



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

---

Escuela Nacional de Estudios Profesionales

**"ARAGON"**

TELEVISION RURAL Y  
SOCIALIZACION POLITICA  
EN MEXICO

TESIS

Que para obtener el Título de

LICENCIADO EN PERIODISMO Y COMUNICACION COLECTIVA

PRESENTA

**JORGE HERNANDEZ ORDAZ**

MEXICO, D. F.

MARZO 1982



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

I N D I C E

PAGINA

INTRODUCCION	.....	2
CAPITULO I.	SOCIALIZACION POLITICA Y MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA .....	10
1.1.	El Discurso Socializador que Vehiculi- zan los Medios de Comunicación Masiva	16
1.2.	La Televisión como Instrumento de - - Socialización Política .....	20
1.3.	Hipótesis .....	24
CAPITULO II.	LA INTERVENCION DEL ESTADO EN TELEVI- SION .....	25
2.1.	El Régimen de Concesiones .....	26
2.2.	Los Proyectos del Estado como Emisor.	34
CAPITULO III.	LA RED DE TELEVISION RURAL DE MEXICO.	43
3.1.	"TCM" Televisión Cultural de México.	45
3.2.	"TRM" Televisión Rural de México ....	53
CAPITULO IV.	EL PROCESO DE SOCIALIZACION POLITICA A TRAVES DE TRM .....	66
4.1.	Metodología .....	75
4.2.	Definición de Categorías, Variables - y Caracteres .....	84
4.3.	El Discurso Socializador del Estado Consideraciones .....	89
4.4.	Comprobación de Hipótesis.....	118

CONCLUSIONES .....	122
BIBLIOGRAFIA.	
HEMEROGRAFIA.	

## INTRODUCCION

"...Tomaremos con más seriedad el esfuerzo permanente que hacen los ideólogos y todos los aparatos comprometidos en la reproducción de los mensajes conformados, si consideramos que el orden social no está amenazado sólo por conflictos abiertos sino, a diario, por formas de oposición en gestación - donde la coyuntura pone en peligro, de manera permanente, a la reproducción social de las jerarquías impuestas." Pierre Ansart: "Sociología del Discurso Político. Sociología de los Conflictos".

En la medida en que los países subdesarrollados tienen por objetivo la "modernización", entendida ésta como la posibilidad de lograr la industrialización y el desarrollo de tipo capitalista; los medios de comunicación masiva adquieren una importancia tal, que no pueden ser soslayados para ese efecto. De tal suerte que, los estudios sobre la relación entre medios masivos de comunicación y la modernización en estos países, se ocupan principalmente del papel de los medios en distintos aspectos del proceso de socialización política, como el desarrollo de la identidad nacional, la legitimación de un gobierno nacional y el consenso de prácticas específicas, que impulsen los gobiernos nacionales para la sustentación del desarrollo económico.

Para conocer cómo se lleva a cabo el proceso de socialización política en nuestro país, es necesario ubicar el carácter que presenta el sistema político que nos rige. Para lo cual hemos de señalar, como punto de partida, que el sistema de producción que prevalece actualmente en México es el que Aguilar Monteverde ha llamado "capitalismo del subdesarrollo", (1)

- (1) "La autonomía política no fue condición suficiente para convertir en desarrollados a nuestros países porque estos no alcanzaron nunca una independencia plena, esto es estructural (económica, tecnológica, científica, militar y aún política)". Carmona Fernando; "La Situación Económica", El Milagro Mexicano; Ed. Nuestro Tiempo, P.54

el cual no es sino la versión contrahecha del mismo modo de producción metropolitana que se apoya en la propiedad privada de los principales medios de producción, explotación del trabajo asalariado, producción para el mercado, etcétera.

Sin embargo, a pesar de ello consideramos la idea de que es posible la industrialización y el desarrollo de tipo capitalista dentro de los límites de una sociedad dependiente.

Esta proposición es aplicable a los países que tienen una dinámica industrialista, no por ello menos dependiente, y por tanto, puede ser aplicable al caso de México, lo -- que significa, que la dependencia no excluye el desarrollo. Considerando esto, puede decirse que el crecimiento de la economía mexicana ha generado importantes cambios dentro de la estructura de la sociedad; que al mismo tiempo ha promovido la emergencia y la agudización de contradicciones sociales no es menos cierto; sin embargo, el desarrollo capitalista en general y el dependiente en particular, se asocian con ellos. Con lo anterior queremos aclarar que el capitalismo en cualquiera de sus formas es expansivo y a la vez contradictorio. Y lo hacemos para no pensar que en los países dependientes la dinámica desarrollista proviene del exterior solamente, tenemos que considerar los vínculos que existen entre la burguesía foránea y el Estado, como también en una redefinición de la burguesía nacional en el momento que se asocia con el capital proveniente del exterior, que para el caso mexicano es muy clara a partir de la década de los cincuentas. Conforman una alianza para defender sus intereses de clase que podrían reducirse a garantizar una tasa de acumulación sostenida y creciente. Para ello es necesario utilizar el aparato de Estado,

el cual debe legitimar precisamente el propósito de la -  
alianza.

Por tal razón la estructura política de domina  
ción se torna fundamental para entender la dinámica desa  
rrollista dependiente. Reconocimiento que este tipo de  
desarrollo es el origen de las contradicciones que se ge  
neran al interior de nuestra sociedad, el desarrollo --  
exige medidas políticas autoritarias precisamente para  
garantizar su dinámica y el proceso de acumulación por --  
parte de la clase que posee el capital.

Esto nos lleva a afirmar hipotéticamente que -  
México tiene una estructura política estable, explicable  
en términos de que existen mecanismos de control políti-  
co. En esa medida, situamos al sistema político mexi  
cano entre los sistemas autoritarios. Pero, ¿Es sufi-  
ciente el control político para la estabilidad del siste  
ma ?.

Rafael Segovia nos responde: "un sistema po-  
lítico sólo perdura si logra mantener una identidad en-  
tre sus metas y estructuras por un lado y los procesos -  
socializadores por el otro. La ausencia de conflictos  
insolubles entre instituciones y metas políticas origina  
la legitimidad. Un problema esencial resulta, pues, --  
averiguar cómo se crea la legitimidad. Ningún régimen  
ni sistema tiene una legitimidad original y sólo en la  
medida en que los procesos socializadores controlados o  
creados por el Estado van imponiéndose va apareciendo la  
legitimidad . No es necesaria la uniformidad, ni la  
igualdad absoluta de los comportamientos, ni la homogenei-

dad de los sistemas de creencias; los distintos grupos sociales pueden tener visiones diferentes y comportamientos también diferentes frente al sistema político sin enfrentarse por ello a sus pautas de autoridad. Dicho de otra manera, las subculturas políticas pueden existir dentro de una cultura política nacional, que las engloba y articula.

- Y agrega - No hay Estado que, de una u otra manera, no limite la libertad de sus ciudadanos, aunque sea de manera constitucional, y con ello lograr su supervivencia y el mantenimiento del equilibrio de los factores políticos. Se impone, pues, un conjunto de normas que en ningún caso pueden ser transgredidas sin enfrentarse a la sanción. Los elementos coercitivos tendrían un valor muy aleatorio de no estar apoyados en una socialización permanente de todos los sometidos a un Estado determinado. La aceptación voluntaria de los límites, la interiorización de las normas no es sino el resultado de un proceso de aprendizaje político llamado socialización". (2)

De lo anterior se desprende que la "legitimidad" es la calidad que presenta un gobierno de estar identificado con la idea del poder que tiene el pueblo, y presenta, en consecuencia, un contenido subjetivo: es la creencia comunitaria de que el poder vale la pena ser obedecido y que debe proporcionarsele un apoyo voluntario. Ello se logra en la medida en que se impongan los procesos de socialización, es decir, los procesos de adquisición de normas y valores dominantes en una sociedad; y mantener así, el equilibrio de los factores políticos.

(2) Segovia, Rafael; La Politización del Niño Mexicano; El Colegio de México, P-p2-3.



Por lo tanto, en la medida en que "el desarrollo de la identidad nacional, la legitimación de un gobierno nacional y el consenso de las prácticas específicas de éste" son aspectos fundamentales del aprendizaje político en los países en desarrollo, los medios masivos de comunicación son también un instrumento de adaptación al medio. Son para decirlo en palabras comunes, efectivos instrumentos de socialización.

Es por ello que el Estado, se erige, como la autoridad reconocida, en la medida que introduce el mensaje socializador como un agente de facilitación de la vida social. De ahí la relevancia que adquiere para éste, contar con sus propios medios de comunicación de masas.

Con lo anterior queremos sustentar que la adhesión a una misma autoridad política elimina los riesgos de enfrentamiento, por eso estamos de acuerdo con Pierre Ansart, cuando afirma que "los constantes esfuerzos de los aparatos por inculcar sus mensajes, se aclaran por sus objetivos: asegurar el consenso (porque no está asegurado) y convencer a las clases dominadas de la excelencia de los objetivos comunes (porque corren el riesgo de dudar). En las situaciones históricas, el esfuerzo por renovar el 'stock' de los mensajes conformados ha respondido cronológicamente a un conflicto visible y las autoridades se han encargado, después de utilizar la violencia de recordar las razones justas para la obediencia". (3)

(3) Ansart, Pierre; "Sociología del Discurso Político. Sociología de los Conflictos". Tomado de El Discurso Político. Mario Monteforte. (Coordinador), UNAM. P.12

Es por ello que el presente trabajo intenta tratar, en consecuencia, un aspecto particular de los Medios de comunicación en el subdesarrollo; a saber, el papel desempeñado por la Red de Televisión Rural de México "TRM", como parte de la intervención del Estado en los medios electrónicos, en el proceso de socialización política de las poblaciones rurales en toda la República Mexicana.

En esa medida, no es menester de éste, el estudio de los mecanismos de control político, sino su contraparte: los procesos de socialización política. En especial, conocer a través de un instrumento socializador, la televisión, cómo se crean y recrean las bases de legitimidad en un régimen como el mexicano, el cual ha sabido mantenerse estable durante más de cincuenta años; durante los cuales si bien ha utilizado mecanismos de control político, no se ha visto en la necesidad de recurrir a la dictadura, pero si utilizando vías distintas a las de la representatividad.

El estudio de la socialización política a través de la Red de Televisión Rural de México, pretende en definitiva, conocer la capacidad que tiene el gobierno mexicano de crear y mantener el consenso en que se funda su estabilidad, es decir, el sentido de identificación entre los gobernantes y gobernados; al utilizar, en su momento, esta red de televisión rural.

Para conocer cómo el Estado realiza esta tarea, hemos de analizar la siguiente cuestión:

¿ Cuáles son las formas de socialización política que impulsa el Estado mexicano a través de la red de "TRM" y cuál es el contenido y la intencionalidad del mensaje en este sentido propuesto ?

Para lograr establecer las formas, contenido e intencionalidad de la socialización política a través de la producción de mensajes en el caso de TRM, hemos considerado -- los siguientes niveles concretos de análisis:

En el capítulo primero exponemos la perspectiva teórica desde la cual examinamos tanto el proceso de socialización política como los proyectos de utilización de los medios de comunicación para llevarlo a cabo. Ello nos permite, a nivel hipotético, determinar la función que tiene el mensaje socializador de TRM y la importancia que guarda, en este sentido, para el Estado mexicano.

En el siguiente capítulo, realizamos un esbozo histórico de las posiciones que el Estado mexicano ha observado en relación a los medios electrónicos de comunicación, en especial la televisión; con el propósito de delimitar las formas específicas, ya de la función de éste como regular jurídico de su uso, como de la participación que tiene, tanto en sus propios proyectos de emisión, como en los espacios a los que tiene acceso por ley, de la TV concesionada. Antecedentes que nos permiten explicar la creación de la red de TRM desde su contexto; así como también de la actuación que ha tenido el Estado, en diferentes momentos, al frente de ésta.

En consecuencia, en el capítulo tercero se analiza el desarrollo y la estructura que la red de TRM ha presentado desde su origen hasta principios de 1981, destacando, tanto el tipo y cantidad como la capacidad productora de programas, que ha tenido y transmitido durante ese tiempo; y que supone la

delimitación de una de las formas específicas que ha asumido el Estado como controlador y emisor de discursos.

Hasta aquí, las técnicas de investigación documental y de campo constituyen la metodología utilizada para la realización de estos tres capítulos.

En el siguiente y último, aplicamos un "análisis de contenido" a la programación producida en 1980-81 por la red de TRM. Este método de análisis nos permite exponerla como el espacio de construcción de un discurso de socialización política que impulsa el Estado hacia las poblaciones rurales a las que llega su imagen. Como también conocer, la forma, contenido e intencionalidad del mensaje en ese sentido.

Por otra parte, queremos advertir que nuestro estudio se ve limitado en cuanto sólo pone de manifiesto la intencionalidad del emisor, el Estado; y no comprende los efectos posibles del mensaje socializador en el público receptor, que nos permitiera conocer el grado de eficacia que logra la red de TRM como instrumento de socialización política. No haberlo hecho, se debió a que no contamos con los recursos humanos y financieros necesarios para una tarea de tales características, fundamentalmente institucional

CAPITULO I.                   SOCIALIZACION POLITICA Y MEDIOS .  
                                  DE COMUNICACION MASIVA.

La socialización política como perspectiva de análisis tiene un doble propósito: no restar al régimen político su importancia y responsabilidad como agente de socialización, primero: y establecer la categoría "socialización" como un proceso de interiorización en los individuos de la dominación social, en la medida de que es una derivación del sistema de valores dominantes en una sociedad, y que permite tolerar las reglas del derecho y los decretos de poder, después.

El proceso de socialización política es una condición sustancial del régimen político dentro del cual se inserta. Ello permite afirmar, como lo hace Mariclaire Acosta, que "los estudios sobre socialización política deben partir de la base de que ésta es un conjunto de procesos de desarrollo mediante los cuales los individuos adquieren orientaciones y patrones de comportamiento políticos. De tal manera que las consecuencias de la socialización política dependerán del Estado particular del sistema político (su estabilidad o inestabilidad) del contenido de lo que una generación transmite a otra, y finalmente, de lo que los individuos en proceso de socialización aprendan de sus experiencias particulares. Es evidente, por tanto, que la socialización política no tiene por objeto la recapitulación de una generación en la siguiente, y la continuidad y la estabilidad dentro del sistema político. ¡La socialización política es fundamental para lograr la permanencia, más no la estabilidad,

de los sistemas políticos ! ". (1)

Entendemos por sistema político, al "conjunto de estructuras y procesos mediante los cuales las demandas de los miembros 'políticamente significativos' del sistema se convierten en decisiones obligatorias y acciones concretas".

(2) A través de la socialización política el proceso político adquiere a ojos del gobernado, significado, predictibilidad y forma, y a partir de ella se constituyen patrones de comportamiento. Es así como la socialización política, concebida en un sentido estricto, consiste en la inculcación deliberada de prácticas, informaciones y labores políticas mediante agentes instructores a los que se ha atribuido formalmente esta responsabilidad (la familia, la Iglesia, la escuela, los partidos políticos, principalmente). (3)

Así, a través del proceso de socialización política el individuo desarrolla un "sentimiento de apoyo" hacia el sistema político. Es decir, aprende primero a reconocer ciertas partes y aspectos de éste, como lo son el conjunto de personas que comparten una división del trabajo político, el régimen y las autoridades. Después aprende a evaluarlas y establece una relación emotiva con ellas, y finalmente, a actuar ante ellas, aceptando o no su legitimidad.. Ningún sistema político podría sobrevivir si no contara, por algún tiempo determinado, por lo menos con un apoyo mínimo hacia estos objetos. (4)

- (1) Acosta, Mariclaire: "Efectos de la Comunicación Masiva en el Proceso de Socialización Política de los Niños Mexicanos". Tesis de Licenciatura (mimeo) FCPS, UNAM p. 5
- (2) Idem. p. 5
- (3) Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales, Vol. 10. p.21
- (4) Acosta, Mariclaire, "Loc Cit". p. 6

Una concepción más amplia englobaría todo tipo de aprendizaje político, formal o informal, deliberado o no, en todos los estadios del ciclo vital, incluyendo no sólo el -- aprendizaje político explícito , sino también el nominalmente no político, como por ejemplo, el de las actitudes sociales políticamente relevantes o la adquisición de características de la personalidad que ofrezcan también relevancia política. (5)

En relación a la socialización política en este sentido, los medios de comunicación de masas adquieren relevancia. Numerosos estudios han demostrado la importancia que en la sociedad actual tienen estos medios de socialización. El tiempo que ocupa en la vida cotidiana del individuo medio la televisión y la radio, la importancia de la televisión en los niños, los volúmenes de ventas de los "comics", la prensa amarillista y las revistas para el consumo de la mujer; el cine como consumo masivo, y en definitiva la masificación de la cultura por su industrialización, dan una idea de cómo los mecanismos de socialización que operan en la reproducción -- global del sistema se han modificado con el desarrollo de -- los medios masivos de comunicación. Cada vez más, la radio y la televisión adquieren mayor peso como agentes de socialización, que los ya tradicionales, la familia y la escuela -- entre otros.

Aunque en definitiva, el proceso de socialización política es llevado a cabo por todos ellos, junto con los partidos y las organizaciones formales políticas. La acción de estos agentes socializadores influye de manera diversa en todas las fases del proceso, a saber: la identificación -- del sistema político, su conceptualización, el establecimiento de una relación afectiva con él, y el inicio de la parti-

(5) Enciclopedia Internacional..., "Loc Cit", p. 22

cipación política (6). Su Acción varía de acuerdo con el - contexto social en que están inscritos.

Para el caso mexicano, podemos decir que el papel de los medios de comunicación de masas consiste en difundir la autoridad política al pueblo y proporcionar conciencia o identidad política a las masas que carecen de ellas. Entre tanto, los restantes agentes socializadores colaborarán con la difusión gradual de una serie de normas comunes, valores y símbolos entre la población, en especial los jóvenes para que se pueda establecer la identificación vertical entre gobierno y gobernados, y horizontal entre ciudadanos y grupos. A la vez, los medios de comunicación de masas tendrán tam--bién una acción reforzadora de los demás agentes socializa--dores, tendiente a legitimar el sistema político estableci--do y mantener la participación política activa, al colaborar en la difusión cotidiana de orientaciones y patrones de comportamiento político, al propagar hechos básicos sobre el - gobierno, la política y políticos del país. Los medios de comunicación de masas establecerán, en definitiva, una - - orientación formal del sistema político, poniendo el acento sobre la estructura más que sobre la dinámica del proceso - político, la cual permita al régimen político lograr la identificación entre gobernantes y gobernados y mantener una -- participación limitada en términos temporales y sociales.

Por otro lado, no cabe duda que la socialización es un proceso de imitación, y que la experiencia vivida o transmitida a través de la historia y de la memoria colecti--va, también contribuye al establecimiento de patrones de comportamiento político. (7)

(6) Acosta, Mariclaire, "Loc Cit". p.6

(7) Loaeza, Soledad. "El Laberinto de la Pasividad", Revista Nexos No. 48, Diciembre 1981.p. 28



Lo anterior es válido si partimos del fenómeno político común a todos los mexicanos: el tipo de régimen que nos gobierna. Anotemos el carácter exclusivo del partido oficial, la existencia de una oposición leal, el pluralismo limitado, el reformismo del régimen que canaliza la no participación, fuente potencial de conflicto. De tal manera que el carácter autoritario del régimen determina que la única forma aceptada de participación sea aquella que es en sí misma un acto de adhesión al régimen. Es decir, que el comportamiento frente al poder también está condicionado por las actitudes del grupo en el poder y por el origen de clases que involucra la variable educativa, crucial en el proceso de socialización. Por lo que podemos afirmar que "la represión", "la sordera gubernamental" y "la ineficacia electoral" también son agentes de socialización.

Existen serios riesgos de generalización dentro de la categoría "socialización política", estas disminuyen si delimitamos sus variables: comportamiento social, -- identidad política y participación política.

Entendemos por comportamiento social, la concepción que los individuos tienen de las disposiciones, prácticas y actitudes que modelan la vida social. Es decir, la inculcación de normas sociales dominantes en una sociedad determinada que implica una disciplinación de los individuos ante las instituciones sociales establecidas.

La identidad política es la formación cívica como una acción política deliberada. Es por lo tanto, el apren

dizaje vinculado al papel de ciudadano (orientaciones hacia la autoridad y concepciones sobre la legitimidad de las instituciones, son algunas de las concepciones básicas de esta variable.)

La participación política, es en cambio, el aprendizaje vinculado al reclutamiento para papeles especializados y su consiguiente realización. Este aprendizaje es realizado en dos aspectos políticamente relevantes. Primero, una participación política institucional. Segundo, una participación política no institucional. En el primer aspecto, la formación de los individuos adquiere vinculaciones partidistas tales como militantes de partido, electores y burócratas. En el segundo, la formación de los individuos adquiere un comportamiento político fuera de las instituciones formales, es decir, que es un aprendizaje político no explícito, como son las formas de organización social que adquieren relevancia política. Como ejemplos particulares a nuestro estudio, tendríamos el establecimiento de pequeñas agrupaciones ejidales y educativas, cooperativas y otras que indiquen una integración al proceso político nacional (8).

(8) Enciclopedia Internacional... "Loc Cit" p.21

### 1.1. EL DISCURSO SOCIALIZADOR QUE VEHICULIZAN LOS MEDIOS DE COMUNICACION DE MASAS.

En la teoría relacionada con el papel de los medios en los procesos de socialización, se ha discutido frecuentemente la capacidad y potencialidad de los medios en este sentido. Melvin L. de Fleur resume así una de las teorías de las normas culturales, que señala, ha estado implícita durante mucho tiempo en el pensamiento y los escritos sobre los medios: según la teoría de las normas culturales los "medios masivos, a través de una presentación selecta y del énfasis que ponen en ciertos temas, crean en su público impresiones de que las normas culturales comunes referentes a dichos temas están estructuradas o definidas en determinada forma específica. Puesto que el comportamiento individual es generalmente guiado por normas culturales (o por las impresiones del actor de lo que son esas normas) respecto de una idea o situación determinada, los medios servirían indirectamente para influir sobre la conducta. Dicho en términos socio-psicológicos, se afirma que los medios proporcionan una 'definición de la situación' que el actor considera que es real. Esta definición provee guías para la acción que parecen ser aprobadas y -- apoyadas por la sociedad. Por lo tanto, la conducta es indirectamente plasmada por la acción de las comunicaciones." (9)

Desde este punto de vista existen tres maneras mediante las cuales los medios pueden influir en el individuo:

(9) De Fleur, M.L.; Teoría de la Comunicación Masiva. Ed. Paidós 1970, p. 115

1) Reforzando las pautas existentes, conduciendo al individuo a creer que determinadas formas sociales -- son apoyadas por la sociedad.

2) Creando nuevas convicciones compartidas, y

3) Cambiando normas preexistentes.

