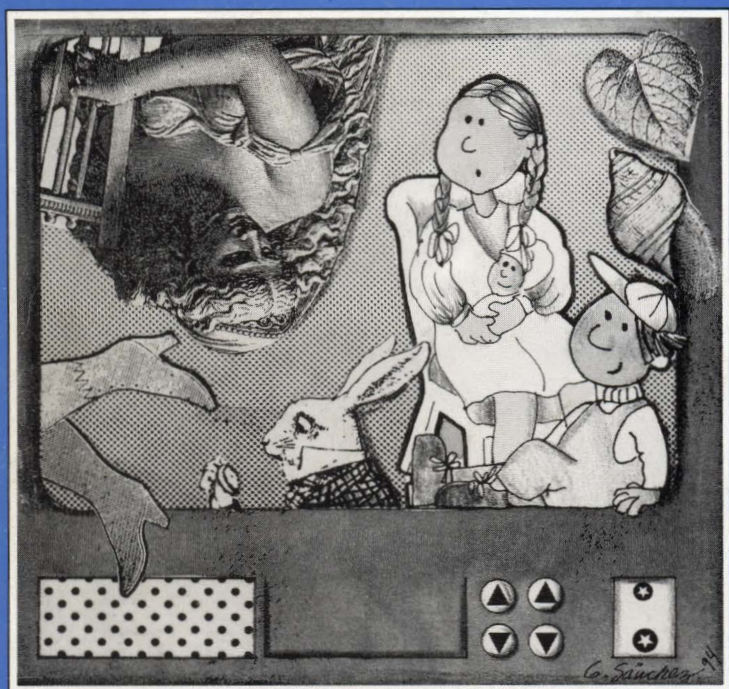


reflexiones universitarias

6



TELEVISION PUBLICA Y DESARROLLO CULTURAL

JAVIER ESTEINOU MADRID

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
METROPOLITANA**

Rector General

Dr. Julio Rubio Oca

Secretaria General

M. en C. Magdalena Fresán Orozco

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
METROPOLITANA
XOCHIMILCO**

Rector

Dr. Avedis Aznavurian

Secretario

Dr. Juan de Dios González Ibarra

**COORDINACIÓN DE EXTENSIÓN
UNIVERSITARIA**

Coordinadora

M. en C. Graciela Lechuga Solís

Jefe de Producción Editorial

Lic. Patricia Hernández

Cuidado de edición

Sans Serif Editores, telfax 539 17 90

Portada:

Guadalupe Sánchez Sosa

Colección: Reflexiones Universitarias

ISBN 970-620-445-8

© Universidad Autónoma Metropolitana,
Unidad Xochimilco

Primera edición: 1994

Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad
Xochimilco,

Calz. del Hueso 1100, col. Villa Quietud, 04960

México, D.F.

Sección de Producción Editorial

Impreso y hecho en México

Índice

Presentación	5
Los antecedentes	7
Televisión pública y desarrollo nacional	9
La propuesta: ¿qué hacer con la televisión cultural para propiciar el desarrollo nacional?	13
1. Ubicación del radio de influencia cultural, 14; 2. Determinación de la forma de uso personal y grupal de la información televisiva, 14; 3. Vinculación del auditorio con otras redes culturales, 15; 4. Conocimiento y explotación del código televisivo dominante, 16; 5. Construcción de la nueva propuesta de contenidos televisivos a partir de las necesidades de desarrollo social y humano, 18; 6. Formación del currículum audiovisual para el crecimiento mental de los públicos, 24; 7. Distribución de la información por regiones de desarrollo, 26; 8. Estrategia de difusión de la comunicación, 32; 9. Creación de nuevos ciclos culturales, 37; 10. Evaluación del cambio de conciencia y de comportamientos del auditorio, 38; 11. Redefinición permanente de las políticas informativas a partir de las prioridades de desarrollo, 39; 12. Bases para un nuevo financiamiento televisivo, 39	
Hacia un nuevo desarrollo cultural	51
Notas	53
Documentación consultada	57

Televisión pública
y desarrollo cultural

Javier Esteinou Madrid

Presentación

A lo largo de las últimas décadas la televisión mexicana se ha caracterizado por operar con un modelo de funcionamiento dedicado a propiciar el lucro y la acumulación de capital, en vez de impulsar el desarrollo de nuestra conciencia nacional. De esta manera, el Estado y el sector privado han abandonado la gigantesca capacidad persuasiva y educativa que posee este medio de comunicación para crear un cambio de mentalidad en el país que contribuya a resolver los grandes problemas nacionales que obstaculizan nuestro proyecto de desarrollo interno.

Por ello, en esta fase de transición modernizadora por la que atraviesa la sociedad mexicana al incorporarse en forma directa a la globalización cultural que impone la dinámica mundial, es necesario buscar nuevas formas de funcionamiento de la televisión mexicana que sean más acordes con las transformaciones mentales que deben producirse para sobrevivir en nuestra república. Por esta razón, la finalidad de estas reflexiones es investigar, conceptual y metodológicamente, de qué manera puede emplearse la infraestructura audiovisual del país para colaborar en la creación de un clima de cambio cerebral que permita superar las contradicciones que obstaculizan nuestro crecimiento como comunidad.

El doctor Javier Esteinou Madrid es profesor-investigador del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco.

Los antecedentes

A partir del surgimiento de la televisión en México en la década de los años cincuenta, ésta adopta el modelo comercial de desarrollo de la televisión norteamericana y enmarca mayoritariamente su funcionamiento bajo el régimen de concesión privada que conserva hasta nuestros días. Dentro de este esquema comercial se desarrolla la televisión mexicana y en él alcanza hasta ahora su mayor dinámica de expansión e influencia sobre la cultura nacional.

Contraria y paralelamente a esta realidad privada, aparece en nuestro territorio, de manera muy tardía —a finales de los años sesenta—, la televisión pública. Su lenta incorporación al panorama cultural de la nación provoca que ésta emerja y madure con una personalidad social poco definida, con menor experiencia audiovisual, reducido apoyo económico, bajo nivel de credibilidad en el auditorio, proyecto cultural confuso, mayores presiones burocráticas, menor cobertura geográfica de influencia, grandes contradicciones en sus líneas de dirección, etcétera.

No obstante estas limitaciones del modelo público, también podemos decir que en los últimos años éste conquistó algunos avances en el terreno económico, político, cultural, legal, organizativo, tecnológico, creativo, etc. Sin embargo, pese a estos avances también podemos afirmar que, salvo algunas excepciones, la información televisiva que produjo y difundió este proyecto cultural de televisión no se dedicó sustantivamente a crear conciencia sobre las principales necesidades que posee la población mayoritaria del país y que debemos satisfacer para sobrevivir.

Es decir, pese a la existencia de estas dos importantísimas infraestructuras culturales en el país, observamos en términos generales que ninguno de los dos modelos ha contribuido de manera importante al desarrollo de la

conciencia de la población frente a sus grandes conflictos de crecimiento. Pensamos que la televisión, tanto pública como privada, ha seguido desvinculada del análisis sistemático de los grandes obstáculos que impiden nuestro desarrollo nacional y de la difusión constante de las posibles opciones para cada rama de nuestro crecimiento interno.

En este sentido, podemos decir que *la televisión sigue funcionando como cerebro colectivo divorciado de las necesidades del cuerpo social, porque mientras vivimos cotidianamente una profunda crisis socioeconómica, que está por convertirse en severo conflicto político, la televisión nos orienta a pensar, prioritariamente, en el triple eje cultural del consumo, los deportes y las ideologías del espectáculo, y sólo ocasionalmente nos conduce a reflexionar y sentir los problemas centrales de nuestra sociedad.* Esto es, *la problemática nacional en general no pasa por la televisión, lo cual ha provocado la existencia de un modelo de funcionamiento esquizofrénico entre lo que difunde e inculca la programación televisiva y las necesidades o realidades que se viven cotidianamente en la sociedad mexicana.*

Así, puede decirse que como en un acto de magia que se lleva a cabo ante los ojos de todos y el estupor de unos cuantos, desde hace dos décadas, la televisión continúa realizando la hazaña verdaderamente fantástica de ocultarles el país a los mexicanos.¹

Televisión pública y desarrollo nacional

Por lo dicho hasta aquí, es claro que dentro de este marco de cambio profundo del país ante la incorporación a los procesos de globalización mundial, especialmente con la firma del Tratado de Libre Comercio, y ante la inminencia de transformar el Canal 22 en una institución de carácter cultural, como lo ha señalado el reciente compromiso presidencial, debemos preguntarnos: *¿para qué debe contar el Estado mexicano con un nuevo canal cultural de televisión?, ¿cuál es la función social que debe desempeñar en nuestra sociedad la televisión cultural?, ¿qué tiene que hacer la televisión cultural y el Canal 22 frente a sus auditorios para impulsar un verdadero proyecto de superación nacional?*

Para responder a estos interrogantes debemos tener presente la vinculación entre comunicación y desarrollo. Luego de reflexionar sobre la relación entre comunicación, televisión y desarrollo, podemos decir que *el crecimiento, entendido como el mejoramiento general de los niveles de vida de la población a través de la satisfacción de sus necesidades básicas, es producto de un conjunto de factores y procesos sociales complejos; el detonador de todos esos elementos es la toma de conciencia sobre las realidades que han de promoverse. Esto significa que para que se produzca un desarrollo material de la sociedad se requiere generar antes un crecimiento mental de la misma. De lo contrario, no existen condiciones apropiadas para la gestación del desarrollo: el desenvolvimiento de un país parte de la evolución de su intelecto, no de la multiplicación de simples acciones materiales.*

Por lo tanto, para que la comunicación impulse el desarrollo debe crear y transmitir aquellas informaciones que permitan relacionar nuestra toma de conciencia con aquellos programas de acción concreta que el aparato de

gobierno y la sociedad civil aplican para crecer. De lo contrario, de muy poco servirá la generación de conciencia social sobre nuestra problemática nacional a través de la televisión, si ésta no encuentra una canalización específica mediante los proyectos de trabajo de la sociedad y del Estado: la información puede obrar como abono del cambio social sólo si se coloca en el campo cultural y social propicio para germinar.

