyecto televisivo que muchos de ellos conocen desde sus inicios. La labor cotidiana de quienes laboran en *Canal Diez* entraña un permanente interés por la mejoría de su actividad, conocen la trascendencia de su ejercicio y, aún en contra de las circunstancias políticas y administrativas persisten en el intento.

De los televidentes

18. La opinión generalizada en los televidentes es que *Canal Diez* pertenece al gobierno y no a la sociedad. La imagen que se ha fraguado el canal gubernamental, a lo largo de su historia es de vocería oficial, panegirista de gobiernos en turno. Es prolífico el pensamiento que indica la falta de espacios para la sociedad chiapaneca y refieren a la exclusividad del gobernador en las imágenes y temas de la televisora. La actitud ciudadana muestra que se ha asentado en el sentimiento social, un escepticismo que niega finalidad esencial al ser social y los entramados institucionales, sobre todo, los que representan al poder. Nuestra sociedad es una comunidad resentida, frustrada que no responde, se ha convertido a la inactividad como si fuera precepto religioso. Y es así que, al

igual que sucede en otros rubros e instituciones, con relación a *Canal Diez* se muestra apatía, marginalidad e indiferencia y no es visto como un *bien público* y por lo tanto poco atractivo de ver y seguir.

19. Al explorar acerca de los espacios que el canal oferta en lengua indígena (*La voz de nuestras raíces, Viva la pelota, fragmentos del noticiero vespertino*), la afirmación más relevante es que no les interesa y no los ven. En este sentido confluyen los públicos que hablan español y los que pertenecen a las etnias locales. Puedo afirmar que la teleaudiencia prefiere otras ofertas televisivas, antes que sintonizar *Canal Diez*, no hay empatía comunicativa entre el medio y los ciudadanos.

20. El público tiene muy clara su relación con la televisión privada y un poco menos con la gubernamental. La diversión y el ocio se convierten en un asunto axiomático que reivindica en la televisión privada las pretensiones y servicio esperado. Mientras que, en cuanto a la televisión permitida el posicionamiento se convierte en una dicotomía, pues se demandan contenidos más pertinentes, pero también se solicita entretenimiento. Sin embargo no alcanzan a determinar la relación que debe existir entre el televidente y *Canal Diez*.

Del monitoreo de la programación

21. La calificación de la televisión como medio de comunicación exige la interacción entre el emisor y el receptor. *Canal Diez* es contenedor de un discurso en desigualdad, asimétrico en lo que se enuncia y la realidad configurada. Se puede constatar que el canal gubernamental presenta un único *mundo posible* que puebla los diversos escenarios y planos de producción televisiva. Propone una visión que configura al espacio televisivo, desde dos estructuras profundas que pretenden una disquisición general de la estrategia discursiva gubernamental: la personalidad del gobernador y la *frase hechos no palabras*.

22. La elaboración de argumentaciones que realiza *Canal Diez* como organización mediática, en cuanto al modelo comunicativo, continúa en el paradigma

unidireccional. No hay propósito de interacción profunda con el público, existe una acotación subyacente que limita la participación del televidente a ver y escuchar a las personas que están a cuadro. La única relación se prefigura a través de las llamadas telefónicas o el correo electrónico, lo cual deja en entredicho una finalidad comunicativa.

23. El discurso hacia la teleaudiencia mantiene un mecanismo profundo de interpretación inconclusa, se identifica un desfase en el cual pareciera que los productores y conductores no han definido ¿Para qué sirve el medio? ¿Cuáles son los objetivos?

24. En los segmentos de noticias se hace más notoria la macro-estructura discursiva, como articuladora de las variantes que llevan a la centralidad del tema gobierno. Son manifestaciones, a nivel de la *inventio*, de una serie de acuerdos generales que involucran argumentos de legitimación y magnificación de las acciones.

25. La participación ciudadana solamente se ve reflejada en las noticias con la intención de mostrar testimonio de las acciones de gobierno; su presencia sirve únicamente como comparsa legitimadora del macro-discurso, como punto de partida y llegada en la programación habitual en donde se convierte al ejecutivo estatal en el gran enunciador.

