

A Falta de un Subsidio Estatal Suficiente

Canal 13 Incrementará los Anuncios Comerciales sin Descuidar sus Objetivos Culturales

por Patricia CABRERA

La empresa paraestatal Canal 13 ha emprendido una reestructuración a fondo de varios de sus departamentos a fin de dejar de depender completamente del subsidio estatal y llegar a ser, en el futuro, autosuficiente, tal como deben ser las áreas de la economía mixta mexicana.

Nos informa lo anterior el gerente de Relaciones Públicas de Canal 13, Rafael Enrique Lizaola, a la vez que nos explica que precisamente para ello se creó recientemente la Coordinadora General de Ventas, auxiliada por 2 gerencias, una comercial y la otra de operación y administración de ventas. Este organismo nuevo tendrá por objeto la venta de patrocinios y exclusividades de la programación de Canal 13 tendiente a que la producción de los programas sea menos costosa o que, por lo menos, se recupere el costo invertido.

Sucede, continúa diciendo Enrique Lizaola, que al iniciar sus labores la presente administración, en enero último, encontró que había un déficit, y que el presupuesto que habían pedido fue otorgado con una reducción del 58 por ciento respecto al monto que tuvo durante el sexenio pasado. Es esta situación la que nos llevó a reconsiderar la popularidad que es necesario darle a nuestra programación, sin descuidar el objeto principal de Canal 13 que es la difusión de la cultura.

Esta nueva modalidad nos hace pensar que Canal 13 corre el riesgo de ponerse al mismo nivel que los canales de televisión particulares, que incluyen tantos comerciales, que la programación se ve frecuentemente interrumpida haciendo que el televidente pierda el interés. A esta objeción, Rafael Enrique Lizaola responde afirmando que los comerciales ocuparán un tiempo razonable dentro de la programación total, a fin de

"no herir" al teleauditorio, pero que es necesario incrementarlos porque Canal 13 tiene que sobrevivir. "No debe pensarse, sin embargo, que nos pondremos a competir con los canales privados porque no tenemos como fin en sí la obtención de utilidades, se trata de complementar nuestro presupuesto y si es posible, ser autosuficientes".

QUE LA DIFUSION DE LA CULTURA ALCANCE LA POPULARIDAD

A la vez que Canal 13 ha anunciado la creación de nuevos programas, como **Tele-Teatro**, cuyas historias representadas a diferencia de las telenovelas tradicionales sólo duran una semana, en numerosos boletines recibidos en esta redacción se hace hincapié en que es necesario que la programación de un canal cultural también sea popular. Esto nos lleva a preguntar a Pilar Bolaño, encargada de prensa del Canal 13, qué es lo que ellos entienden por popular y por cultural.

A este respecto, nos dice consideramos que es necesario que los tele-espectadores conozcan las mejores expresiones de la literatura mexicana y universal (en este sentido **Tele-Teatro** incluye novelas de autores reconocidos como son León Tolstoi, Charlotte Bronte), pero representadas por actores que gozan de gran popularidad entre el público.

De esta manera se invalida la imagen de que cultura es sinónimo de aburrimiento. Además, continúa Pilar Bolaño, la reestructuración de los programas también responde a la necesidad de agilizarlos, pues en los últimos tiempos habían sido muy repetitivos, ya que se hacían telenovelas que duraban muchos meses, en tanto que si se hacen producciones que duren solamente una semana

se mantiene el interés del espectador. Asimismo, Canal 13 ha adquirido nuevos programas elaborados en el extranjero, como el que acaba de pasar, **Hombro con hombro**, que aborda un tema de gran interés actual, la liberación femenina, y gracias al cual se recibieron muchas felicitaciones de parte del teleauditorio.

También, como parte de la labor cultural de Canal 13, se anuncia que próximamente, el programa **Club del espectador**, incluirá la presencia de críticos de cine, teatro, TV, para que informen al público acerca de la calidad de los espectadores que actualmente se presentan en la capital.

Otro programa, como **Musicalísimo**, tiene por objeto dar oportunidad de que se den a conocer todos aquellos conjuntos musicales de cualquier género que no han podido expresarse por los medios comerciales habituales, pero que tienen calidad y deseos de llegar a un amplio auditorio, sin tener que apearse a normas establecidas.

De manera que hay que estar pendientes de las novedades de Canal 13 durante esta etapa de reestructuración general.