Por su parte la UNESCO, en términos más que nada prácticos ha destacado así las funciones de los medios de comunicación masivos: Persuasión, motivación, interpretación. Estas funciones, señala el organismo, "están ligadas a los mecanismos de control social, la organización de actividades comunitarias, la coherencia de acción por las autoridades públicas y sobre todo al esfuerzo por atraer, juntar y liderar la búsqueda de objetivos comunes que presuponen estas - funciones esenciales del trabajo para el desarrollo económico y social". (10)

Cabe destacar que Wilbur Schramm, reconocido teórico de la comunicación, ha elaborado a través de este organismo, también su concepto de las funciones que cumplen los medios de comunicación: "la información juega una función de observación; amplía el horizonte intelectual de los receptores; dirige la atención; suscita aspiraciones nuevas - que elevan el tono y el ritmo vital; crea un clima favorable al desarrollo; contribuye a la toma de decisiones sociales; facilita elementos para las comunicaciones personales, para el diálogo público y el diálogo político; confiere prestigio a las personas, y , en definitiva los medios de información

(10) International Commission for the study of communication problems; "Internin Repport on Comunication Problems in Modern Society". París, UNESCO, septiembre 1978.

pueden asegurar la aplicación de normas sociales". (11)

Estas concepciones parten de una gran ausencia. Si bien se presenta la potencialidad de los medios masivos en cuanto a su capacidad de modificadores, adaptadores y reguladores de actividades, opiniones e ideas, se deja de lado, o se presupone válido, el carácter de clase del discurso del emisor, es decir, el contexto social en el que se maneja la socialización. Si ésta, como hemos propuesto anteriormente, corresponde en toda sociedad de clases a la internalización de la dominación social, estamos de acuerdo con Mattelart cuando propone como punto de partida para construir teóricamente la forma de integración de los medios a la reproducción del sistema: "el medio de comunicación es el dinamizador de un consenso internalizado frente al sistema y sus estrangulamientos". (12)

Nos parece importante completar el concepto de socialización como categoría que expresa la forma en que la dominación social deviene en búsqueda de consenso, en internalización de las relaciones sociales de producción. En esta función de dominación social, la socialización como modo de operar de la ideología, los individuos participan de un juego del cual no conocen las reglas. Para decirlo con palabras de Mattelart: "la clase dominante no piensa la estructura de su dominación, la vive, y el dominado la acata internalizándola".

(11) Schramm, Wilbur; L'información et le développement national. París, UNESCO, 1966.

(12) Mattelart, Armand. La Comunicación Masiva en el Proceso de Liberación. Ed. Siglo XXI. p.38

De tal manera que podemos afirmar que no es la comunicación masiva, y por lo tanto sus medios, la que condiciona a los integrantes de una sociedad, en especial de las clases dominadas. Es la estructura social misma en la cual los medios actúan como reforzadores, y que en tal función es donde éstos encuentran su potencialidad en la socialización política al configurar el mensaje socializador en forma de propaganda. El mensaje socializador a través de la difusión de la ideología del poder público, elabora los esquemas mentales, las representaciones colectivas; define los valores, norma el sistema de vida en el que las clases gobernantes se hacen pasar como representantes del interés general para que de esta forma el ciudadano, no únicamente soporte la división tajante de la realidad social de quienes son explotados, sino que se adhiera al sistema con convicción y entusiasmo.(13)

(13) Acerca de la función e importancia de la propaganda política Cfr; González Llaca Edmundo, Teoría y Práctica de la Propaganda. Cap. I., Ed. Grijalbo, México, 1981 Pp.15-25

## 1.2. LA TELEVISION COMO INSTRUMENTO DE SOCIALIZACION POLITICA.

Si hemos señalado la necesidad de considerar dentro de las posibilidades del uso de la televisión, la del Estado como emisor; tal señalamiento no es gratuito. En la mayoría de los estudios sobre la televisión se identifica de una manera inmediata y general el uso de la televisión por parte del Estado, con la pertenencia de clase de éste, dejando de lado la relativa autonomía que el Estado puede tener frente a la clase dominante o frente a sectores y fracciones de esta clase.

De la misma forma se cae en el error contrario, pensar que el control total de los medios por parte del Estado asegura la posibilidad de un proyecto liberador de comunicación alternativa, olvidándose el carácter de clase del Estado y del sistema de relaciones de producción en el cual éste se encuentra inmerso.

Desde el punto de vista que estamos tratando de fundamentar aquí, sostenemos que si bien la pertenencia de clase del Estado determina que el uso de la televisión tenga como finalidad reproducir el discurso de la socialización política, el Estado posee una relativa autonomía frente al conjunto de la clase dominante, en el sentido de que no representa de manera directa al conjunto de ella, sino a la fracción que tiene el poder, lo que permite, y en algunos casos hace necesarios, la formación de discursos que además de buscar internalizar la conciencia de la dominación del Estado burgués, preten-

de lograr la legitimidad y el consenso de prácticas específicas que el aparato gobernante impulsa.

Este espacio de acción de un discurso socializador impulsado por el Estado es amplio. Va desde la búsqueda de un consenso legitimador de la política del gobierno hasta enfrentamientos con fracciones de la clase dominante, pasando por proyectos de comunicación que pretenden socializar una determinada forma de conciencia nacional respecto a la cultura imperialista. (14)

Hoy, en México, el despunte del capitalismo monopolista de Estado (dependiente, o sea, sujeto crecientemente a decisiones externas) se manifiesta a través de sus propios medios de comunicación. A partir de la década de los setentas el Estado mexicano cuenta con proyectos de emisión televisiva propios: Canal 13 y la Red de Televisión Rural de México (TRM), que se suman al renovado Canal 11.

La estructura concentradora de éstos responde a los requerimientos de amplia cobertura ideológica que el modelo de desarrollo económico adoptado necesita. Como se

- (14) Ejemplos de este tipo de comunicación los encontramos en las diversas propisiciones de los cinco informes sobre televisión en América Latina que aparecen en la Revista Nueva Política No. 3, Julio-septiembre 1976; "El Estado y La Televisión". Para el caso de México la literatura es extensa, está presente de manera cotidiana en los debates y opiniones sobre el uso de la televisión estatal y en el de la reglamentación de la información.



observó a lo largo del régimen echeverrista, y plenamente en el actual, la participación (cada vez mayor) del Estado en el flujo económico le obliga a conformar un sistema de planeación de la economía estatal y la privada; por tanto, la clase dominante necesita apropiarse definitivamente del control directo de la emisión de los medios electrónicos de comunicación. Así, la televisión del Estado promueve el discurso socializador con objeto de aminorar las deficiencias de legitimación del aparato gubernamental (15) y garantizar la eficacia del aparato económico.

En un país subdesarrollado como México, donde el analfabetismo alcanza índices bastantes altos en el medio rural (16), la difusión de la prensa y de otra literatura impresa no alcanza un público muy vasto, pensamos que, por la simple carencia de otros medios de comunicación (excepto la radio), la televisión juega un papel importante en la formación de ciertas actitudes hacia determinados aspectos del sistema político mexicano; y es, además, un canal efectivo de transmisión de información de tipo político.

(15) "A raíz del movimiento del 68, el Estado, muy gastado, intenta participar en los medios, los cuales había abandonado desde la época de Cárdenas; no puede porque se topa con un grupo de concesionarios fuertemente organizados. En el año 70 el Estado necesita urgentemente mecanismos de control político, por un lado, y por otro, tribunas para legitimarse". Declaraciones de Fátima Fernández C., para la revista "Cuadernos de Comunicación" No. 58, abril 1980. p.47

(16) Cfr. González Casanova, Pablo; La Democracia en México. UNAM p.90

Se considera información de tipo político la simple percepción de determinados "objetos" políticos - (personas, instituciones, acciones de la vida política) independientemente de connotaciones afectivas o evaluativas (17). Para Rafael Segovia "el conocimiento de un sistema político puede considerarse, en un plano teórico, como una serie de percepciones jerarquizadas. Esta jerarquía no se corresponde sólo con las preferencias de las personas que la perciben sino con el papel específico de cada uno de los actores o instituciones inscritos en el sistema" (18). Y agrega, "la jerarquización de la información (rangos de percepción) corresponde a la realidad del sistema y no al orden constitucional. Dentro de esta escala jerárquica serán los actores, cargos o instituciones más directamente vinculados al acto principal quienes sigan en el orden de percepción. Lo mismo puede decirse de las funciones cumplidas por cada uno de los actores: las más conocidas serán aquellas que mejor coincidan con el papel y sean rasgos excepcionalmente sobresalientes". (19)

El papel desempeñado específicamente por la Red de Televisión Rural de México en cuanto al proceso de socialización política podríamos considerarlo en definitiva, como sigue:

(17) Segovia, Rafael; Op. Cit. P-p. 25-26

(18) Idem.

(19) Ibidem.

**HIPOTESIS GENERAL:**

1. La Red de TRM difunde un mensaje de socialización política cuya intención es transmitir y reforzar -- los valores, ideas e instituciones del Estado.

**HIPOTESIS PARTICULARES:**

El mensaje socializador que difunde la Red de -  
TRM:

- 1.1. Establece patrones de comportamiento político.
- 1.2. Intenta lograr una identificación creciente entre las instituciones estatales y el público. Es decir, formar una conciencia social acorde con los intereses del Estado.
- 1.3. Propone formas de participación política de carácter limitado temporal y socialmente.
- 1.4. Propone normas de conducta social y de comportamiento comunitario.
- 1.5. Intenta establecer en su público formas de integración nacional.

## CAPITULO II. LA INTERVENCION DEL ESTADO EN TELEVISION.

La historia del surgimiento y desarrollo de la televisión en México puede en mucho sintetizarse como producto constante a lo largo ya de tres décadas, del entrecruzamiento y estrecha relación de tres circunstancias o condiciones:

1) Las posiciones del Estado mexicano en relación al uso de los medios masivos de comunicación social; 2) El surgimiento, desarrollo y consolidación monopólica de un sector de la "iniciativa privada" ligada a la explotación comercial de los medios de comunicación de masas; y 3) Las formas peculiares y específicas que asume el desarrollo de la economía mexicana en el transcurso de las últimas décadas.

Una historia efectiva que recoja el "continuum" en todas sus significaciones, de este proceso complejo de relaciones entre estas tres circunstancias, dista mucho de estar realizado. No es propósito de este trabajo intentar hacerlo; cada una de las circunstancias que componen el fenómeno social de la masificación de la televisión en México exigen primero una escritura particular; en bastante medida el camino está avanzado con estudios particulares de la televisión privada y, de la relación entre desarrollo de los medios de comunicación de masas y capitalismo mexicano. La intención ahora, es abordar someramente la circunstancia particular que está en la mira del presente estudio: las posiciones del Estado mexicano en relación a los medios electrónicos de comunicación, en especial la televisión.

## 2.1. EL RÉGIMEN DE CONCESIONES.

La forma jurídica bajo la que nace la televisión mexicana, el "otorgamiento en concesión a particulares", - deriva del marco legal de la Constitución de 1917, que determina al Estado como el titular de la propiedad del territorio nacional que pertenece originalmente a la nación.

Así, el Artículo 27 Constitucional establece las formas de propiedad comprendidas en los límites del territorio nacional. Originalmente, el dominio directo del territorio pertenece a la nación, ejercido a través de su titular, el Estado. Este tiene el derecho de transmitirlo a particulares tomando en consideración tres modalidades:

- 1) Los particulares pueden explotar, usar o aprovechar el territorio a través del régimen de concesiones ejercido por el titular de la nación, el Estado;
- 2) la nación se reserva el derecho que en todo tiempo tiene para imponer a la propiedad privada las modalidades que dicta el interés público;
- 3) la nación puede recuperar el dominio mediante la expropiación, por causa de utilidad pública y con la indemnización correspondiente.

A su vez, la fracción VI del Artículo 42 Constitucional, incluye el espacio aéreo por el que se propagan las ondas electromagnéticas de la televisión y la radio, como parte de la nación, de territorio nacional; por lo tanto, como propiedad de la nación ejercida a través de su titular, el Estado.

Las primeras reglamentaciones específicas a la comunicación por vía de ondas electromagnéticas, derivadas de los

preceptos constitucionales apuntados aquí, tienen su origen antes del surgimiento de la televisión, con el nacimiento y desarrollo de la radiodifusión. El 23 de abril de 1926 la Ley de Comunicaciones Eléctricas es promulgada delimitándose allí la posición del Estado que permanecerá a lo largo de las siguientes décadas: abstención total en la participación del desarrollo de las comunicaciones por vía electromagnética, y otorgamiento de todo tipo de facilidades para la expansión privada de estos medios de comunicación. (1)

Las sucesivas modificaciones a este estatuto jurídico no harán más que reforzar la posición abstencionista y de favorecimiento al capital privado por parte del Estado. Con Pascual Ortíz Rubio se aprueban mediante decreto, los anuncios comerciales en la radio. Abelardo L. Rodríguez promulga el capítulo VI del libro quinto de la Ley de Vías Generales de Comunicación, dedicado a la radiodifusión, en el que otorga todo tipo de facilidades para la expansión de la radio comercial. Cárdenas, en 1936, expide el primer reglamento de las estaciones radiodifusoras comerciales, culturales y de experimentación científica y de aficionados, que sólo significará una actuación técnica respecto a los anteriores reglamentos, dejando intocada la política abstencionista del Estado. (2).

(1) Esta ley de 1926, dice Fátima Fernández Christlieb: "aunque señala en su Artículo 26 que ninguna concesión se otorgará en condiciones en que pueda constituir monopolio en favor del concesionario, no hace referencia alguna al contenido de las transmisiones radiales, lo cual permitirá a los radiodifusores implantar el modelo de radiofonía comercial ya practicado en Estados Unidos. Op Cit. "La Industria de Radio y Televisión", gestación y desarrollo. Revista Nueva Política, Vol.1. No. 3, julio-septiembre 1976. p.247.

(2) Idem. p. 246-247

En este contexto constituido por un marco constitucional que otorga al Estado el poder para determinar el uso del espacio aéreo como parte del territorio nacional, pero también, constituido por una práctica política específica de otorgamiento al capital privado y de abstención del Estado, práctica recurrente y continua en las décadas anteriores a 1950, surge la televisión como una concesión más del Estado a la "iniciativa privada". Aún cuando en los años anteriores a 1950 se hicieron algunos estudios oficiales para determinar si la entrada de la televisión en México debería hacerse en forma de empresa privada o de empresa estatal (3), el gobierno de Miguel Alemán opta por entregarla en concesión a los particulares.

De esta manera, en las décadas de 1950 y 1960 se consolida el dominio del capital privado en la televisión. En este lapso, sin embargo, se inicia también la participación del Estado que empezará a cobrar forma y cuerpo apenas a mediados de la década de 1970 a través de dos posibilidades: 1) la participación del Estado como emisor con su propio proyecto de televisión que cobra la primera nítida forma con el establecimiento, el 15 de diciembre de 1958, del Canal 11; y, 2) el establecimiento del estatuto jurídico que otorga al Estado el 12.5% del tiempo de transmisión de los canales comerciales en 1969. (4)

(3) "En octubre de 1947, Salvador Novo viajó a los Estados Unidos y Gran Bretaña comisionado por el gobierno de Miguel Alemán. Fue a "observar y estudiar la televisión con la mira de allegar argumentos imparciales y objetivos a propósito de si cuando ello adviniera a México debía ser comercial y de empresa privada como en Estados Unidos o de Estado como en Europa". Granados Chapa, Miguel Angel, Examen de la Comunicación en México, Ed. El Caballito, 1981. México p.39

(4) "El acuerdo que dio origen al tiempo fiscal dispone que los concesionarios elijan entre pagar en efectivo el 25%...

Quedan pues configuradas las modalidades del uso de la televisión por parte del Estado mexicano: - 1) la que se deriva de ser el titular de la propiedad del territorio nacional y por tanto del espacio aéreo por el que se transmiten las ondas electromagnéticas que dan existencia a la televisión; 2) el de emisor a través de dos formas: a) utilizando el tiempo fiscal que le corresponde de la transmisión de los canales comerciales y, b) estableciendo proyectos de emisión autónomos respecto a la televisión comercial.

La potestad constitucional que otorga al Estado la propiedad del territorio nacional ha hecho de la relación entre éste y el capital privado una relación necesaria, de la que no se puede prescindir. A diferencia de otros países en donde el nacimiento de medios de comunicación como radio y la televisión no está signado por la intervención directa del Estado, sino solamente están reglamentados por los usos de los medios en la forma de estatutos jurídicos que permitan su uso racional pero que no limiten para nada el derecho de ser propiedad de particulares; y a diferencia, también, de países en donde como en Inglaterra, el Estado se ha otorgado el derecho exclusivo de la explotación de la televisión, el

...los pagos que realicen o cubrir ese gravamen poniendo a disposición del Estado el 12.5% de su programación, considerando que "es necesario que el Ejecutivo Federal disponga de tiempo para la transmisión de las estaciones radiodifusoras comerciales para el cumplimiento de sus propios fines y para realizar las funciones que le son propias de acuerdo con la Ley Federal de Radio y Televisión". Granados Chapa, Miguel Angel. Op. Cit. p. 48



surgimiento de la televisión en México está signado por el marco del Artículo 27 y la fracción VI del 42.

Y aún cuando la televisión nace en México con un carácter estrictamente comercial, su nacimiento está condicionado por la intervención del Estado al otorgar en concesión la explotación de la televisión a particulares. El -- Estado, en el cumplimiento de esa potestad constitucional, ha instrumentado un marco jurídico legal en el que se encuadran las modalidades y formas de uso de la televisión. - Antes de entrar al estudio de la práctica concreta de esa potestad en las tres décadas que tiene la televisión, es importante delinear aquí los rasgos fundamentales del marco jurídico-legal. La Ley Federal de Radio y Televisión promulgada el 19 de enero de 1960, vigente a la fecha.

Del título primero, denominado "Principios Fundamentales", se destacan los artículos 1, 2, 4 y 5, en donde se establece la propiedad originaria de la nación sobre el medio en el que se propagan las ondas electromagnéticas y las formas en que los particulares pueden acceder al uso de éste:

Artículo 1. "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".

Artículo 2. "El uso del espacio a que se refiere el artículo anterior, mediante canales para la difusión de noticias, ideas e imágenes, como vehículo de información y de expansión, sólo podrán hacerse previa concesión o permiso que el Ejecutivo Federal otorgue en los términos de la presente Ley."

Artículo 4. "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".

Artículo 5. "La radio y la televisión tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de las formas de convivencia humana. Al efecto, a través de sus transmisiones procurarán: 1. Afir-  
mar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares;  
2. Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud;  
3. 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 y, 4. Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales".

Del capítulo tercero, dedicado a reglamentar la programación cabe señalar aquí, los artículos que establecen el derecho a la libre expresión e información; la obligación que tienen los concesionarios de transmitir informaciones de trascendencia para la nación y, el que determina lo que no se podrá transmitir:

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 ni censura previa, y se ejercerá en los términos de la Constitución y las leyes.

Artículo 59. "Las estaciones de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración hasta de 30 minutos continuos o discontinuos dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social (...)

Artículo 62 . Todas las estaciones de radio y televisión en el país estarán obligadas a encadenarse cuando se trate de transmitir informaciones de trascendencia para la nación, a juicio de la Secretaría de Gobernación.

Artículo 64. No se podrán transmitir:

1. Noticias, mensajes o propaganda de cualquier clase que sean contrarios a la seguridad del Estado o del orden público, y

II. Asuntos que a juicio de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes impliquen competencia a la Red Nacional, salvo convenio del concesionario o permisionario con la citada Secretaría.

En resumen, el marco legal para el uso y explotación de la radio y la televisión da al Estado teóricamente una injerencia directa en la vigilancia y supervisión de lo que se declara y estatuye como una actividad de interés público. Esta injerencia busca proteger a la televisión para que quien haga uso de ella lo haga para el debido cumplimiento de su función social:

Contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de las formas de convivencia humana que pretende además. establecer los mecanismos que hagan posible la participación del Estado en las transmisiones de la televisión privada.

En la práctica, el desarrollo de la poderosa industria de la televisión ha rebasado los marcos legales trazados por el Estado, las más de las veces auspiciados por este mismo, pero también por los integrantes de la industria de la radiodifusión constituidos en grupos de presión frente al Estado. La acción del Estado ha devenido así, en las tres décadas del desarrollo de la televisión, en: 1) Una virtual abstención en el desarrollo de la televisión como medio masivo de comunicación durante las décadas de 1950 y 1960; 2) una complaciente política que auspicia y permite la consolidación y desarrollo de un monopolio en la industria de la televisión; 3) una tímida acción legal que ha dado paso a la conformación de una práctica de comunicación que está muy lejos de hacer de la televisión una función social que contribuye "al fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de las formas de convivencia humana"; y, 4) un débil uso de la potestad que tiene el Estado para establecer las modalidades que se juzguen convenientes en el uso de la televisión, en tanto que sujeto de interés público, que se ha traducido en las dificultades para el cumplimiento, y establecimiento en su momento, del 12.5% que de la programación de la televisión privada le pertenece.

## 2.2 LOS PROYECTOS DEL ESTADO COMO EMISOR.

La participación del Estado en la televisión como emisor, se ha dado, en el transcurso de las tres décadas del desarrollo de este medio de comunicación a través de dos formas: 1) utilizando canales propios; 2) haciendo uso de las prerrogativas legales que le dan acceso a un determinado tiempo de la programación de los canales entregados en concesión a particulares. En el marco de estas dos modalidades, diferentes intenciones y objetivos, así como varios proyectos caracterizan al Estado como emisor en la televisión. Las dos formas de participación las define el Estado a finales de la década de los cincuentas y en el transcurso de la década de 1960. En 1958, con la creación del Canal 11 entregado al Instituto Politécnico Nacional, el Estado inicia su participación como emisor en la televisión mexicana. En la década de 1960, como ya se ha señalado en el punto anterior, el Estado fija las prerrogativas legales que le dan acceso al tiempo de programación de la televisión comercial.

Primero al delimitar en la Ley Federal de Radio y Televisión de 1960 las tres modalidades en que el Estado tiene acceso a la televisión comercial (Artículo 50, 60 y 62 de dicha Ley); más tarde, en 1969, al estatuir el derecho sobre el 12.5% de la programación como pago fiscal de la televisión comercial.

Utilizando pues, estas dos formas el Estado ha implementado sus proyectos de emisión. Sin embargo, la inten-

cionalidad, los objetivos y la envergadura de cada uno de estos proyectos, han dependido en cada momento de las políticas sexenales hacia los medios de comunicación.