26. Canal Diez provoca así un auto sabotaje en las intenciones de argumentación comunicativa. Se registran fisuras, quebrantos en la búsqueda del entendimiento puesto que se induce la dispersión en la atención del televidente. Al no existir un diseño adecuado del mensaje se restringe la inteligibilidad del discurso que, de acuerdo con Habermas, da certidumbre a la pretensión de validez de la comunicación.

Del modelo posible

27. Es urgente el cambio de los actuales paradigmas que sostienen la tarea de *Canal Diez*. Para hacer pertinente su labor, se necesita la proyección hacia un modelo de televisión pública que defina y planifique propósitos concretos en su ejercicio comunicacional. El planteamiento involucra la atención a una práctica social efectiva, a las políticas de comunicación en las que se asienta y en las que potencialmente podría prevalecer desde una perspectiva operativa, técnica y de contenidos. En tanto modelo posible, el diálogo en el medio televisivo, y específicamente en *Canal Diez*, debe ser visto como una inexcusable disposición de co-presencia, como punto de partida y base común para el conocimiento, por la vía tecnológica, de la sociedad dispersa en diferentes regiones simbólicas. Es necesario que la gente pueda utilizar al medio para plantear sus problemas, inquietudes y modos de ver el mundo. Es decir que debe registrarse participación activa y desecharse por completo el estigma del receptor pasivo. La simetría mimetiza a los integrantes de un proceso para convertirlo en una situación de comunicación. El surgimiento de este posicionamiento se fundamenta en el ejercicio de investigación que nos acercó al objeto de estudio, no del vacío ni como mera ocurrencia; la realidad concreta ha posibilitado esta clarificación. De ahí la urgente destitución de un modelo dominante con características propias y definidas: progubernamental, centralizado, convencional y difusionista.

Los chiapanecos debemos tener expectativas altas, no conformarnos con lo establecido o con el engañoso determinismo histórico que tanto daño nos ha hecho. Por lo tanto aquí afirmo que este proyecto es posible, más allá de los conformes y los quietos, más allá de los buscadores de pretextos para evitar el movimiento y mantener el status quo, porque ni asuntos financieros, ni argumentos políticos, ni la inercia social pueden sustituir las legítimas aspiraciones de los pueblos. Nihilistas, incrédulos o posmodernistas deben reconsiderar su posición de vida, entendiendo que nos construimos juntos. Nadie es una isla y por lo tanto, somos lo que hemos cimentado y tenemos la televisión que nos merecemos.

Fuentes de consulta

Adorno, Theodor y Horkheimer, Max. (1987) *Dialéctica del iluminismo*. Ed. Sudamericana. Buenos Aires.

Adorno, Theodor (2004) *Escritos sociológicos I*. Ediciones Akal. España.

Ahumada, Rafael (1997) *El papel del estado mexicano como emisor televisivo*. Textos en ciencias políticas. UNAM. México.

Albaladejo, Tomás (1989), "Semántica y sintaxis del texto retórico: inventio, dispositio y partes orationis", en: *Estudios de Lingüística. Universidad de Alicante*, 5, 1988-1989. Madrid.

AMEDI (2010) *AMEDI: vergonzosa capitulación del gobierno y el PAN*, en www.amedi.org.mx.

Anverre, Ari; Bretón Albert, et. al. (1982) *Industrias culturales: El futuro de la cultura en juego*. UNESCO/Fondo de Cultura Económica. México.

Aristóteles, *Retórica*. Biblioteca Clásica Gredos. Introducción, traducción y notas por Quintín Racionero (1990) Editorial Gredos, S.A. Madrid.

Baca, Jaime (1986) "Descentralización y desconcentración". *Revista de Administración Pública*. Número 67-68, año 1986, en www.juridicas.unam.mx.

Baudrillard, Jean (1970) *La sociedad de consumo*. Plaza & Janés. Barcelona.

_____ (1993) *Cultura y simulacro*, Ed. Kairós. Barcelona, España.

Bauman, Zygmunt (2006) *Modernidad líquida*. Fondo de cultura Argentina. Argentina.

