

# PERSPECTIVA DE LA TELEVISIÓN PÚBLICA: CANAL 28 TV NL, UNA ALTERNATIVA MÁS EN LA TELEVISIÓN EN NUEVO LEÓN, MÉXICO

*María Sanjuana Carmona Galindo*  
*Universidad Autónoma de Nuevo León (México)*  
*sanjuanacarmona@hotmail.com*

## Resumen

A principios de los ochenta proliferan en el país sistemas de radio y televisión pública cultural dependientes de los gobiernos de los estados. Sin embargo, en los setenta el Gobierno federal decide participar en los medios electrónicos.

La industria televisiva en el Estado de Nuevo León muestra un complejo panorama, caracterizado por la exacerbada difusión de programas de entretenimiento y noticieros informativos, desplazando casi totalmente los géneros y formatos de contenido cultural.

Con este trabajo se pretende dar a conocer qué tipo de programación se ha difundido durante los veintisiete años de existencia, logrando identificar cuáles son las emisiones televisivas de tipo cultural, así como los clasificados como entretenimiento, además de los de carácter informativo; sabedores de que la televisora ha establecido convenios con otras cadenas nacionales e internacionales para cubrir la programación.

Palabras clave: televisión cultural, programas culturales, de entretenimiento e informativos, producción propia, programas externos.

## Introducción

La existencia de los medios públicos se establece como ese espacio alternativo, sabedores de que en la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT) se habla de estaciones *culturales, oficiales o permisionarios* que es la figura jurídica mediante la cual la mayoría de los medios educativos y culturales operan en México.

En ese sentido para Martín-Barbero la televisión pública se justifica “en la necesidad de posibilitar alternativas de comunicación que den entradas a aquellas demandas culturales que no caben en los parámetros del mercado ya sea provenientes de las mayorías o minorías”

En México, el gobierno federal participa desde la década de los setenta en el campo de la radio y la televisión, el entonces presidente Luis Echeverría manifestó la preocupación por fortalecer los derechos de la sociedad mexicana sobre esos medios y garantizar el correcto cumplimiento de las funciones que tiene asignadas. Aunado a las disposiciones legales y reglamentarias dentro del marco jurídico constituidas en la Ley Federal de Radio y Televisión, que de acuerdo con el artículo 1 en el que a la letra dice “Corresponde a la Nación el dominio directo de su espacio territorial y, en consecuencia del medio en que se propagan las ondas electromagnéticas. Dicho dominio es inalienable e imprescriptible”.

XHMNL, TV NL, es una televisora Pública Cultural y Social, que nace como Canal 28, e inicia sus transmisiones en mayo de 1982, por la necesidad de contar con un Sistema Integral de Comunicación y Enlace entre los Nuevoleoneses. Se identifica con el lema “Esto es televisión estamos comunicando”, con ello la aceptación de las familias regiomontanas, así surgen nuevos proyectos, programas de trabajo y necesidades de recursos humanos y de espacio. Por lo que en mayo de 1985, se inauguran las instalaciones propias del canal.

El Canal 28 inicia sus transmisiones en los pisos 27 y 28 del Edificio Latino, como repetidor de la Cadena Nacional "Televisión Rural de México" (TRM).

Así los medios de comunicación masiva contribuyen en gran parte a fijar las maneras de pensamiento de la sociedad a establecer la agenda de los asuntos políticos. Ellos “han aumentado su rol de intermediarios entre instituciones de Estado y su gente, procesan la inconformidad de la ciudadanía, sensibilizan socialmente frente a intervenciones estatales en ciertas situaciones y llegan incluso a ser factores determinantes de la gobernabilidad local o nacional” (Martín-Barbero y Rey, en Carmona, 2007).

## La televisión en Nuevo León

La industria televisiva en el estado de Nuevo León muestra un complejo panorama, caracterizado por la exacerbada difusión de programas de entretenimiento y noticieros informativos, desplazando casi totalmente los géneros y formatos de contenido cultural. En este medio sobresalen tres poderosos Grupos de comunicación con negocios en televisión, el posicionamiento en el mercado de los productos culturales se divide entre Televisa Monterrey (canal 34) y sus repetidores (6,10 y 22), Tv Azteca Noreste (canal 7) y su repetidor (canal 4), además de la cadena regional Multimedia Televisión (canales 12, 64). Asimismo las televisoras de

servicio público del Gobierno del Estado, así como de la Universidad Autónoma de Nuevo León, en ese sentido el primero participa como permisionario del Canal 28, además de Radio Nuevo León; la segunda con el Canal 53 y Radio Universidad. Se cuenta además, las universidades privadas como el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey y la Universidad de Monterrey participando en este ámbito, con una estación de radio cada una respectivamente. De esta manera las empresas mediáticas constituyen la oferta televisiva, en Monterrey, capital del Estado de Nuevo León, considerada como una de las plazas en México, en donde las personas pasan más tiempo frente al televisor (4.36 horas por día, por persona) de acuerdo con BIOPE-AGB.

Situándonos en el caso investigado, entre los objetivos planteados conscientes de la responsabilidad como televisora de carácter pública, asume como primordial finalidad abatir el analfabetismo, impulsar la educación a nivel medio y promover las actividades del campo. Con el tiempo, los nuevoleonenses no requerían sino que exigían ya, un cambio radical en la programación del Canal Estatal ya que este sólo podía transmitir al área metropolitana.