Así, entre 1950 y 1958 (durante el término del sexenio de Miguel Alemán y en el transcurso del período de Ruiz Cortines) la política de total entrega de la televisión a la iniciativa privada se reflejará en la ausencia del Estado en la reglamentación del uso de la televisión y, en la inexistencia de un proyecto de emisión que le permitiese intervenir en el desarrollo de este medio. Durante los sexenios de Adolfo López Mateos (1958-64) y Gustavo Díaz Ordaz (1964-70) si bien el Estado reglamenta el uso de la televisión y estatuye las dos modalidades de su participación como emisor, su práctica efectiva termina siempre por favorecer al desarrollo de la televisión comercial. Así, al definir sus políticas completas en cuanto a emisor lo hará en los marcos de una virtual abstención en el desarrollo de la televisión privada y cuidando de no desarrollar alternativas de emisión que hagan competencia al capital.

En efecto, a lo largo de esta década, el Estado mantiene en un nivel meramente artesanal su propio proyecto de televisión, el Canal: 11. Encerrándolo en los marcos domésticos del Politécnico Nacional. Negocia y acepta las restricciones que la Cámara de la Industria de la Radio y Televisión propone en cuanto a su participación en la televisión privada: la media hora diaria gratuita, estatuida en la Ley de 1960, termina por pulverizarse al aceptar la

discontinuidad de su transmisión; el 12.5% del tiempo reglamentado en 1969 va acompañado, como ya se señaló anteriormente, por los suficientes mecanismos inhibitorios para impedir una participación efectiva en televisión. Y define la intencionalidad y objetivos de su participación en un marco estrecho que impide el desarrollo de proyectos completos que incluyan todas las posibilidades de comunicación por televisión:

- En la Ley de 1960, el Estado circunscribe sus espacios de participación a una media hora diaria fragmentada y dedicada a "difundir temas educativos, culturales y de orientación social" (Cfr. Arts. 59, 61 y 62 de la Ley de 1960).

- En la reglamentación del Tiempo Fiscal de 1969 acepta la restricción propuesta por el capital privado de no hacer transmisiones "que constituyan una competencia a las actividades inherentes a la radiodifusión comercial..." (5)

- Impone al Canal 11, en la definición jurídica de 1969 una limitancia, circunscribiendo sus actividades a la transmisión de programas educativos, culturales y de orientación social, además de mantenerlo en un nivel casi artesanal.

De esta manera, mientras su proyecto autónomo de emisión navega en artesanales embarcaciones y su participación en la televisión comercial se ahoga en la precariedad, la

(5) Idem. p. 48

iniciativa privada consolida su proyecto de televisión comercial.

Sólo hasta después de que el movimiento estudiantil de 1968 pone en peligro la estabilidad del sistema político, el Estado se ve obligado a allegarse a los medios electrónicos de comunicación los cuales, como comprueba Fátima Fernández C., había abandonado desde el tiempo del Presidente Cárdenas y puesto en manos de concesionarios privados.

1969 marca el inicio formal de nuevas políticas del Estado en la televisión. En ese año, aparte de reglamentar el Tiempo Fiscal, el Estado crea dos proyectos que serán importantes en la consolidación de un sistema estatal televisivo durante la década de 1970. El primero, la Comisión de Radiodifusión dedicada a producir programas de radio y televisión para cubrir el tiempo otorgado al Estado por la televisión comercial. El segundo, la Red Federal de Estaciones de Televisión, mediante la asignación al Estado de 37 canales distribuidos a lo largo del país, antecedente inmediato y base del lanzamiento del proyecto de Televisión Rural.

Lo que caracterizará a esta nueva dinámica de intervención estatal que cobrará forma en el transcurso de la primera mitad de la década de 1970, no será precisamente una mayor incidencia del Estado en la televisión comercial, sino la definición de políticas más amplias y proyectos más concretos de emisión autónoma, que le permitan al Estado contar con tribunas propias y efectivas de legitimación, que en esos momentos le eran imprescindibles. (6)

- (6) Recordemos la puesta en marcha de una política conciliadora con los grupos sociales y políticos que habían participado en el movimiento estudiantil y que en esos momentos eran reprimidos. "La Apertura Democrática" contempló así, para sus fines de legitimación, a los medios electrónicos de comunicación.



Durante la primera mitad de la década de 1970 (en el transcurso del período presidencial de Luis Echeverría Álvarez) toman cuerpo las políticas anunciadas en 1969 y se desarrollan y consolidan proyectos de televisión estatal.

El dos de diciembre de 1970, por disposición presidencial surge la Secretaría de Radiodifusión, integrada a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, con el objetivo fundamental "...concentrar los recursos del Gobierno Federal en materia de radio y televisión, para dar a los programas una orientación acorde con los intereses del pueblo y los postulados de la ley". (7)

La Subsecretaría de Radiodifusión para el cumplimiento del objetivo propuesto quedó integrada por diversas direcciones generales, creadas entre 1971 y 1975, que concentran todas las tareas derivadas de las modalidades de participación del Estado en la radio y la televisión: La Dirección General de Investigación y Desarrollo; Dirección General Técnica, creada en 1971, que tomó a su cargo la operación y el mantenimiento del transmisor del Canal 11 y la prestación de servicios de televisión a través de estudio, unidades móviles y microondas; la Dirección General de Concesiones y Permisos, que tomó a su cargo la expedición de concesiones y permisos para la explotación de estaciones radiodifusoras; la Dirección General de Producción, que planeó y realizó programas para la televisión y la radio con el fin de ocupar el tiempo de emisión de las estaciones particulares, correspondiente al Estado; y la Dirección General de Servicios de Televisión Cultural de México, creada en 1973 para ejecutar los planes y proyectos de Televisión Rural del Gobierno Federal.

(7) Anuario Secretaría de Comunicaciones y Transportes, 1976, P. 91

Otros dos hechos significativos para el desarrollo de la televisión estatal ocurren en 1972: la expedición del Decreto sobre la Televisión Rural en la República Mexicana; y la adquisición por el Estado del Canal 13 de la televisión capitalina. Este último es adquirido por la financiera estatal Sociedad Mexicana de Crédito Industrial, SOMEX, concretándose la operación final el 15 de marzo con la compra de 28% de las acciones, aunadas al 72% adquiridas meses antes. (8)

El decreto que da lugar al surgimiento de la Red de Televisión Rural de la República Mexicana es expedido el 2 de mayo; mediante él, la Federación "puede producir o seleccionar los programas que estime más adecuados para llegar a las zonas rurales no cubiertas que se encuentren próximas a las estaciones de televisión que ya funcionan". (9)

Así, para 1975, el Estado mexicano ha consolidado su política de participación en el desarrollo de la televisión, a través de tres proyectos de emisión, y un aparato administrativo que centraliza la participación del Estado en este medio y en la radio. Los tres proyectos (el del Canal 11, el del Canal 13 y la Red de Televisión Rural de México) seguirán, sin embargo, caminos diferentes tanto en lo que concierne a su programación como en lo que respecta al apoyo e interés del Estado en su desarrollo: El Canal 11, el

(8) Granados Chaps. Op Cit. P. 53

(9) Ididem. P. 52

más antiguo de los proyectos de emisión y ligado a un intento pertinente por lograr un nuevo tipo de comunicación que se sustraiga a la lógica mercantil, será en esta etapa el menos favorecido. El Canal 13, el proyecto más vinculado a los patrones televisivos del capital privado, conocerá un amplio desarrollo. El proyecto de la Red de Televisión Rural que pretende constituirse como una opción de comunicación del Estado hacia las zonas rurales alcanzará en esa primera mitad de la década de 1970 un crecimiento sorprendente, sin estar respaldado por un aparato organizativo que le permita producir un nuevo tipo de comunicación, lo que dará lugar a una injerencia crecida de la televisión privada en su programación.

Finalmente, durante la segunda mitad de la década de 1970 (en el transcurso del período del presidente José López Portillo) se consolidan los proyectos de emisión del Estado por medio de la televisión, en el marco de una Reforma Administrativa que alcanza al aparato estatal que centraliza y administra la participación del gobierno en este medio. Se crea entonces la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, dependiente de la Secretaría de Gobernación, retomando las responsabilidades y tareas que correspondían a la Subsecretaría de Radiodifusión e integrando al Canal 13 de televisión, dirigido hasta entonces por una corporación estatal. (10)

(10) Boletín de R.T.C., 1976 (mimeo). p.1

Es evidente que, a diferencia de las décadas de 1950 y 60, en el transcurso de la década de 1970 y hasta la fecha, la participación del Estado en el desarrollo de la televisión cobró importancia. Sin embargo, se mantiene en este período la constante que ha estado presente desde el surgimiento de la televisión en el país: la actitud de favorecimiento a la televisión comercial por parte del Estado. En resumen, la actitud de participación del Estado en el desarrollo de la televisión se caracterizó, en la década pasada y a la fecha por:

1. Una creciente participación del Estado en el desarrollo de la televisión a través de la creación de un aparato administrativo y técnico, y a través de la consolidación de tres proyectos de emisión: el de los Canales 11 y 13 y el de la Red de Televisión Rural.
2. Una actitud de favorecimiento al desarrollo monopólico de la televisión comercial y a la injerencia de ésta en los proyectos de emisión del Estado.

Se desarrolló, entonces, una situación que constituye una paradoja: mientras por un lado el Estado consolida sus propios proyectos de transmisión, favorece y subvenciona, por otro, - - el desarrollo monopólico de la televisión comercial, no sólo dándole participación en sus propios proyectos; sino además, canalizando recursos para el crecimiento monopólico de la televisión privada. Así, por ejemplo, en 1979, de las 94 estaciones de la Red de Televisión Rural, el 60% de su programación semanal estaba dedicada a transmitir con todo y anuncios comerciales emisiones de los canales concesionados (Televisa), mientras lo utilizado de los canales estatales

13 y 11 representaba apenas el 25% de esa programación. (11)

Esta situación se presenta acompañada por una actitud errática del Estado respecto a sus propios proyectos de transmisión. La consolidación del Canal 11 (olvidado durante dos décadas), del Canal 13 y de la Red de Televisión Rural, ocurre en procesos en los que se establecen cambios continuos, sucesivas modificaciones a las políticas de transmisión, así como modificaciones constantes a los cuadros administrativos, desperdicios técnicos de materiales y equipos, etcétera. (12)

(11) Ortiz Pinchetti, Francisco: "Televisión Rural del Estado, al servicio de Televisa", Revista Proceso, No. 141, julio 16 de 1979, P-p.13 y 55

(12) . Al respecto Revistas Proceso números 95 (28 de agosto de 1978); 141 (16 de julio de 1979); 191 (junio 1980).

## CAPITULO III. LA RED DE TELEVISION RURAL DE MEXICO.

Considerada como retransmisora de los canales instalados en la capital de la República, dada su característica de "red nacional", Televisión Rural de México ha sido desdeñada por no pocos estudiosos de la televisión en nuestro país.

Si bien aceptamos que la red de Televisión Rural de México, debido sobre todo a una falta de políticas efectivas de comunicación por parte del Estado, ha fungido más como retransmisora que como institución propia, no podemos pasar por alto el hecho que esta red ha iniciado, a nivel colectivo, una forma singular de comunicación, distinta a todas las demás en la medida de que la señal televisiva tiene como propósito principal las áreas rurales desatendidas por los otros canales; en la creación tanto de patronatos como de teleaulas en cada uno de los puntos a los que llega; en el concurso de las Secretarías de Estado y demás instituciones públicas para llevar a cabo el diseño de los contenidos de sus emisiones; por el fomento a la regionalización a través de la creación de centros de producción en diferentes Estados de la República para la producción de programación propia; en la utilización de microondas, videocassetteras y satélite para la conducción de la señal; y por el tipo de programación transmitida: cursos de capacitación, programas agropecuarios, de educación para la salud y alimentación, para planificar la familia, de educación para adultos reclusos y, telesecundaria, entre otros.

Todo ello, desde luego, a lo largo de nueve años de existencia (1972-1981), durante los cuales si bien la red ha tenido un desarrollo desordenado, se pueden destacar dos etapas. La primera, que correspondió a la de su creación hasta el término del régimen echeverrista, y que durante la cual se le conoció con el nombre de Televisión Cultural de México "TCM". La otra, le corresponde a lo que va del presente sexenio, al principio del cual adopta el nombre original del Decreto que le dio vida , Televisión Rural de México "TRM".

Ese modo singular de comunicación es lo que nos ha motivado a estudiar la Red de Televisión Rural de México en función de la tarea de socialización política que lleva a cabo el Estado mexicano en medios de difusión electrónicos.

### 3.1 "TCM": TELEVISION CULTURAL DE MEXICO.

El 21 de marzo de 1972, el Presidente Luis Echeverría al presidir en la ciudad de Oaxaca los festejos conmemorativos del natalicio de Benito Juárez, declara formalmente inaugurada la Red de Televisión Rural de la República Mexicana. Apenas dos meses después, el dos de mayo de 1972, se publica en el Diario Oficial el decreto presidencial que autoriza a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes a ejecutar los planes y proyectos de Televisión Rural del Gobierno Federal ( 1).

Integrada a la Subsecretaría de Radiodifusión de la S.C.T., la Red de Televisión Rural de la República Mexicana adquiere meses después -en enero de 1973-, estructura administrativa en la Dirección General de Servicios de Televisión Cultural de México, transformándose así en Televisión Cultural de la República Mexicana (TCM). "La televisión destinada a las comunidades marginadas del país, iniciaba así su participación histórica en la vida de la nación, se señala en el anuario de la Subsecretaría de Radiodifusión. Con este acto trascendental se lograba comunicar con su patria y con el mundo, en la imagen y la voz de su tiempo, a los desamparados, a los más aislados, a los que no representaban interés alguno para los concesionarios, aquellos que por su ubicación geográfica habían quedado sin acceso a la Red Federal de Microondas o sus troncales y, por ende, a la ventana mágica del conocimiento, la información y la sana diversión" ( 2)

( 1) Memorias 1970-76 de la Subsecretaría de Radiodifusión de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. P. 253.

( 2) Ibidem. P. 254



Televisión Cultural de México quedó así, como la televisión del Estado concebida como vehículo para la integración y la cultura del pueblo, con el objetivo fundamental de llegar a las comunidades rurales del país. En 1976, cuatro años después de su creación Héctor Cervera Pérez, entonces Director General, definía la función y la orientación de TCM en la siguiente forma: "es televisión educativa porque suscita el conocimiento y el aprendizaje; es televisión formativa porque forma y fortalece los patrones positivos de conducta del televidente mexicano y, de manera paralela, pretende un cambio de los negativos; es de esparcimiento porque propugna la reunión familiar en donde la libre y tranquila recreación se procura frente a espectáculos sanos y de real contenido artístico; y es auténticamente popular porque debe llegar al mayor número de televidentes con atractivas composiciones visuales y auditivas" ( 3)

Para el cumplimiento de sus objetivos la Dirección General de servicios de Televisión Cultural de México (TCM) quedó integrada por cinco departamentos: Departamento de Coordinación y Promoción, de Convenios, de Instalaciones y Operación Especializada de Programación y un Departamento Administrativo. En cuanto a la selección de la programación, el decreto del dos de mayo de 1972 que creaba la red facultaba a la Subsecretaría de Radiodifusión para "seleccionar todo aquel programa de la televisión comercial que considere adecuado para los propósitos del Estado, y de conducirlo hasta las estaciones rurales, sin otro compromiso que pasar íntegro el programa incluyendo los anuncios comerciales" ( 4).

( 3) Ibidem P. 256

( 4) Ibidem P. 253

Con tal propósito se constituyó desde 1972 el Consejo de Programación de TCM con la representación de las cuatro direcciones restantes de la propia Subsecretaría de Radiodifusión y representantes del Canal 11 y del Canal 13 del Distrito Federal. El consejo, se señala en el anuncio mencionado, "dicta los criterios generales de programación a los que debe sujetarse la Dirección".

El decreto presidencial que estatuyó la creación de la Red de Televisión Rural, fijaba para hacer llegar la televisión rural a todo el país, la utilización de la Red Federal de microondas. Sin embargo en tanto que dicha red había sido establecida con el criterio fundamental de enlazar a las zonas del país con mayor desarrollo económico, un gran número de regiones de escasa potencialidad económica y reducido número de habitantes a los que llegaba la Red Federal quedaba sin la posibilidad de acceso al servicio de TCM.

Ante la situación, en el mismo año de 1972, se establece otra modalidad de transmisión de TCM, la estación videocassettera. Así el 22 de diciembre de 1972 se instaló la primera estación videocassettera en Guerrero Negro, Baja California Sur.

Finalmente, dentro del proceso de organización de TCM -y cumpliendo uno de los puntos del decreto presidencial de 1972- se crearon patronatos locales en cada uno de los puntos a los que llegaba la red, como un instrumento de participación de los tele-espectadores en la conducción de TCM.

El desarrollo de TCM en su primera etapa -1972 a 1976- puede ser evaluado tomando en consideración los siguientes datos. Para 1976, TCM contaba con 110 estaciones, 83 de ellas enlazadas a través de la Red Federal de Microondas, 37 con la modalidad de videocassettes, repartidas en el territorio nacional de esta forma:

ESTACIONES ENLAZADAS A TRAVES DE  
LA RED FEDERAL DE MICROONDAS

- |                             |   |
|-----------------------------|---|
| 1. AGUASCALIENTES           | 6. CHIHUAHUA                                  |
| 1. Aguascalientes           | 29. Chihuahua                                 |
| 2. Calvillo                 | 30. Namiquipa                                 |
| 2. BAJA CALIFORNIA SUR      | 31. Villa Ahumada                             |
| 3. Santa Rosalía            | 7. DISTRITO FEDERAL                           |
| 3. CAMPECHE                 | 32. Torre Central de Telecomunicaciones (UHF) |
| 4. Campeche                 | 8. DURANGO                                    |
| 5. Escárcega                | 33. Canatlán                                  |
| 4. COAHUILA                 | 34. Cuencamé I                                |
| 6. Allende                  | 35. Cuencamé II                               |
| 7. Cd. Acuña                | 36. Durango                                   |
| 8. Cuatro Ciénegas          | 37. S. Pedro                                  |
| 9. Jiménez                  | 38. Velardeña                                 |
| 10. Monclova                | 9. GUANAJUATO                                 |
| 11. Múzquiz                 | 39. Cerro Culiacán                            |
| 12. Piedras Negras          | 40. Guanejusto                                |
| 13. Sabinas                 | 41. León                                      |
| 5. CHIAPAS                  | 10. GUERRERO                                  |
| 14. Cintalapa               | 42. Cerro Tuxpan                              |
| 15. Comitán                 | 43. Taxco                                     |
| 16. Las Margaritas          | 11. MICHOACAN                                 |
| 17. Ocozocuatla             | 44. Apatzingan                                |
| 18. Pijijiapan              | 45. Cupatitzio                                |
| 19. San Cristóbal Las Casas | 46. Arétan                                    |
| 20. Tapachula               | 47. Uruapan                                   |
| 21. Tonalá                  |   |
| 22. Tuxtla Gutiérrez        |   |
| 23. Tzontehuitz             |   |
| 24. Venustiano Carranza     |   |
| 25. Villa de las Rosas      |   |
| 26. Yajalón                 |   |
| 27. Bochil                  |   |
| 28. Simojovel               |   |

12. MORELOS  
48. Chichinautzin (UHF)
13. NAYARIT  
49. Loma Batea
14. OAXACA  
50. Huajuapán de León  
51. La Cumbre  
52. Juchitán  
53. Oaxaca  
54. almoeola  
55. Salina Cruz
15. QUINTANA ROO  
56. Cancún  
57. Cozumel  
58. Chetumal  
59. Las Marianas  
60. Leona Vicario
16. SAN LUIS POTOSI  
61. Luz de Elorza  
62. San Luis Potosi
17. SONORA  
63. Benjamín Hill\*  
64.  
65. Cananea\*  
66. El Vigía\*  
67.  
68. Las Águilas\*  
69. Nogales  
70. San Luis Río Colorado\*
18. TABASCO  
71. Villahermosa
19. TAMAULIPAS  
72. Matamoros  
73. Reynosa
20. VERACRUZ  
74. Agua Dulce  
75. Coatzacoalcos
21. YUCATAN  
76. Mérida  
77. Valladolid
22. ZACATECAS  
78. Juan Aldama  
79. La Virgen  
80. Río Grande  
81. Sombrerete  
82. Tepetongo  
83. Valparaíso

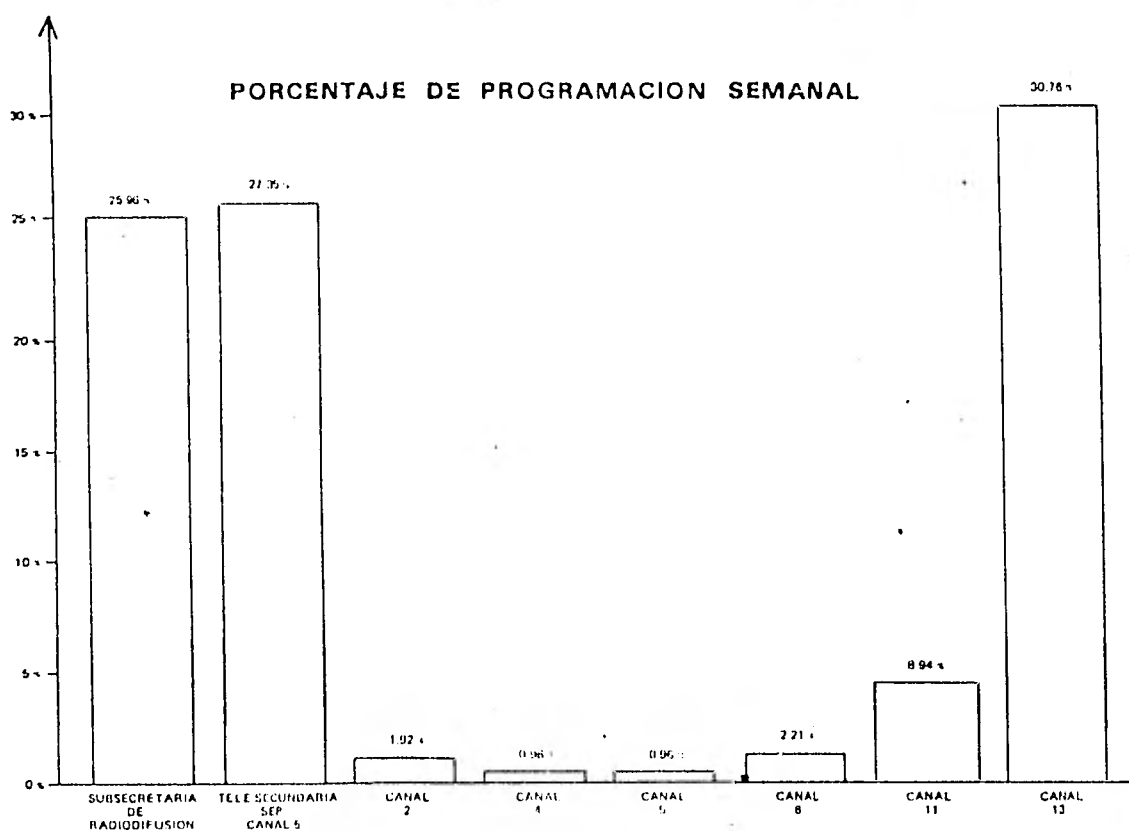
\* Nota: Esta estación retransmite temporalmente la programación de la XHDF-TV Canal 13 de la Ciudad de México.