Bell, Daniel (1992), "Modernidad y sociedad de masas. Variedad de las experiencias culturales", En Bell, Daniel, et al., *Industria cultural y sociedad de masas*. Monte Ávila Editores. Caracas.

Beltrán, Luis Ramiro (1993) *Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica. Una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años*, en www.infoamerica.org.

Berger y Luckmann (1966). *La construcción Social de la realidad*. Amorrortu Editores. Madrid.

Bohmann, Karin (1994) *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*, Alianza Editorial. México.

Boisier, Sergio (1988) *Palimpsesto de las regiones como espacios socialmente construidos*. Buenos Aires. Seminario internacional descentralización del Estado, requerimientos y políticas en la crisis. CEUR, Fundación Friedrich Ebert.

Briggs, Asa y Burke, Peter (2006) *De Gutenberg a internet. Una historia social de los medios de comunicación*. Taurus. México.

Bustamante, Yoloxóchitl (2010) "Con su expansión, Canal Once no diluye, sino que reafirma su vocación de televisión Pública, cultural y educativa: Yoloxóchitl Bustamante". En *La Crónica de hoy*, sección: opinión, 5 de agosto de 2010. México.

Caballero, Virgilio. Entrevista personal.

Calafell, Jorge E. (1996) *Teoría general de la concesión*, en www.juridicas.unam.mx.

Canal Once. Sitio Web, en <http://oncetv-ipn.net>.

Canal Diez. Página web, en www.radiotvcine.chiapas.gob.mx.

Cancino, Víctor. Conductor de *Canal Diez* y ex-director de *Red Radio Chiapas*. Entrevista personal.

Cariño, Micheline (1996) "Hacia una historia regional en México". En Barros, Carlos y Aguirre, Carlos (editores), *Historia a debate. América Latina*, Santiago de Compostela.

Chico Rico, Francisco (1998) *Pragmática y construcción literaria. Discurso retórico y discurso narrativo*. Universidad de Alicante. Madrid.

Cordero, Flor y Pérez, Freddy (2010) "Se confrontan Cioacistas". En Periódico Cuarto Poder, 18 de abril de 2010. Chiapas, México.

Corona, Sarah (1992) *La televisión: Informe de Salvador Novo y Guillermo González Camarena. Entre melón y sandía*, en www.publicaciones.cucsh.udg.mx.

De Certeau, Michel (1999) *La cultura plural*. Nueva visión. Buenos Aires.

De Cabo, Antonio (1997) *Lo público como supuesto constitucional*. Instituto de Investigaciones Jurídicas. UNAM. México.

De la Madrid, Miguel (1983) *Primer informe de gobierno*, en www.biblioteca.tv.

Díaz Vanessa. *Antecedentes cronológicos de la Ley Federal de Radio y Televisión*. En www.bibliojuridica.org/libros/5/2444/5.pdf

Díaz Esteves M. y Peña J. (2010) "Diálogo con Jesús Martín Barbero, en la televisión pública debe haber más país". En Infoamérica, Iberoamerican communication review, No. 3-4, en www.infoamerica.org.

Eco, Umberto (1968). *Apocalípticos e integrados*. Lumen. Barcelona, España.

Echeverría, Luis (1972) *Segundo Informe de Gobierno*, en Instituto Nacional de Estudios Políticos, A. C. Memoria Política de México, en www.memoriapoliticademexico.org.

_____ (1976) *Sexto Informe de Gobierno*, en Instituto Nacional de Estudios Políticos A. C. Memoria Política de México, en www.memoriapoliticademexico.org.

Escola, Héctor (1989). *El interés público como fundamento del derecho administrativo*. Ediciones Depalma. Buenos Aires.

Esteinou Javier (2004) "Transición política y reforma de la Ley Federal de Radio y Televisión". En Razón y Palabra, Núm. 41, en www.razonypalabra.org.mx.

Fernández Christlieb, Fátima (1987) *Algo más sobre los orígenes de televisión latinoamericana*, en www.iteso.mx.

Figuroa, Maricarmen. Productora de *Canal Diez*. Entrevista personal.