De aquí que para lograr el desarrollo de nuestro país a través de la televisión cultural, y en particular del Canal 22, más que producir y distribuir gigantescos torrentes indiscriminados de información masiva sobre nuestros sentidos, que lo que ocasionan es el embrutecimiento y la enajenación de los mismos, se debe elaborar una jerarquía de necesidades informativas acordes con las prioridades de crecimiento que encara nuestra sociedad en cada fase de evolución por la que ésta atraviesa.

Por ello, a diferencia de la estrategia mercadológica o hollywoodense, que concibe a los receptores como meros consumidores reales o potenciales, diferenciados por estratos de ingresos, y que ha sido enormemente asimilada por los modelos mexicanos de televisión, pienso que la televisión cultural debe comprender a sus auditorios como complejos sectores humanos enmarcados por múltiples problemáticas educativas, laborales, económicas, habitacionales, étnicas, nutricionales, lingüísticas, políticas, etc., que deben resolver para subsistir. Es decir, deben ser abordados como sectores que se encuentran en distintas fases de su desarrollo económico, político, social y cultural, antes que como meros receptores pasivos de información y decisiones centrales.

Esto implica que la televisión cultural, y en particular, el Canal 22, como mediador cultural entre el gobierno y la sociedad, debe gestar, a través de la elaboración y la difusión de diversas subjetividades y sensibilidades sobre nuestros obstáculos de desarrollo, un ágil y permanente proceso de transformación de las estructuras mentales de la población frente a los grandes problemas nacionales y regionales que les impiden crecer. Ello exige que este nuevo proyecto audiovisual, en conjunto con otros aparatos culturales, formen —a través de su

programación— una neocorteza cerebral de conocimientos y sentimientos en el país que nos permita armonizar coherentemente nuestras acciones colectivas como sociedad con las urgentes necesidades nacionales de crecimiento que hay que satisfacer para prosperar. *Creemos que hoy día el mayor problema del país no es el pago de la deuda externa, ni el alto desempleo, ni la aguda inflación, ni la avanzada contaminación, ni la agobiante carestía, ni la ausencia de vivienda, sino nuestra transformación mental y emotiva como sociedad frente a nuestros conflictos de crecimiento para poder resolverlos.*

Esto requiere la creación de un nuevo proceso de educación cotidiana de nuestras inteligencias y sentimientos para adquirir, a través de la televisión cultural, mayores márgenes de claridad y sensibilidad colectivas sobre nuestras demandas de desarrollo y sus respectivas salidas. *Hoy tenemos que pasar de aplicar un proyecto televisivo narcotizante y fugaz, que en el mejor de los casos informa sobre algunos hechos, a instrumentar un proyecto de televisión que nos sensibilice sobre nuestras necesidades de desarrollo y movilice a la sociedad en función de la solución de las mismas. Ello implica producir para cada momento de nuestro crecimiento una ecoconciencia que nos permita abrir nuestros horizontes de conocimientos y sentimientos individuales hacia una nueva macrovisión cósmica que amplíe nuestros límites de lo posible y nos permita regresar al ciclo vital de la vida y de la naturaleza del cual velozmente nos hemos alejado tanto.*

La propuesta: ¿qué hacer con la televisión cultural para propiciar el desarrollo nacional?

Después de varios años de presencia y práctica de la televisión pública en nuestro país, ésta ha alcanzado una amplia cobertura nacional, una aceptable penetración en el auditorio, una integración como empresa corporativa, cuenta con equipo tecnológico avanzado, con cuadros profesionales altamente capacitados, con una reglamentación legal básica, con nuevas vías de autofinanciamiento, etc., que le aportan una madurez institucional suficiente para enfrentar los nuevos desafíos que implanta el moderno modelo de desarrollo nacional en que ha entrado la sociedad mexicana. Por ello, a diferencia de lo ocurrido en décadas anteriores, la televisión del Estado se encuentra hoy ante el reto de impulsar un proyecto de desarrollo mental del país a través de la pantalla gubernamental, y regresar así a la esencia natural que le corresponde y que le ha sido negada durante muchas décadas.

Para gestionar el establecimiento de esta nueva relación televisiva con su auditorio, especialmente a través de los medios públicos, es recomendable que la nueva propuesta de la televisión cultural y del Canal 22 comprendan los siguientes 12 procedimientos de acción para regionalizar orgánicamente la producción y distribución de su información en función de las demandas de bienestar que exige cada zona de evolución del territorio mexicano o las áreas de influencia de su cobertura comunicativa: 1) ubicación del radio de influencia cultural, 2) determinación de la forma de uso personal y grupal de la información televisiva, 3) vinculación del auditorio con otras redes culturales, 4) conocimiento y explotación del código televisivo dominante, 5) construcción de la nueva propuesta de contenidos televisivos a partir de las nece-

sidades de desarrollo social y humano, 6) formación del currículum audiovisual para el crecimiento mental de los públicos, 7) distribución de la información por regiones de desarrollo, 8) estrategia de difusión de la comunicación, 9) creación de nuevos ciclos culturales, 10) evaluación del cambio de conciencia y de comportamientos del auditorio, 11) redefinición permanente de las políticas informativas a partir de las prioridades de desarrollo, y 12) bases para un nuevo financiamiento televisivo.

1. Ubicación del radio de influencia cultural

Es necesario determinar los mapas de cobertura televisiva que abarca el radio de difusión de información de la televisión cultural para conocer con precisión la zona geográfica que comprende y, por lo tanto, los tipos de auditorio que cubre con su programación.

Con ello se conocerán cuál es la zona de acción cultural concreta que cubre la información que se emite y las características que conforman ese entorno geográfico, humano y ecológico donde accionan específicamente dichos mensajes televisivos. De no precisarse esta realidad, se estará funcionando a ciegas, pues no se conocerá el piso social sobre el que actúan los contenidos televisivos y, por consiguiente, las líneas de programación de la televisión cultural serán altamente ineficientes.

2. Determinación de la forma de uso personal y grupal de la información televisiva

Es fundamental conocer los hábitos de exposición televisiva que practican los receptores cubiertos por la televisión, así como el uso grupal y personal que se hace de la información que reciben, para determinar la relación que se establece entre la televisión y sus auditorios. Esto significa que debemos indagar cuántas horas de televisión consume diariamente el público de la televisión cultural y analizar cómo los espectadores incorporan en

su vida cotidiana y en su biografía existencial cada uno de los géneros visuales que reciben, para saber cómo usa la gente el campo ideológico que produce la televisión para resolver o acentuar sus problemas de existencia.

De esta manera conoceremos la capacidad de penetración concreta que tiene la televisión en un contexto dado y determinaremos cuál es el margen de influencia potencial que, en cierto momento, puede provocar en los auditorios el flujo de información televisiva que se emite cotidianamente a los consumidores.

Esto nos ayudará a saber a ciencia cierta con qué clase de instrumento cultural estamos trabajando, pues conoceremos el margen de inserción social y cultural que ha conquistado dicho medio en la vida cotidiana de la población.

3. Vinculación del auditorio con otras redes culturales

Además de definir la inclinación global de los auditorios sobre la televisión en general, hay que puntualizar con gran precisión cuál es la cercanía que mantienen dichos espectadores con el modelo de televisión universitaria y de televisión independiente que existen en el país. Se contará entonces con un mapa de referencia que nos despejará las siguientes tres realidades:

a) Nos mostrará cuál es el modelo audiovisual de punta que más está influyendo en la formación de la conciencia nacional y la forma en que lo está logrando. Es decir, nos revelará cómo está educado el público actualmente para querer ver la realidad a través de la televisión, y las resistencias mentales y afectivas que tiene para aceptar otras opciones.

b) Nos aclarará el grado de eficacia o de penetración real que actualmente ha alcanzado cada proyecto cultural que se difunde a través de las barras de programación de cada emisora. Especialmente, esta operación permitirá saber cuál es el nivel de presencia y persuasión real que han conquistado las propuestas televisivas del Estado. Eso definirá, de entrada, las ventajas y limitaciones fun-

damentales con las que se inicia la construcción de este nuevo modelo audiovisual.

c) Nos esclarecerá cuál es el panorama y la dinámica de fuerzas de la cultura de masas que coexisten y luchan a través de las televisoras y que son el marco dentro del cual emergerá cualquier nueva propuesta televisiva.

Para no perder más tiempo en el fortalecimiento de la aceptación masiva del proyecto de la televisión cultural por parte del auditorio, debemos explorar cuáles son los lenguajes y formatos audiovisuales que pueden alcanzar mayor penetración sobre la racionalidad y emotividad de los receptores. No debemos olvidar que la creación de un nuevo proyecto de televisión que impulse la expansión nacional exige la presencia de una comunicación audiovisual competente; de lo contrario, la propuesta cultural será abortada por el auditorio.

4. Conocimiento y explotación del código televisivo dominante

Para descubrir y recuperar el grado de competencia seductiva que puede producir la televisión cultural es necesario realizar las siguientes dos acciones:

En primer término, a corto plazo, es necesario sistematizar con todo detalle los códigos, las maneras de expresión y las estrategias televisivas que emplea el proyecto de mayor penetración audiovisual, a fin de saber cuál es la forma más aceptada socialmente para llegar con mayor profundidad y amplitud a los distintos estratos sociales. Esto nos permitirá ahorrar tiempo y energía para esclarecer si la vía para tocar y movilizar el interior cerebral y emotivo de los auditorios es la racional, la lúdica, la afectiva, la fugaz, la placentera, la informativa, etc., y si el formato más indicado para conquistar a los públicos es la telenovela, el reportaje, la serie de acción, el programa noticioso, la caricatura, la presentación cómica, la mesa redonda, el juego, el deporte, etcétera.