## ESTACIONES VIDEOCASSETTERAS DE TCM

- |                          |                         |
|--------------------------|-------------------------|
| 1. BAJA CALIFORNIA NORTE | 9. MICHOACAN            |
| 1. Cedros                | 27. Lázaro Cárdenas     |
| 2. BAJA CALIFORNIA SUR   | 28. Tepalcatepec .      |
| 2. Bahía Tortugas        | 10. OAXACA              |
| 3. Guerrero Negro        | 29. Pinotepa Nacional   |
| 4. San Ignacio           | 30. Puerto Angel        |
| 5. San Isidro            | 31. Puerto Escondido    |
| 6. San José del Cabo     | 32. Tlaxiaco            |
| 7. Todos Santos          | 11. SONORA              |
| 8. Villa Constitución    | 33. Agua Prieta         |
| 9. Villa Insurgentes     | 34. Naco                |
| 3. COAHUILA              | 35. Nacozeni            |
| 10. Villa Ocampo         | 36. Puerto Peñasco      |
| 11. Cuatro Ciénegas      | 12. ISLAS REVILLAGIGEDO |
| 4. COLIMA                | (Colima)                |
| 12. Manzanillo           | 37. Isla Socorro.       |
| 13. Tecomán              |                         |
| 5. CHIHUAHUA             |                         |
| 14. Ciudad Madero        |                         |
| 15. Nuevo Casas Grandes  |                         |
| 16. Ojinaga              |                         |
| 6. DURANGO               |                         |
| 17. San Miguel de Cruces |                         |
| 18. Santiago Papasquiaro |                         |
| 19. Tayoltita            |                         |
| 20. Tepehuanes           |                         |
| 7. GUERRERO              |                         |
| 21. Acapulco             |                         |
| 22. Ometepec             |                         |
| 23. Tecpan               |                         |
| 24. Zihuatanejo          |                         |
| 8. MEXICO                |                         |
| 25. Ixtapan del Oro      |                         |
| 26. Tequesquipan         |                         |

Fuente: Anuario de la Subsecretaría de Radiodifusión de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, 1976. México Pp. 272-75

La programación en ese período se tomó de todos los canales de televisión del D.F. -los comerciales y pertenecientes al Estado- y un 29% de la programación semanal de la Red fue elaborado por la propia Subsecretaría de Radiodifusión. Esquemáticamente, el porcentaje de la programación semanal de acuerdo a su origen fue:



Fuente: Anuario 1976 de la Subsecretaría de Radiodifusión de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. México 1976, P.276

En total, el personal de TCM elaboró 985 programas de 10 minutos informando la programación del día; 785 mensajes de dos minutos; 1520 de un minuto; 1840 de 30 segundos; 18,700 programas de motivación social y 9,925 promociones de igual número de programas ( 5)

Tomando todo el período en consideración, el 94% de la programación estuvo constituida por la Telesecundaria y por programas producidos por la Subsecretaría de Radiodifusión, el Canal 11 y el Canal 13. El 6% restante procedió de la televisión comercial.

### 3.2. "TRM": TELEVISION RURAL DE MEXICO.

En 1977 se inicia un cambio en las políticas que hasta entonces había caracterizado a TCM. Integrada a una nueva dirección dependiente de la Secretaría de Gobernación, la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, la Red cambia su denominación a la original del decreto presidencial de 1972, Televisión Rural de la República Mexicana, T.R.M.

Ese mismo año se dan cambios significativos en el Consejo de Programación que anuncian una nueva política hacia TRM. Un representante de Televisa entra a formar parte del Consejo, y además, se nombra a Arturo Schoening, que había trabajado por largo tiempo como autor para el monopolio de Televisa, como Director de TRM ( 6).

( 6) Francisco Ortiz Pinchetti, "Televisión Rural del Estado al Servicio de Televisa", Revista Proceso No. 141, julio 16, 1979. P.14



El servicio de Televisión Rural entra en un proceso distinto al período anterior. Se abandona la línea original del organismo tanto en lo que respecta a su programación como en cuanto a su expansión y crecimiento técnico. Así, para 1979, la programación semanal está constituida casi en un 50% por programas de Televisa.

Un artículo publicado en Proceso la tercera semana de julio de 1979 describía así el comportamiento de la programación de TRM: "la de la semana del 2 al 8 de julio actual, por ejemplo (cuya programación es sustancialmente idéntica a cualquiera de los meses recientes). Durante esa semana se encuentra que de un total de 60 horas de transmisión (excluidas también las del bloque de la telesecundaria) 35 horas correspondieron a retransmisión de programas de Televisa: Esto es, el 58.3%. Las producciones de RTC en cambio, ocuparon solamente 10 horas (16.6%); el Canal 11, ocho horas y media (14.1%) y el "nuevo estilo" del 13, apenas seis y media horas (18.8)". ( 7 )

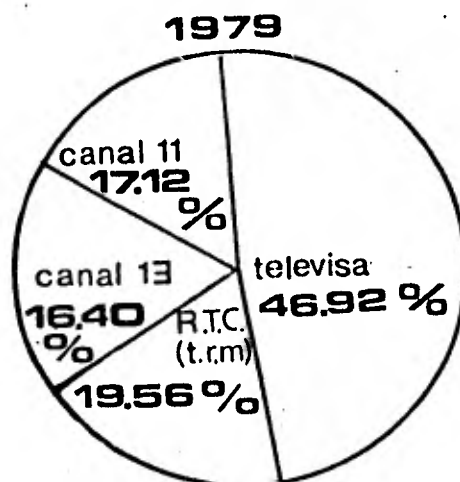
Y lo más significativo: "de un total de 44 programas de Televisa transmitidos por TRM durante la semana que analizamos, 33 son extranjeros: caricaturas, series policiacas y de aventuras, comedias: todos estadounidenses " ( 8 )

Las cifras oficiales que proporciona TRM en un informe interno confirman las apreciaciones de Pinchetti

( 7 ) Ibidem P. 15

( 8 ) Ibidem P. 15

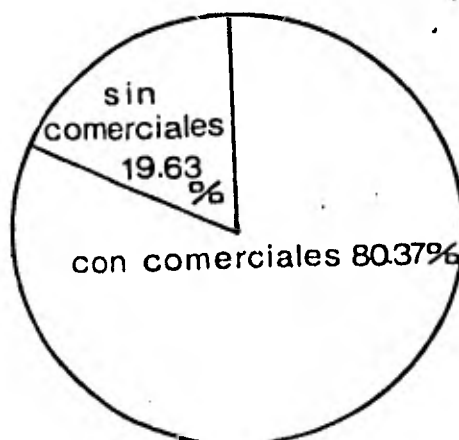
DISTRIBUCION DEL TIEMPO DE PROGRAMACION EN TRM  
A JULIO DE 1979, POR ORIGEN DE LOS PROGRAMAS.



Fuente: Documento interno de evaluación de la reestructuración correspondiente al período junio 1979- junio 1980, elaborado para una reunión con el Presidente de la República; junio 1980, (mimeo) P. 12.

En ese período, TRM se transformaba en un canal dedicado a retransmitir la programación del monopolio, y más aún, en un canal en donde 80.37% de la programación pasaba con cortea comerciales:

PORCENTAJES DEL TOTAL DE PROGRAMACION CON  
COMERCIALES Y SIN COMERCIALES (1979).



Fuente: Documento interno, Op. Cit. P. 11

En la misma forma cae la producción de programas de TRM. En 1979, se producía un programa de un minuto con 180 emisiones que representaban al mes 3 horas mensuales de producción (9), es decir, TRM había dejado de producir su programación que, en 1976, representaba el 19.6% del total de la programación.

TRM en ese período no solamente se anquilosó y perdió gran parte de sus políticas de programación, sino que lo más grave, redujo su capacidad de transmisión abandonando muchas de las estaciones ya instaladas que quedaron a merced del polvo y el olvido. Mientras que en 1976 había 110 estaciones funcionando, 37 de ellas de videocasetera, en junio de 1979, al recibir el doctor Luis Cueto la dirección de la Red, había tan sólo 86 estaciones, de las cuales 22 estaban funcionando normalmente y 64 estaban aún instaladas pero con desperfectos que impedían su funcionamiento. Es decir, tan sólo el 20% de las estaciones instaladas hasta 1976, funcionaban para 1979; el 58% estaban paradas por desperfectos; y el 20% restante, sencillamente habían desaparecido.

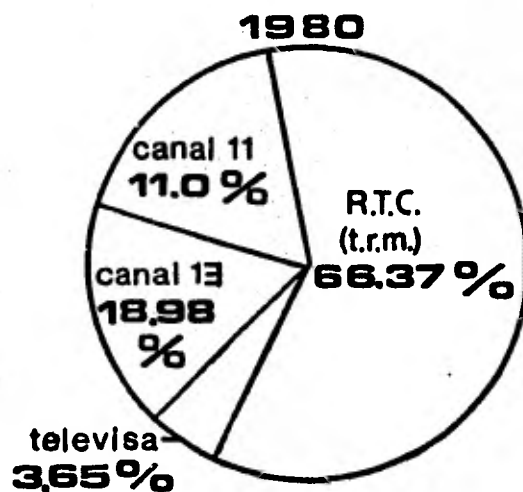
En junio de 1979, la Dirección de TRM es entregada al Doctor Luis Cueto García, y se inicia un proceso de reestructuración administrativa, técnica y en cuanto a la programación, en ese mes, se presentó al Presidente de la República un "Plan de reestructuración y ampliación de la Red de Televisión Rural de México", en donde se proponía el carácter de la reestructuración. Allí se exponían y delimitaban cinco tareas que cubriría TRM: a) educación; b) capaci-

....

(9). Documento interno de evaluación de la reestructuración correspondiente al período julio 1979-junio 1980, TRM junio 1980 (mimeo).

tación para la producción y la comercialización; c) salud, seguridad y alimentación; d) cultura y diversión; e) información general.

TRM inició así un nuevo período. En éste, que llega hasta hoy, la reestructuración ha alcanzado todas las áreas del canal. A un año del inicio de este nuevo proceso, las condiciones habían cambiado: TRM producía ya el 66.37% de su programación, a diferencia del 19.5% que se producía en 1979. La distribución del tiempo total de programación era, hacia mediados de 1980, como sigue:



Fuente: Documento interno de evaluación, Op. Cit. P. 16

Este 66.37% significaba que el canal producía 22 programas con duración de 15 minutos a 4:30 horas y 270 emisiones que representaban 135 horas mensuales de producción, a diferencia de las 3 horas mensuales de 1979. Los programas producidos por TRM, se encuadraban dentro de los lineamientos trazados: educar, capacitar para la producción y la comercialización; informar y educar sobre seguridad, salud y alimentación; transmitir cultura y diversión; proporcionar información general. El siguiente cuadro proporciona

la lista de los programas producidos por TRM, el número de emisiones, la duración por programa, los objetivos y las instituciones estatales coproductoras.  
 La mayoría de los programas del cuadro tienen vigencia durante este año en la programación de la Red.

PROGRAMA	No. EMISIONES POR MES.	DURACION POR PROGRAMA	HRS. EFECTIVAS DE PRODUCCION POR MES.	OBJETIVO	COPRODUCCION
PANORAMA AGROPECUARIO	20	4	30'	4	Información-Orientación-Capacitación. SARH
RESUMEN PANORAMA AGROPECUARIO	4	4	60'	2	Información-Orientación-Capacitación. SARH
FORO DEL CONSUMIDOR	4	4	30'	4	Información-Orientación-Entrenimiento-Educación. SECOP ( INCO )
REHILETE			60'		Salud-Entrenimiento-Educación. SEP

ANALISIS DE LA PRODUCCION 1980

PROGRAMA	No. EMISIONES POR MES.	DURACION POR PROGRAMA	HRS. EFECTIVAS DE PRODUCCION POR MES.	OBJETIVO	COPRODUCCION
CAMINITO	20	60'	20	Salud-Entre- tenimiento-Educa- ción.	
AL SALIR EL SOL	20	30'	10	Capacitación-- Orientación-In- formación.	SECOM ( CONASUPO )
RESUMEN AL SA - LIR EL SOL	4	120'	8	Capacitación-- Orientación-In- formación.	SECOM ( CONASUPO )
PROGRAMAS MEDI- COS	8	30'	4	Capacitación-- Información-O- rientación-Sa- lud-Educación.	S S A
AL AIRE LIBRE	4	60'	4	Información-O- rientación-Edu- cación-Entre- tenimiento.	

ANALISIS DE LA PRODUCCION 1980

PROGRAMA	No. EMISIONES POR MES.	DURACION POR PROGRAMA	HRS. EFECTIVAS DE PRODUCCION POR MES.	OBJETIVO	COPRODUCCION
ESPACIO LIBRE	4	30'	2	Información-Orientación-Salud-Educación-Entretenimiento.	CREA
SEMILLA DE LA VIDA	4	30'	2	Nutrición-Salud-Información Orientación-Entretenimiento.	I.N.N.
TELECAPACITACION RURAL	8	15'	2	Capacitación- - Información-Educación-Orientación.	SARH-SRA BANRURAL CONASUPO
TELEOFICIOS	48	5'	4	Capacitación-Orientación.	S.T.P.S. S.D.N.
APRENDAMOS A COSER	8	30'	4	Capacitación.	SINGER
T.R.M. INFORMA	82	Variable	2	Educación-Capacitación-Salud-Información-Orientación.	

ANALISIS DE LA PRODUCCION 1980

PROGRAMA	No. EMISIONES POR MES.	DURACION POR PROGRAMA	HRS. EFECTIVAS DE PRODUCCION POR MES.	OBJETIVO	COPRODUCCION
EL EJIDO	4	30'	2	Capacitación- In- formación-Orien- tación-Entrete- nimiento.	S.R.A.
CAMPAÑAS DIVERSAS	10	Variable	1	Educación-Capa- citación-Salud- Información-O - rientación.	SSA-SPP-SG SEP-STPS - SAHOP
JUAN SIN MIEDO	4	30'	2	Entretención	
ERASE QUE SE ERA	4	60'	4	Entretención	
NUESTRO CINE	4	90'	6	Entretención	
CINE DEL DO- MINGO	4	120'	8	Entretención	

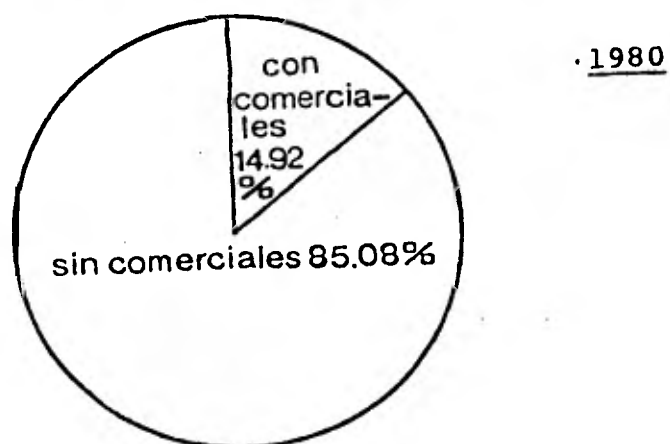


ANALISIS DE LA PRODUCCION 1980

PROGRAMA	No. EMISIONES POR MES.	DURACION POR PROGRAMA	HRS. EFECTIVAS DE PRODUCCION POR MES.	OBJETIVO	COPRODUCCION
SERIES ESPECIALES	Variable	Variable	30	Entretenimiento	
TOTAL	<u>270</u>		<u>135</u>		

NOTA.- Intercaladas entre los programas de entretenimiento, se incluyen "CAPSULAS" de: Educación, Capacitación, Salud, Nutrición, Información, etc.

De esta manera, TRM dejaba de ser un canal casi comercial por el contenido de su programación acompañada en más de un 80% con cortes comerciales. En 1980, sólo el 14.92% de la programación iba acompañada con comerciales.



Fuente: Documento interno de evaluación. Op. Cit. P. 18

Para el primer mes de 1981 en un boletín proporcionado por la Dirección General de TRM se señalaba que "en 50% de los Estados del país, la Red de TRM, es igual o superior en cobertura a las redes de los canales 2 y 13"; y la Red cubría ya el 40% del país haciendo llegar su programación a más de 10,000 poblaciones, ubicadas en 23 Estados de la República Mexicana.

Tomando los informes del primer mes de 1981 como los últimos, el alcance de TRM, actualmente, es como sigue:

PORCENTAJE DE POBLACION CON SERVICIO DE  
TELEVISION RURAL DE MEXICO

<u>ESTADO</u>	<u>RED T.R.M.</u>
AGUASCALIENTES	98.5
BAJA CALIFORNIA NORTE	1.02
BAJA CALIFORNIA SUR	78.3
CAMPECHE	36.9
COAHUILA	34.04
COLIMA	23.38
CHIAPAS	83.4
CHIHUAHUA	0.6
DURANGO	45.4
ESTADO DE MEXICO	48.47
GUANAJUATO	97.1
GUERRERO	23.28
HIDALGO	53.2
JALISCO	14.15
MICHOACAN	67.24
MORELOS	86.42
NAYARIT	66.33
NUEVO LEON	-----
OAXACA	78.4
PUEBLA	68.2
QUERETARO	98.16

<u>ESTADO</u>	<u>RED T.R.M.</u>
QUINTANA ROO	47.65
SAN LUIS POTOSI	67.62
SINALOA	-----
SONORA	28.13
TABASCO	62.33
TAMAULIPAS	13.6
TLAXCALA	90.02
VERACRUZ	4.14
YUCATAN	37.8
ZACATECAS	84.37

Fuente: Esto es TRM, Dirección General TRM, enero 1981, (mimeo).

El 4 de febrero de 1981, Televisión Rural de México inicia un nuevo período al transformarse por decreto presidencial en Sistema Nacional de Televisión, designado como Televisión de la República Mexicana (TRM), extendiendo su alcance a núcleos urbanos y suburbanos aunque conservando como su objetivo primordial el campo(10).

El cambio ha sido explicado así por el Doctor Luis Cueto, Director de TRM: "las necesidades de información, educación, capacitación e integración son de tipo imperativo en el campo. Hemos comprobado, sin embargo, que estas exigencias coinciden con las de núcleos urbanos y suburbanos no sólo en ciudades y poblaciones de provincia, sino en el propio Distrito Federal " (11).

Es este el proceso que desde hace unos meses vive la Red de Televisión de la República Mexicana. "TRM"

(10) El Sol de México , 26 de febrero 1981, 2a. columna, Secc. F

(11) Ibidem.

CAPITULO IV. EL PROCESO DE SOCIALIZACION POLITICA A  
TRAVES DE LA RED DE TELEVISION RURAL DE MEXICO.

Como vimos en nuestro capítulo anterior, a partir de la segunda mitad del año de 1979, con el doctor Luis Cueto en la jefatura de TRM, esta red se volvió una vez más a reestructurar. El 10 de julio de ese año son considerados los planes de expansión por el propio presidente de la República, cuando expresó que: "el Plan de Televisión Rural de México, debería dedicarse a educar, capacitar para la producción y la comercialización, a educar sobre nutrición, salud y seguridad social, a informar y divertir." (1)

Teniendo este plan los siguientes objetivos:

"Poner fin al aislamiento que afecta a gran parte de la población mexicana que habita en áreas desatendidas por los medios de comunicación mediante el uso y la ampliación de una red de televisión rural de acuerdo con el Decreto fechado el día dos de mayo de 1972, con el propósito de que nuestros compatriotas marginados:

- a) Se integren plenamente a la vida nacional.
- b) Superen sus problemas de lenguaje originados por el desconocimiento del idioma castellano.
- c) Gocen del pleno derecho a la información, a la cultura y a la recreación.

A partir de los cuales, la Dirección General de TRM

(1) Boletín de Prensa RTC, 17 de abril de 1980, P.1.

define su objetivo principal: "transmitir entretenimiento educacional sin tocar el ámbito comercial, y reunir en un todo pragmático, coherente, continuo y debidamente evaluado, una serie de emisiones de contenido pedagógico-formativo, de orientación y de diversión familiar". (2)

Por lo que la temática e información de la programación actual se da en base a un programa, que dicha Dirección considera de "prioridades a nivel nacional", que contempla, como ya habíamos anotado, los siguientes puntos: educación, capacitación, salud y seguridad social, entretenimiento y diversión, información nacional y regional. Puntos que el Consejo de Programación los contempla de la siguiente manera:

Para educación, es la emisión de la telesecundaria, cursos de castellanización y cursos abiertos de alfabetización.

La capacitación, estará orientada a las actividades productivas: siembra, semillas, fertilizantes, riego, etc.

Para salud y seguridad social, se hace el conocimiento de enfermedades regionales, medicinas preventivas y centros de vacunación, además de orientación en la planificación familiar.

En entretenimiento y diversión, será la programación tomada de Televisa y de los canales 11 y 13, seleccionada ésta, según el organismo considere que es adecuada para los propósitos del Estado.

Para información nacional y regional, serán las comunicaciones presidenciales, estatales y municipales las que gocen de una emisión preferencial. (3)

(2) y (3) Documento interno de evaluación... "loc cit", p.2

La reestructuración contempló, también, convertir el proyecto en interinstitucional. Así, RTC contaría con la participación de Secretarías de Estado e instituciones para llevar a cabo el diseño de los contenidos de sus emisiones, entre las que se encuentran las Secretarías de Educación Pública, Agricultura y Recursos Hidráulicos, Salubridad y Asistencia, Reforma Agraria, así como los institutos Nacional Indigenista, Nacional de Nutrición, Mexicano del Consumidor, y CONASUPO, entre otros. Por otro lado, se decidió seguir con el proyecto del sexenio anterior de descentralizar la producción y establecer en los estados las instalaciones necesarias para realizar ahí los programas más de acuerdo con el público local y los requerimientos de cada lugar. Hasta la fecha Tlaxcala, Puebla, Chiapas, Oaxaca, San Luis Potosí y Guanajuato ya trabajan autónomamente.

Así, contemplando este plan de trabajo, el 4 de febrero de 1980 en la ciudad de Veracruz durante la Tercera Reunión de la República, la directora general de RTC, Margarita López Portillo dijo: "que alrededor del 50% de la población no tiene acceso a los medios de comunicación visual del Estado y expuso que la televisión representa un apoyo importante para los proyectos nacionales encaminados a alcanzar el máximo bienestar social". En la misma reunión el titular de Gobernación, profesor Enrique Olivares Santana definió el carácter que debe presentar la red. Advirtió que "debe quedar claro que TRM no tiene el carácter de un competidor comercial frente a estaciones privadas, porque es, ante todo, un instrumento del poder público, y añadió, que es propósito del gobierno difundir por

los medios de comunicación, conocimientos, principios, postulados y doctrinas que aviven el sentimiento patrio y la adhesión consciente de las instituciones". (4)

Es sin embargo, hasta el 17 de abril de 1980, cuando la señora Margarita López Portillo dio a conocer las primeras emisiones que resultaron de la restructuración: "Hago el anuncio de que se encuentran ya en el aire los programas "Panorama Agropecuario", coproducido con la SARH, desde el 12 de octubre del año próximo pasado; y "Foro del Consumidor", desde el 24 de noviembre de 1979. Entre el 15 de mayo y el 10. de septiembre salen al aire los siguientes programas y campañas:

"Caminito", producido por RTC

"Al Salir el Sol", coproducido con CONASUPO

"Programas Médicos", coproducido con la SSA

"Música de México", producido por RTC.

