

En 1991 un amplio sector de la comunidad cultural mexicana solicitó al presidente Carlos Salinas de Gortari que el Canal 22 de televisión no fuera vendido a inversionistas privados y que, por medio de un Consejo de Planeación, representativo de la sociedad, se convirtiera en un canal de contenido cultural para todo el territorio nacional.

BEATRIZ SOLÍS LEREE.
PROFESORA DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA-XOCHIMILCO. MIEMBRO DEL CONSEJO DE PLANEACIÓN Y POLÍTICAS DE DESARROLLO DEL CANAL 22.

CANAL 22

UNA NUEVA PROPUESTA



La política de comunicación social del Estado, particularmente en el caso de la televisión, ha sido un tema en permanente cuestionamiento. La dinámica del modelo de comunicación imperante en el país restringió los espacios de participación y expresión socio-cultural a sólo dos polos: el comercial (restringido a un sólo grupo privado) y el estatal (restringido al sector gubernamental). Esta polaridad estaba muy lejos de reflejar el carácter plural de la sociedad. Las expresiones culturales de sectores ajenos al circuito comercial y estatal no han contado con espacios de expresión.

Las críticas han señalado, entre otros puntos, el abandono del Estado de su papel rector, de intermediario y vigilante al servicio del interés público, confundiendo esta tarea con la de protagonista y actor del proceso de la comunicación.

La desincorporación de las empresas de comunicación del Estado deberá, entre otras cosas, delimitar la verdadera función del Estado en términos de la comunicación pública. La tarea a la que ahora deberá enfocar sus esfuerzos es la regulación, promoción y difusión de una red tejida con responsabilidad que promueva, en vez de reducir, los poderes de comunicación de los ciudadanos.

La comunicación estatal, tradicionalmente entendida como aquella que se transmite por los medios de comunicación que posee el Estado y que tiene como obligación la información de las actividades del gobierno y no sólo la publicación de ellas, se encuentra ahora sin medios propios. Esto obliga, además de una revisión cuidadosa de la actual legislación (que ahora deja sin razón muchos de sus apartados), a buscar estrategias para que la información del gobierno se transmita por los diversos medios de los sectores que accedan a ellos. Preocupante sería pensar que la propuesta educativa de Canal 11 o de la televisión cultural, aún sin materializarse a través del Canal 22, tuvieran que ser modificadas para dar cabida a los espacios que hoy se privatizan.

Es en este marco en el que podremos entender, por una parte, la desincorporación de los medios de comunicación del Estado,¹ y por otra, el apoyo y respaldo a la constitución de la Televisión Metropolitana, S.A. de C.V. Canal 22 (XEIMT-TV), como empresa pública des-

centralizada y sectorizada en la Secretaría de Educación Pública por conducto del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

ANTECEDENTES

El siete de diciembre de 1990 se publican, en el Diario Oficial de la Federación, nueve acuerdos que declaraban susceptibles de explotación comercial a 79 canales de televisión en diversas poblaciones del país.²

El 25 de enero de 1991 un amplio sector de la comunidad cultural mexicana publicó una carta abierta dirigida al presidente Carlos Salinas de Gortari, en la que se argumentaba que la desincorporación de canales y frecuencias de Imevisión, si bien podía reforzar el campo de la competencia privada, también podía debilitar el de la televisión de interés público. Se solicitaba específicamente que la frecuencia del Canal 22 no fuera vendida a inversionistas privados, que siguiera en propiedad del Estado y cubriera el territorio nacional.

Se solicitaba que esta medida fuera planeada en colaboración con un Consejo de Planeación, representativo de la sociedad, a fin de diseñar una propuesta de operación, financiamiento y programación de una televisión no comercial, de interés público y contenido cultural.

La petición fue atendida por el Presidente y a partir del 21 de febrero de 1991 se instaló el Consejo de Planeación conformado por 20 personas de diversas especialidades dentro del ámbito cultural y académico.³ Este Consejo organizó sus trabajos a partir de comisiones específicas para cada apartado (jurídico, admi-

1. Por ahora, Canal 7, Canal 13 y El Nacional.

2. Estos canales, agrupados en redes regionales, eran en su mayoría los que constituían la red del Canal 7 de televisión, incorporados a Imevisión. Fueron desincorporados para su modificación jurídica de *permisionarios* a *concesionarios* con operaciones comerciales. Entre estas frecuencias el Canal 22, también de Imevisión, era el único que se planteaba como canal aislado.