En el Canal 28, si bien es cierto que no existen intereses comerciales, sólo se busca que la programación llene ciertos objetivos dentro de sus contenidos, enfocándose esencialmente a promover la identidad regional, urbana y rural a través de éstos, sirviendo de enlace entre la sociedad y su gobierno. Difundiendo y alentando específicamente el talento y la sensibilidad de los creadores y promotores locales, con la prioridad de ser un modelo de televisión pública de carácter alternativo e interés local, con una vocación cultural y social.

Para Martín-Barbero (2001) es cultural aquella televisión que no se limita a la transmisión de cultura producida por otros medios sino que trabaja en la creación cultural a partir de sus propias potencialidades expresivas.

En ese sentido la participación de la televisión pública en el Estado, fomenta el pluralismo político, impulsa el desarrollo de la cultura y la educación a través de una programación y contenidos adecuados, así como el desarrollo de campañas de orientación médica y de salud basados en criterios científicos.

"El impacto de la televisión cultural es mucho más importante que los *ratings*, declara Sartori, porque cuenta con un público específico, que a su vez transmite la información de lo que aprende en la televisión, por lo que hay un efecto multiplicador que las estadísticas no registran, pero que es importante porque integra a un público y crea una opinión" (Alonso, 2005).

Por otra parte "La televisión cultural sí se ve, pero no se comenta", de esta manera calificó la situación de la televisión cultural Iñaki Alzugaray, director de TV NL, al presentar un nuevo programa, tipo cápsula informativa, que lanzó esta cadena de televisión en conjunto con el Consejo para la Cultura y las Artes de Nuevo León (CONARTE), el cual presentará reseñas de todos los eventos que organice el Consejo para que el público tenga un mayor acercamiento con la cultura (Mendoza, 2006).

La televisión es cultural cuando se asume a sí misma como un lugar decisivo en la construcción de los imaginarios sociales y las identidades culturales, dándose entonces como proyecto específico contribuir en el ejercicio cotidiano de una cultura democrática, y en el reconocimiento de la multiculturalidad del país y del mundo (Martín-Barbero, Rey y Rincón, 2000).

## Metodología

En el presente trabajo se pretende conocer qué tipo de programación ha sido transmitida en el canal cultural desde su fundación, logrando identificar cuáles son las emisiones televisivas de carácter cultural, así como las clasificadas como entretenimiento, además de las de carácter informativo por la televisora cultural, determinando la programación propia juntamente con la producción externa.

Para conocer los convenios que la televisora ha establecido con otras cadenas nacionales e internacionales y cubrir la programación se realizó una entrevista a su director.

El tamaño de la muestra para el análisis de contenido, técnica utilizada, fue de dos semanas compuestas por año, el cual es un tamaño confiable (según Riffe, Aust y Lacy en Lozano, 1994), y el procedimiento de selección fue por intervalo para asegurar la mayor representatividad de todos los meses del año en la muestra y así observar la cartelera de la oferta televisiva.

Para obtener el intervalo (K) el total de la población (N), las 365 fechas de cada año, entre el número de fechas necesarias para la muestra (n), esto es 14 fechas, dando como resultado el intervalo  $K=26$ , lo que indicaba que serían seleccionadas las fechas correspondientes a cada intervalo hasta completar  $n=14$  de cada año.

Por lo anterior, las fechas correspondientes a cada intervalo en la lista y que constituyen la muestra de estudio fueron: 26 de enero, 21 de febrero, 19 de marzo, 14 de abril, 10 de mayo, 5 de junio, 1 de julio, 27 de julio, 22 de agosto, 17 de septiembre, 13 de octubre, 8 de noviembre, 4 y 30, de diciembre.

Productos culturales transmitidos desde su fundación 1982, haciendo un recuento hasta el año 2009, representando una alternativa en la audiencia en la región.

TV NL, con una frecuencia permitida al Gobierno del Estado, está conformada por un equipo de 350 profesionales de la comunicación, comenta su director, entre los cuales se cuentan, los coordinadores, administradores, técnicos, productores, en éstos se incluyen los que trabajan en el sistema radio Nuevo León que fue fusionado con el canal estatal recientemente, con el fin de ofrecer programación orientada a informar a la comunidad.

Como se señaló anteriormente el canal 28 inicia sus transmisiones a partir de 1982, por consiguiente se ubicarán los programas de acuerdo con el género.

Cuadro 1 Programas educativos y culturales transmitidos de 1982 -1990		
Telesecundaria	Desarrollo empresarial	Partidos políticos
Tv para adultos	Electricidad básica	Imágenes de nuestro mundo
Secundaria para adultos	Corte y confección	Programa médico
Temas de primaria de 1º a 5º grado	El hombre y el campo	Salud y energía
Aprendiendo juntos	Diviértete aprendiendo	El rostro de Nuevo León
Capacitación agropecuaria	Conacyt	Rincón del Universo
Educación sexual	Foro del consumidor	Nuestro jardín
Entre mujeres	Tiempo y arte	Naturaleza
Memorias de un pueblo	Puerta al universo	Punto de enlace "Mi Psiquiatra"
Cuida tu mundo	Gala de Ballet	

Fuente: Elaboración propia

De lo anterior se observa que existe un claro propósito del canal por la cultura y educación, al incentivar a través de la pantalla programas en donde se orienta específicamente la enseñanza para adultos, enfatizando en las clases de primaria y secundaria. Así también el cuidado del medio ambiente forma parte de la producción televisiva. De igual manera con *Magazine 28* se pretende llegar a los hogares con emisiones cuyo contenido se centra en la familia de una manera muy particular, ya que existe la preocupación de mejorar en cierta medida algunos inconvenientes surgidos en ésta. Se refleja además la intención de captar audiencias en otros ámbitos, como el campo, en donde las ofertas culturales se pueden considerar escasas, sirviendo éstas como instrumento de comunicación y desarrollo.