En segundo término, a largo plazo, considerando que la televisión nacional ha nacido determinada en su con-

cepción, organización, producción, financiamiento, etc., por un modelo hollywoodense, que se ha traducido en la presencia de un lenguaje constreñido que no le ha permitido alcanzar el desarrollo de todo su esplendor lingüístico, ahora es imprescindible que se busquen y experimenten nuevas formas de relación audiovisual, más acordes con las necesidades y las características cálidas de la cultura mexicana. Es decir, siendo que nuestra televisión todavía no ha encontrado su propia manera peculiar de expresarse, pues el poder cupular poco le ha permitido que se suelte creativamente para hallar su propia personalidad de acercamiento a los públicos, es necesario que aquél libere su sensibilidad para que crezca y afiance su propia naturaleza de televisión de Estado.

De lo contrario, permanecerá como una televisión infantil que siempre marchará bajo la sombra que dibuja la dinámica de expansión de la televisión privada, la cual, curiosamente, lleva la vanguardia en la generación de un nuevo código audiovisual a través de la constante renovación del lenguaje publicitario y de otros géneros televisivos, como los videoclips. Hay que tener presente que será muy difícil construir una nueva televisión de Estado si no se cambian los viejos oficios de informar.

Para alcanzar esto será básico reeducar ideológicamente a los guionistas, conductores, técnicos, etc., que producen o instrumentan la propuesta de la televisión cultural, pues la mayoría de ellos han sido formados con la perspectiva conceptual de la televisión hollywoodense y la reproducen y heredan cotidianamente a la sociedad a través de sus rutinas profesionales. Para construir un nuevo proyecto mental a través de la televisión cultural, es imprescindible recapacitar a los cuadros humanos que elaboran la televisión oficial con *una mentalidad de servicio público que permita comprenderla como un intermediario técnico del proceso de desarrollo mental del país y no como un simple espacio de evasión cotidiana de la realidad o de creación de ganancias*. Hay que recordar que no se puede meter vino nuevo en odre viejo, pues se fermenta.²

Con la aplicación de estos dos procedimientos habremos descubierto las bases para saber cuál es el código de

comunicación televisivo más eficiente para transmitir a través de la televisión cultural un nuevo modelo de contenidos que propicien el crecimiento de nuestra sociedad.

5. Construcción de la nueva propuesta de contenidos televisivos a partir de las necesidades de desarrollo social y humano

A partir de la localización de los públicos cautivos de la televisión cultural, sus tendencias cotidianas hacia este medio, el grado de eficacia real de cada proyecto televisivo que existe en el país y el instrumento de comunicación más acertado para aproximarse a los auditorios, debemos construir la nueva propuesta de contenidos mentales de la televisión cultural que propicie el avance de sus espectadores, no su involución.

Este nuevo modelo televisivo de contenidos informativos de la televisión cultural no puede estar fundado en las viejas lógicas que sostienen a la tradicional televisión pública y privada que existe en el país. Su arquitectura tiene que ser levantada a partir de las nuevas demandas de comunicación centrales que está exponiendo la sociedad y que provienen de las solicitudes de elevación de sus niveles materiales, culturales y espirituales de sobrevivencia. Por consiguiente, hay que alejarse de las lógicas de mercado o de poder como directrices centrales que le dan vida al actual sistema televisivo nacional, para retomar como guía de la producción de las políticas informativas de las estaciones públicas, la dinámica social de solución de las principales necesidades de sobrevivencia de cada comunidad. Hay que evitar seguir reproduciendo la televisión autónoma o independiente de la resolución de los conflictos nacionales y regionales.

Para romper con el modelo hollywoodense de televisión que surge desde la cúpula de la pirámide social a partir de intereses muy particulares y restringidos, que no consideran las demandas básicas de contenidos que solicita la población, ahora se requiere posibilitar que los

grandes grupos sociales se expresen a través de la televisión cultural. Para ello, primero requerimos conocer cuáles son las necesidades primordiales que tiene la sociedad mexicana en cada momento histórico y en cada zona geográfica, según el grado de desarrollo en que se halle, para derivar de éstas las urgencias de comunicación que enfrenta el país y que deben ser retomadas por la televisión de Estado, especialmente por el Canal 22.

Para conocer las necesidades primordiales que encaran los auditorios se requiere examinar el perfil de situación global de vida que presenta cada sector de receptores. Para esto, es imprescindible considerar la presencia y articulación de un gran número de indicadores que condicionan el desarrollo de los grupos sociales, como son las tasas de crecimiento demográfico, la composición por sexos y edades, la superficie territorial que ocupan, la densidad de población, el promedio urbano y rural, los hábitos alimenticios, el porcentaje de población activa e inactiva, la distribución del ingreso, los niveles de alfabetismo y analfabetismo, las características de la vivienda, la tradición familiar, los sistemas de cultivo, los cuadros de salud, el peso que tiene la religión, los ciclos culturales de las comunidades, la situación ecológica, las formas de producción, las estructuras mentales, la distribución del ingreso, etc., para definir la jerarquía de urgencias culturales que hay que abordar en los diversos núcleos de receptores.

Este abordamiento deberá tener en cuenta los siguientes tres criterios para construir las políticas informativas de la televisión cultural.

En primer término, habrá que distinguir la presencia de dos tipos de conflictos que se deben resolver: los estructurales, que tienen su origen en problemáticas de existencia de largo plazo, y los coyunturales, que aparecen repentinamente y se desvanecen en periodos breves. Es decir, en la sociedad mexicana se viven o tejen cotidianamente dos tipos de hechos: los impredecibles, como la explosión de la plataforma petrolera marina *YUM-II*, los terremotos de 1985, las manifestaciones estudiantiles, la toma de embajadas por guerrilleros, los accidentes espectaculares en las carreteras, la explosión de la planta

gasera de San Juan Ixhuatepec en 1984, la erupción del volcán Chichonal en el sureste, la venta de leche contaminada por la Conasupo en 1988, etc.; y los repetitivos, es decir, aquellos que son cíclicos porque se reproducen cada determinado tiempo con un alto margen de coincidencia, como son las heladas todos los inviernos, las deshidrataciones infantiles todos los veranos, las votaciones para diputados y senadores cada tres años y para presidente de la república cada seis años, las tareas de barbecho y siembra de la tierra una o dos veces al año, las enfermedades respiratorias todos los diciembres y enero, las migraciones de las mariposas Monarca todas las primaveras, el arribo de las ballenas a Baja California todos los noviembre, la escasez de agua todos los estiajes, el desquiciamiento vial de las ciudades en todas las épocas de lluvias, etcétera.

Ante los hechos impredecibles o coyunturales, la televisión cultural no tiene otra opción que informar lo más objetiva, oportuna y pluralmente sobre los acontecimientos espontáneos que suceden en el escenario de la vida nacional e internacional, porque sobre éstos el grado de control o planificación que se puede ejercer es extremadamente reducido. Por ejemplo, poco se puede planificar constantemente sobre las campañas de difamación que emprende el gobierno de los Estados Unidos sobre nuestro país, o sobre los saqueos arqueológicos, o la presencia de los huracanes en las costas nacionales, o la caída de las heladas sobre el campo mexicano, etcétera.

En segundo término, frente a los hechos repetitivos o cíclicos que suceden en las entrañas de la sociedad mexicana la televisión cultural tiene que enfocar a mediano y largo plazo el diseño de sus políticas informativas, porque sobre estas realidades la acción televisiva se puede adelantar a los acontecimientos y participar decididamente en la corrección del rumbo de desarrollo cotidiano de la vida del país. Hay que tener en cuenta que a través de estos ciclos la sociedad organiza de manera muy importante su racionalidad, sus emociones, su libido, sus sentimientos, su energía, sus pensamientos, su conciencia, su placer, su religiosidad, etc., todas las semanas, meses, años, trienios, sexenios, décadas, perio-

dos, ciclos y épocas de la vida nacional. Por ello, *la televisión cultural, como televisión de Estado, a través de su programación debe formar mapas de conciencia y sentimientos que permitan anticiparse a estos sucesos para generar las actitudes y comportamientos colectivos que posibiliten resolver las urgentes necesidades de la población frente a cada uno de estos eventos.*

Por ejemplo, es completamente posible planificar los contenidos informativos que produce y difunde la televisión cultural ante las inversiones térmicas, pues todos los años aparecen en el valle de México y en otras zonas metropolitanas. Ante la falta de agua, pues se repite en todas las épocas de estiaje, especialmente en las ciudades. Ante el pago de servicios, de impuestos prediales, canje de placas, etc., que todos los años se dan. Ante el arribo de las tortugas marinas a playas mexicanas todas las primaveras. Ante la presencia de padecimientos pulmonares en todas las temporadas de frío. Ante las votaciones para diputados y senadores cada tres años y para presidente cada seis años. Ante los incendios forestales que se repiten cada temporada de sequía, etc. Dentro del universo de problemas estructurales que debe abordar el gobierno a través de la televisión cultural como medio público figuran, entre otras, las siguientes 31 realidades nacionales con las que debe iniciarse esta nueva propuesta cultural para reorganizar el espíritu y la energía nacional alrededor de la superación de nuestros conflictos de desarrollo: 1) la distribución del ingreso, 2) el pago de la deuda, 3) la carestía, 4) el combate a la inflación, 5) el estancamiento del campo, 6) la producción de alimentos, 7) el desempleo, 8) la desnutrición, 9) la contaminación, 10) la planificación de la natalidad, 11) la superación educativa de la población, 12) la concentración urbana, 13) el déficit de vivienda, 14) el uso racional de los recursos energéticos, 15) la crisis de abastecimiento de agua, 16) la reconversión industrial, 17) la corrupción, 18) la evasión fiscal, 19) los accidentes del trabajo, 20) la situación de los ancianos, 21) la defensa del idioma, 22) la destrucción del patrimonio histórico, 23) el incremento de la violencia, 24) el horizonte de la salud, 25) el alcoholismo, 26) la situación de los indíge-

nas, 27) la marginación de la niñez, 28) la desatención a la juventud, 29) la situación de la mujer, 30) la destrucción ecológica, y 31) el incremento de la productividad.