"Rehilete", coproducido con la SEP

"Espacio Libre", coproducido con el CREA

"Nuestro Cine", producido por RTC

"Juan Sin Miedo", producido por la misma dirección.

"La Semilla de la Vida", coproducido con el Instituto Nal. de Nutrición.

"Oficios", coproducido con la STyPS

"Telecapacitación Rural", coproducido con la SARH

"Producción y Productividad", coproducido con BANRURAL...

Campañas sobre salud, elaborada en coordinación con la SSA; sobre Planificación Familiar y Movimientos Migratorios, coordinada con el Consejo Nacional de Población. Contra el abu-

(4) Periódico UNO más UNO, 5 de febrero de 1980. P.6



so del alcohol, coproducida con el Grupo 24 Horas de Alcohólicos Anónimos; y sobre Censos, coproducida con la SPyP...

Y agregó que la televisión rural, para la ampliación de sus programas, tiene previstos planes ambiciosos para combatir el analfabetismo y el desempleo, para lo cual se pretende cubrir el 90% de la población nacional el 1o. de septiembre de 1982". (5)

A esta programación viene a agregarse la tomada de los canales 11, 13 y de la televisión privada: "Enlace" y "Los Cuentos de María Luisa" del primero; "Siete Días" y "Cotorreando la Noticia" del segundo; y del último, "Introducción a la Univeralidad" coproducido con la UNAM y diferentes eventos deportivos. Y la proveniente de otras instituciones como: "Telesecundaria" de la SEP; "Partidos Políticos" de la Comisión Federal Electoral y los distintos eventos especiales, giras presidenciales, etc.

En los siguientes dos cuadros podemos observar el total de programas que exclusivamente produjo o coprodujo con otras inatituciones la red de TRM durante el año de 1980.

(5) Boletín de Prensa RTC, 17 de abril de 1980, P.1

DIRECCION GENERAL DE RADIO, TELEVISION Y CINEMATOGRAFIA  
 DIRECCION DE TELEVISION RURAL DE MEXICO  
 PROGRAMA DE PRODUCCION 1980  
 (COSTOS TUM - PRONARTE)

INSTITUCION	PROGRAMA	NO. DE PROGRAMAS	DURACION DEL PROGRAMA	TOTAL HORAS PRODUCIDAS
CONAMPROS	Expresión	22	15'	5.5
CONACYT	Ciencia y Desarrollo	12	30'	6
S.R.A.	El Ejido	6	30'	3
VARIAS	A Primera Hora	80	30'	40
S.A.R.H.	El Hombre y El Campo	17	60'	17
CONAPO "AA"	Tropidanza	13	60'	13
S.E.P.	Rehilete	27	60'	27
CREA	Espacio Libre	6	60'	6
I.N.N.	La Semilla de la Vida	30	30'	15
S.A.R.H.				
CONASUPO-S.R.A.	Telecapacitación Agropecuaria	78	15'	19.5
S.A.R.H.	Panorama Agropecuario	278	30'	139
INCO	Foro del Consumidor	50	30'	25
CONASUPO	Al Salir el Sol	80	30'	40
CONAPO	Erase que se Era	20	60'	20
SRIA. DE TRABAJO	Curso de Costura	107	30'	53.5
CONAPO	Música de México	27	30'	13.5
T.R.N.	Al Aire Libre	9	60'	9
T.R.M.	Proyección Dominical	24	90'	36
T.R.M.	Fronteras de lo Posible	13	60'	13
R.T.C.	Primera Fila	21	30'	10.5

INSTITUCION	PROGRAMA	NO. DE PROGRAMAS	DURACION DEL PROGRAMA	TOTAL HORAS PRODUCIDAS
T.R.M.	Los Tres Cochinitos y el Lobo Fidencio	5	30'	2.5
T.R.M.	Animate	1	30'	.5
T.R.M.	México en el Tiempo	1	60'	1
T.R.M.	Niños, Música y Canciones	2	60'	2
CONAPO-INAH	Caminito	110	60'	110
T.R.M.	TRM Informa	462	1'	7.75
T.R.M.	Juan Sin Miedo	45	30'	22.5
S.T.P.S.	Oficios	4	15'	1
T.R.M.	Programas Médicos	22	60'	22
T.R.M.	Nuestro cine	32	90'	48
T.R.M.	Recreo	22	270'	99
T.R.M.	Cargamento Salvaje	44	50'	22
T.R.M.	Mundo Deportivo	14	30'	7
T.R.M.	Ventanas al Mundo	13	60'	13
R.T.C.	Cantares de Norte a Sur	21	30'	10.5
R.T.C.	Cine de Arte	44	90'	66
R.T.C.	Cuentos y Relatos	14	30'	7
R.T.C.	Encuentro de Opiniones	4	45'	3
R.T.C.	Filmobiografías	22	30'	11
R.T.C.	Imágenes de Nuestro Mundo	23	120'	46
R.T.C.	Nuestro Amigo el Mar	36	30'	18
	Spots	42		.25'10"
	Promocionales	119		1.04'30"

T O T A L E S

1'032.5  
-----

Cuadro 1-B

Como se puede observar, se realizaron emisiones para capacitar, cursos agropecuarios, programas pedagógicos en apoyo a la educación formal escolarizada y de orientación para la salud y la alimentación, entre otras. Sin embargo, la relevancia de la programación de TRM, no radica, en función de los intereses del Estado, en alcanzar "el máximo de bienestar social" de las poblaciones rurales, como lo manifestara la directora general de ese sistema, y que el formato de tal programación pareciera corroborar. Más bien, está más cerca de los propósitos que el Secretario de Gobernación expusiera: "en tanto instrumento del poder público, difundir conocimientos, principios, postulados y doctrinas que aviven el sentimiento patrio y la adhesión a las instituciones"; y que no es otra cosa, que fungir como instrumento de socialización política, en la medida en que nosotros hemos considerado a ésta como un conjunto de procesos de desarrollo mediante los cuales los individuos adquieren orientaciones y patrones de comportamiento políticos. Es decir, todo aquél tipo de aprendizaje político, formal o informal, deliberado o no, en todos los estadios de la vida, incluyendo no sólo el aprendizaje político explícito, sino también el nominalmente no político, como lo son las actitudes sociales políticamente relevantes o la adquisición de características de la personalidad que indiquen también relevancia política.

Es por ello que este estudio se cibe al análisis de la socialización política a través de la programación que produce, o coproduce la red de TRM; porque consideramos que mediante ésta, el Estado promueve un mensaje de socialización

política cuya intención es transmitir y reforzar sus valores, ideas e instituciones. Y más concretamente, como lo vimos en nuestro apartado de hipótesis, establecer patrones de comportamiento político. Lograr una identificación creciente entre las instituciones estatales y el público rural; es decir, lograr la adhesión a las instituciones, pero no "concientemente" como lo propone el profesor Olivares Santana, sino acorde a los intereses del Estado. Proponer formas de participación política de carácter limitado temporal y socialmente, de acuerdo a los requerimientos propios del sistema político; así como también normas de conducta social y de comportamiento comunitario que impliquen formas de integración nacional.

#### 4.1. METODOLOGIA

Para la comprobación de nuestras hipótesis, se aplicó un "análisis de contenido" a la programación que produce y coproduce la red de TRM, correspondiente, en su mayoría, a la primera etapa de producción, misma que hemos desglosado páginas atrás; dado que también se considera un programa especial: "El Trabajo de un Hombre y un Pueblo" y, que se transmitió el 1o. de diciembre de 1981 con motivo del V aniversario de la toma de posesión del presidente José López Portillo.

En consecuencia, el universo de estudio de nuestro trabajo lo conforman los siguientes programas:

"Panorama Agropecuario"  
"Caminito"  
"Al Salir el Sol"  
"La Voz de la Tierra" (continuación del anterior en 1981)  
"Rehilete"  
"Espacio Libre"  
"Juan Sin Miedo"  
"La Semilla de la Vida"  
"Oficios"  
"T.V. Capacitación Rural"  
"Música, Niños y Canciones"  
"Campaña sobre Censos"  
"Programa Especial".

Después de un análisis preliminar de toda la programación, éstos programas fueron los seleccionados por considerar que presentan "un contenido político". El criterio utilizado para la conformación del universo de estudio, por lo tanto, no fue por medio de la clasificación del género de programación (educativa, de diversión, capacitación, información, orientación, etc). Sino que la programación fue considerada en función del interés y finalidad del comunicador, dado que a - -

nosotros lo que nos interesa es detectar el mensaje implícito; por lo que la tipología, de acuerdo al contenido político que presentan, quedó establecida de la siguiente manera:

- a) Propagandística.
- b) de Participación Política.
- c) Socializadora.

Y que para la finalidad de este estudio en particular la hemos conceptualizado así:

a) Propagandística.- Difusión de mensajes con el fin de ganar adeptos a determinada ideología.

b) de Participación Política.- Emisión de mensajes persuasivos. Difusión de motivaciones para participar.

c) Socializadora.- Difusión de los valores, creencias y actitudes tendientes a modificar el comportamiento político y social.

De tal suerte, que los programas quedaron conformados de esta manera:

Propagandística: Caminito, Al Salir el Sol, La Voz de la Tierra, Campaña sobre Censos, Programa Especial.

de Participación Política: Panorama Agropecuario, Al Salir el Sol, La Voz de la Tierra, La Semilla de la Vida, T.V. Capacitación Oficios, Campaña Sobre Censos.

Socializadora: Caminito, Al Salir el Sol, La Voz de la Tierra, Rehilete, Espacio Libre, Juan Sin Miedo, T.V. Capacitación Oficios, Música Niños y Canciones, Campaña Sobre Censos, Programa Especial.

Ahora bien, se entiende como análisis de contenido: "la técnica por medio de la cual es factible describir facetas del contenido de la comunicación en forma concisa, de donde se desprenderán ciertas conclusiones, de acuerdo con los juicios del analista quien fungirá en el proceso como observador científico". (6)

Para la aplicación del análisis de contenido se tomó como "muestra" del universo de estudio un "stock" de 90 guiones de los anteriores programas, que implica un mes de programación, determinado de la siguiente manera:

"Panorama Agropecuario", emisión diaria de lunes a domingo con una duración de 30 min. por programa. Se analizaron 30 guiones, correspondiendo 14 a las dos primeras semanas del mes de octubre de 1980, y los otros tantos a las dos primeras semanas de marzo de 1981.

"Caminito", emisión diaria de lunes a domingo con una duración de 60 min. por programa. Se analizaron sólo cinco guiones (7), correspondientes a la semana (13-17) de marzo de 1981.

"Al Salir el Sol", emisión diaria de lunes a viernes con una duración de 60 min. por programa. Se analizaron 10 guiones correspondientes a las dos primeras semanas de octubre 1980

"La Voz de la Tierra", emisión diaria de lunes a viernes con una duración de 60 min. por programa. Se analizaron 10 guiones correspondientes a las dos primeras semanas de marzo 1981.

(6) Cfr. Berelson, Bernard: Hand Book Of Social Psychology Addison Wesley Publishing Co. 1954. Pp. 123-194.

(7) La decisión de no tomar un mes de programación de esta emisión se debió a que suele difundir temas específicos por periodos de una semana o quince días regularmente. La semana que determinamos se tocó el tema: México, pasado y presente; la Conquista, y se vió que fue suficiente para configurar su contenido. Haber tomado un mes, hubiese desequilibrado la muestra.



"Rehilete", se transmite una vez por semana con una duración de 60 min. por programa. Se analizaron 5 guiones correspondientes al mes de octubre de 1980.

"Espacio Libre", se transmite una vez por semana con una duración de 30 min. por programa. Se analizaron 5 guiones correspondientes al mes de marzo de 1981.

"Juan sin Miedo", se transmite una vez por semana con una duración de 30 min. por programa. Se analizaron 5 guiones correspondientes al mes de marzo de 1981.

"La Semilla de la Vida", se transmite una vez por semana con una duración de 30 min. por programa. Se analizaron 5 guiones correspondientes al mes de marzo de 1981.

"T.V. Capacitación Oficios", emisión diaria de lunes a sábado con una duración de 15 min. por programa. Se analizaron 20 guiones correspondientes, 10 a las dos primeras semanas de octubre de 1980, las restantes a las dos primeras semanas de marzo 1981.

"Música, Niños y Canciones", se transmite una vez por semana con una duración de 60 min. por programa. Se analizaron 5 guiones correspondientes al mes de marzo de 1981.

"Campaña sobre Censos". Se analizaron 6 mensajes, que se transmitieron, por lo general, con una regularidad de 20 ocasiones al día durante el mes de mayo y los primeros cuatro días de junio de 1980.

"Programa Especial". Se transmitió el 10. de diciembre de 1981, y fue un balance de lo realizado por el Gobierno Federal durante ese año.

Como se podrá observar, la muestra se constituyó de la programación difundida en los meses de octubre de 1980 y marzo de 1981, respectivamente. Esto debido a que el mes de octubre contempla toda la producción de TRM en su primera etapa, y el mes de marzo da paso a la renovación de programas y a la continuidad de algunos otros, lo que nos permitió comparar, en cuanto a su contenido político, programas de diferente etapa, como lo fueron los programas "Al Salir el Sol" y "La Voz de la Tierra".

El cuadro No. 2 (en la siguiente página) no dará una idea bastante clara de cómo se integraban los programas muestra en el espectro general de programación, y qué otros se transmitían durante el mes de marzo de 1981.

Por otra parte, hemos de destacar las limitaciones que el análisis de guiones conlleva: no hay imágenes ni ambientación, sólo diálogos. Por lo tanto el análisis consignó solamente las referencias explícitas sobre las variables de la categoría "socialización política", que se presentaron tanto en forma directa como indirecta.

Para el registro de las unidades de diálogo, se determinó, en consecuencia, a los párrafos como las unidades de análisis o "items".

Por su parte, el análisis preliminar de los guiones determinó las siguientes categorías y variables en que se podía desglosar la categoría general socialización política:

HORARIO	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
5:45			LECTURA DEL PROGRAMA A PRIMERA HORA				
6			PANORAMA AGROPECUARIO				
7			T.V. CAPACITACION AGROPECUARIA				
8			ENLACE "A"				
9			MUSICA Y RITMO			CORRESPONDENCIA	MUSICA, NIÑOS Y CANCIONES
10						REHILETE	ERASE QUE ERA
11			TELESECUNDARIA				AL AIRE LIBRE
12						RECREO	FUTBOL SOCCER
13							TOROS Y TOREROS
14	SABIAS TU..QUE	NUESTRA SALUD T.V CAP.OFICIOS	T.V. CAPACITACION AGROPECUARIA SABIAS TU.. QUE	NUESTRA SALUD T.V.CAP. OFICIOS	SABIAS TU..QUE		ALASKA
15			DIBUJOS ANIMADOS CAMINITO			NUESTRO AMIGO EL MAR	
16	LOS CUENTOS DEL GENERAL.	BOSCO Y SUS AMIGOS	LA CASA DEL ARBOL JUAN SIN MIEDO	SALLY LA PRINCESA	CARGAMENTO SALVAJE	LOS 3 COCHINITOS Y EL LOBO FIRENCIO	PROYECCION DOMINICAL
17			CUENTOS Y FABLAS				AVENTURAS DEL OESTE
18			EL CAMINO DEL FUTURO COTORREANDO LA NOTICIA LA VOZ DE LA TIERRA			FUTBOL SOCCER	
19	LA SEMILLA DE LA VIDA	ELLA	CURSO DE COSTURA	MEXICO DESCONOCI DO	CURSO DE BORDADO	FORO DEL CONSUMI- DOR	BAILE, MUSICA Y CANCIONES
20			PANORAMA AGROPECUARIO			TARZAN	ENCUENTRO DE OPINIONES
21	EL EJIDO	NUESTRA SALUD T.V. CAP.OFICIOS	T.V. CAPACITACION AGROPECUARIA ESPACIO LIBRE	NUESTRA SALUD T.V.CAP.OFICIOS	MUSICA DE MEXICO	TROPIDANZA	
22	HISTORIA DE MAESTROS	EL TLAXCALA DE HOY	UN ANGEL LLAMADO ANDREA	EL GUANAJUATO DE HOY		PARTIDOS POLITICOS	SIETE DIAS
23	MUSICA Y RITMO PART. POLITICOS	TV PROGR. MEDICOS		MUSICA Y RITMO PRODUCC. Y PRODUCT.	TV PROGR. MEDICOS	NUESTRO CINE PRESENTA	ESPECIAL DE BELLAS ARTES
24			SIETE DIAS EXPRESION ENLACE "A" DESPEDIDA				DESPEDIDA

PROGRAMACION DE UNA SEMANA CORRESPONDIENTE AL MES DE MARZO 1981.

CATEGORIA GENERAL

CATEGORIAS

VARIABLES

CARACTERES

SOCIALIZACION POLITICA

1. Comportamiento Social.	1.1 Educación Informal	1.1.1. Trabajos Manuales 1.1.2. Aspectos Generales de las disciplinas del conocimiento humano.		
	1.2 Normas de Urbanidad, Prácticas Comunitarias y bienestar social.	1.2.1. Salud e Higiene 1.2.2. Alcoholismo.* 1.2.3. Contaminación Ambiental.* 1.2.4. Prostitución* 1.2.5. Promoción Familiar. 1.2.6. Aborto.*		
	1.3 Promoción al Campo.	1.3.1. Asentamientos Humanos.		
	2. Identidad Política.	2.1 Legitimación del Estado.	2.1.1. Acciones Políticas 2.1.2. Personajes Políticos. 2.1.3. Instituciones Públicas. 2.1.4. Reglamentación Jurídico-política. 2.1.5. Ideas y conceptos políticos.	
		2.2 Educación Cívica.	2.2.1. Valores Patrios. 2.2.2. Personajes y hechos de la historia. 2.2.3. Folclore y costumbres.	
		3.1 Militancia Política.	3.1.1. Afiliación	
		3. Participación Política.	3.2 Formas de Organización Social.	3.2.1. Productivas... 3.2.2. Educativas. 3.2.3. Salud. 3.2.4. Laborales. 3.2.5. Entretenimiento.
			3.3 Integración al Proceso Político.	3.3.1. Censar. 3.3.2. Sindicar. 3.3.3. Votar.

EL PROCESO DE SOCIALIZACION POLITICA A TRAVES DE LA RED TELEVISION RURAL DE MEXICO.

\* Hemos de anotar que la posición del mensaje en cuanto a estos caracteres es "en contra"

Se hace necesaria aquí, la definición respectiva de nuestras categorías y variables. En cuanto a las categorías, ya las habíamos enunciado en nuestro primer capítulo, pero se hace imprescindible volverlas a retomar en éste. Hemos de advertir que cada una de las siguientes definiciones están en función exclusiva de nuestro trabajo. Así como también, hemos de aclarar que las variables de cada una de las categorías de análisis no son únicas, sino que pueden observarse más, sólo que limitándonos a nuestro estudio aparecieron las ya acotadas. También se determinó, en base al examen preliminar de una segunda revisión de guiones, que cada categoría, variable y carácter fuese excluyente. Fueron delimitados de tal manera que no permitieron confusión al momento de ubicar a los mensajes concretos en cada una de ellas.

#### 4.2. DEFINICION DE CATEGORIAS, VARIABLES Y CARACTERES.

1. Comportamiento Social.- Es la concepción que los individuos tienen de las disposiciones, prácticas y actitudes que modelan la vida social. Es la inculcación de normas sociales dominantes en una sociedad determinada y que implican una disciplina de los individuos ante las instituciones sociales establecidas.

1.1. Educación Informal.- Es la adquisición y acumulación de nuevas experiencias a iniciativa del individuo; puede ser educación extraescolar.

1.1.1. Trabajos Manuales.- Promoción de prácticas grupales para la elaboración de objetos artesanales.

1.1.2. Aspectos Generales de las Disciplinas del Conocimiento Humano.- Difusión general de características formales de la ciencia, el arte y la tecnología.

1.2 Normas de Urbanidad, Prácticas de Comportamiento Comunitario y Bienestar Social.- Es la adquisición de actitudes disciplinadas de las disposiciones sociales dominantes y formas de comportamiento en el medio social.

1.2.1. Salud e Higiene.- Inculcación de actividades de cuidado personal. Conocimientos sobre salubridad y alimentación.

1.2.2. Alcoholismo (en contra del).- Promoción de actitudes y prácticas destinadas a evitar el consumo de bebidas alcohólicas. Difusión de problemas sociales, económicos y de salud que provoca el abuso del alcohol.

1.2.3. Contaminación Ambiental (en contra la).- Promoción de actitudes y prácticas para la conservación del medio ambiente.

1.2.4. Prostitución (en contra de la).- Promoción de actitudes y prácticas tendientes a evitar su ejercicio.

1.2.5. Promoción Familiar.- Es la inculcación de prácticas y actitudes que modelan la vida familiar como - institución social. El matrimonio como base de su buen funcionamiento.

1.2.6. Aborto (en contra del).- Promoción de actitudes y prácticas tendientes a evitar su ejercicio. La planificación familiar como educación sexual para su prevención.

1.3. Promoción al Campo.- Es la inculcación de prácticas y actitudes que modelan la vida campirana.

1.3.1. Asentamientos Humanos.- Promoción de actitudes y prácticas tendientes a evitar los movimientos migratorios a los centros urbanos.

2.- Identidad Política.- Es la formación cívica como una acción política deliberada. Es por lo tanto, el aprendizaje vinculado al papel de ciudadano.

2.1. Legitimación del Estado.- Es la promoción e inculcación de los valores políticos (personas, instituciones, acciones de la vida política) que corresponden a la estructura jurídico-política de la sociedad.

2.1.1. Acciones Políticas.- Es la difusión y promoción de los trabajos y actividades realizados por las autoridades políticas.

2.1.2. Personajes Políticos.- Es la difusión y promoción de la personalidad de los sujetos políticos.

2.1.3. Instituciones Públicas. - Es la difusión y promoción de la imagen de las diversas instituciones gubernamentales.

2.1.4. Reglamentación Jurídico-política.- Es la difusión y promoción de las leyes, reglamentos, decretos, acuerdos y demás dictados de las normas del derecho y del ejercicio del poder público.