Cuadro 2 Programas de entretenimiento transmitidos de 1982-1990		
Candy Candy-	Magazine 28	Béisbol liga mexicana
La voz de mi tierra	El mundo de Juan pestañas	Expresión musical
Sally la princesa	Cari Cari con Betín	Caricaturas
Mister Magoo	Chispas norteñas	El Rey Arturo
Juan sin Miedo	La hora de Vianey	Concierto
Reino Salvaje	Rock'ola	Cantares del Norte a Sur
Cuentos de María Luisa	El cuerno de la abundancia	Teleaventuras
Los intrépidos	Diccionario infantil	Cuentos del espejo
Película de despedida	Sobremesa	Ritmo y talento
Cine del 28	La hora de los payasos	Concurando con betín
Concierto	Érase que se era	El Taller de los muñecos
Arriba Rayados	Baloncesto internacional	Nuestro fútbol

Fútbol Americano	Tablero deportivo	Ancho mundo del deporte
El mundo del fútbol	Lo mejor de béisbol	

Fuente: Elaboración propia

Se distingue, que a mediados de 1984 se registra un incremento en la oferta programática de entretenimiento como se evidenció en el cuadro anterior con 42 programas, 13 más si se compara con los de carácter educativo y cultural, registrados en el cuadro 1. Asimismo, la audiencia infantil se ve favorecida a través de los productos culturales ofrecidos por la televisión. Mientras que los deportivos cuyos contenidos son objeto de análisis y discusión, en ese sentido se hace notoria su transmisión con diversos nombres, haciendo una clasificación de los deportes.

Cuadro 3 Programas de corte informativo transmitidos de 1982-1990		
Acción y comunicación en la noticia	Noticiero este día	Noticiero de día
Noticiero Amanecer	Noticiero espacio 28	Noticiero última Hora
Acontecer Noticiero	Noticiero esta semana	Noticiero Punto final
Noticiero Dominical		

Fuente: Elaboración propia

Es indudable que existe una clara intención de cumplir con el deber de informar, esto se ve reflejado en el cuadro anterior, es decir, los noticieros cubren varios espacios durante el día en su oferta programática, ello con diversos nombres desde el inicio de la transmisión, así como al mediodía, de igual forma al cierre de sus emisiones televisivas. Lo anterior con la única finalidad de formar parte o de llegar a las familias nuevoleonenses y así constituir no competencia con el resto de las televisoras, sino una posible alternativa a estas.

En ese sentido la oferta programática de la televisión comercial representada en la región por Televisa y la televisión regional Estrellas de Oro, dilucidaban contenidos que estaban más enfocados al entretenimiento, compensando de cierta manera a un sector de la población, dejando de lado lo cultural, en estos últimos claros ejemplos se veían durante 1982-1990 programas como *Vamos juntos*, *La semilla de la vida*, *Aprendamos juntos*, *Ven conmigo*, *Fantástico animal*, de igual manera trascendían programas de la UANL (*Universidad Autónoma de Nuevo León*) y de la UR (*Universidad Regiomontana*), los últimos dos formarían parte posteriormente de la televisora analizada, mientras que el resto de la programación estaba encaminada al entretenimiento con producción propia y de carácter nacional, en la primera destáquese *Esta mañana*, *Codazos*, *Fútbol al día*, *El payaso Pipo*, *Buenas tardes con Mayita*, *Momento económico*, *Club infantil*, *Un día en la vida de*, *La Fiesta de los Vips*, *Mira qué Bonito*, *Foro*, *Tiempo de niños*, *Ayuda* y otros más, entre tanto las telenovelas, *el Chapulín colorado*, *El mundo del espectáculo*, *La carabina de Ambrosio*, entre otros, figuraban dentro de la segunda, asimismo en este rubro sobresalen un número considerable de series de origen extranjero como *Kojak*, *La Tribu Brady*, *el Show de Lucy*, *Smith and Jones*, *Ángeles de Charlie*, *La isla de la Fantasía*, *Auto Fantástico*, *Hechizada*, *Mágnam*, por citar algunos. Se puede concluir que la televisión comercial sólo se enfocó en el entretenimiento, transmitiendo solamente siete programas culturales durante los años analizados. Por lo que la televisión pública tiene que competir en el mercado para atraer la mayor audiencia posible a fin de establecer el desarrollo de valores y la dignidad humana.

Siguiendo con el análisis de las emisiones televisivas, la programación de los productos culturales, durante el siguiente período, van encauzados como se estableció desde el inicio del canal a satisfacer a diversas audiencias.