Freire, Paulo (1999) *Pedagogía del Oprimido*, Editorial Siglo Veintiuno. México.

Gaceta del gobierno de México. Periódico oficial del estado libre y soberano de México (2008, 2009, 2010) *Presupuesto de egresos del gobierno del estado de México*. Decretos No. 233, 31, 250.

Galtung, Johan (1985) *Sobre la paz*. Fontamara. Barcelona.

García Canclini, Néstor (1999) *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*. Grijalbo. UNESCO.

García Bernal, S. (1999) "Canal once a 40 años de su creación". En Revista El Cronista Politécnico. Nueva época, Año 1, número 1. Dirección de publicaciones IPN. México.

Giner, Salvador. Coord. (2003) *Teoría sociológica moderna*. Ed. Ariel. España.

Granados Chapa, Miguel Ángel (1981) "1970-1976, un sexenio de comunicación", en Connotaciones, Núm. 1. Ediciones El Caballito/Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación. México.

Grob, Bernard (1990) *Televisión práctica y sistemas de video*. Macombero. Barcelona.

Guerrero, Gilberto (1999) "La aguja en el pajar". En *Apuntes para una historia de la televisión mexicana II*, Sánchez Armas, Miguel (Coord.) Revista Mexicana de Comunicación. México.

Habermas, Jürgen (1981) *Teoría de la Acción Comunicativa, vol I*. Taurus, Madrid.

_____ (1984) "¿Qué significa pragmática universal?", en *Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos*. Cátedra, Madrid.

_____ (1986) *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Ed. Gustavo Gili. México.

_____ (1994) *Conciencia moral y acción comunicativa*. Editorial Planeta. España

Hall Stuart (2004). *Codificación y descodificación en el discurso televisivo*. CIC (cuadernos de información y comunicación). Conferencia presentada en 1973 en Council of Europe Colloquy sobre Enseñanzas para la lectura crítica del lenguaje televisivo. (Training in the critical Reading of televisual language).

Hernández Lomelí, Francisco (1996) *Obstáculos para el establecimiento de la televisión comercial en México (1950–1955)*, en <http://ccdoc.iteso.mx>.

Horkheimer, Max (2008) *Teoría crítica*. Amorrortu editores. Buenos Aires.

INEGI (1983) *XI censo general de población y vivienda del estado de Chiapas 1980*. México.

_____ (2009). Encuesta nacional sobre disponibilidad y uso de tecnologías de información en los hogares. Fecha de actualización: viernes 18 de diciembre de 2009, en www.inegi.org.mx.

IMER (2009) *Lineamientos de la dirección de comercialización*, en www.imer.com.mx.

Ley Federal de Radio y Televisión. Diario Oficial de la Federación del 19 de enero de 1960.

Ley Federal de Radio y Televisión. Vigente: publicado en el Diario Oficial de la Federación el 19 de junio de 2009.

Ley Orgánica de la Administración Federal (1976) Texto vigente, ultima reforma DOF 17 junio 2009, en www.diputados.gob.mx.

López Veroni, Felipe (1998) "Aproximaciones a la televisión cultural". En *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*, Sánchez Armas, Miguel (Coord.) Revista Mexicana de Comunicación. México.

Lustig, Nora (1992). *México. Hacia la Reconstrucción de una Economía*. Colmex-FCE. México.

Mahieux, Viviane (2007) "Novo, Arlt, De Andrade: Cómo la crónica sobrevivió al telégrafo". En *El Universal*, 30 de junio de 2007, Sección Literatura. México, en www.casamerica.es.

Mandujano, Isaín (2005) "Intensifica Pablo Salazar campaña contra la CNTE". En Revista Proceso, 21 de abril de 2005. México.

_____ (2006) "Chiapas: Desaires y retrocesos". En Revista Etcétera, 1 de diciembre 2006, en www.etcetera.com.mx.

Marcuse, Hebert (1969). *Un ensayo sobre la liberación*. Joaquín Mortiz. México.

Martín-Barbero, J. (1988) *Procesos de comunicación y matrices de cultura. Itinerario para salir de la razón dualista*. Ediciones G. Gili. México.