Cada una de estas realidades debe ser analizada en su perspectiva histórica, su fase actual, sus causas, sus consecuencias, las soluciones respectivas y las propuestas de acción televisiva para contribuir a resolverlas.

A su vez, dentro del abanico de periodos en los cuales se organizan y reproducen estos problemas, debemos distinguir, entre otros, los siguientes 11 ciclos de conflictos nacionales que deben abordar las televisoras públicas para adelantarse a los sucesos y reorganizar el país con base en otro proyecto de desarrollo: 1) ciclo de necesidades sociales, 2) ciclo agrícola, 3) ciclo de la salud, 4) ciclo de la naturaleza, 5) ciclo laboral, 6) ciclo económico, 7) ciclo político, 8) ciclo educativo, 9) ciclo civil, 10) ciclo de servicios y 11) ciclo de vida de los animales.

Cada ciclo debe precisar como mínimo el año, día y mes en que sucede cada hecho, el evento y periodo en que se efectúa, las características del fenómeno, las causas que lo originan, los efectos que produce en la población, las soluciones pertinentes para atenuarlo, las propuestas culturales que habrán de desarrollarse a través de la televisión y los efectos de cambio ideológico y afectivo que produce en la población.

En tercer lugar, por cuestiones estratégicas de avance más acelerado en la realización de este proyecto, hay que considerar que dentro de todo el conjunto de problemas estructurales que existen en el seno de la sociedad mexicana, la televisión cultural debe abordar con mayor rapidez y profundidad aquellos que son solicitados destacadamente por la sociedad civil. De este modo, dentro del universo de contradicciones graves que existen en el seno de la comunidad nacional se deberán retomar principalmente aquellas demandas expuestas por los grupos sociales organizados, pues son estas preocupaciones las que ya cuentan con un público cautivo y a la vez dirigente del conjunto social que clama por su solución, y que, en consecuencia, encontrarán mayor apoyo ciudadano para su resolución a corto y mediano plazo.

Por lo tanto, las directrices de las políticas de contenidos audiovisuales de la televisión cultural deben provenir del examen sistemático que los científicos sociales (antropólogos, sociólogos, políticos, comunicólogos, trabajadores sociales, economistas, pedagogos, nutriólogos, urbanistas, médicos, psicólogos, planificadores, etc.) realicen acerca de las necesidades centrales de los auditorios. Ello quiere decir que los contenidos de la programación televisiva deben surgir del análisis, la reflexión y la discusión de los requerimientos objetivos que encara la vida de los públicos, no de la telaraña de "presiones" o "relaciones públicas" que se despliegan alrededor de las autoridades de las televisoras para autorizar la producción de series informativas.

Esto significa que *en la conducción política de las televisoras públicas hay que elevar a rango de prioridad estratégica el trabajo de investigación social sobre las necesidades de crecimiento material, cultural y espiritual de los espectadores, para convertirlo en el criterio guía desde el cual se construyan las políticas comunicativas de las emisoras; se evitará así seguir fomentando la elaboración de torrentes informativos desde las directrices de la mercadotecnia lucrativa o de legitimación política.* La vanguardia y la ofensiva del proyecto de la televisión cultural se logrará en la medida en que su dinámica cultural parta del descubrimiento y resolución de las grandes problemáticas de superación humana y social de la población mexicana, a través del ejercicio de la investigación, antes que de los fuertes compromisos que imponen las publirrelaciones del poder público.

Curiosamente, es interesante constatar que los organigramas de los sistemas regionales de televisión que han surgido como modelos alternativos en la república mexicana han instrumentado toda clase de departamentos de operación interna, como son el de comercialización, de relaciones públicas, de noticias, de publicidad y mercadotecnia, de producción, de mantenimiento, etc., pero casi en ninguno de ellos se ha incorporado el área de investigación, y los pocos que existen están orientados básicamente a medir su *rating*, imagen, cobertura, etc., pero no a detectar las urgencias de desarrollo que encaran

sus públicos y la forma de hacerlas armonizar con la programación televisiva que producen. Es decir, paradójicamente, según la propuesta original, las políticas informativas de los 15 sistemas de televisión regional (Yucatán, Michoacán, Veracruz, Chihuahua, Guanajuato, Guerrero, Campeche, Tlaxcala, San Luis Potosí, Hidalgo, Morelos, Estado de México, Sonora, etc.) surgen y empiezan a accionar culturalmente sin conocer a profundidad a sus auditorios y, por consiguiente, sin articular la cultura audiovisual colectiva que producen con las necesidades de existencia que enfrentan sus públicos. La excepción del caso son los proyectos de los sistemas Quintanarroense y Oaxaqueño de Radio y Televisión, que han intentado permanentemente construir sus políticas comunicativas desde la base de las necesidades sociales de las comunidades.

Estos indicadores traslucen uno de los límites más claros que conlleva el modelo de televisión regional que se está construyendo en el país, y cuestiona hasta dónde es verdaderamente una nueva concepción y práctica televisiva o es simplemente la repetición, a escala menor y con otro ropaje, de los mismos vicios y prácticas de las viejas redes nacionales de televisión. *Creemos que sólo puede surgir un nuevo prototipo de televisión regional si se parte de una profunda relación orgánica de las televisoras con las prioridades de desarrollo de cada región; situación que será aportada por la investigación y una nueva voluntad política para crecer.*

6. Formación del currículum audiovisual para el crecimiento mental de los públicos

Ya localizadas las grandes necesidades coyunturales y cíclicas que demanda la sociedad civil para la sobrevivencia de la población y sus respectivas traducciones a necesidades comunicativas, la televisión cultural debe construir su estrategia de comunicación para el desarrollo mediante la conversión muy específica de sus problemáticas a la programación audiovisual que distribuye en los hogares. De esta manera, el puente o la mediación a

través de la cual se podrá reducir la distancia entre los conflictos sociales y los márgenes de formación de una nueva conciencia del auditorio, será la estructura informativa de la pantalla de los medios audiovisuales.

Es decir, la programación de la televisión será el instrumento mediante el cual el Estado sintonizará las tensiones sociales que existen en el seno de la comunidad con su intervención cultural masiva sobre los campos de conciencia de la población para contribuir a mitigar dichas realidades.

Por ello, la producción de contenidos televisivos de la televisión cultural que pretenden impulsar el desarrollo debe girar alrededor de la dinámica de la resolución de las demandas civiles fundamentales. Esto implica que *se debe formar un nuevo currículum de información televisiva que transmita una nueva racionalidad audiovisual que constantemente sea acorde con las realidades más apremiantes que se deben enfrentar para educar a la población frente a tales situaciones y provocar el cambio de la conducta colectiva. Dicho currículum cultural debe abarcar y ordenar como mínimo el encaramiento de las temáticas más candentes que impiden el crecimiento de los espectadores en cada momento histórico y sus diversas posibilidades de solución. Esto generará una nueva lógica televisiva que permitirá la presencia de una comunicación especializada según las necesidades nacionales que dará otro sentido, función e imagen a la pantalla gubernamental.*

Así, para elaborar las nuevas políticas de contenidos televisivos a través de la televisión cultural debemos hacernos, por ejemplo, las siguientes preguntas: *en los próximos cinco años ¿cuáles son las telenovelas que hay que producir en México para elevar el promedio de educación nacional?, ¿cuáles son las series cómicas que hay que inventar para darle mayor fortaleza a las relaciones internas de la familia mexicana?, ¿qué películas hay que difundir para crear nuevas actitudes que induzcan el aprovechamiento responsable del agua y la energía en las grandes ciudades?, ¿cuáles son los spots que hay que introducir en los hogares para otorgarle a la mujer un nuevo status de ser humano en nuestra sociedad*

machista?, ¿cuáles son los insertos informativos que deben elaborarse para proteger racionalmente el medio ecológico que nos rodea?, ¿cuáles son los espacios comunicativos que hay que inaugurar para aumentar el nivel de la productividad nacional? Etcétera.

La realización de este nuevo currículum televisivo exige reestructurar la mentalidad de los cuadros humanos encargados de decidir y ejecutar la programación de la televisión cultural, para introducir el criterio de definición de ésta a partir de las necesidades de sobrevivencia social, no a partir de la dinámica de las publirrelaciones ni de la televisión autónoma divorciada de las principales demandas nacionales. Este paso resulta especialmente importante cuando observamos que antes de la fase de la internacionalización de la televisión, de 1930 a 1950, era posible planificar con mayor facilidad el desarrollo cultural de una sociedad; pero en la época actual, en los años noventa, la feroz transnacionalización y globalización ideológica que se da por la vía de la televisión, y que cada día se afianza más, plantea nuevos y mayores obstáculos para planificar la formación de una conciencia nacional a través de los medios audiovisuales.

7. Distribución de la información por regiones de desarrollo

Conocidas las prioridades de desarrollo, habrá que agrupearlas por regiones de necesidades similares para elaborar una zonificación de tratamiento informativo del país a través de la televisión cultural. Es decir, para crear una auténtica televisión promotora del desarrollo, además de localizar las principales urgencias que impiden la consolidación del mismo, hay que ubicarlas y encararlas por regiones, pues es el siguiente mecanismo que nos permite acercarnos a los requerimientos más concretos que demanda la superación de las contradicciones de vida de cada zona de la nación.

De este modo, las diversas regiones de la república podrán expresar y encarar mediante la televisión cultural los diversos conflictos que les impiden crecer, para ad-

quirir otra conciencia sobre éstos y poder transformarlos. Así, surgirá una nueva televisión que estará cimentada en nuevas raíces que se alimentarán de la dinámica de la vida cotidiana y de la historia particular de cada zona de desarrollo nacional. Esto permitirá generar un nuevo orgullo y dignidad regional que será la base del moderno desarrollo del país.