Cuadro 4 Programas educativos y culturales transmitidos de 1991-2001		
Cuida tu mundo	Puerta al universo	National Geographic
Diviértete aprendiendo	Vida en familia	Imaginate
Naturaleza	Universidades	Ventanilla desde Europa
TV UNAM	Temas de Educación básica	UANL

Páginas de la Historia	Reporte Medicinal	El cuerpo Humano
Expedición al mundo animal	ITESEM	UDEM
A mitad del siglo XX	UR	Escuela para padres
Los que hacen nuestro cine	Museos del mundo	Hoy en la Cultura
Noticias Universitarias	Esperando al Bebé	Emprendedores
Taller abierto Noti Cultural	Convivir	

Fuente: Elaboración propia

Se sigue manifestando el mismo interés por la cultura y la educación al reflejar 29 programas en comparación de los transmitidos en los años de 1982-1990 con 30 de ellos. Posteriormente se mostraron ciertas variantes en sus transmisiones como se reflejó en el cuadro anterior, empezando con el noticiero *Imaginarte* de carácter cultural, que es ejemplo de lo más trascendente en el ámbito artístico e intelectual acontecido en la ciudad y el país, representado algo así como el sello distintivo del canal y que hoy en día se confirma que predomina dentro de la programación, además de una serie de emisiones cuyos contenidos temáticos estaban enfocados a la educación, sobresaliendo la presencia Universitaria de la localidad, en el ámbito público con la *Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL)* y en el espacio privado con la *Universidad Regiomontana (UR)* y la *Universidad de Monterrey (UDEM)*, además del *Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESEM)*. Así también prevalece el objetivo familia, es decir, procurar que los contenidos vayan en dirección a ofrecer soluciones desde la experiencia y conocimiento de los especialistas que convocan al programa. Es conveniente precisar que se encontraron emisiones enfocados al servicio social como es el de *Convivir*.

Se consigue sintetizar que entre la producción externa del cuadro anterior figuran los convenios establecidos con la BBC de Londres (*El cuerpo humano*, *Ventanilla desde Europa*), con Deutsche Welle (*Museos del mundo*), Canal 11 (*National Geographic*, *Páginas de la historia*), con Edusat (*Los que hacen nuestro cine*), logrando de esta manera conformar una producción cultural. Por otro lado existe una oferta televisiva que va encaminada a satisfacer otro segmento de la población, el del entretenimiento, en este sentido se ofrecieron una serie de programas como se registran en seguida.

Cuadro 5 Programas de entretenimiento transmitidos de 1991-2001		
Música Q I	Nuestro Fútbol	Caricaturas de Alf
El Taller de los muñecos	Baloncesto Profesional NBA	Caja de juguetes
Pequeños intrépidos	Arriba Rayados	Dibujos animados
Magazine	Lucha Libre	Contraste Musical
Metrópolis Deportiva	Jugando con Romell	Ventana de colores
Esto es Béisbol	Un canto al deporte	Grandes miniseries
Metrópolis Deportiva	A cantar y cantar	Contraste Musical
Impulso (aerobics)	Mundial 94	Futborama
Galería del Gourmet	Béisbol Liga mexicana	Música Tacos y rebane
Chispas norteñas	La fiesta de los Vips	Un canto al deporte
Palco deportivo	Turisteando	En boga
De Frente	Nuestro Futbol	Ayer y Hoy
Vida en familia	Programa infantil	Imágenes

Fuente: Elaboración propia

En el decenio analizado destaca en la cartelera un número significativo de programas deportivos con nombres y deportes diversos, dado el interés acrecentado de la población en relación con éstos. Sin embargo, la oferta no es discriminatoria, puesto que otros segmentos de la comunidad regiomontana resultan complacidos con aquellos contenidos que van dirigidos a diversas edades, entre ellos los llamados *revista* en donde la moda y belleza son el contenido principal como *En Boga*, los musicales, variedades, de cocina, particularmente todos centrados alrededor de todo tipo de audiencia, buscando llegar a las familias nuevoleonenses.

Sólo cuatro programas de entretenimiento son de producción externa, del canal 11 (*caricaturas de alf, dibujos animados, grandes miniserries*), además de *Baloncesto profesional NBA*, de origen estadounidense.

El cuadro siguiente muestra que durante el término referido, sus emisiones noticiosas fueron pieza primordial y de gran interés en informar a la comunidad nuevoleonense sobre las noticias que se suscitan. Figura *Clave 20* primer programa policíaco en México, cuya justificación es de carácter preventivo, además de concienciar a la población sobre el tema.

Cuadro 6 Programas de corte informativo de 1991-2001		
Noticiero espacio 28	Noticiero Esta Tarde	Clave 20
Noticias 28	Noticiero por la mañana	Noticiero Nocturno
Noticias primera edición	Tv Noticias emisión nocturna	Teve Noticias última edición

Fuente: Elaboración propia

Por otra parte durante la década analizada respecto a la programación del caso que nos ocupa, en la televisión comercial representada por *Televisa Monterrey, Tv Azteca Noreste y Multimedia Televisión*, se evidencia en su mayoría, cierta uniformidad en los contenidos programáticos, por un lado los noticieros, en donde además de los horarios de transmisión, sobresale la característica de señalar la nota “roja” como parte medular, así también las noticias son parecidas, en todos los canales, la singularidad entre uno y otro radica en el estilo personal del conductor, siguiendo con el aspecto deportivo, el estado del tiempo, además de predominar sus patrocinadores, es decir la publicidad que se transmite y que sin el “apoyo” de ésta no permanecerían al aire con un número considerable de horas –cuatro horas aproximadamente– (Carmona, 2007).

En ese sentido se citan *Buenos Días, Muchas noticias, Noticias regionales, Notioro 12, Notioro AW, Primeras noticias, Telediario, Info siete, Imagen del mundo, El noticiero*.