3. El Consejo de Planeación estaba conformado por Víctor Flores Olea (expresidente del CNCA y coordinador de los trabajos del grupo), Jorge Bustamante, Julieta Campos, Emilio Carballido, Teodoro Césarman, Rolando Cordera, Carlos Escandón, Fátima Fernández, Emilio García Riera, Hugo Hiriart, Margarita Michelena, Carlos Monsiváis, Raúl Padilla, Mauricio Reyes, Enrique Rubio, Jorge Sánchez Sosa, Beatriz Solís, José Sarukhán, Raúl Trejo y Eraclio Zepeda.

nistrativo, técnico y de programación) y solicitó las opiniones de muchas personas e instituciones. Las comisiones se entrevistaron con especialistas en cada tema y sostuvieron reuniones plenarios para poner a discusión los elementos de consenso que finalmente integrarían la propuesta a entregar al Presidente.

PROPUESTA

El 25 de junio de 1991 el Consejo puso a consideración del Presidente los resultados de su trabajo. Es importante destacar y hacer públicos algunos planteamientos contenidos en la propuesta entregada.⁴

La nueva entidad debe ser una opción de televisión pública, requiere de una composición plural, coordinada en sus aspectos esenciales por un Consejo de Planeación y Políticas de Desarrollo que reúna condiciones de pluralidad y suficiencia académica y cultural.

Era importante que en la propuesta de una nueva televisión se reconocieran los límites de la "televisión nacional", entendida como proyecto unilateral que se expande por el territorio nacional pero con una mirada parcial y centralista. Bien sabemos ya que eso no es nacional, que lo nacional, particularmente si hablamos de cultura, es la suma de cada una de las partes que nos conforman. La mejor manera de construir el conocimiento de uno mismo pasa por haber conocido a los otros, sin marcar diferencias. Para quienes habitamos la Ciudad de México pero que hemos tenido la fortuna de ver otras televisiones que también son nacionales y que se transmiten desde alguno de nuestros estados, sabemos que si pretendemos hablar de una televisión nacional debemos romper con esa falsa frontera de lo nacional que, como bien dijo Jorge Bustamante, "no llega más allá de Cuautitlán".

El Canal 22 deberá normarse por el principio de la descentralización de los bienes y servicios culturales. La meta es una red cultural nacional, más que una serie de ca-

4. Se citan partes del documento "Consideraciones en torno al Canal 22" preparado por el Consejo de Planeación de Canal 22 y entregado al Presidente el 25 de junio de 1991.

nales repetidores. . . han de exhibirse los materiales aportados por las diferentes zonas del país, estableciendo "ventanas" a nivel regional que permitan presencias locales y divulgar mensajes dirigidos al interés de las diversas entidades que conforman nuestro país.

Al plantearse la necesaria apertura a las múltiples manifestaciones de la sociedad civil, era fundamental no sólo que diera en su representatividad a nivel orgánico y de administración —que siempre tendrá limitantes—, sino dar cabida a los sectores de la sociedad que han planteado la necesidad de un espacio para la manifestación de sus propuestas televisivas, a la producción independiente, a las instituciones sociales y de educación superior, que pueden avanzar muy poco si sus productos no se exponen a la evaluación del público receptor. De esta manera se deberá buscar que las pantallas del Canal 22 se abran para dar espacio a esas propuestas, con la única limitante de la calidad.

Esta nueva televisión pública mexicana deberá ser receptiva a las diversas propuestas televisivas y videográficas. No se trata de hacer de la difusión el único modelo a seguir, sino aceptar el riesgo de la experimentación y la innovación televisiva; de tal manera que el Canal 22 sea un promotor de la producción de los más diversos grupos de la sociedad.

Se recomienda que los recursos del Canal 22 se dediquen principalmente a estimular y coordinar la producción de programas de alta calidad, más que a la infraestructura de instalaciones y equipos de producción excesivos. Esta propuesta se hace con base en la experiencia de los últimos años en que las instituciones públicas han instalado infraestructura en las diversas regiones del país y en la actualidad tienen graves problemas de burocratización y déficit de contenidos.