Aunque sabemos que son muchos los criterios que existen para regionalizar el país (económico, energético, político, religioso, étnico, agrícola, urbanístico, educativo, de sanidad, militar, lingüístico, etc.), con miras a la planificación televisiva podemos establecer como base las siguientes seis regiones, a partir de las cuales se puede abordar la república mexicana de manera diferenciada a través de la televisión cultural:

A. *Región Norte:* Baja California, Sonora, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León y Tamaulipas.

B. *Región Sur:* Chiapas, Tabasco Frontera, Campeche y Quintana Roo.

C. *Región Centro:* Durango, Zacatecas, Aguascalientes, San Luis Potosí, Guanajuato, Querétaro, Hidalgo, Estado de México, Puebla y Morelos.

D. *Región Valle de México:* D.F. y zonas aledañas al área conurbada del valle de México.

E. *Región Golfo:* Tamaulipas Costa, Veracruz, Tabasco, Campeche y Yucatán.

F. *Región Pacífico:* Sonora Golfo, Sinaloa, Nayarit, Jalisco, Michoacán y Oaxaca.

Así, por ejemplo, en la zona norte, a través de la información que transmite la televisión cultural en su cobertura nacional, hay que prevenir a los ciudadanos, especialmente acerca de la población infantil, a fin de que adopten las precauciones necesarias para evitar en primavera y verano las deshidrataciones y las enfermedades infecciosas, como la tuberculosis y la gastroenteritis. De igual manera, en la temporada de invierno hay que aleccionar a los públicos para protegerse de los padecimientos bronquiales, traqueales y respiratorios, que se han convertido en la primera causa de mortalidad en esta zona.

Respecto de la enorme y creciente tasa de desempleo

que existe en esta región, lo cual obliga a muchos individuos a emigrar a los Estados Unidos en busca de un trabajo que les permita vivir mejor, debe crearse, a través de la televisión, una voluntad política y administrativa que permita impulsar el surgimiento de empleos. En este sentido, deben buscarse los equilibrios básicos entre sociedad y economía con el objetivo de propiciar la participación de los trabajadores en los beneficios del desarrollo, apoyándose en reportajes especiales que aborden esa problemática.

Asimismo, habrá que emprender campañas televisivas a fin de prevenir a los productores del campo con medidas óptimas y efectivas para proteger los cultivos y el ganado de las inclemencias del tiempo, como son las heladas, las sequías y las lluvias que les provocan grandes pérdidas económicas. En los mismos términos, es importante informar a la población con programas televisivos sobre el conflicto del déficit de vivienda que vive el norte del país, agravado por la carestía de las rentas de las casas-habitación, principalmente en Ciudad Juárez, Chihuahua, donde este ramo registró un faltante de 40 000 viviendas, cuyos costos, por otra parte, se elevan a la par del dólar.

También es conveniente informar al teleauditorio de la zona sobre los efectos producidos por la contaminación de tierras y ríos, provocada por los desagües industriales provenientes del país vecino, con el fin de combatir dicho deterioro ambiental. En los mismos términos, es necesario informar a la comunidad sobre la marginación en que viven los indígenas de aquella región, donde, por ejemplo, anualmente mueren centenares de niños por desnutrición.

Asimismo, se requiere crear conciencia en la población, por medio de cápsulas televisivas, sobre la importancia de no deformar el idioma español, para conservar la identidad cultural de esta zona, ya que se abusa al mezclarlo excesivamente con el inglés. La existencia de la enorme fuerza laboral femenina desempleada debe reconocerse a través de cápsulas televisivas puesto que existen fuertes preferencias de contratación hacia el sexo masculino. Por ejemplo, en Nuevo León hay 360 000

mujeres que están en edad productiva, de las cuales sólo 48 000 laboran en la actualidad, porque son ocupadas únicamente como secretarías en nivel gerencial.

En la zona centro se requiere instruir masivamente a los campesinos y ganaderos para combatir de manera conjunta al gusano barrenador, que provoca cuantiosas pérdidas anuales sobre más de un millón de cabezas de ganado vacuno. De igual modo, es fundamental capacitar permanentemente a los productores de cítricos para erradicar la mosca de la fruta, que ocasiona enormes pérdidas en las economías locales.

En el valle de México y en las principales ciudades de la república hay que emprender acciones para evitar que la población se siga concentrando en el Distrito Federal, donde hasta el momento está reunido 22% de la demografía nacional, sumando más de 20 millones de habitantes, a los que se agregan anualmente más de 900 000 personas que emigran del campo. Esto hará que para el año 2000 la ciudad de México sea la urbe más grande del mundo, la cual se extenderá hasta Toluca, Chalco y Texcoco. De igual manera, es prioritario educar a los ciudadanos del D.F. para que canalicen por las vías adecuadas el desalojo de 3 000 toneladas de basura que diariamente son abandonadas indebidamente en distintos lugares de la ciudad, provocando con ello la contaminación ambiental y la proliferación de miles de roedores dañinos.

También es imperioso formar una cultura del aprovechamiento racional de los recursos naturales, especialmente del agua, pues cada vaso extra de líquido que se trae a la ciudad de México cuesta, a precios de 1985, 1 200 000 pesos, y se desperdicia 30% del caudal que llega. Tan sólo en los muebles de baño se pierden 700 millones de litros diarios, que serían suficientes para atender las demandas de 2 800 000 casas habitación.

En la zona sur es urgente crear una conciencia ecológica para proteger diversas especies animales en extinción como son los quelonios, el camarón, el manatí, el venado, el lagarto, la codorniz, el faisán, varios tipos de peces y otras especies más. Es imperioso proteger la selva campechana, donde la deforestación y la quema de árboles provocan la pérdida anual de 80 000 metros

cúbicos de reservas verdes. Es preciso además capacitar a los apicultores para enfrentar la presencia de la abeja africana, que amenaza con aniquilar la industria de la miel en el país y desplazar a nuestra nación como el tercer productor mundial de esta mercancía.

También es necesario comunicar a la población indígena a través de paquetes televisivos, pues el déficit de maestros que impartan educación bilingüe impide la incorporación de estos grupos sociales a la vida cultural del país. Asimismo, es importante informar sobre el alto índice de evasión fiscal que registra la zona y sus consecuencias directas sobre el erario público. De igual modo, es conveniente difundir que 50% de la población de la zona padece desnutrición, y tomar las medidas conducentes a reducir este índice de retraso humano.

A lo largo de todo el territorio, es necesario atenuar el alto índice de enfermedades respiratorias que provocan que México ocupe el tercer lugar mundial en mortalidad por estas causas. Hay que modificar los hábitos alimenticios contraídos por costumbres sociales y conceptos culturales equivocados que han creado más de 20 millones de mexicanos obesos que dañan seriamente su salud. Es urgente atender a 65% de los niños menores de 5 años que actualmente se encuentran mal nutridos y a 35 millones de adultos subalimentados. De igual manera, hay que reducir el crecimiento de la natalidad, cuya tasa actual es de 4.5% en las ciudades medias y de 3.9% en las urbes de mayor concentración, como Guadalajara, Monterrey y el área metropolitana.

En el mismo sentido, es necesario crear campañas televisivas enfocadas a disminuir los incendios forestales, ya que anualmente resultan dañadas parcial o totalmente 150 000 hectáreas y zonas verdes y boscosas. También es fundamental tratar de reducir la curva descendente en el rendimiento de todos los niveles escolares por la falta de un presupuesto adecuado para educación y que afecta directamente al estudiantado de menores ingresos. De igual modo, es prioritario atender a los 25 millones de mexicanos que no tienen acceso a los servicios médicos por causas económicas, geográficas y culturales.

Asimismo, es imprescindible enterar a la población, mediante cápsulas televisivas, de que México ocupa el quinto lugar en el mundo en cuanto a la incidencia del síndrome de inmunodeficiencia adquirida (SIDA), y de que la enfermedad está adquiriendo en el país características de epidemia, pues existe un promedio de 35 casos nuevos cada mes. De igual modo, hay que comunicar sobre los 6 millones de niñas y adolescentes que laboran sin prestación social alguna, al margen de la legislación laboral, y que 35% de la población que consume alcohol comprende a jóvenes entre los 14 y los 25 años.

Para proteger al obrero es conveniente informar, a través de cápsulas televisivas, sobre los accidentes de trabajo, pues tan sólo en 1986 se presentaron 700 000 casos de riesgos de trabajo, se expidieron 12 millones de incapacidades y se registraron 100 millones de horas-hombre perdidas.

También es pertinente inculcar con paquetes televisivos la reivindicación de los ancianos en la vida social y otorgarles las garantías de bienestar que se merecen, ya que de los 5 millones de ancianos del país, 4 millones se encuentran socialmente desprotegidos.

Del mismo modo, hay que difundir la marginalidad de los indígenas y la ignorancia de las autoridades para comprender las culturas étnicas, con el fin de empezar a erradicar la violación constante de que son objeto los derechos humanos de estos grupos.

Dicha información debe ser diseminada de manera selectiva según las problemáticas de desarrollo que se presentan a lo largo y ancho del territorio mexicano. Para ello, contamos con la moderna infraestructura de transmisión regional que ofrece el Sistema Morelos de Satélites, a través del cual se puede generar un nuevo proyecto de programación nacional de la televisión cultural, cuya información habrá de vincularse con los procesos de solución municipal de las principales carencias que persisten en la mayoría de los receptores.

Hasta el momento, podemos afirmar que el funcionamiento global de la televisión, a través de la red federal de microondas, sólo ha permitido que los diversos auditorios del país hayan sido tratados en forma homogénea.

Sin embargo, con la facultad de alta direccionalidad informativa que proporciona la banda del complejo Morelos, los distintos núcleos receptores pueden ser abordados paralelamente en todo el país de manera diferenciada.