En ese mismo rubro los programas de revista como *Estilo, Mujeres, Con Clase, Mujeres al día, Con M de mujer, A la vanguardia*, de singular contenido cuya audiencia son, principalmente, las amas de casa, en donde les brindan una serie de opciones, las mismas que se traducen en ventas, en donde se ofertan, desde médicos especialistas, toda clase de productos, destacando las manualidades, además los programas de recetas de cocina como *Cocina con Teresita, Las Delicias de Lulú*. Así también predominan los programas y series grabadas en el extranjero, telenovelas y algunos enfocados al entretenimiento enfatizando la baja comicidad y los musicales de corte grupero, entre ellos, *Capital grupera, Más ritmo, Las 10 de teleritmo, Rancho grande, Miscelánea grupera*, como oferta programática. Con relación a las emisiones televisivas culturales, sólo *Proyección universitaria, Nuestro campo, Meridiano X, Hablando derecho, El torneo del saber*.

Un cambio significativo de la televisión comercial de la entidad fue la introducción en 1998 de los programas pagados, los denominados “infomerciales” con duración de treinta minutos o más, cuya característica estriba en realizar la publicidad de manera exclusiva de un sólo producto. Una forma fácil para llenar huecos en el espacio programático, representando además una productiva ganancia económica.

Ante una programación en donde el principal objetivo de las empresas mediáticas comerciales radica en contenidos traducidos en entretener, como se reflejó en el análisis, arrojando exclusivamente cinco programas culturales, Canal 28, TV NL representa una alternativa más en la población nuevoleonense.

Por lo tanto el reto de la televisión pública sigue siendo mejorar la calidad de contenidos, asumiendo así los elementos necesarios para competir con la televisión abierta comercial.

Otro aspecto característico de la oferta programática de TV NL, se da a partir del año 2000, es el sello que imponen al transmitir la producción local a otros estados de la República Mexicana, pues existen convenios con los gobiernos de Chiapas, Campeche, Morelos. Asimismo, atraviesa su mejor época, al producir para cadenas televisoras internacionales como la FOX y Sport TV, canales de la televisión que se transmite por cable, esto representa un forma de financiación, pues la inversión realizada puede recuperarse y reinvertirse en beneficio del canal y al mismo tiempo a través de esas producciones promueven el estado a nivel internacional en países de Centroamérica y Sudamérica.

En el rubro del financiamiento en México los permisionarios dependen de las partidas presupuestales gubernamentales, es decir reciben apoyos económicos del gobierno estatal en turno, en este marco de referencia cabe mencionar que la televisión pública de Europa es sustancialmente distinta, uno de los rasgos característico de la BBC es que su financiamiento, de los servicios locales –radio y televisión– se realiza a través del canon, que es uno de los principales recursos económicos. Consiste en un impuesto directo que pagan los propietarios de televisores. Teniendo que recurrir, a veces, a la venta de libros, videos y otros

productos relacionados con sus programas. En la misma situación se encuentra Francia con la implementación del nuevo sistema, la TV pública francesa que será financiada a partir de impuestos especiales a la telefonía móvil, internet y las cadenas privadas. En España se impuso también un canon digital; Italia vive un debate similar, exigen a los políticos la supresión del decreto que obliga a pagar un impuesto no sólo por poseer una televisión, sino también por contar con un ordenador, un decodificador digital, un móvil u otros aparatos que permitan recibir la señal de la RAI, la cadena pública italiana, con el firme propósito de subvencionar a la televisión pública RAI. En Alemania y España la televisión pública tiene grandes audiencias, es en esos países en donde las emisoras privadas no acuerdan que las cadenas públicas vendan publicidad.

Siguiendo a Fuenzaldía (2007) quien hace un resumen de la televisión pública en América Latina señala en torno al financiamiento: En Bolivia, Canal 7 de TV, su financiamiento es mixto, se le asigna publicidad y recursos fiscales. En Perú Televisión Nacional su patrocinio es a través de la asignación de fondos y cierta cantidad de publicidad y promociones que son insuficientes. La venezolana Tele SUR opera con financiación pública, fue impulsada por su presidente Chávez, junto con el apoyo de los gobiernos de Argentina, Brasil, Cuba, Uruguay. En el 2006 se sumaría Bolivia y posteriormente Nicaragua y Ecuador en el 2007.

En tanto en TV Nuevo León, las emisiones televisivas se transmiten desde las 7:00 de la mañana hasta las 12:00 de la noche, durante los 365 días del año llevan a la comunidad, programas culturales, de medicina, historia, arte, cultura, vida, ciencia y tecnología; cubriendo ese tipo de programas con producción propia o externa, como anteriormente se mencionó se beneficia con convenios de otras televisoras, como la BBC de Londres, lo mismo con Deutsche Welle de Alemania; además del canal 11 del Instituto Politécnico Nacional y del 22 de CONACULTA también reciben apoyo de Televisa Monterrey.

Es de importancia señalar que durante el año 2001 la producción bajó de un 70 a un 40% con la finalidad de realizar programas de mayor calidad, así lo manifestó su director el Maestro Alzugaray, y esto se ve reflejado en el análisis de los cuadros siguientes, por otra parte la televisora sigue transformándose y algo que no puede pasar inadvertido es su logotipo, que fue cambiado adoptando el mapa del Estado de Nuevo León con 51 puntos que representan a cada uno de los municipios que conforman la entidad.

El canal televisivo presenta su Visión, Misión y Valores, como toda empresa consolidada. Entre los logros de su administración durante el nuevo milenio pueden señalarse la transmisión de programas de TV Nuevo León en algunos de los 23 sistemas que conforman la Red Nacional de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales A. C. de corte social y cultural.

Otro de los objetivos que se plantearon durante el 2001 es llevar la señal de TV Nuevo León a 15 municipios más del estado, sumando así 26 municipios con señal abierta de esta televisora, por lo que llegó al 95% de la población de Nuevo León.