_____ (2001) "Claves de debate/Televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención". En Rincón, Omar (Comp.) *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. Convenio Andrés Bello y Friedrich Ebert Stiftung. Bogotá.

_____ (2011) entrevista personal.

Martín-Barbero, J. y Rey, G. (1999) *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Editorial Gedisa. Barcelona.

Martín Serrano, Manuel (1982) *Teoría de la comunicación. Epistemología y análisis de la referencia*. Universidad Complutense. Madrid.

Martínez Mendoza, Sarely y Cortés H. (2008) *Contando la historia de la radio y la televisión estatal*. Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión, Gobierno de Chiapas. Chiapas, México.

Mattelart, Armand (1971) *El medio de comunicación de masas en la lucha de clases*. Pensamiento Crítico, Instituto Cubano del Libro, en www.filosofia.org.

Mata, Rodolfo (1999) *¿Humanismo disfrazado? Ludismo, temor a las máquinas y nostalgia del paraíso*, en www.uned.es.

Matus, Juliana (2005) *Estrategia de comunicación en el ámbito rural marginado. El caso del Sistema de Televisión Educativa en Chiapas, México*. Tesis doctoral Ciencias de la Información. Universidad de la Laguna. Tenerife, España.

Mejía Barquera, Fernando (1998) "Del Canal 4 a Televisa". En Sánchez de Armas, Miguel, (Coord.) *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*. Revista Mexicana de Comunicación. México.

Mejía Prieto, Jorge (1972) *Historia de la radio y la televisión en México*. Octavio Colmenares, Editor. México.

Miró, Juan José (1997) *La televisión y el poder político en México*. Diana. México.
Miguel Alemán Velasco. Sitio Web, en www.alemanvelasco.org

Monsiváis, Carlos (2000) *Salvador Novo: Lo marginal en el centro*. Era. México.

Olmos, Alejandro (1998) "Del Canal 13 a TV Azteca". En *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*, Sánchez Armas, Miguel (Coord.) Revista Mexicana de Comunicación. México.

Orozco, Guillermo (2000) "Televisión y televidentes: cinco décadas que pudieron ser diferentes". En Revista Universidad de Guadalajara, No. 20. Dossier *Medio siglo de televisión en México*, en www.cge.udg.mx/revistaudg.

_____ (2010) entrevista personal.

Osio Miguel, Director de programación televisiva. Entrevista personal.

Paz, Octavio (1994) *El laberinto de la soledad*. Fondo de Cultura Económica. México.

Perelman, Chaim y Olbrechts-tyteca, Lucie (1994) *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*. Gredos. Madrid.

Periódico Oficial. Órgano de Difusión Oficial del Estado de Chiapas No. 024. *Decreto por el que se crea el organismo público descentralizado denominado Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión*. Publicación No. 101-A-2001. 09 de marzo de 2001.

Periódico Oficial. Órgano de Difusión Oficial del Estado de Chiapas No. 017. *Decreto por el que se reforma, deroga y adiciona diversas disposiciones del decreto por el que se crea el organismo público descentralizado denominado Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión*. Publicación No. 104-A-2007. 14 de marzo de 2007.

Periódico Oficial. Órgano de Difusión Oficial del Estado de Chiapas No.120. *Decreto por el que se crea el organismo público descentralizado denominado Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión*. Publicación No. 919-A-2008-B. 15 de octubre de 2008.

Periódico Oficial. Órgano de Difusión Oficial del Estado de Chiapas No. 135. *Decreto que reforma y adiciona diversas disposiciones del decreto por el que se crea el organismo público descentralizado denominado Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión*. Publicación No. 1016-A-2008-D. 31 de diciembre de 2008.

Periódico Oficial. Órgano de Difusión Oficial del Estado de Chiapas No. 137. *Decreto que reforma el decreto por el que se crea el Sistema Chiapaneco de Radio, Televisión y Cinematografía*. Publicación No. 1021-A-2009-F. 07 de enero de 2009.