Esto posibilita técnicamente que el proyecto cultural de la televisión pública se regionalice en todo el territorio, y que con ello se atienda informativamente la resolución de los diversos conflictos sociales existentes en las numerosas comunidades marginadas de la república mexicana. Ello elevará a la misma a una nueva fase histórica de su evolución: el fomento al desarrollo nacional y regional.

Por lo anterior, pensamos que este nuevo progreso material que la revolución científico-técnica ha aportado a la radiodifusión no debe ser empleado prioritariamente para apoyar las irrelevantes actividades tradicionales, como han sido el fomento al simple entretenimiento, la diversión y la comercialización, pues sería tanto como desperdiciar este importante adelanto cultural. Sin duda alguna, sostenemos que ante el acelerado proceso de transformación que vive el país, este avance debe ser aprovechado para impulsar el desenvolvimiento de las múltiples regiones atrasadas del territorio nacional.

8. Estrategia de difusión de la comunicación

Ya construida la zonificación televisiva del país por necesidades de desarrollo, se deberán preparar los paquetes de informaciones o subjetividades adecuadas para abordar mediante la televisión cultural las diversas problemáticas que impiden el progreso nacional y regional de la república mexicana. La elaboración de estas políticas informativas deben atender los siguientes niveles:

A. En primer término, los cuadros informativos que se produzcan, de inicio, deben sensibilizar racional y afectivamente a los auditorios sobre la existencia de los grandes obstáculos que impiden su avance y el nivel de gravedad que ha alcanzado su evolución.

B. La información producida por dicho medio no debe quedarse en la mera exposición de las contradicciones

existentes, sino que debe incitar a la movilización de los auditorios hacia las propuestas de soluciones prácticas que ofrecen las secretarías de gobierno sobre cada uno de los renglones del desarrollo nacional. Es decir, los mapas de subjetividades sobre nuestros lastres de crecimiento producidos por las televisoras de Estado deben romper el esquema de tratamiento pasivo del receptor que promueve el modelo hollywoodense de televisión, y en vez de ello crear una atmósfera de participación activa ante los impedimentos que obstaculizan la superación material y espiritual de los receptores.

De esta manera, la información diseminada por la televisión debe despertar y movilizar a las células básicas que soportan a la sociedad mexicana para impulsar su desarrollo. Así, por ejemplo, los paquetes de comunicación distribuidos en los hogares deben revivir a los maestros como los coordinadores más cercanos a la juventud; a la familia como el centro formador del interior de las nuevas generaciones; a las agrupaciones campesinas como los sectores abastecedores de alimentos; a los movimientos ecologistas como células defensoras de la naturaleza; a las cooperativas pesqueras como los grupos generadores de comestibles marinos; a los partidos políticos como los gremios representativos de la organización participativa de la sociedad; a las cámaras industriales y de comercio como los organismos aglutinados del sector privado; etcétera.

C. La generación de estos cuadros informativos deberá prepararse en estricta colaboración con los órganos de gobierno especializados en la promoción y coordinación de cada rama de desarrollo social y contando con la presencia de los núcleos civiles preocupados por apoyar estas áreas del crecimiento nacional. Esto implica que las televisoras deben dejar de funcionar como empresas aisladas del resto de las secretarías y órganos de gobierno, para trabajar ahora en forma intersectorial, produciendo y esparciendo aquellos conocimientos orgánicos que apoyan las acciones de desarrollo concreto que ejecutan los distintos aparatos de Estado.

De no trabajar de manera conjunta las televisoras y los ministerios de dirección, administración y gobierno

nacional, se continuará produciendo toneladas de información desvinculada de las capacidades de intervención de la sociedad y, por lo tanto, la televisión será retardadora del desarrollo de los espectadores. Incluso, por ejemplo, podrá volverse a vivir la oposición de que mientras algunos programas televisivos de contenido social promueven la planificación de la natalidad a través de una conducta sexual responsable, otras informaciones especialmente publicitarias fomentan con gran éxito el desenfreno sexual sin precauciones secundarias. O al mismo tiempo que ciertas campañas promocionales combaten el acentuadísimo alcoholismo, decenas de anuncios publicitarios por hora inducen marcadamente al consumo de bebidas alcohólicas. O mientras el Instituto Nacional del Consumidor propicia la compra responsable y racional de productos, cientos de cortes comerciales promueven la compulsiva adquisición consumista de mercancías.

En otros términos, para organizar a la sociedad mexicana a través de la televisión cultural en función de un nuevo proyecto de superación de sus contradicciones por la vía de la institucionalidad establecida, sólo se deberá formar conciencia sobre aquellas realidades que pueden ser atacadas realísticamente por la infraestructura de acción médica, educativa, tecnológica, urbana, política, fiscal, jurídica, agraria, comercial, económica, etc., del Estado y la sociedad civil. Esto es, hay que crear conciencia masivamente sobre nuestros conflictos de desarrollo, siempre de acuerdo con los programas de trabajo de las instituciones de gobierno y con las demandas de apoyo que ofrece la sociedad civil. De lo contrario, crear mediante las televisoras mayores grados de conciencia colectiva, más allá de las posibilidades reales de respuesta del Estado y de la sociedad civil, sería desestabilizar al sistema y por consiguiente ahorcarlo: *el despertar de la conciencia colectiva por medio de la televisión pública para crecer como nación debe ser gradual y dirigida, y con base en las capacidades reales de solución de la sociedad.*

Ahora bien, es muy importante tener en cuenta que el éxito en el desarrollo de una comunidad no se da por la

sola presencia de información o la toma de conciencia sobre las problemáticas de que se trate, sino por la existencia paralela de acciones materiales y políticas que sustenten y visualicen los conflictos detectados. De no existir estas realidades paralelas de apoyo, no se logrará propiciar el desarrollo, pero no porque haya fracasado la implantación de las nuevas políticas comunicativas del Estado, sino por la ausencia de las indispensables contrapartes sociales de respaldo. La información que difunda la televisión cultural sólo logrará producir el crecimiento social si existen los recursos complementarios que lo posibiliten: *la comunicación por sí misma no produce desarrollo, sino que sólo es un catalizador o retardador de la evolución humana.*

Por lo tanto, la conciencia grupal generada por la televisión cultural sólo será útil si es canalizada hacia un soporte organizado de instituciones que respalden con acciones concretas las nuevas demandas. De lo contrario, se formará un nuevo margen de claridad colectiva que no encontrará dirección ni respuesta, y por consiguiente, propiciará la frustración o los estallidos desesperados, con la consecuente reacción represiva por parte del Estado.

D. Considerando que el proyecto de la televisión cultural estará cimentado sobre las problemáticas cíclicas de la sociedad mexicana, no sobre las coyunturales, la difusión de los mensajes deberá adelantarse a la presencia de los hechos e intentar su corrección.

Por ello, los paquetes informativos producidos por la televisión cultural deben difundirse antes de que los fenómenos se repitan, para dar tiempo a educar a la sociedad frente a cada suceso y propiciar las conductas colectivas correctivas que fomenten el desarrollo de las comunidades.

De no adelantarse a los eventos, el proyecto estatal televisivo no podrá modificar los hábitos de los ciudadanos y, por consiguiente, la inversión de todo este esfuerzo se reducirá sustancialmente.

E. Para alcanzar el objetivo central de la nueva televisión cultural, en el sentido de modificar los hábitos de la población frente a sus conflictos de desarrollo, los

paquetes de subjetividades producidas frente a estas realidades deben transmitirse a los espectadores con un alto grado de frecuencia. Hay que tener en cuenta que lo más difícil es el cambio de costumbres o conductas, y que el desafío de las televisoras públicas es la reeducación de los públicos frente a las realidades que los limitan, por lo que modificar las actitudes concretas guarda estrecha relación con el porcentaje de presentación de mensajes específicos en la pantalla. De lo contrario, si sólo se difunden esporádicamente, su efecto será muy reducido o nulo.

Sin embargo, en esta estrategia de difusión no habrá que confundir la continua presentación de mensajes con la saturación del auditorio, pues el efecto será totalmente contraproducente. Hay que trabajar gradual, dosificada y sistemáticamente sobre la conciencia de los públicos para educarlos y convencerlos en torno de las propuestas presentadas, no abrumarlos al grado de provocar el rechazo de los mismos, como sucedió con la campaña desmedida del candidato del Partido Revolucionario Institucional (PRI) a la presidencia de la República, Carlos Salinas de Gortari, en las elecciones federales del 6 de julio de 1988, pues en vez de sumarle votos, esta estrategia desproporcionada contribuyó a restarle significativamente el apoyo ciudadano.

F. Considerando que el actual público televisivo del país ha sido educado durante más de cuarenta años por el modelo audiovisual comercial, que ha propiciado que el espectador utilice la pantalla pública y privada fundamentalmente como un espacio de entretenimiento, placer, diversión y evasión de la realidad, la presentación de los nuevos contenidos de la televisión cultural en pro del desarrollo nacional deberán aprovechar las formas ya comprobadas de acceso racional y afectivo a las grandes masas. Por consiguiente, los mensajes deberán ser envueltos o difundidos a través de los formatos televisivos más atractivos, como son las telecomedias, los concursos, los programas cómicos, las mesas redondas, las caricaturas para adultos, los teleteatros, etcétera.

Esto es, a partir del modo en que la televisión ha sido ubicada tradicionalmente en la vida cotidiana de los

espectadores, la exposición de las nuevas políticas de comunicación del nuevo canal cultural para formar conciencia no deben presentarse exclusivamente en los géneros televisivos racionales, como son la reunión de discusión, los noticiarios, el discurso, etc., sino principalmente a través de aquellos formatos audiovisuales que tocan las fibras emotivas y vitales más internas de los televidentes. Es importante que la producción de estos contenidos de avance social no queden peleados con la libido y el goce del auditorio, sino que, al contrario, recuperen el disfrute en su estructuración simbólica para atraerlo y educarlo. De lo contrario los programas serán rechazados por el auditorio por densos y aburridos.