2.1.5. Ideas y conceptos políticos,- Es la difusión y promoción del lenguaje gubernamental o discurso político. (Liberalismo, pluralismo, democracia, etc).

2.2. Educación Cívica.- Es la promoción e inculcación de los valores y símbolos nacionales.

2.2.1. Valores Patrios.- Es la promoción e inculcación de los símbolos de identificación a la patria. Bandera, himno, territorio, idea de nación, de pueblo, etc.

2.2.2. Personajes y hechos de la historia.- Difusión y promoción de los personajes considerados oficialmente héroes de la patria, así como de los hechos históricos que realizaron.

2.2.3. Folclor y Costumbres.- Difusión y Promoción de aspectos generales y relevantes de las culturas regionales que integran el territorio nacional.



3. Participación Política.- Es el aprendizaje vinculado al reclutamiento para papeles especializados y su consiguiente realización. Este aprendizaje es realizado en dos aspectos políticamente relevantes. Primero, una participación política institucional. Segundo, una participación política no institucional. En el primer aspecto, la formación de los individuos adquiere vinculaciones partidistas. En el segundo, la formación de los individuos adquiere un comportamiento político fuera de las instituciones formales, es decir, que es un aprendizaje político no explícito, como son las formas de organización que adquieren relevancia política y que indican una integración al proceso político nacional.

3.1. Militancia Política,- Es la incorporación activa de los sujetos a las instituciones y organizaciones de carácter político, tales como asociaciones, partidos, etc.

3.1.1. Afiliación.- Es la inscripción formal de los individuos a las instituciones y organismos políticos.

3.2 Formas de Organización Social.- Es la incorporación activa de los sujetos a sistemas simples de organización para la realización de actividades de tipo comunitario.

3.2.1. Productivas.- Promoción de prácticas comunitarias que puedan ser susceptibles de adopción por parte de agricultores para aumentar su producción mediante la aceptación de procedimientos y técnicas innovadoras.

3.2.2. Educativas.- Promoción de prácticas comunitarias para la adopción de los educandos mediante procedimientos didácticos tendientes a lograr la castellanoización y alfabetización, principalmente.

3.2.3. De Salud.- Promoción de prácticas comunitarias para la adopción de actividades higiénicas y salubres.

3.2.4. Laborales.- Promoción de actividades comunitarias para el ejercicio laboral, combinando la teoría y la práctica.

3.2.5. De Entretenimiento.- Promoción de prácticas comunitarias recreativas.

3.3. Integración al Proceso Político,- Motivaciones para participar a través de los mecanismos políticos instituidos. La participación puede ser partidista sin que por ello sea militante.

3.3.1. Censar.- Motivaciones para participar, tanto en el levantamiento de censos, como para la facilitación de datos.

3.3.2. Sindicar.- Motivaciones para participar a través de una organización sindical.

3.3.3. Votar.- Participación partidaria y promoción del voto.

#### 4.3. EL DISCURSO SOCIALIZADOR DEL ESTADO: CONSIDERACIONES.

La aplicación del análisis de contenido a nuestra muestra nos proporcionó los siguientes resultados:

El proceso de socialización política a través de la programación que difunde la red de TRM se hace presente en forma continua (ver gráfica No. 1). La tarea de una socialización permanente se logra mediante la reproducción de un "stock" de mensajes conformados (ver cuadro No. 4)

Como se puede observar, si bien, todos los aspectos que engloba el proceso de socialización política se promueven a través de los diferentes programas, algunos lo son más que otros; como también, las diferentes emisoras presentan un contenido socializador mayor que otras (ver gráfica No. 2). Es decir, que hay aspectos determinados del mensaje socializador que le interesa al Estado destacar más que otros y, ello nos permite incidir sobre los propósitos concretos que pretende éste a través de la producción y difusión de aquellos.

Es así, al observar, que el peso mayor del mensaje socializador del Estado es con el fin de lograr la "Identidad Política" (ver cuadro No. 5), determinamos que la formación programática de la red de TRM se estructura en base a la preocupación del Estado por difundir la autoridad gobernante. De esta manera, se pretende la dinamización de un consenso respecto al sistema político y sus productos: Los decretos del poder y las normas del derecho (ver gráfica No. 3).

Dentro de la "Identidad Política", el mensaje socializador se inclina significativamente a la tarea de la

\* Al final del Apartado encontraremos, tanto las Gráficas como los cuadros a los que nos referimos a lo largo de éste.

"Legitimación del Estado", dejando muy por abajo porcentualmente a la otra: "La Educación Cívica" (ver gráfica No. 2). Por lo tanto, este indicador nos corrobora que la tarea fundamental del mensaje socializador del Estado está en la promoción del régimen político. Lo que implica sobre todo, el intento por lograr una identificación creciente entre éste y el público de la red de TRM.

Los aspectos específicos del régimen político que se promueven, por orden jerárquico de difusión son los siguientes: 1º. las acciones políticas; 2º. los personajes políticos; 3º. las instituciones públicas; 4º. la reglamentación jurídico-política; y, 5º y último, las ideas y conceptos políticos. (ver gráfica No.3)

En tanto que las motivaciones para la "Participación Política" de los ciudadanos, por su parte, también se ubican como otra preocupación relevante para el Estado - (ver cuadro No. 5 y gráfica No. 1). Como se puede observar, su promoción se realiza a través de todos los programas analizados, pero cobra importancia el hecho de que sea, principalmente, en forma de campaña. Lo que nos indica que en momentos determinados por el Estado, su promoción sea en forma intensiva.

Ahora bien, en cuanto a su promoción dentro de la programación normal, es también significativo el hecho de que sean las "Formas de Organización Social" las que logren mayor jerarquía que las motivaciones para la "Integración al Proceso Político" y/o a la "militancia Política" (ver cuadro 6-A y 6-B, también gráfica No.2). Lo que significa, si tomamos en cuenta que las diferentes formas de

participación política de los ciudadanos nos revelan tanto su nivel de politización como el tipo de participación que de ellos requiere el Estado, que el mensaje socializador difundido a través de los programas promueve una participación limitada social y temporalmente; lo que pone de manifiesto, que el interés del Estado está encaminado a condicionar la participación de los ciudadanos, y en esa forma la utiliza como una medida para legitimarse ante la sociedad civil en tanto grupo político en el poder.

En cambio, el "Comportamiento Social", si bien es tomado en cuenta por el Estado, no tiene tanta relevancia como las anteriores en la programación de TRM (ver gráfica No. 1). El no alcanzar siquiera la tercera parte de las unidades de registro (ver cuadro No. 5), demuestra que las intenciones de Estado están más allá de las meras orientaciones de conducta social que tan ufanamente se presentan en los objetivos de la red.

El hecho de que los programas "Rehilete" y "Caminito", "La Voz de la Tierra" y "Al Salir el Sol"; estén fundamentalmente dirigidos a los niños, los primeros; y a las mujeres los segundos, nos indica que las "Normas de Urbanidad", las "Prácticas Comunitarias y Bienestar Social", así como el apoyo a la educación formal escolarizada a través de la "Educación Informal", son promovidos para su inculcación en este tipo de público. (ver gráfica No. 3). Ello demuestra un interés del Estado por ir adecuando a las nuevas generaciones al sistema socio-político vigente, así como de aquellas que han sido marginadas por bastante tiempo.

Ahora bien, con lo que respecta a las manifestaciones concretas de nuestras tres categorías, tenemos las siguientes consideraciones:

a) Identidad Política.

En cuanto a su variable "Legitimación del Estado", tenemos que:

1ª. La tarea fundamental de la "Legitimación del Estado" es promover las "Acciones Políticas" que realicen las instancias federales, estatales y municipales. Dentro de este punto, las campañas intensivas, a través de mensajes propagandísticos más que en la programación normal, son los que tienen mayor peso (ver cuadro No. 7-A). Lo que significa, que el Estado lleva a cabo promociones intensivas de los diferentes programas gubernamentales que realiza. Las "Acciones Políticas", alcanzan el mayor porcentaje en cuanto a su difusión en relación a todos los otros caracteres específicos de la categoría general "Socialización Política". (ver gráfica No. 3).

Por otro lado, hemos de resaltar que los programas gubernamentales que más se promueven son entre otros: "El Plan Global de Desarrollo", "El Sistema Alimentario Mexicano" y "La Alianza para la Producción".

2ª. La difusión de los sujetos del sistema político es otra tarea relevante del mensaje socializador. La promoción de la imagen presidencial, de los distintos secretarios de Estado (sobre todo los que están ligados a los problemas educativos y del campo), los directores de las empresas

descentralizadas y paraestatales, así como a los comisariados ejidales, promotores y técnicos, los gobernadores y directores de institutos y escuelas; nos da referencia clara de una promoción acentuada de la autoridad política en sus diferentes instancias.

La promoción de los "Personajes Políticos" alcanza, en relación a todos los demás caracteres de la socialización política, un cuarto lugar en relevancia (ver cuadro No. 7-A).

39. Las "Instituciones Gubernamentales" se hacen patentes a través del mensaje del Estado, aunque en mayor grado las identificadas con el ámbito educativo y agropecuario. La difusión abarca desde las Secretarías de Estado, hasta la Conasupo y Banrural. Ello pone de manifiesto que la estructura administrativa del sistema político se refuerza por medio de la programación de TRM.

En cuanto a su manifestación concreta de socialización política, "Las Instituciones Gubernamentales" alcanzan un sexto lugar general. (ver cuadro No. 7-A).

40. Los decretos presidenciales, las leyes y reglamentos agropecuarios, educativos y del consumidor, sobre todo, así como la difusión de determinados artículos constitucionales son frecuentes en la programación de TRM. Lo que indica que los decretos del poder político y las normas jurídicas son también promocionales.

En relación a las otras manifestaciones concretas de la socialización política, la "Reglamentación Jurídico-política" se encuentra entre los primeros diez lugares de importancia. (ver cuadro 7-B).

59. A través de la adopción de medidas tendientes a la protección de actividades y derechos sociales, económicos y políticos; tales como campañas contra la especulación, el intermediarismo, acaparamiento, consumo entre otras, el Estado promueve por medio de la programación la idea de un gobierno protector. Por su parte, el manejo de conceptos tales como justicia social, libertad ciudadana, desarrollo económico, mejores niveles de bienestar social y otros; completan las "ideas y conceptos políticos" que también se promueven a través del mensaje del Estado.

"Las Ideas y Conceptos Políticos" están contempladas dentro de las primeras diez manifestaciones concretas de socialización política (ver cuadro 7-8).

En cuanto a su variable "Educación Cívica", tenemos que, la adopción del concepto de sociedad civil, la promoción de los conceptos de nación, patria, historia y sustentación de símbolos nacionales y patrios, acompañados de la divulgación de aspectos generales de las costumbres y el folclor de los pueblos que conforman el territorio nacional; son los caracteres que la integran. La relación jerárquica en que aparecen estos en la programación es la siguiente:

10. La promoción a la mexicanidad a través de la identificación y divulgación de los símbolos patrios como la bandera, el himno, el idioma, la raza y la ubicación del territorio físico como nación; son los principales elementos que de "Los Valores Patrios", contempla la programación de TRM.

Los "Valores Patrios" como manifestación específica de socialización política alcanza un lugar dentro de los diez



más importantes. (ver cuadro No. 7-8)

2º. La divulgación de los héroes de la patria y los hechos históricos que realizaron, es decir, la historia nacional. Los "Personajes y Hechos de la Historia", en relación a los demás caracteres específicos de socialización política adquieren una medianía en importancia en la programación. (ver cuadro 7-8).

3º. La divulgación de aspectos generales de las culturas de los grupos sociales que integran el territorio nacional como son la lengua, el habla, el vestido, la religión, los ritos y las danzas, los cantos y otros, también son considerados en el mensaje socializador del Estado. La promoción del "Folclor y Costumbres" como manifestación concreta de socialización política tiene una participación baja, como podemos observar en el cuadro No. 7-C

Los tres puntos anteriores nos indican la preocupación del Estado por establecer en el público de TRM, formas de integración nacional, y también, nos muestran cómo el Estado se apropia de la historia y cultura nacionales.

#### b) Participación Política.

Con lo que respecta a las manifestaciones concretas de la categoría "Participación Política", tenemos las siguientes consideraciones.

En cuanto a su variable "Formas de Organización Social" tenemos que el Estado requiere mayormente, de los ciudadanos, una participación política no institucional que implica militancia dentro de las organizaciones ya instituidas por el Estado (ver gráfica No. 3). Lo que manifiesta que el Estado no desea integrarlos a la estructura gubernamental, sino a formas de organización que este impulsa y dirige para sustentar las tareas de desarrollo económico y social adoptados.

Las "Formas de Organización Social" que el Estado destaca a través de la programación de TRM son las siguientes:

1º. "Productivas" (ver cuadro No. 7-A). El hecho de que las formas de organización productivas para el campo hayan alcanzado el mayor porcentaje en cuanto a su variable y logrado un tercer lugar como manifestación concreta de socialización política, demuestra que el estado requiere de una mayor influencia tanto en la constitución de este tipo de organizaciones como en las formas y métodos de aprovechamiento de los recursos del campo. Es decir, que busca imponer, de acuerdo a sus intereses los métodos y procedimientos para la explotación de los recursos naturales y, condicionar a los trabajadores del campo a éstos.

2º. "Educativas" (ver cuadro No. 7-A). La promoción de mensajes para la creación de organizaciones comunitarias para el aprovechamiento de simples procedimientos didácticos, tendientes a reforzar la educación escolar, pone de manifiesto que la tarea en este campo por parte del Estado

no es más que llevar a cabo una alfabetización funcional. Su importancia en cuanto a manifestación concreta de socialización política es de un relevante quinto lugar.

3o. "De Salud". (ver cuadro No. 7-C). El impulso de los mecanismos de prevención a las enfermedades a través de una constante insistencia a los servicios de salubridad elementales, y que requieren de la participación ciudadana, no logran tener una relevancia en el mensaje socializador en cuanto a carácter específico de socialización política. (ver gráfica No. 3)

Dentro de este mismo campo, las normas básica de "Salud e Higiene" (que se presentan como carácter específico de la categoría "Comportamiento Social"), adquieren mayor significado en el mensaje del Estado que las motivaciones a la formación de organizaciones comunitarias de salud. Esto se puede interpretar en la medida en que el Estado promueve más las medidas preventivas de salud, que implican, también, una motivación para que los pobladores del medio rural acudan y cooperen con los programas que en este rubro ha diseñado e implementado el Gobierno Federal, a través de la proliferación de centros de salud y clínicas médicas del proyecto IMSS-COPLAMAR; el hecho mismo, de lograr que los individuos formen organizaciones de salud, implica que el Estado tendría a la vez que complementarlas con los servicios necesarios para su establecimiento, resultando así un doble gasto para éste.

4o. "Laborales" (ver cuadro No. 7-C). La insistencia a través de la programación, a la organización comunitaria para la defensa de los intereses laborales de los trabajadores, corre semejante suerte que la anterior, no se promueven significativamente (ver gráfica No. 3).

Los aspectos que se destacan, para impulsar la creación de organizaciones laborales, son principalmente de carácter productivo y distributivo y que conlleva la intención de poner a los trabajadores del campo al servicio de las instituciones públicas en éste ámbito. Como por ejemplo, la organización comunitaria en este sentido permitiría una mejor aceptación a los procedimientos y métodos que proponen los técnicos y promotores rurales de las Secretarías de Agricultura y la Reforma Agraria, respectivamente; promover de acuerdo a sus políticas crediticias, los empréstitos del Banco Rural BANRURAL y; los mecanismos de compra y distribución de los productos agrarios determinados por la Conasupo. Acciones éstas que se insertan en un propósito político más amplio: integrar la fuerza laboral de los campesinos a los fines de modernización que el país busca. Incorporarlos a los planes de trabajo que requiere el Sistema Alimentario Mexicano y el Plan Global de Desarrollo, principalmente.

Esta característica específica de socialización política, como podemos ver, se complementa significativamente con las formas de organización productivas, que vimos páginas atrás.

5o. "Entretenimiento". (ver cuadro No. 7-D). Las formas de organización social para cubrir los espacios de ocio, el tiempo libre, también son promovidas a través del mensaje del Estado, aunque muy pobremente. (ver gráfica No. 3). Los aspectos que se destacan para la conformación de este tipo de organizaciones, es tanto la pertinaz insistencia de los juegos de concurso como a la motivación a través del premio y la recompensa.

En cuanto a la variable "Integración al Proceso Político", tenemos que el deseo de integrar a los individuos en el proceso político por parte del Estado, se ve limitado

a los intereses estructurales ( políticos, económicos, - sociales) que en determinados momentos éste requiere. Lo que significa que sólo cuando se necesita de la participación de los ciudadanos se les motiva para ello. Es por esto que en nuestro estudio destaca el "Censo" como actividad integradora (ver cuadro No. 7-A, Gráfica No. 3). Desde esta perspectiva queremos aclarar que cualquiera de las otras actividades: "Sindicar" y "Votar", están también determinadas por las necesidades de participación que el Estado requiere. Durante la delimitación de nuestra muestra se llevó a cabo el levantamiento del X Censo Nacional de Población y Vivienda, es por ello que esta actividad destaca.

Por otra parte, el hecho de que las otras dos actividades integradoras se difundían en la programación, sin ser requeridas durante el período de la muestra, nos indica que el Estado lleva a cabo una promoción constante de los mecanismos de integración al proceso político, aunque no muy pronunciada (ver gráfica No. 3). Esta pobreza promocional se ve compensada con las campañas propagandísticas intensivas:

Los mecanismos de "Integración al Proceso Político" en cuanto a su manifestación concreta de socialización política, que se presentan a través de la programación de TRM son, por orden jerárquico, los siguientes:

1º. "Censar" (ver cuadro No. 7-A). El hecho de que esté tan alto el porcentaje de la actividad censal, y...

2º, 3º "Sindicar" y "Votar" (ver cuadro No. 7-C). ... que las actividades sindicales y partidista a través del voto, estén por el contrario, tan bajas porcentualmente nos demuestra que hay, por parte del Estado, una preocupación

mayor porque los ciudadanos conozcan sus "deberes con el sistema" cuando éste los requiere, que sus derechos políticos, y que en consecuencia los ejerza como tales.

Por su parte, y en esa misma línea, la variable "Militancia Política", al encontrarse porcentualmente en último término, tanto en relación a su categoría, como también en cuanto a la categoría socialización política (ver cuadro No. 6-B), nos viene a corroborar nuestras anteriores apreciaciones. La "Militancia Política" que requiere de la "Afiliación" como manifestación auténtica de que el Estado busca la integración de los individuos a la estructura política, pero al observar nuestro cuadro No. 7-D y encontrarla en los últimos tres lugares, demuestra que no existe tal deseo y, que el Estado sólo quiere una subordinación al sistema político imperante.

c) Comportamiento Social.

En cuanto a su variable "Normas de Urbanidad", "Prácticas Comunitarias y "Bienestar Social" tenemos que hay una insistencia marcada, a través de la programación, a la prevención de comportamientos sociales conflictivos, la difusión de orientaciones para evitar actividades consideradas como nocivas para la salud tanto física como social se hacen permanentes en el mensaje del Estado, tanto, que podríamos afirmar que son serias campañas las que se llevan a través de los programas normales sobre problemas de alcoholismo, contaminación ambiental, prostitución, promoción familiar, y anti-aborto. Es por ello que esta variable se ubica como la tercera en importancia dentro de la promoción del mensaje socializador. (ver cuadro 6-A).

dejando muy por abajo, porcentualmente, a las otras dos: "Educación Informal" y "Promoción al Campo", respectivamente (ver gráficos No. 2). Lo que indica una preocupación creciente del Estado por combatir las actitudes y actividades que no estén contempladas en las normas sociales establecidas y que puedan poner en peligro la validez de las instituciones que la representan, como por ejemplo, la familia, lo que significaría poner también en tela de duda al sistema social mismo, de ahí la importancia de su prevención.

Las manifestaciones, por orden jerárquico, de esta variable son las siguientes:

1º. La promoción de prácticas de "Salud e Higiene", como manifestación concreta de la socialización política se encuentra en el décimo lugar (ver cuadro 7-B), y el hecho de que sólo la contempla el programa infantil "Rehilete", nos muestra que el Estado se propone, en la medida en que la inculcación en los niños de los cuidados a la salud y a la higiene son normas de condicionamiento a la socialización, imponer las formas primeras de la obediencia y la disciplina.

2º. La promoción de mensajes contra el abuso del alcohol adquiere, si bien una relevancia media en la programación de TRM (ver cuadro 7-B), cabe destacar la forma en que es concebido el problema del alcoholismo en el mensaje socializador. Este se presenta como la falta de carácter que observan los individuos para superar situaciones problemáticas de su vida particular que los orilla al abuso de éste, buscando a través de ello un escape; y no como una consecuen-

cia social más profunda. Concebido de esta manera, indica que el Estado se desatiende del compromiso de llevar a cabo una campaña más completa que lo pudiera orillar a tomar medidas concretas al respecto, y, que pudiera con ello afectar intereses dominantes en el ámbito de la producción industrial de bebidas alcohólicas .

30. Otra preocupación del Estado que manifiesta a través de la programación de TRM es la de promover medidas encaminadas a evitar el deterioro ecológico, sobre todo la "Contaminación Ambiental". Esto es necesario, dado que este problema ya es crítico en nuestro país. (ver cuadro No. 7-D)

40. El hecho de que sea un programa del género telenovela como lo es "La Voz de la Tierra" el único que hace referencia al problema de la prostitución, nos indica que la actitud social de las mujeres también es preocupación del Estado.

"La Prostitución" en cuanto práctica social prohibida por el Estado y manifestación contraria a las normas sociales dominantes, es como la ubicamos dentro de las manifestaciones concretas de la socialización política. (ver cuadro No. 7-B). Pero hemos de anotar que no sólo esta posición, en cuanto a su práctica, se manifiesta en el mensaje del Estado. También se promueve "La Prostitución" como una forma de persuadir a las mujeres campesinas a que emigren a las ciudades, dado que se presenta, ya como una consecuencia de engaños y de extorsión que puedan sufrir éstas por gente de la ciudad, en la medida en que observan una desadaptación a la dinámica de vida citadina . En este sentido las ciudades son configuradas



como hostiles. O bien; como la única alternativa que tienen para poder sobrevivir en los centros urbanos. Vista en cualquiera de las dos formas la ubicamos dentro de la variable "Promoción al Campo".

5o. La "Promoción a la Familia" como institución social también se realiza en el mensaje del Estado. Aunque como manifestación concreta de socialización política no alcanza relevancia (ver cuadro No. 7-D), su incursión en la programación nos indica la preocupación del Estado por evitar la desintegración familiar. Las características que presenta son principalmente la promoción de actitudes y prácticas de solidaridad y cooperación entre los miembros familiares, el matrimonio como modelo y finalidad de las relaciones afectivas de la pareja.