Esta alternativa de comunicación pública también debe materializarse en la estructura jurídica y administrativa propuesta.

Además de la existencia, por ley, de un Consejo de Administración, cuya constitución está prevista por la Ley Federal de las Entidades Paraestatales y su Reglamento, se estimó importante incorpo-

rar en él a un representante —previsto también en la norma— del cuerpo colegiado denominado Consejo de Planeación y Políticas de Desarrollo, a fin de hacer llegar al Consejo de Administración la opinión y propuestas del Consejo de Planeación e integrar así el trabajo de la institución a partir de la transparencia de las acciones y políticas en cualquiera de sus instancias: orgánicas y administrativas.

El Consejo de Planeación y Políticas de Desarrollo a su vez, deberá contar con facultades reglamentadas en los estatutos del Canal, tales como:

- Establecer vínculos entre Canal 22 y la sociedad civil.
- Orientar los elementos de pluralidad y descentralización de los servicios culturales televisivos.
- Impulsar la corresponsabilidad y el rigor profesional de la programación y de las transmisiones.
- Impulsar la experimentación, la búsqueda y la innovación televisivas.
- Precisar los criterios de equilibrio de la programación.
- Definir el sistema de evaluación de la emisora.

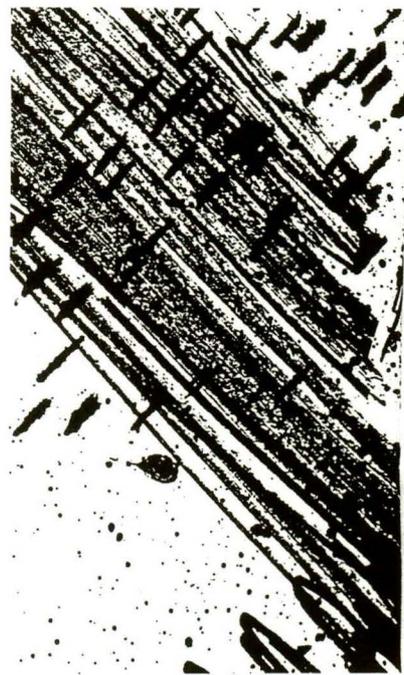
Por otra parte se propone la constitución de un Comité de Programación que:

. . . establecerá definiciones en las diversas áreas especializadas respecto a la programación y recomendará los materiales por producir o adquirir.

El Canal 22 podrá obtener, contratando por concurso, programas y series de televisión, sin pretender una gran producción propia, más allá de la capacidad de un equipo técnico básico. . . Promover este esquema de licitaciones y de concursos para estimular la creación, parte del interés por impulsar a grupos de creación televisiva que existen o que puedan surgir. También se trata de una preocupación vinculada con las nuevas tendencias de la administración, la de no crear macrocorporaciones, sino empresas de carácter flexible. . .

RESPUESTA

El 23 de marzo de 1992 —nueve meses después de la entrega de la propuesta— en un acto político, más que informati-



vo o de verdadera instalación del Consejo de Planeación y Políticas de Desarrollo⁵ —como estaba anunciado— se ratificó la voluntad de la propuesta del Canal 22 y comenzó a tomar forma legítima bajo la dirección del Dr. José María Pérez Gay. La importancia de esa ceremonia es la de constatar, nuevamente, el peso y la relevancia que este proyecto tiene en el perfilamiento de la nueva política de comunicación pública. Si vemos bien, en pocas ocasiones el nombramiento de directivos de medios de comunicación públicos ha recibido tanto respaldo y protocolo, particularmente si consideramos que se trata de un canal de televisión local, con cobertura limitada a su condición técnica de UHF.

Lo importante entonces, es el precedente que se establece en las condiciones de surgimiento y su propuesta de operación. Pareciera, o quisiéramos ver, en las afirmaciones y propuestas que se han vertido del Canal 22, la definición de una nueva visión de las políticas públicas de la televisión en el país.

5. La constitución del Consejo de Planeación y Políticas de Desarrollo, que fuera difundido por la prensa el 26 de marzo de 1992, quedó conformado por: Gilberto Borja, Jorge Bustamante, Julieta Campos, Rolando Cordera, Fátima Fernández, Jorge Flores, Margarita Michelena, Raúl Padilla, Alejandro Rossi, Jorge Ruiz Dueñas, Jorge Sánchez Sosa, José Sarukhán y Beatriz Solís.