La vía más cercana para tener éxito colectivo en esta nueva forma de ver al país a través de la televisión a partir de sus necesidades de crecimiento, es reutilizar las modalidades ligeras de lo lúdico, la fiesta, el disfrute, el goce, etc., que parten de requerimientos de placer, y mediante ellas introducir otras sensibilidades y una conciencia distinta sobre la nación. Dichas presentaciones, además de informarnos de la existencia de los graves conflictos de nuestro desarrollo, nos deben hacer sentir tales problemáticas, pues de lo contrario no tendrán penetración social profunda. Llegando al extracto emotivo de las comunidades, el proyecto de televisión de Estado arrancará su mayor respuesta civil.

9. Creación de nuevos ciclos culturales

Ya elaborados los contenidos de la televisión cultural, habrá que difundirlos en los horarios más adecuados, por grupos de espectadores, para obtener los mejores resultados. Los horarios más convenientes serán aquellos que alcancen mayor concentración de públicos y que aglutinen a los líderes de opinión. En esta irrigación de la información a la sociedad habrá que tener presente, de manera muy especial, que la propuesta de crear conciencia sobre nuestros grandes problemas de desarrollo a través de la televisión cultural entrará en conflicto con el modelo de contenidos de la televisión comercial, que

busca que el auditorio se fugue de su cruda realidad. Ante ello, habrá que presentar los contenidos estatales en la forma más atractiva para que la televisión de Estado concentre y conduzca la energía social hacia la superación de sus condiciones de vida y evite la evasión de la conciencia nacional a través del ciclo lúdico que produce durante 365 días al año la televisión privada.

Esto implica que será necesario producir nuevos ciclos culturales alrededor de las dinámicas naturales de vida que presentan cotidianamente los auditorios, para evitar que la energía social quede desarticulada por otros ciclos de fuga de la realidad. Entre los principales ciclos de evasión de la realidad que se producen en nuestro sistema cultural figuran los siguientes cuatro: *a)* ciclo del consumo, *b)* ciclo deportivo, *c)* ciclo del espectáculo y *d)* ciclo turístico.

10. Evaluación del cambio de conciencia y de comportamientos del auditorio

Ya efectuados los movimientos anteriores, se deberá poner en práctica un mecanismo de evaluación del cambio de actitudes en la población y de modificación de los conflictos originales en cada rincón de la república, derivados de la difusión de contenidos de la televisión de Estado. Esto implica realizar una medición y comparación de las conductas y del grado de evolución de los conflictos sociales de que se trate, antes, durante y después de transmitirse a los espectadores la propuesta de mensajes de la televisión cultural.

Si se considera que este nuevo proyecto orgánico de televisión pública pretende impulsar las principales áreas de desarrollo en las que está detenida la evolución del país, es imposible que esta institución cultural abarque por sí misma la calificación de la transformación de las realidades nacionales que enfrenta: es una dimensión que la desborda. Por ello, es necesario que dicha valoración sea realizada con apoyo sustantivo de los diversos órganos de gobierno y de instancias de la sociedad civil vinculadas con el desarrollo social mencionado.

11. Redefinición permanente de las políticas informativas a partir de las prioridades de desarrollo

Habrà que adaptar sistemáticamente la producción de contenidos culturales que transmite la televisión cultural a las nuevas circunstancias que permite ver la investigación sobre los grados de nueva conciencia producida y el cambio de distintos comportamientos alcanzados en el auditorio. Esto es, se requiere localizar cuál es el nuevo momento que alcanza el fenómeno social del caso después de la irrigación colectiva de los mensajes de la televisión pública, para volver a diseñar los contenidos informativos de ésta en función de las nuevas características surgidas y elaborar una segunda fase de encaramiento del mismo. De esta manera, la nueva televisión cultural siempre estará regresando a la sociedad para abordar las difíciles problemáticas que impiden su desarrollo. Sus preguntas guías permanentes serán: *¿Qué nueva información hay que difundir frente a los conflictos existentes? Y, por lo tanto, ¿qué nueva conciencia hay que formar en el país para hacer avanzar a la población?*

12. Bases para un nuevo financiamiento televisivo

Finalmente, para emplear la televisión cultural, y en particular el Canal 22, como instrumento de desarrollo nacional y regional, habrá que enfrentar la pregunta base. En esta aguda fase de crisis económica, de restricción del gasto estatal, de venta de empresas paraestatales, de retiro de subvenciones a las compañías gubernamentales, de adelgazamiento del Estado, de privatización de la esfera pública, de acentuada necesidad de ingresos a las arcas federales, de incremento de la deuda externa, de quiebra y retroceso de grandes empresas anunciantes en video, etc., *¿cómo financiar la televisión cultural para alcanzar esos objetivos?* Se trata de una pregunta estratégica cuya formulación no puede posponerse, pues de la resolución de esta realidad depende la sobrevivencia

de dicha institución cultural, y las políticas informativas de las mismas quedan condicionadas en un alto grado por este factor estructural que modela a las compañías televisivas.

En este periodo de cambio profundo de la sociedad mexicana, de mudanza democrática y de retracción sustancial del subsidio económico a las teledifusoras, se requiere reflexionar profundamente sobre el sentido que tiene la televisión pública en el destino de la sociedad mexicana, para buscar nuevas fórmulas alternativas de financiamiento para implantar sus programas de desarrollo. Creemos que en esta fase de transición por la que tendrá que atravesar la televisión de Estado para dejar de ser la televisión hollywoodense y convertirse en una televisión promotora del crecimiento nacional, deberá pasar por tres momentos para la obtención de sus ingresos.

En un *primer momento* deberá diversificar sus fuentes de entradas económicas para no seguir siendo una empresa subvencionada totalmente por el gobierno, por el simple hecho de pertenecer al sector paraestatal, situación que ya no es posible mantener por la acción de saneamiento económico que la crisis y el proyecto neoliberal han obligado a emprender al gobierno mexicano sobre su gasto administrativo. En esta primera etapa de transición se podrán considerar como apoyos las formas tradicionales de captación de recursos monetarios para alcanzar su sobrevivencia económica, como son la venta moderada de publicidad, la modificación privilegiada de reglamentos tarifarios, la aceptación de subsidios estatales, la realización de intercambios de productos sin costo, la comercialización de series, la venta anticipada de espacios, la promoción de bienes y servicios, etc., mientras se acude a una nueva vía de financiamiento que corresponda a la naturaleza de la televisión de servicio público.

Sin embargo, en un *segundo momento* la operación de las televisoras de Estado encontrará una nueva modalidad de financiamiento de la sociedad en la medida en que se quiebren el concepto y la práctica hollywoodense que han permeado fuertemente al financiamiento de la televisión mexicana, y se la comprenda como un instrumento

central del desarrollo nacional, antes que como una mera herramienta generadora de espectáculos colectivos para la evasión lúdica y la acumulación de capital monopolístico. Es decir, en la medida en que la televisión pública actúe como verdadera institución cultural catalizadora de la prosperidad, se dejará de concebir su acción como carga social y naturalmente se justificará su subvención desde los fondos del erario público: *en el grado en que se amplíe la concepción y práctica de la televisión de Estado hacia la promoción del crecimiento social, se descubrirán nuevas formas de apoyo económico más adecuadas a la personalidad de la misma, y viceversa.*

Esto significa que desde el momento en que la nueva televisión cultural opere produciendo cargas informativas que actúen como catalizadoras reales del desarrollo colectivo o como correctivas de las grandes desviaciones nacionales que le permitan ahorrar al gobierno cifras estratosféricas que tiene que invertir en otras áreas para fomentar el crecimiento social, ésta podrá cobrarle al Estado el evitarle la erogación de cuantiosas sumas para impulsar otras zonas de avance de la sociedad mexicana y, por lo mismo, estará en capacidad de argumentar, fundadamente, que su financiamiento principal provenga del gasto público.

En otros términos, en la medida en que la televisión cultural sea eficiente para modificar positivamente las conductas masivas de la población frente a los grandes problemas nacionales, generará un enorme beneficio colectivo que producirá un gran ahorro gubernamental del que se puede destinar una parte para cubrir justificadamente el funcionamiento de aquélla. En suma, su financiamiento provendrá del ahorro que la televisión pública genere al Estado y a la sociedad por los beneficios producidos en otras ramas de crecimiento de las prioridades nacionales. Esto obliga a que la televisión de Estado siempre esté impulsando el desarrollo social.

Así, por ejemplo, la televisión pública podría funcionar económicamente sin requerir ningún otro apoyo si le cobrara al Estado las inimaginables ganancias que éste logró cuando a través de las campañas de planificación familiar que la televisión y otros medios de comunica-

ción transmitieron de 1975 a 1987 para reducir la tasa de crecimiento demográfico de 3.5 a 2 %, logrando que la población nacional descendiera de 94 millones que seríamos en este momento a 82 millones de habitantes que somos ahora. Simplemente, podemos pensar que con auxilio de la televisión y algunos órganos de gobierno, el Estado mexicano se ahorró atender a más de 10 millones de ciudadanos en el terreno del empleo, la salud, la educación, la vivienda, la alimentación, el transporte, la recreación, etc., lo que le representó una reducción astronómica de recursos monetarios. Uno de estos ahorros debería orientarse al financiamiento de la televisión pública para que prosiguiera con esa meta.³

De igual modo, si a través de las transmisiones de la televisión pública se produjese en los ciudadanos una firme cultura ecológica que contribuyera a enfrentar la devastadora tendencia destructora que se vive en este campo, el Estado mexicano se ahorraría las enormes inversiones multimillonarias que periódicamente debe aplicar para corregir esas desviaciones sociales. Así, por ejemplo, evitaría tener que efectuar gigantescas erogaciones, como fueron en 1986 los 2 000 millones de pesos que invirtieron la Sedue y el ayuntamiento de Veracruz para descontaminar las playas del puerto.⁴ Los 35 billones de pesos que hoy día cuesta limpiar el aire del Distrito Federal.⁵ Los 2 600 millones que destinaron los gobiernos de México y los Estados Unidos para descontaminar el Río Nuevo de Mexicali, Baja California.⁶ Los 5 000 millones que invirtió Pemex para el mejoramiento de los sistemas de purificación.⁷ Los 5 687 millones que gastó la Sedue para descontaminar la cuenca del Lerma-Chapala.⁸ Los 16 000 millones que destinó la Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología para preservar y corregir la naturaleza en 27 zonas estratégicas del país.⁹ El descenso de 30% de la pesca en Zihuatanejo por la contaminación ocasionada por Sicartsa.¹⁰ Los 275 millones que destinó el DDF para regenerar el lago de Xochimilco.¹¹ Los 3 000 millones de pesos erogados por el gobierno de Tlaxcala y la Federación para purificar los ríos Atoyac y Zahuapan,¹² etcétera.