6o. Dentro del programa "Al Salir el Sol", género telenovela, hay también otro mensaje específico para las mujeres: la prohibición de la práctica del aborto (ver cuadro No. 7-A).

Cabe resaltar la posición que guarda el Estado en contra de ésta práctica, dado el crecimiento demográfico acelerado que sufre el país y que en mucho contraviene a los planes de modernización que se llevan a cabo. Hemos de interpretar la posición del Estado al respecto, como una forma de evitarse mayores problemas con fuertes grupos de presión de carácter religioso que existen en el país. Es por ello que ubicamos ésta acción como conflictiva, más que nada a nivel ideológico. Es decir, que si bien el Estado quiere evitar el crecimiento demográfico, lo intenta, mediante la promoción de un mensaje tan sutil, como lo es el de la "planificación familiar".

El mensaje socializador tendiente a evitar la práctica del aborto contempla las siguientes características: se presenta, por una parte, en forma de "castigo" en cuanto el embarazo es concebido fuera del matrimonio, es decir, a causa de relaciones sexuales pre o extramaritales. Por la otra, "es condenable", en tanto se utilice para evitar hijos indeseados ya sea dentro o fuera del matrimonio. En este sentido se promueve como contraparte de la planificación familiar.

En cuanto a la variable "Educación Informal", tenemos que el Estado también se preocupa porque la programación de TRM sirva de apoyo a la educación formal escolarizada. En cuanto a manifestación concreta de socialización política, tenemos que presenta las siguientes características:

1o. "Los Trabajos Manuales", que se promueven a través del mensaje del Estado para motivar la creatividad y la participación conjunta y organizada. Este mensaje, por sus características y por los programas que mayormente los difunden (ver cuadro 7-C) está dirigido principalmente a los niños en edad escolar.

2o. La Promoción de "Aspectos Generales de las Disciplinas del Conocimiento Humano", se presentan como complemento del anterior en el mensaje del Estado (ver cuadro No. 7-C). Se promueve en este sentido la difusión de los aspectos relevantes de los descubrimientos científicos, de los adelantos técnicos, de las prácticas artísticas. Por

lo que las ciencias humanas, las naturales y las exactas son así difundidas en sus aspectos más generales. Lo que significa que el Estado a través de TRM no difunde la "cultura", tan sólo sus expresiones más relevantes, a través de una programación selectiva cuyo resultado no es la cultura realmente existente en un momento dado, sino lo que técnica y políticamente se entiende que debe ser conocido por el tele-espectador para integrarse a un universo cultural condicionado.

En cuanto a la variable "Promoción al Campo", tenemos que el Estado pretende persuadir, a través de TRM, a los habitantes del campo a no venir a vivir a las ciudades. "La Promoción al Campo" abarca, principalmente la idea de que el campo mismo, a pesar de sus limitancias infraestructurales, es mejor alternativa para sus habitantes que las ciudades y, que el Estado está procurando a corto, mediano y largo plazo, prestar más y mejor ayuda para la creación de esa infraestructura que permita el desarrollo socio-económico de las comunidades campesinas. Esta variable sólo tiene como manifestación específica "Los Asentamientos Humanos" (ver cuadros Nos. 6-B y 7-D).

El mensaje del Estado en cuanto a "Asentamientos Humanos", se presenta como un llamado para que los campesinos se queden a vivir en sus lugares de origen y promueve una serie de conductas prohibidas por la sociedad como susceptibles de adoptar por la gente que decida a emigrar, es decir, que la posibilidad de "degradación social" (la prostitución, el alcoholismo, el robo, el asesinato, la holgazanería, la delincuencia) está como contrapartida a la decisión de quedarse en el campo.

La aparición de esta variable en la programación de TRM nos indica la preocupación del Estado por contrarrestar la inmigración a las ciudades, las cuales bajo los irregulares asentamientos humanos que existen, son fuente de constantes problemas sociales para éste. El hacinamiento y la falta de servicios sociales son causa de deterioro al buen comportamiento social, o al menos al comportamiento social que impulsa el Estado. En esa medida, la creciente marginación social contraviene, en mucho, los propósitos del mensaje socializador que impulsa el Estado a través de TRM

GRAFICAS

Total de  
Items.

Gráfica No. 1

5000

4000

3000

2000

1000

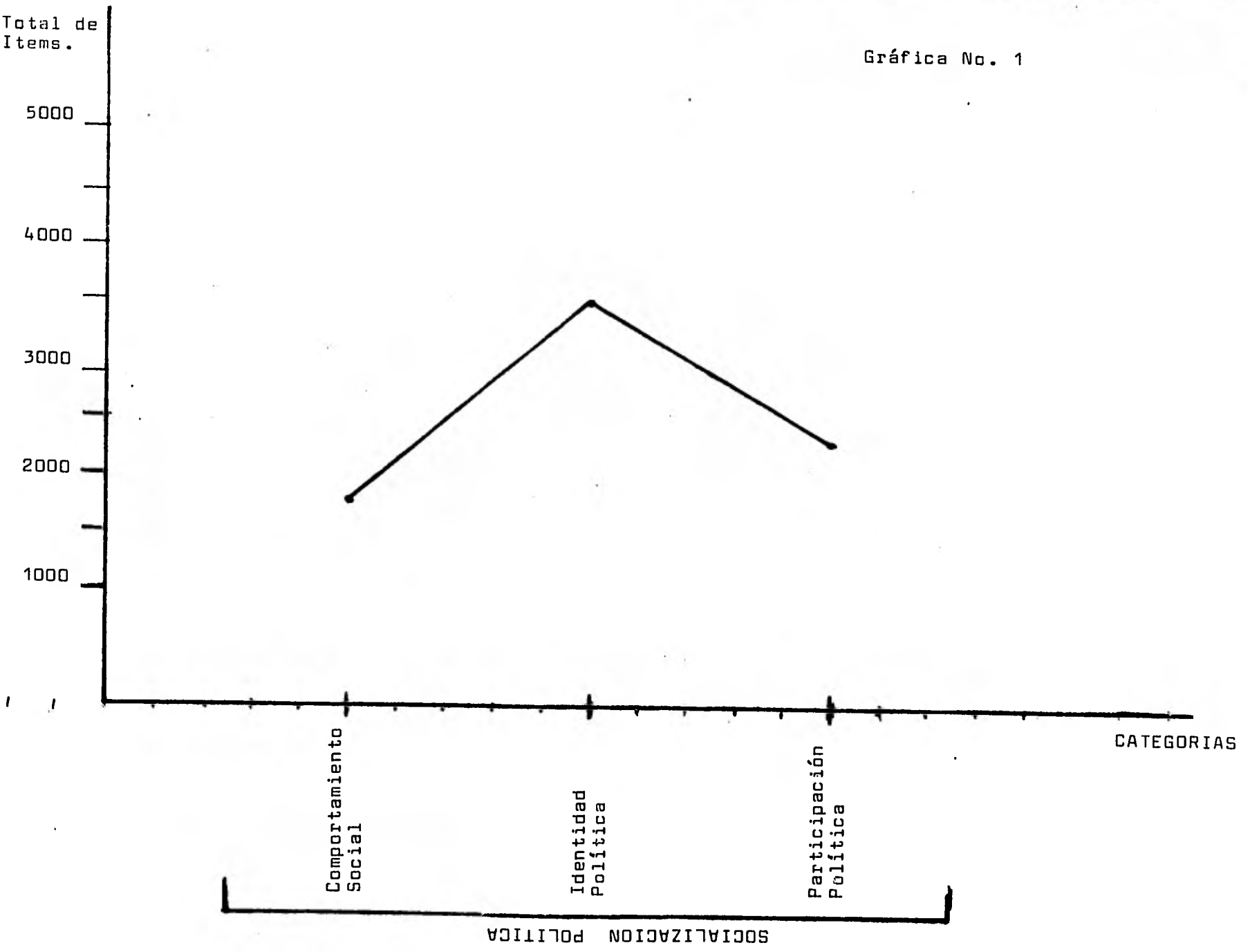
CATEGORIAS

Comportamiento  
Social

Identidad  
Política

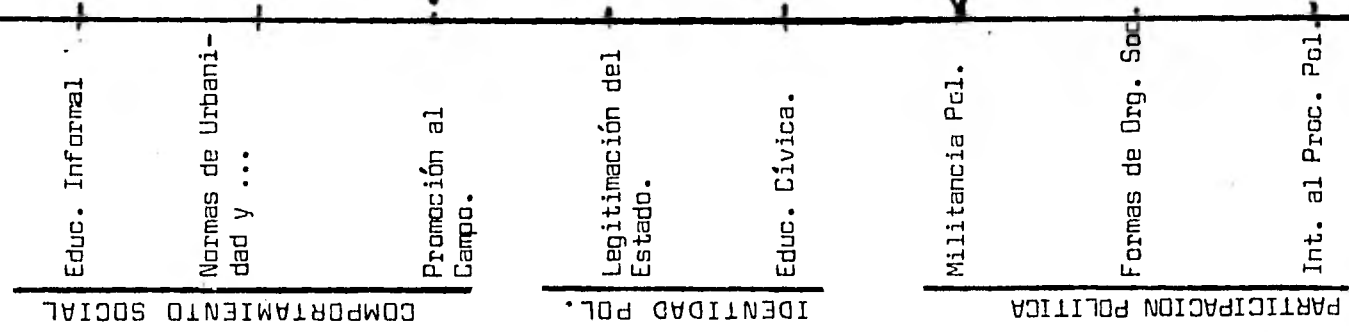
Participación  
Política

SOCIALIZACION POLITICA



Total de  
Items.

2500  
2000  
1500  
1000  
500



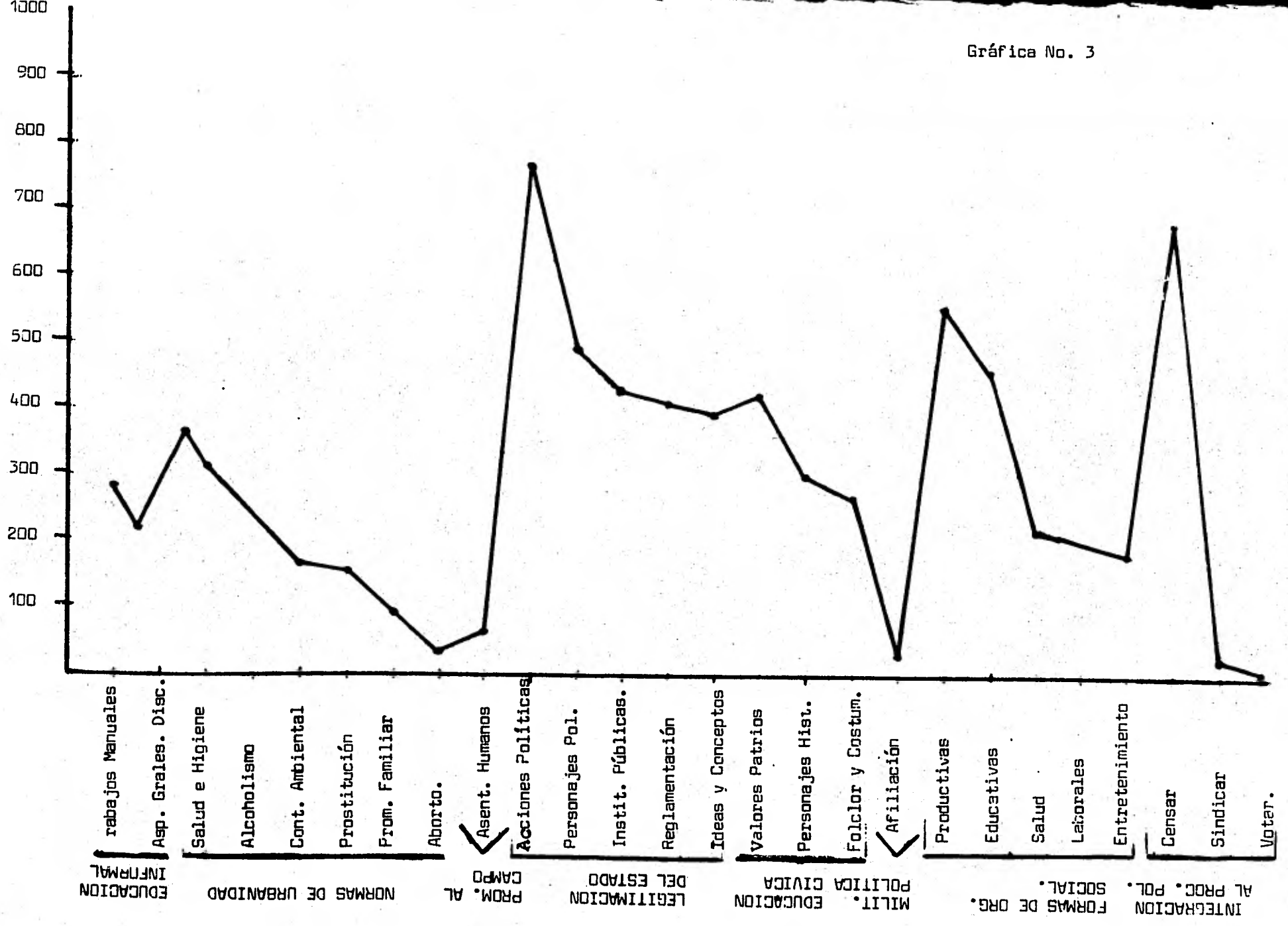
COMPORTAMIENTO SOCIAL

IDENTIDAD POL.

PARTICIPACION POLITICA

VARIABLES

Gráfica No. 3





EL PROCESO DE SOCIALIZACION POLITICA A TRAVES DE LA PROGRAMACION DE TELEVISION RURAL DE MEXICO.		PANDORAMA AGROPECUARIO	CAMINITO	AL SALIR EL SOL	LA VOZ DE LA TIERRA	REHILETE	ESPACIO LIBRE	JUAN SIN MIEDO	LA SEMILLA DE LA VIDA	T.V. CAPACITACION OFICIOS	MUSICA, NIÑOS Y CANCIONES.	CAMPAÑA SOBRE EL CENSO**	PROGRAMA ESPECIAL *	TOTALES
- OCTUBRE 1980 - MARZO 1981 (R.T.C.)														
1. COMPORTAMIENTO SOCIAL.	1.1 EDUCACION INFORMAL		91	12	59	279	15	41	5		12		3	517
	1.2 NORMAS DE URBANIDAD Y PRACTICAS COMUNITARIAS Y BIENESTAR SOCIAL	4	133	162	208	509	5	62	53	24				1160
	1.3 PROMOCION AL CAMPO	4		26	35	4								69
2. IDENTIDAD POLITICA.	2.1 LEGITIMACION DEL ESTADO	680	187	257	240	67	80	19	21	33		640	245	2469
	2.2 EDUCACION CIVICA	154	523	5	70	78	55	21	11	14	19		80	1030
3. PARTICIPACION POLITICA.	3.1 MILITANCIA POLITICA	12			6		13						3	34
	3.2 FORMAS DE ORGANIZACION SOCIAL	360	25	305	275	342	88	70	5	63	74		31	1638
	3.3 INTEGRACION AL PROCESO POLITICO	60			2							640	3	705
TOTAL		1274	959	767	895	1279	256	213	95	134	105	1280	365	7622

## OBSERVACIONES:

Cuadro No. 4

- \* El nombre del programa especial es "El Trabajo de un Hombre y un Pueblo", y se transmitió el 10 de diciembre de 1981 en conmemoración del V Aniversario de la Toma de Posesión del Presidente José López Portillo.
- \*\* La campaña correspondió al X Censo Sobre Población y Vivienda de 1980, y se transmitió durante el mes de mayo y los 3 primeros días de junio. (el 4 de junio éste se llevó a cabo).



## PORCENTAJE EN CUANTO A CATEGORIAS

CATEGORIA	TOTAL DE ITEMS POR CATEGORIA	%	PROGRAMA (S)	TOTAL DE ITEMS POR PROGRAMA	%
A. IDENTIDAD POLITICA	3499	45	PANDRAMA AGROPECUARIO	834	23.8
			CAMINITO	710	20.2
			CAMPAÑA SOBRE EL CENSO	640	18.2
			PROGRAMA ESPECIAL	325	9.2
			LA VOZ DE LA TIERRA	310	8.8
			AL SALIR EL SOL	262	7.4
			REHILETE	145	4.1
			ESPACIO LIBRE	135	3.8
			TV CAPACITACION OFICIOS	47	1.3
			JUAN SIN MIEDO	40	1.1
			LA SEMILLA DE LA VIDA	32	0.9
			MUSICA, NIÑOS Y CANCIONES	29	0.8
			B. PARTICIPACION POLITICA	2377	32
PANDRAMA AGROPECUARIO	430	18.0			
REHILETE	342	14.3			
AL SALIR EL SOL	305	12.8			
LA VOZ DE LA TIERRA	283	11.9			
ESPACIO LIBRE	101	4.2			
MUSICA, NIÑOS Y CANCIONES	74	3.1			
JUAN SIN MIEDO	70	2.9			
TV CAPACITACION OFICIOS	63	2.6			
PROGRAMA ESPECIAL	37	1.5			
CAMINITO	25	1.0			
LA SEMILLA DE LA VIDA	5	.2			
C. COMPORTAMIENTO SOCIAL	1746	22	REHILETE	792	45.3
			CAMINITO	324	18.5
			LA VOZ DE LA TIERRA	302	17.2
			AL SALIR EL SOL	200	11.4
			JUAN SIN MIEDO	103	5.8
			LA SEMILLA DE LA VIDA	58	3.3
			TV CAPACITACION OFICIOS	24	1.3
			MUSICA, NIÑOS Y CANCIONES	12	0.6
			PANDRAMA AGROPECUARIO	8	0.4
			PROGRAMA ESPECIAL	3	0.1
TOTAL	7622				

## PORCENTAJE EN CUANTO A VARIABLES

VARIABLES	TOTAL DE ITEMS POR VARIABLES	%	PROGRAMA (S)	TOTAL DE ITEMS POR PROGRAMA	%
A. LEGITIMACION DEL ESTADO	2469	.32	PANORAMA AGROPECUARIO	680	27.5
			CAMPAÑA SOBRE EL CENSO	640	25.9
			AL SALIR EL SOL	257	10.4
			PROGRAMA ESPECIAL	245	9.9
			LA VOZ DE LA TIERRA	240	9.7
			CAMINITO	187	7.5
			ESPACIO LIBRE	80	3.2
			REHILETE	67	2.7
			TV CAPACITACION OFICIOS	33	1.3
			LA SEMILLA DE LA VIDA	21	0.8
			JUAN SIN MIEDO	19	0.7
B. FORMAS DE ORGANIZACION SOCIAL.	1638	.21	PANORAMA AGROPECUARIO	360	21.9
			REHILETE	342	20.8
			AL SALIR EL SOL	305	18.6
			LA VOZ DE LA TIERRA	275	16.7
			ESPACIO LIBRE	88	5.3
			MUSICA, NIÑOS Y CANCIONES	74	4.5
			JUAN SIN MIEDO	70	4.2
			TV CAPACITACION OFICIOS	63	3.8
			PROGRAMA ESPECIAL	31	1.8
			CAMINITO	25	1.5
			LA SEMILLA DE LA VIDA	5	0.3
C. NORMAS DE URBANIDAD, PRACTICAS COMUNITARIAS Y BIENESTAR SOCIAL	1160	.15	REHILETE	509	43.8
			LA VOZ DE LA TIERRA	208	17.9
			AL SALIR EL SOL	162	13.9
			CAMINITO	133	11.4
			JUAN SIN MIEDO	62	5.3
			LA SEMILLA DE LA VIDA	53	4.5
			TV CAPACITACION OFICIOS	24	2.0
			ESPACIO LIBRE	5	0.4
PANORAMA AGROPECUARIO	4	0.3			

Cont.

VARIABLES	TOTAL DE ITEMS POR VARIABLES	%	PROGRAMA (S)	Cuadro No. 6-8	
				TOTAL DE ITEMS POR PROGRAMA	%
D. EDUCACION CIVICA	1030	.13	CAMINITO	523	50.7
			PANORAMA AGROPECUARIO	154	14.9
			PROGRAMA ESPECIAL	80	7.7
			REHILETE	78	7.5
			LA VOZ DE LA TIERRA	70	6.7
			ESPACIO LIBRE	55	5.3
			JUAN SIN MIEDO	21	2.0
			MUSICA, NIÑOS Y CANCIONES	19	1.8
			TV CAPACITACION OFICIOS	14	1.3
			LA SEMILLA DE LA VIDA	11	1.0
			AL SALIR EL SOL	5	0.4
E. INTEGRACION AL PRO- CESO POLITICO.	705	.09	CAMPAÑA SOBRE EL CENSO	640	90.7
			PANORAMA AGROPECUARIO	60	8.5
			PROGRAMA ESPECIAL	3	0.4
			LA VOZ DE LA TIERRA	2	0.2
F. EDUCACION INFORMAL	517	.06	REHILETE	279	53.9
			CAMINITO	191	17.6
			LA VOZ DE LA TIERRA	59	11.4
			JUAN SIN MIEDO	41	7.9
			ESPACIO LIBRE	15	2.9
			AL SALIR EL SOL	12	2.3
			MUSICA, NIÑOS Y CANCIONES	12	2.3
			LA SEMILLA DE LA VIDA	5	0.9
			PROGRAMA ESPECIAL	3	0.5
G. PROMOCION AL CAMPO	69	.009	LA VOZ DE LA TIERRA	35	50.7
			AL SALIR EL SOL	26	37.6
			PANORAMA AGROPECUARIO	4	5.7
			REHILETE	4	5.7
H. MILITANCIA POLITICA	34	.003	ESPACIO LIBRE	13	38.2
			PANORAMA AGROPECUARIO	12	35.2
			LA VOZ DE LA TIERRA	6	17.6
			PROGRAMA ESPECIAL	3	8.8

Cuadro No. 7-A

## PORCENTAJE EN CUANTO A SU CARACTER ESPECIFICO

CARACTER	TOTAL DE ITEMS POR CARACTER	%	PROGRAMA (S)	TOTAL DE ITEMS POR PROGRAMA	%
A. ACCIONES POLITICAS (2.1.1.)	757	9.9	CAMPAÑA SOBRE CENSOS	640	84.5
			PROGRAMA ESPECIAL	66	8.7
			PANORAMA AGROPECUARIO	51	6.7
B. CENSAR (3.3.1.)	675	8.8	CAMPAÑA SOBRE CENSOS	640	94.8
			PANORAMA AGROPECUARIO	35	5.1
C. PRODUCTIVAS. (3.2.1.)	561	7.3	PANORAMA AGROPECUARIO	360	64.1
			LA VOZ DE LA TIERRA	112	19.9
			AL SALIR EL SOL	83	14.7
			TV CAPACITACION	6	1.0
D. PERSONAJES POLITICOS (2.1.2.)	491	6.4	PANORAMA AGROPECUARIO	152	30.9
			AL SALIR EL SOL	147	29.9
			LA VOZ DE LA TIERRA	125	25.4
			PROGRAMA ESPECIAL	63	12.8
			TV CAPACITACION	4	0.8
E. EDUCATIVAS. (3.2.2.)	464	6.0	AL SALIR EL SOL	200	43.1
			LA VOZ DE LA TIERRA	109	23.4
			REHILETE	57	12.2
			JUAN SIN MIEDO	55	11.8
			PROGRAMA ESPECIAL	31	6.6
			CAMINITO	12	2.5
F. INSTITUCIONES PUBLICAS (2.1.3.)	430	5.6	LA VOZ DE LA TIERRA	115	26.7
			AL SALIR EL SOL	110	25.5
			PANORAMA AGROPECUARIO	102	23.7
			PROGRAMA ESPECIAL	71	16.5
			LA SEMILLA DE LA VIDA	21	4.8
			TV CAPACITACION	11	2.5

cont.