En el período 2000–2003, la señal de TV Nuevo León, logró ampliar su cobertura al entrar Vía Satélite con transmisiones propias a 30 municipios más del Estado, que sumados al área metropolitana y su zona conurbana, cubre el 98% de la población del Estado de Nuevo León. Sin embargo para la televisión pública su propósito de llevar la cultura y entretenimiento a la entidad se ve consolidado cuando con el apoyo del Gobierno del Estado, logra concretar su proyecto de transmisión en el 2007, convirtiéndose en el único medio de comunicación local que cubre con su transmisión, el 100% de su territorio.

Continuando con la descripción de los programas transmitidos en la televisora pública dentro de los siguientes siete años, que comprenden de 2002 al 2009, en donde se procuran una serie de situaciones que favorecen al canal 28 una de ellas se manifiesta que, con el interés de mantener una vía de comunicación e información con nuestros connacionales, en agosto de 2005, la presente administración, firmó un convenio de colaboración con MEXICANAL, que permite hacer llegar la señal de TV Nuevo León, a más de un millón de hogares en la Unión Americana y Canadá a través de DirecTV, con producciones de calidad y alto impacto social.

Cuadro 7		
Programas culturales y educativos transmitidos de 2002 al 2009		
Reportajes de Alvarado	Vida Plena	Leyendas de Nuevo León
México Nuevo Siglo	El nuevo rincón del sabor	Mujeralia
Oficios Tradicionales	Revista del Consumidor	Los Océanos del hombre
Escenarios de las culturas del mundo	El placer de pintar	Líderes
Meridiano X	Relatos de la vida salvaje	Conarte TV
Salud interior	La ruta maya	Las Plantas
Documentales Forum	Portugal Presenta	Aventuras Arqueológicas

Turisteando por Nuevo León	Imaginate	De Frente
Rutas de solidaridad	Teknópolis	Prisma
Viájame	Mirada Mágica	Naturaleza C 22

Fuente: Elaboración propia

Analizando lo anterior en efecto la producción disminuyó, destacándose un número inferior a los programas transmitidos que fueron identificados en los años anteriores, dado que se buscaba más calidad que cantidad, sin embargo con la producción externa, se insiste en proyectar aquellos que reflejen el interés en la cultura y educación. En ese sentido se ubican *Rutas de solidaridad*, *Teknópolis*, *Prisma*, *Viájame*, *Mirada mágica* y *Naturaleza C 22*, *Los Océanos del Hombre del Canal Vasco* de la Televisora Española. De igual manera a través del convenio con canal 11, programas como *El nuevo rincón del sabor*, *El placer de pintar*, *Relatos de la vida salvaje*, *La ruta maya*, además de *Las plantas* y *Aventuras arqueológicas* de Alemania, complementan las emisiones televisivas culturales, distinguiéndose *Líderes* y *Reportajes de Alvarado* de Televisa Monterrey. Asimismo acentuar la participación de la televisora en el Forum de las Culturas que durante el 2007 se llevó a cabo en Monterrey Nuevo León, enfatizando cada evento programado por los organizadores.

La programación expresada en el cuadro 7 refleja que lo mismo protege los derechos de los consumidores así como intereses muy particulares de las mujeres, a través del contenido de *Mujeralia*, con participación del Instituto Estatal de las Mujeres, *Vida plena*, dirigido a los adultos mayores. Así también dan a conocer los lugares turísticos representativos de la entidad, en donde muestran su cultura, sus costumbres y relatos de sus pobladores a través de *Reportajes de Alvarado*, programa de más antigüedad de la emisora regiomontana.

Mientras que las emisiones cuyos contenidos expresan momentos de entretenimiento se reducen, como se puede apreciar en el cuadro 8. Sin embargo, se puede destacar que la mayor parte de la programación es de producción propia.

Cuadro 8 Programas de entretenimiento de 2002-2009		
Al Día Tu Casa	La Machaca	El Patio de Tolocho y Lochito
El Diván de Valentina	Soccer Kids	Tierra Grupera
La Licuadora	Alegrísimo	Museo del Rock
Esto es béisbol	Mundo de los torquatos	Crazy stars
Loka diversión	Vaya semanita	Todos a ganar

Fuente: Elaboración propia

En los clasificados como entretenimiento los resultados muestran programas como *Alegrísimo* que surge como una nueva alternativa infantil de entretenimiento y aprendizaje artístico, pretendiendo mantenerse lejos del aburrimiento y la solemnidad coproducido por la televisora y la Escuela Superior de Música y Danza de Monterrey, el contenido se basa en disciplinas de danza, se ofrecen clases de música, notas y ritmos, con el interés de captar o despertar el interés de los jóvenes y niños en el arte y la cultura. *Tierra Grupera*, que contempla la música denominada de género grupero, que predomina en el gusto del público. Otros de corte musical como *Museo del Rock* y *La Licuadora*, dirigidos a satisfacer diferentes audiencias, todos producidos por el canal. Sin embargo es conveniente precisar que dado los convenios establecidos con cadenas televisivas, *Vaya semanita* es producción externa del Canal Vasco.

Así también durante los últimos años analizados es de suma importancia destacar el tiempo asignado a los partidos políticos, cumpliendo del tal forma una disposición legal en materia electoral, además de proporcionar un espacio en donde cada uno de ellos asume la postura de dar a conocer su plataforma política.