Periódico oficial del Gobierno del Estado de Chiapas. Periódico Oficial. Órgano de Difusión Oficial del Estado de Chiapas Publicación No. 1156-A-2009-B.

Popper, Karl y Condry John (1998). *La televisión es mala maestra. Fondo de cultura económica. México*.

Programa institucional del Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión 2007-2012. Gobierno del estado de Chiapas, en www.finanzaschiapas.gob.mx.

Ramírez, Carlos (2010) *México: Crisis 1995-2010*, en www.indicadorpolitico.com.mx.

Real Academia de la Lengua Española. Vigésima segunda edición. 2001, en www.rae.es/rae.html.

Rodríguez Gasca, N. y Vargas Mendoza L. (2004) "Canal 11, joven a los 45 años". En Revista El Cronista Politécnico. Nueva época, Año 5, número 20. Dirección de publicaciones IPN. México.

Rodríguez Munguía, Jacinto (2007) *La otra guerra secreta. Los archivos prohibidos de la prensa y el poder*. Random House Mondadori. México.

Salazar, Pablo (2001) *Plan de desarrollo Chiapas 2001-2006*. Gobierno del Estado de Chiapas. México.

Salinas de Gortari, Carlos (1989) *Primer informe de gobierno*, en www.diputados.gob.mx.

Sánchez, Enrique (1981) *Los medios masivos y el poder en México. Un marco histórico empírico mínimo para su estudio*, en ccdoc.iteso.mx.

_____ (1989) *La investigación sobre televisión en México 1960 – 1988 (un acercamiento descriptivo)*, en www.publicaciones.cucsch.udg.mx.

_____ (2009) *Los medios en México, (Prensa, Radio, Televisión y Cine) 1968–2000*, en www.mexicanadecomunicacion.com.mx.

Sartori, Giovanni (1997). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Taurus. México.

Schiller, Hebert (1976) *Comunicación de masas e imperialismo yankee*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.

Secretaría de Hacienda del Estado de Chiapas. *Presupuesto de egresos*, en www.haciendachiapas.gob.mx.

Secretaría de finanzas, Gobierno del estado de Jalisco, en www.jalisco.gob.mx.

Secretaría de Administración y Finanzas del Gobierno del Estado de Tabasco, en Transparencia.tabasco.gob.mx.

Serra Rojas, Andrés (1977) "Las formas de organización administrativa federal". *Revista de Administración pública*, número 111, año 2006, en www.juridicas.unam.mx.

Sistema Chiapaneco de Radio, Televisión y Cinematografía, en www.radiotvcine.chiapas.gob.

Sociedad de Autores y Compositores de México, en www.sacm.org.mx.

Thompson, John (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. España. Paidós.

Toussaint, Florence (2009) *La televisión pública en México. Directorio y diagnóstico (2007-2008)*. Plaza y Valdés y UNAM. México.

Trejo Delarbre, Raúl (2003) "Diferencia y novedad de la televisión pública". En *Revista etcétera*, www.etcetera.com.mx.

_____ (2005) "Gobernador vs. Profesores". En *La crónica de hoy*, 19 de mayo 2005. México.

Vargas, Ángel (2004) "Aún falta descubrir el grueso de la obra literaria de Salvador Novo". En *La Jornada*, 30 de Julio de 2004. Sección Cultura, en www.jornada.unam.mx.

Verdú, Vicente (1991) "La guerra del golfo no ha existido, afirma Jean Baudrillard". En *El País*, 13 de mayo 1991, en www.elpais.com.

Villamil, Jenaro (2010) "Pretende gobierno TV amable por decreto". En *Semanario Proceso*, Edición 1748. México.

Weber, Max (1969). *Economía y sociedad*. Fondo de Cultura Económica. México.

World Radio and Television Council, en www.cmrtv.org.

Zarur Osorio, Antonio (1977) *Gestión estatal y televisión pública en México 1972-1993*. Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Azcapotzalco. México, en www-azc.uam.mx.

Zemelman, Hugo (2005). *Voluntad de conocer. El sujeto y su pensamiento en el paradigma crítico*. Anthropos Editorial. Barcelona, España.