Cuadro No. 7-B

CARACTER	<u>TOTAL DE ITEMS POR CARACTER</u>	%	PROGRAMA (S)	<u>TOTAL DE ITEMS POR PROGRAMA</u>	%
G. VALORES NACIONALES (2.2.1.)	417	5.4	CAMINITO PANORAMA AGROPECUARIO REHILETE MUSICA, NIÑOS Y CANCIONES	226 116 69 6	54.1 27.8 16.5 1.4
H. REGLAMENTACION JURIDICO- POLITICA. (2.1.4.)	402	5.2	PANORAMA AGROPECUARIO PROGRAMA ESPECIAL TV CAPACITACION	366 27 9	91.0 6.2 2.2
I. IDEAS Y CONCEPTOS POLITICOS. (2.1.5.)	389	5.1	CAMINITO ESPACIO LIBRE REHILETE JUAN SIN MIEDO PROGRAMA ESPECIAL PANORAMA AGROPECUARIO TV CAPACITACION	187 80 67 19 18 9 9	48.0 20.5 17.2 4.8 4.6 2.3 2.3
J. SALUD E HIGIENE (1.2.1.)	368	4.8	REHILETE	368	100
K. PERSONAJES Y HECHOS DE LA HISTORIA (2.2.2.)	341	4.4	CAMINITO PROGRAMA ESPECIAL ESPACIO LIBRE REHILETE LA SEMILLA DE LA VIDA	232 80 12 9 8	68.0 23.4 3.5 2.6 2.3
L. ALCOHOLISMO. (1.2.2.)	322	4.2	AL SALIR EL SOL JUAN SIN MIEDO CAMINITO LA SEMILLA DE LA VIDA LA VOZ DE LA TIERRA TV CAPACITACION ESPACIO LIBRE PANORAMA AGROPECUARIO	69 62 57 53 48 24 5 4	21.4 19.2 17.7 16.4 14.9 7.4 1.5 1.2

cont.

Cuadro No. 7-C

CARACTER	<u>TOTAL DE ITEMS POR CARACTER</u>	%	PROGRAMA (S)	<u>TOTAL DE ITEMS POR PROGRAMA</u>	%
M. TRABAJOS MANUALES (1.1.1.)	285	3.7	REHILETE	96	33.6
			CAMINITO	89	31.2
			LA VOZ DE LA TIERRA	59	20.7
			JUAN SIN MIEDO	29	10.1
			AL SALIR EL SOL	12	4.2
N. FOLCKLOR Y COSTUMBRES (2.2.3.)	272	3.5	LA VOZ DE LA TIERRA	70	25.7
			CAMINITO	68	25.0
			ESPACIO LIBRE	43	15.8
			PANORAMA AGROPECUARIO	38	13.9
			JUAN SIN MIEDO	21	7.7
			TV CAPACITACION	14	5.1
			MUSICA, NIÑOS Y CANCIONES	13	4.7
			AL SALIR EL SOL	5	1.8
O. ASPECTOS GENERALES DE LAS DISCIPLINAS DEL CONOCIMIENTO HUMANO. (1.1.2.)	232	3.0	REHILETE	183	78.8
			ESPACIO LIBRE	15	6.4
			JUAN SIN MIEDO	12	5.1
			MUSICA, NIÑOS Y CANCIONES	12	5.1
			LA SEMILLA DE LA VIDA	5	2.1
			PROGRAMA ESPECIAL	3	1.2
			CAMINITO	2	0.8
P. SALUD. (3.2.3.)	217	2.8	REHILETE	198	91.2
			CAMINITO	8	3.6
			OFICIOS	6	2.7
			LA SEMILLA DE LA VIDA	5	2.3
Q. LABORALES (3.2.4.)	213	2.7	ESPACIO LIBRE	88	41.3
			LA VOZ DE LA TIERRA	54	25.3
			TV CAPACITACION	49	23.0
			AL SALIR EL SOL	22	10.3



cont.

Cuadro No. 7-D

CARACTER	<u>TOTAL DE ITEMS POR CARACTER</u>	%	PROGRAMA (S)	<u>TOTAL DE ITEMS POR PROGRAMA</u>	%
R. ENTRETENIMIENTO (3.2.5.)	183	2.4	REHILETE	89	48.6
			MUSICA, NIÑOS Y CANCIONES	74	40.4
			JUAN SIN MIEDO	15	8.1
			CAMINITO	5	2.7
S. CONTAMINACION AMBIENTAL (1.2.3.)	173	2.2	REHILETE	133	76.8
			CAMINITO	40	23.1
T. PROSTITUCION (1.2.4.)	160	2.0	LA VOZ DE LA TIERRA	160	100
U. PROMOCION FAMILIAR (1.2.5.)	96	1.2	AL SALIR EL SOL	52	54.1
			CAMINITO	36	37.5
			REHILETE	8	8.3
V. ASENTAMIENTOS HUMANOS (1.3.1.)	69	0.9	LA VOZ DE LA TIERRA	35	50.7
			AL SALIR EL SOL	26	37.6
			PANORAMA AGROPECUARIO	4	5.7
			REHILETE	4	5.7
W. ABORTO.	41	5	AL SALIR EL SOL.	41	100
X. AFILIACION (3.1.1.)	34	0.4	ESPACIO LIBRE	13	38.2
			PANORAMA AGROPECUARIO	12	35.2
			LA VOZ DE LA TIERRA	6	17.6
			PROGRAMA ESPECIAL	3	8.8
Y. SINDICAR. (3.3.2.)	22	0.2	PANORAMA AGROPECUARIO	13	59.1
			LA VOZ DE LA TIERRA	9	40.9
Z. VOTAR. (3.3.3.)	7	.1	PANORAMA AGROPECUARIO	4	57
			PROGRAMA ESPECIAL	3	43

## 4.4. COMPROBACION DE HIPOTESIS

Hipótesis 1. En cuanto a la hipótesis de que la red de TRM difunde un mensaje de socialización política cuya intención es transmitir y reforzar los valores, ideas e instituciones del Estado, la Tabla No. I nos indica, al obtener la categoría "Identidad Política" el más alto porcentaje, que ésta es cierta.

Tabla I  
SOCIALIZACION POLITICA

CATEGORIA	TOTAL DE ITEMS POR CATEGORIA	%
Comportamiento Social	1746	22
Participación Política	2377	32
Identidad Política	3499	45
TOTAL	7622	99%

Hipótesis 1.1. La hipótesis de que el mensaje que se difunde por la red de TRM establece un patrón de comportamiento político, quedó confirmada por los datos que aparecen en la Tabla No. II.

Como se puede observar, los diferentes aspectos que establecimos para la "Participación Política" se promueven en diferente proporción en el mensaje.

Tabla II  
SOCIALIZACION POLITICA

VARIABLE	TOTAL DE ITEMS POR VARIABLES	%
MILITANCIA POLITICA	34	.003
INTEGRACION AL PROCESO POLITICO.	705	.09
FORMAS DE ORGANIZACION SOCIAL	1638	.21
TOTAL	2377	303

Hipótesis I.2. La hipótesis de que el mensaje intenta lograr una identificación creciente entre las instituciones estatales y el público con el fin de formar una conciencia social acorde con los intereses del Estado se comprobó con los datos obtenidos, tal como lo muestra la Tabla No. III, en la que se observa tanto a la categoría "Identidad Política" como a la variable "Legitimación del Estado" obtener el más alto nivel de difusión.

Tabla III.  
SOCIALIZACION POLITICA.

CATEGORIA	TOTAL DE ITEMS POR CATEGORIA	%
1. IDENTIDAD POLITICA	3499	45
2. PARTICIPACION POLITICA	2377	32
3. COMPORTAMIENTO SOCIAL	1746	22
VARIABLES		
1. LEGITIMACION DEL ESTADO	2469	.32
2. FORMAS DE ORGANIZACION SOCIAL.	1638	.21
3. NORMAS DE URBANIDAD, PRAC- TICAS DE SALUD Y BIENESTAR SOCIAL.	1160	.15

Hipótesis 1.3. La hipótesis de que el mensaje propone formas de participación política de carácter limitado temporal y socialmente quedó confirmada, en cuanto las variables que establecimos para la categoría "Participación Política", observan una diferenciación porcentualmente tajante como nos lo indica la Tabla No. IV

Tabla IV.  
SOCIALIZACION POLITICA.

CARACTER	TOTAL DE ITEMS POR CARACTER	%
CENSAR	675	8.8
SINDICAR	22	0.2
VOTAR	7	.1
TOTAL	704	9.1

Hipótesis 1.4. Se estableció como hipótesis que el mensaje también propone normas de conducta social y de comportamiento comunitario. El hecho de que las variables "Formas de Organización Social" y "Normas de Urbanidad, Prácticas de Salud y Bienestar Social" aparezcan, como nos lo indica la Tabla No. V, dentro de las tres más altamente promocionadas, que ésta hipótesis quedó corroborada.

Tabla V  
SOCIALIZACION POLITICA

VARIABLES	TOTAL DE ITEMS POR VARIABLES	%
LEGITIMACION DEL ESTADO	2469	.32
FORMAS DE ORGANIZACION SOCIAL	1638	.21
NORMAS DE URBANIDAD, PRACTICAS DE SALUD Y BIENESTAR SOCIAL	1160	.15
TOTAL	5266	.68

Hipótesis 1.5. Nuestra sexta hipótesis de que el Estado intenta, a través del mensaje, establecer en el público formas de integración nacional, quedó confirmada por el hecho de que la cultura e historia nacional se promueve en la programación, tal como lo indica la Tabla No. VI.

Tabla VI  
SOCIALIZACION POLITICA

CARACTER	TOTAL DE ÍTEMS POR CARACTER	%
VALORES PATRIOS	417	5.4
PERSONAJES Y HECHOS DE LA HISTORIA	341	4.1
FOLCLOR Y COSTUMBRES	272	3.5
TOTAL	1030	13.0

## C O N C L U S I O N E S

Las características relevantes que el discurso de socialización política adquiere en la programación de la Red de TRM, tales como la identidad política, la participación política y las normas dominantes del comportamiento social, nos muestran los lineamientos que el Estado ha configurado en cuanto al papel que ésta debe jugar en el proceso de industrialización y desarrollo capitalista en nuestro país.

Nos encontramos con que el 45% de los recursos del mensaje socializador del Estado están dirigidos a la promoción de la identidad política, es decir, al establecimiento del consenso social que legitime la autoridad del Estado en cuanto grupo político en el poder. El peso mayor del mensaje del Estado es pues, para publicitar las bondades del régimen, tanto de sus autoridades e instituciones, de las leyes y decretos, como también de los programas de desarrollo diseñados para su aplicación en el ámbito rural.

Por su parte, la participación política que desea el Estado, se promueve en un 32% dentro de la programación de la red. Lo que implica un considerable esfuerzo por parte de éste, de establecer patrones de comportamiento político y social, necesarios para justificar y dinamizar el sistema de vida en el que las clases dominantes, en especial la facción que ostenta el poder político, se hacen pasar como representantes del interés general para que de esta forma

el campesinado, no únicamente soporte la división tajante de la realidad social de quienes son explotados, sino que se adhiera al sistema en la medida misma que el Estado lo requiera, social y políticamente.

En tanto que la promoción de las normas dominantes del comportamiento social no alcanzan la jerarquía de las dos anteriores, nos permite deshechar la "historia blanca" de los propósitos que tienen los objetivos de la red. En cuanto a la preocupación de capacitar para el trabajo y la comercialización, orientar para mejorar la salud y la alimentación, promover la información de la cultura para reforzar la educación formal escolarizada de los habitantes de las poblaciones rurales; implican que están más allá del simple hecho reivindicador, ya social o económico de aquellos. El propósito intrínseco del Estado que trasciende, es la de una intención meramente política del régimen: buscar interiorizar, en los individuos rurales, la conciencia de la dominación del Estado capitalista, al transmitir y reforzar por medio de esta red, los valores, ideas, instituciones, acciones y programas del Estado. Lo que implica, que la programación de la red de TRM se configura y estructura en la medida en que el propósito fundamental del Estado es lograr una conciencia social acorde a sus intereses, que para nuestro caso, significa subordinar los intereses de los campesinos y por ende los intereses propios de la clase trabajadora, a los propósitos estructurales (económicos, políticos y sociales) de la clase dominante en nuestro país.

Por otra parte, el hecho mismo que dentro de las más relevantes categorías de socialización política determinadas por nuestro análisis (identidad política y participación política), las "acciones políticas", entendidas éstas como

los programas gubernamentales de desarrollo y, las "formas de organización social", como aquellas que impulsa el Estado para el logro de la integración nacional; hayan adquirido una preferencia en las transmisiones de la red, nos refleja y nos delinea a la vez, el carácter que ha asumido en la actualidad el régimen, como es el de un Estado programador, que utiliza en esa medida a la red de TRM para reforzar sus fines desarrollistas.

Por lo que las manifestaciones específicas de la socialización política conllevan la tarea de apoyo de las políticas tendientes a modernizar el México rural.

Nos encontramos así con que la red de TRM, no sólo promueve la legitimación del régimen político establecido, sino que también las prácticas capitalistas que lo delimitan como un Estado burgués, y en consecuencia los condicionamientos necesarios para que los individuos de las poblaciones rurales se vayan incorporando y adaptando al nuevo sistema, en la medida misma en que el Estado está llevando a cabo sus planes de desarrollo.

La programación de TRM, por lo tanto, nos está mostrando un nuevo período de redespliegue del Estado y de la inversión pública en el ámbito rural. El Estado pretende hacernos creer, como sobre el deforme panorama de la reforma agraria y la crisis agrícola, fue erigido el Sistema Alimentario - Mexicano, presentado éste como una estrategia de financiamiento y producción destinada a reestablecer la alianza del Estado y los campesinos; o bien, mostrarnos cómo en el viejo México rural va apareciendo una potencialidad enorme de recursos naturales, y que gracias a la expansión de empresas descentra



lizadas y a la creación de polos industriales contemplados por el Plan Global de Desarrollo se están aprovechando para el crecimiento del país. Así, al promover de esta manera la red de TRM el Sistema Alimentario Mexicano y el Plan Global de Desarrollo, nos indica que el Estado pretende sacudirse la inercia precapitalista y la resistencia a las reformas desarrollistas que pudieran presentar los campesinos.

La red de TRM al presentarnos la eficacia de distribución y almacenamiento que logra la Conasupo, del continuo establecimiento de clínicas médicas y centros de salud, de la eficacia de las oficinas y funcionarios de los bancos agrícolas, de la atención comercial preferente de Coplamar y demás; nos muestra también cómo el viejo México rural va adquiriendo aspectos modernizantes.

Pretensiones éstas de modernización que no toleran la existencia de analfabetas, de tierras de cultivo ociosas, de comportamientos sociales conflictivos, que no desean, en definitiva, la apatía o el rechazo de las grandes fuerzas productivas rurales que existen en nuestro país; sino que buscan el dinamismo y la incorporación de los trabajadores del campo a las empresas capitalistas estatales. Lo que significa, como lo ha señalado Roger Bartra, que si bien es cierto que el "progreso" del capitalismo industrial no se basa en la explotación de la agricultura, sí la utiliza como palanca de su crecimiento. "Las transferencias de valor de la agricultura a la industria (explica el autor) tienen como base la baja composición orgánica del capital en la primera". (1)

(1) Bartra, Roger. Estructura Agraria y Clases Sociales en México. Serie Popular Era No. 28. Instituto de Investigaciones Sociales. UNAM. México. Cfr. Cap. I.

Esta utilización de la red de TRM por parte del Estado, pone de manifiesto la estrecha relación que existe entre medios de comunicación y las tareas de modernización en los países subdesarrollados, concretamente en la búsqueda de consenso de las prácticas de desarrollo económico y de las decisiones políticas adoptadas para ello.

La red de TRM, como instrumento de socialización política que ostenta el Estado, se incorpora de esta manera al auge mismo del sector público y, en consecuencia, es en sí parte de las grandes inversiones de los proyectos de desarrollo, y funge como uno más de los recursos complementarios para la planeación estatal. Como ha señalado Kaarle Nordenstreng:

"Podemos escoger perfectamente las horas más adecuadas, la estación puede ser del todo popular, los programas muy ligados a la problemática de la vida real, el lenguaje completamente claro, la información promocional y la movilidad organizativa hechas con sumo cuidado; todo esto de nada serviría si nos dirigimos a un individuo cuyo medio ambiente objetivo y físico le es gravemente desfavorable, y que se encuentra así, por esta razón, en un estado de apatía psicológica y de alienación tales que carece de las motivaciones básicas que le permitan mejorar y cambiar su situación socioeconómica". Y agrega: "El establecimiento de políticas sistemáticas y de planificación a largo plazo es absolutamente indispensable para el desarrollo del sistema socioeconómico; en consecuencia, la necesidad de una política y de una planificación en el campo de los medios de comunicación deriva no solamente de una necesidad de control ideológico, sino también de una tendencia general hacia procesos socioeconómicos más coherentes". (2)

(2) Nordenstreng, Kaarle, "Nuevas Tendencias de la Teoría de la Comunicación". Citado en Esteva Gustavo, El Estado y la Comunicación, Ed. Nueva Política. P. 57

Es dentro de este marco de referencia, donde la Red de Televisión Rural de México adquiere importancia para el Estado. Es por ello que ahora, ya como la Red de Televisión de la República Mexicana tenga la intención de abarcar también a las poblaciones urbanas y suburbanas del país. Lo que significa que la red de TRM tendrá en un futuro inmediato un desarrollo significativo en relación a los otros medios electrónicos del Estado. Por el momento ésta ya se inserta en la realidad social como un aparato altamente comprometido en la estabilidad y en la reproducción del sistema político establecido.

## BIBLIOGRAFIA

1. Benito, Angel; La Socialización del Poder de Informar. Ed. Piramide, Col. medios, Madrid 1978.
2. Berelson, Bernard; Hand Book of Social Psychology. - Addison Wesley Publishing Co. 1954.
3. Carmona, Fernando y otros; El Milagro Mexicano. Ed. - Nuestro Tiempo, 6a. México 1977.
4. Deutsch, Karl W.; Los Nervios del Gobierno. Ed. Paidós, Buenos Aires, 1969.
5. Easton, David; Esquema para el Análisis Político. Ed.- Amorrortu. Buenos Aire, 3a. ed. 1979.
6. Fagen, Richard R.; Política y Comunicación, Ed. Paidós, Buenos Aires, 1969.
7. Fleur, Melvin L. de; Teoría de la Comunicación Masiva, Ed. Paidós. Buenos Aires, 1970.
8. González Cassnova, Pablo; La Democracia en México. Serie Popular Era, No. 4, México 7a. ed. 1975.
9. González Llaca, Edmundo; Teoría y Práctica de la Propaganda. Tratados y manuales Grijalbo, Barcelona 1981.
10. Granados Chapa, Miguel Angel; Examen de la Comunicación en México. Ed. El Caballito, México 1981.
11. Kornhauser, William; Aspectos Políticos de la Sociedad de Masas. Ed. Amorrortu, Buenos Aires, 1969.
12. Latapí, Pablo; Política Educativa y Valores Nacionales. Ed. Nueva Imagen, México 1979.
13. Liu, Alan P.L.; Comunicación e Integración en la China Comunista. Ed. Gustavo Gili, Barcelona 1975.

## HEMEROGRAFIA

1. Acosta, Mariclaire: "Efectos de la Comunicación Masiva en el Proceso de Socialización Política de los Niños - Mexicanos". Tesis de Licenciatura (mimeo) FCPS, UNAM.
2. Loeza, Soledad: "El Laberinto de la Pasividad". Revista Nexos No. 48. diciembre de 1981.
3. Revista Nueva Política No. 3: "El Estado y la Televisión", Vol. 1. julio-septiembre 1976.
4. International Commission for the Study of Communication - Problema: "Internin Repport on Communication Problems in Moder Society". París, UNESCO, septiembre 1978.
5. Schramm, Wilbur: "L'Información et le Développement National". París, UNESCO, 1966.
6. Cuadernos de Comunicación No. 58, abril de 1980.
7. "Disposiciones Legales en Materia de Radio y Televisión". Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión. México, 1976.
8. Boletín de Prensa RTC, (mimeo) 1976.
9. Revistas Proceso No. 141, julio 16 de 1979; No. 95, 28 de agosto de 1978; No. 191 junio de 1980, No. 254, 14 de septiembre 1981. No. 189, 16 de junio de 1980.
10. Memorias 1970-76 en la Subsecretaría de Radiodifusión de la SCT.
11. Anuario de la Subsecretaría de Radiodifusión de la SCT, 1976.
12. "Evaluación de la Reestructuración de TRM, Documento Interno RTC junio de 1980.
13. "Esto es Televisión Rural de México" Documento de Evsluación RTC 1981.

14. Mattelart, Armand, La Comunicación Masiva en el Proceso de Liberación, Ed. siglo XXI, México 5a. ed. 1979.
15. Monteforte Toledo, Mario, (coordinador); El Discurso Político. Ed. Nueva Imagen, México, 1980.
16. Moragas, Miguel de.; Sociología de la Comunicación de Masas. Col. Mass Media, Ed. Gustavo Gili, Barcelona 1979.
17. Pye, Lucien W.; (compilador); Evaluación Política y Comunicación de masas. Ed. Troquel, Buenos Aires, 1969.
18. Segovia, Rafael; La Politización del Niño Mexicano. El Colegio de México, 2a. ed. 1977.
19. Simpson, Máximo (compilador), Comunicación Alternativa y Cambio Social, UNAM, 1981.

14. El Sol de México, 26 de febrero de 1981.
15. Revista Estudios Políticos No. 5. Fernández Christlieb Fátima; "La Abstención del Estado en la Televisión Me xicana", enero-marzo 1976. Vol. II, FCPyS, UNAM
16. Diario Oficial, 6 de agosto de 1969.
17. Boletín Informativa RTC. ¿ Qué es TRM ? abril de 1980.
18. Diario Oficial 6 de julio de 1977.
19. Periódico Uno más Uno, 5 de febrero de 1980.
20. Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales, Vo. 10.