Los espacios informativos se registran en horarios diversos, como se muestran en el cuadro siguiente y que hoy en día siguen en el interés del público, brindando información veraz, imparcial y equilibrada sobre hechos noticiosos.

Cuadro 9 Programas de corte informativo de 2002-2009	
Punto de partida	Informativo Nuevo León nocturno

Fuente: Elaboración propia

Haciendo un recuento en la televisión comercial, durante los años citados en el cuadro anterior, se consideran sólo cuatro programas culturales entre ellos, *Proyección Universitaria, Taller Abierto, Líderes y Reportajes de Alvarado*, los dos últimos también transmitidos por la televisión pública. Predominan en la oferta programática los de entretenimiento entre los que se pueden enumerar: *El Club, Volumen 2, Las noches del fútbol, Tv Kids, Ellas con las estrellas, Voces VIP, Viva la Vida, Gente Regia, Acábatelo*, por mencionar algunos. Prevalecen los *noticieros*, además de las *emisiones futbolísticas*.

Por otra parte, La Red agrupa a 51 sistemas públicos de radio y televisión del país, entre los que se destacan Canal 22, Canal 11, TV UNAM, Radio UNAM, Radio Educación, el Instituto Mexicano de la Radio –con 17 emisoras–, el Canal de Televisión del Congreso de la Unión, 29 sistemas estatales y radiodifusoras de diversas universidades públicas y privadas, como Radio Ibero, de la Universidad Iberoamericana, incluidas las del estado de Nuevo León y Hermosillo, Sonora (Toussaint, 2007).

Así también como lo señala Toussaint, a partir del año 2000 se abrió una posibilidad inédita en el país: contar con señales televisivas culturales que solamente circulan por medios de paga como el cable y el satélite: El Canal del Congreso, el Canal judicial, Aprende TV y TVUNAM, el canal de los universitarios, por lo anterior se establece que desde 1985 a la fecha, la televisión se ha diversificado.

Considerando que la televisión privada nace y se consolida como un modelo de utilidad comercial y expansión monopólica de los poderosos sectores económicos del país, es decir la televisión concesionada, cuya fuente de financiamiento es la publicidad y su función por excelencia es la de entretener y divertir y, con ello, minimizar su labor en beneficio de la población mexicana.

En este sentido señala Sánchez de Armas (2008), en el país sobresalen las estaciones concesionarias (91%) sobre las permisionarias (9%) ello nos da idea del poderío que ejerce el aspecto comercial de la radiodifusión sabedores que la televisión es más evidente sobre lo que podríamos llamar *los fines culturales*.

Por otra parte en el marco de la celebración de los veinticinco años de existencia el gobernador del estado destacó que:

“la radio y la televisión han jugado un rol protagónico en la formación de los pueblos, en su plenitud de afán existenciales para conocer, para estar informado de lo que sucede cotidianamente en su comunidad local, en su comunidad regional, en su comunidad nacional o en el ámbito internacional, para disfrutar de muchas cosas de la vida y de la creatividad del hombre, para recrearse y para avanzar también en su desarrollo intelectual, en su conocimiento personal”. Añadió el funcionario finalmente que “En Nuevo León los medios públicos conviven en armonía total con los diferentes medios concesionados; la radio y la televisión pública buscan una programación complementaria a la que se ofrece y no suplementaria a la que se transmite” (Diario de México, 26 de octubre, 2007).

Por otra parte Alzugaray Arregui actual director de TV Nuevo León indicó que la radio y la televisión pública en Nuevo León llevan más de 25 años contribuyendo a la satisfacción de necesidades de educación, cultura, salud, democracia, arte, conocimiento científico, derechos, valores, diversidad cultural e identidad cultural, además de informar y entretener.

Según los indicadores que nosotros tenemos señaló, “nos hemos percatado que los mayores niveles de *rating* los tenemos en las emisiones de los programas culturales, tanto de los nuestros como los que tenemos por contacto de las otras cadenas de televisión”.

Se tiene la percepción de que la cultura nadie la ve, pero eso es erróneo, lo que pasa es que nadie comenta al otro día sobre lo que pasó en algún programa cultural”, explicó Iñaki Alzugaray, en el marco de la celebración.

## Conclusiones

A través de los años, Canal 28 TV Nuevo León siguió con la firme convicción de ser un modelo de televisión pública de carácter alternativo e interés regional, con vocación cultural y social preponderantes. En ese sentido la televisión local puede llegar a reafirmar la identidad de los pueblos con mayor precisión. Por otro lado es posible exigir a los medios públicos modelos de información que cumplan con la función social, además de considerar a la audiencia como su principal objetivo.

Es urgente documentar la riqueza espiritual de las comunidades y sus lenguas de origen, las culturas y las historias locales con sus subyugantes particularidades, los problemas de la educación para la salud colectiva, los derechos humanos y los deberes cívicos. Nada de eso le importa a la televisión mercantil. Esa es, precisamente, la tarea de los medios públicos (Caballero, 2007).

Particularmente uno de los objetivos fijados por la televisora cultural al transcurrir el tiempo de alguna manera, se concretó a través del apoyo económico del Gobierno estatal, logrando transmitir en el 2007 en todos los municipios del Estado de Nuevo León.

Por otra parte la internacionalización del caso que nos ocupa logró con el apoyo gubernamental firmar un convenio de colaboración con MEXICANAL, permitiéndole llegar a familias en la Unión Americana y Canadá, a través de DirecTV.