Nuestro país tiene ante sí el reto de revalorar lo público, y la comunicación social es una actividad pública, como espacio que acoja el conjunto de propuestas de la sociedad, de la multiplicidad de instituciones y estimule las formas de encuentro y reconocimiento colectivo.⁶

Canal 22 como una verdadera Red Cultural Nacional, con criterio descentralizador y modelo de organismo público eficiente, competitivo y, sobre todo responsable ante la sociedad.⁷

Así la televisión pública tiene la enorme responsabilidad de ser:

... un medio de expresión de nuestra vasta y rica cultura; que refleje la pluralidad regional y étnica de la nación y que alienate la participación de los grupos culturales a lo largo de todo el país.⁸

La sociedad frente a esta nueva televisión pública, como señaló el presidente Salinas de Gortari, deja de ser la de:

... simples receptores de imágenes y sonidos para convertirse en interlocutores comprometidos, respetuosos y responsa-

bles en los medios de comunicación.

La red cultural nacional parte del reconocimiento del valor que tienen los Sistemas Estatales de Televisión existentes en nuestro país como eslabones autónomos pero necesariamente vinculados por la función de una comunicación pública. Finalmente esto es lo que podrá conformar lo nacional: la suma de una serie de eslabonamientos que, conservando su autenticidad, generen nuevos y enriquecidos perfiles culturales. La identidad nacional vista como una suma de identidades particulares que permiten que nos reconozcamos en los otros.

Estimulante resultará para los habitantes del Distrito Federal, el poder ser ahora, gracias a esta nueva estrategia de comunicación pública, parte del país. A través de Canal 22 tendremos la posibilidad de participar de los esfuerzos emprendidos desde hace más de diez años (intensificados en los últimos tres) y de las acciones concretas de la Red Cultural Nacional, constituida por las televisoras regionales, de las que hasta hoy heños estado fuera.⁹

9. En *Intermedios* núm. 1 se explican los acuerdos tomados en noviembre de 1991, en el Foro Nacional de Organismos Públicos de Radio y Televisión, muchos de los cuales, al menos los que dependen de los Sistemas Estatales de Radio y Televisión, ya se han empezado a desarrollar.

Un ejemplo de estas acciones concretas es la Red de Corresponsalías que funciona entre los miembros de las televisoras estatales del país que, por enlaces telefónicos, reportan los acontecimientos más importantes de cada estado e ilustran con imágenes producidas ellos mismos. Otro ejemplo es la importante serie "Rostros de México" que mediante la concertación con cada estado de realizar un programa de sus costumbres, tradiciones y fiestas se han logrado una serie de programas que muestran la visión que cada estado da de sí mismo.

La comunicación pública debe ser un ejercicio democrático que por encima de todo garantice la libertad de expresión y de creación artística. Su actuación debe demostrar cabal eficacia, administrada con criterio de interés eminentemente social que equilibre tanto los objetivos del medio como los intereses de los receptores.

Las tendencias a la desincorporación y descentralización deben ser asumidas, insisto, con una gran responsabilidad y conciencia del papel del Estado, para no confundirlas con retiro y abandono de sus facultades como guardián del interés público:

Que el Estado se desinterese de que la información, el arte y las comunicaciones sean servicios públicos, significa que se conviertan, preferentemente, en mercancías al acceso de sectores privilegiados.

En la medida en que se disminuye el papel del poder público como garantía de la democratización informativa, de la socialización de los bienes científicos y artísticos de interés colectivo, estos bienes dejan de ser accesibles a las mayorías.¹⁰

La comunicación estatal tiene frente a sí el reto de constituir una verdadera comunicación pública. La comunicación como el poder deben ser asuntos públicos si es que pretenden —como alerta García Canclini— no ser verticales y convertirse en una dispersión pluralista, hermélica y discriminatoria.

Ahora sólo queda esperar sintonizar el Canal 22 para observar una nueva comunicación pública.

10. Néstor García Canclini. *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. CNCA/Grijalbo, México, 1989.

6. Beatriz Solís, 25 de junio de 1991.

7. Carlos Salinas de Gortari, 23 de marzo de 1992.

8. Carlos Salinas de Gortari, 23 de marzo de 1992.