Sin embargo los medios públicos se encuentran en desventaja, tanto como medios de Estado o medios universitarios, por lo que se deberían de formar patronatos, integrados por representantes de la sociedad, asegurando independencia de los gobiernos y funcionarios públicos, donde surjan políticas encaminadas a la producción de programas que incentiven la cultura y la educación en bien de la comunidad.

Amézquita y Di-Bella (2007) establecen que siguiendo el manual de mejores prácticas de radio y televisión de servicio público y de acuerdo con expertos y participantes convocados por la UNESCO han consensuado que la televisión de servicio público deberá cumplir con siete acciones fundamentales: 1) atención a las capas desprotegidas de la sociedad, 2) estímulo al desarrollo de la industria audiovisual, 3) apoyo a la educación y la formación, 4) estímulo para la consolidación y la extensión de la democracia, 5) canalización del sistema cultural, 6) una programación distinta en singularidad y originalidad, y 7) cooperación internacional e integración región.

Asimismo es necesario contar con un marco normativo apropiado que dé certidumbre a los medios públicos del país, y la necesidad de establecer los mecanismos para poder afrontar los retos económicos que significa transitar a la tecnología digital, además en donde se les permita comercializar más espacios para su financiación.

Por otro lado existen propuestas y proyectos de trabajo de Elia Sánchez González, presidenta de la Red, entre los que se mencionan: estimular la producción regional de radio y televisión; crear una radio virtual de La Red; crear un área de capacitación y profesionalización para el personal de los diversos sistemas; fortalecer el área de asesoría legal y técnica especializada; celebrar convenios con instancias afines a La Red y gestionar recursos económicos (Almanza, 2007).

Finalmente existe un interés primordial de la televisora en difundir y alentar específicamente el talento y la sensibilidad de los creadores y promotores locales, dado que en la clasificación de las emisiones televisivas se confirmó que tanto en los programas de carácter cultural y educativo, así como los de entretenimiento, fueron cubiertos por valores regiomontanos, en relación con la programación propia, por una parte, sin embargo no olvidando los acuerdos establecidos con las televisoras públicas nacionales, además de las europeas ya mencionadas, complementando en ese sentido su oferta programática. De esta manera ha logrado captar la atención de un segmento significativo de audiencias, centrándose, como una alternativa en la pantalla casera.

Asimismo ante una programación en donde el principal objetivo de las empresas mediáticas comerciales radica en contenidos que se reducen al entretenimiento ofreciendo productos culturales light, además de los noticieros con emisiones en diversos horarios, con una escasez de programas culturales como se constató en la investigación, Canal 28, TV NL representa una alternativa más en la población nuevoleonesa.

## Bibliografía

Alonso, Guadalupe. (2005), Giovanni Sartori: La Tv Cultural Universitaria, una apuesta por las ideas, recuperado el 14 de abril de 2008, de <http://www.jornada.unam.mx/2005>

Almanza, Daniel. (2007), Tlaxcalteca dirigirá Red Nacional de Medios Públicos, recuperado el 24 de marzo de 2008 de <http://www.agromexico.comultimas/tlaxcala>

Alzugaray, Iñaki. (2003), Perspectiva de la radio y televisión públicas, en revista Etcétera, febrero 2003

Amézquita, Irma y Julio Di-Bella. "Medios de Bien Común" en Revista Mexicana de Comunicación, Num. 106, agosto/septiembre, 2007, 27-29 pp.

Caballero, Virgilio, "Culto a la noticia", en *Revista Mexicana de Comunicación*, Num. 106, agosto / septiembre, 2007, 30 - 32 pp.

Carmona G., M. S., (2007), Reconfiguración estratégica de las industrias culturales (prensa, radio y televisión) ante los cambios del entorno socioeconómico 1991-2001. En Hinojosa, L. Estudios de cultura, comunicación y tecnologías de información, volumen 1, UANL, Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Fuenzaldía, Valerio, (2007). Situación de la TV Pública en América Latina, en Diálogos de Comunicación, Edición núm. 53 en <http://www.dialogosfelafacs.net/articulos/med53>. recuperado el 20 de febrero de 2009.

La TV Públicas: Un debate urgente, celebrado en México en julio de 2008.

Toussaint, Florence. (2007). La televisión Cultural Mexicana, recuperado el 2 de mayo de 2008 de <http://flowtv.org>.

Toussaint, Florence. (2007), Televisión: propuestas para medios públicos, en revista Proceso, Num.1613, 30 de septiembre, pág. 68

Mendoza, G. (2006). Si es posible la televisión cultural: Ianqui Alzugaray recuperado el 15 de marzo de 2008 de <http://elporvenir.com.mx>

Martín-Barbero, Rey G. y O., Rincón. Televisión Pública, cultural de calidad. Recuperado el 17 de marzo de 2008, de <http://www.comunicaciónymedios.televisión/textos>

Martín-Barbero, J. (2001). La globalización en clave cultural: una mirada latinoamericana, recuperado el 17 de marzo de 2008 en <http://en.ugam.ca/nobel/gricis/actes/bogues/Barbero.pdf>.

Sánchez de Armas, M. (2008) Radio y Televisión Públicas. Recuperado el 3 de marzo de 2009 de <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx>

## MARÍA SANJUANA CARMONA GALINDO

Doctora en Comunicación Social por la Universidad de la Habana, Cuba. Con Maestría en Ciencias de la Comunicación por la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Licenciada en Derecho por la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la UANL. Maestra de Tiempo Completo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y Tutora de la misma institución educativa. Con perfil PROMEP, actualmente forma parte del Cuerpo Académico *Estudios de Cultura, Comunicación y Tecnologías de Información*.