De igual manera, podría haber evitado enormes gas-

tos, como fueron los 17 millones que invirtió en 1987 para infraestructura en las zonas áridas de la república.¹³ Los 55 250 millones que se dedicaron para la instalación de un sistema de colectores anticontaminantes para regenerar el río Atoyac.¹⁴ Los 4 000 millones orientados a preservar las zonas dañadas por la industria petrolera.¹⁵ Los 170 000 millones destinados para enfrentar la contaminación en el valle de México.¹⁶ Los 3 000 millones dedicados a sanear el lago de Pátzcuaro.¹⁷ Los 3 000 millones invertidos para contrarrestar la infición en el corredor petroquímico de Tampico-Altamira.¹⁸ Los 20 000 millones perdidos por la contaminación que genera la planta termoeléctrica de la Comisión Federal de Electricidad en Colima.¹⁹ Los 2 000 millones de pérdidas que ocasiona Pemex a los pescadores de Campeche.²⁰ Los 100 000 millones de dólares que actualmente costaría establecer el equilibrio ecológico en toda la república mexicana.²¹ Etcétera. *La presencia de esta nueva cultura social podría ahorrarle al Estado la erogación de enormes inversiones, una de cuyas fracciones debería destinar al apoyo de la nueva televisión pública, especialmente del Canal 22, para continuar esta labor de desarrollo nacional.*

De igual manera, mucho se ganaría si se produjera a través de la televisión de gobierno una mentalidad de aprovechamiento racional del agua que evitara que mientras el Estado efectúa inversiones multimillonarias para abastecer del líquido a las grandes ciudades del país, ésta se desperdicie por la gran irresponsabilidad de los consumidores. Así, por ejemplo, en tanto el gobierno gastó en 1986 400 millones para el tratamiento de aguas residuales en el norte del país; en 1987 23 000 millones para resolver el problema del agua potable en Mazatlán, y 30 000 millones para traer 300 litros de agua por segundo desde el río Cutzamala hasta el Distrito Federal, etc.;²² en esos mismos periodos en Guadalajara se desperdiciaron 2 000 litros por segundo, es decir, una cuarta parte del abasto proporcionado por el Sistema Intermunicipal de Agua Potable y Alcantarillado.²³ Por otra parte, en el Distrito Federal se despilfarra 30% del agua potable en lavado de autos particulares, banquetas, fugas en los

sanitarios y en las tuberías de distribución, es decir, casi 12 000 litros por segundo.²⁴ En Hermosillo, Sonora, se desperdiciaron 526 litros por segundo en riego irracional de jardines, lavado de calles asfaltadas y lavado de vehículos con manguera.²⁵ En Monterrey, Nuevo León, se perdieron 1 500 litros por segundo a causa de las fugas en las redes y fallas en los medidores.²⁶ En Puebla se despilfarró más de 60% del agua potable por la deteriorada red del drenaje y la irresponsabilidad ciudadana.²⁷ Y en ciudad Nezahualcóyotl, Estado de México, se perdió más de 40% del agua que se suministró, por el descuido de los usuarios.²⁸

Esto implica pérdidas muy altas para el Estado mexicano en materia de servicios. Simplemente hay que considerar que el despilfarro del agua en el Distrito Federal equivale, en valores de 1985, a una pérdida anual de más de 20 000 millones de pesos por este concepto, que serían suficientes para abastecer del líquido a ciudades como Monterrey y Guadalajara.²⁹ De revertirse esta tendencia por la acción televisiva, el Estado rescataría una enorme suma de ingresos, una de cuyas porciones debería dirigirse al financiamiento de la televisión pública para avanzar sobre este objetivo y ahorrarle grandes recursos a la sociedad mexicana.

De esta manera, si la acción cultural de la televisión cultural modificara mínimamente, en sentido positivo, algunas de las realidades anteriores, obtendría su financiamiento total para los próximos años de funcionamiento. Simplemente, hay que considerar que el presupuesto global de Imevisión para 1987 fue de aproximadamente 55 000 millones de pesos, y que el ahorro que se conseguiría sólo al transformar positivamente el panorama demográfico, ecológico y acuífero rebasa los 200 000 millones de pesos.

Y finalmente, en un *tercer momento*, una última fuente de financiamiento de la televisión cultural provendría de la venta a otras naciones de las series informativas que se elaboraran en el suelo mexicano para propiciar el desarrollo. Es decir, siendo que muchos de los problemas de crecimiento que afectan a nuestro país no son privativos de nuestra sociedad, sino que son comunes a América

Latina, el Tercer Mundo y otras zonas del planeta, es muy factible que las cargas informativas que se produzcan para propiciar el crecimiento mexicano sean susceptibles de ser aprovechadas por otros países que enfrentan las mismas problemáticas.

Así, por ejemplo, el problema del *hambre* y la *desnutrición* no es una situación particular que deba encarar la televisión cultural mexicana sino la de todo el planeta. Por ejemplo, en el mundo existen 3 000 millones de personas que padecen los estragos del hambre, de los cuales 70 millones mueren al año por inanición, y de éstos mueren diariamente 40 000 infantes. En los países subdesarrollados 3 000 millones de habitantes reclaman alimentos.³⁰ Cuatro quintas partes de los niños del mundo viven en los llamados países en desarrollo y padecen infecciones y desnutrición.³¹ En el Tercer Mundo existen hoy en día 730 millones de seres humanos que carecen de suficientes calorías para llevar una vida laboral activa.³² En América Latina 130 millones de personas —es decir, casi un tercio de la población actual— no disponen de alimentos suficientes y cientos de miles de personas padecen grados avanzados de desnutrición.³³ En Centroamérica la población se encuentra devastada por la inanición, puesto que el consumo per cápita de alimentos ha descendido en sólo 15 años de 167 kilogramos en 1970 a 141 kilogramos en 1985, es decir, se ha reducido en 15.57 por ciento.³⁴

En el terreno del *desempleo*, esta realidad tampoco es exclusiva del caso de México sino de todo el mundo. Por ejemplo, este problema está aumentando no sólo en los países privilegiados —como los Estados Unidos, que cuentan con 10 millones de desempleados, y hay más de 28 millones en Europa occidental—, sino también en el mundo en desarrollo. En China, en 1981 más de 20% de las personas en edad productiva estaban desempleadas. En Bangladesh el desempleo alcanzó casi 40% en áreas rurales y urbanas. En 1986 existían en el mundo 390 millones de individuos desocupados o subocupados.³⁵ Para el año 2025 tendremos 1 485 millones más de jóvenes productivos que pedirán que en cada año se creen 47 millones de empleos en el mundo.³⁶

El conflicto de *desertificación de la tierra*, que debe abordarse a través de la televisión pública mexicana, tampoco es una situación exclusiva de nuestra sociedad, sino cada vez más de todas las naciones. Así, por ejemplo, según las estimaciones de Naciones Unidas la superficie desertificada afecta a más de 3 500 millones de hectáreas en el mundo, lo que equivale a una extensión similar a la de todo el continente americano; con el agravante de que cada año se suman a ellas 6 millones de hectáreas más, junto con la destrucción de 7.5 millones de hectáreas de bosques tropicales, en tanto que dejan de cultivarse anualmente 21 millones de hectáreas por falta de rentabilidad.

Este fenómeno afectó en 1977 a 57 millones de personas y en 1984 ascendió a 135 millones de habitantes que fueron gravemente afectados por la falta de espacios productivos. Para el año 2000 la desertificación habrá aumentado rápidamente, pues la población afectada en las regiones áridas se incrementará de 850 millones a 1 200 millones de personas, y en la población rural, de 500 millones a 600 millones de habitantes. Esto ha generado cuantiosas pérdidas que anualmente rebasan los 26 000 millones de dólares y que pueden reducirse considerablemente pues la erosión es en gran medida fruto de la pasividad del hombre, que no ha empleado los medios necesarios para combatirla.³⁷

En América Latina anualmente se destruyen por lo menos 7 millones de hectáreas de bosques abiertos y otros 4 millones de hectáreas de áreas verdes cerradas, por lo que las forestas tropicales se han ido convirtiendo en pastura para el ganado, como sucede en Brasil, Panamá e Indonesia.³⁸ En Brasil el ritmo de destrucción de la selva amazónica, el principal pulmón del mundo, ha avanzado en forma alarmante: entre 1975 y 1980 se alteraba la selva en una tasa anual de 1.6 millones de hectáreas, y de 1980 a 1984 el promedio había rebasado los 2.7 millones de hectáreas anuales. En Uruguay cada año se pierden casi 20 000 hectáreas de terreno fértil, mientras que 30% de los suelos del país están afectados por los procesos de degradación.³⁹

Reaccionar ante esta realidad por parte de los gobier-

nos y la sociedad latinoamericana resulta crucial, pues de no hacerlo, en los próximos 50 años en América Latina no habrá valles, ni vida animal ni vegetal.

El problema del *analfabetismo*, como es fácil suponer, tampoco es un hecho que deba ser enfrentado exclusivamente por la televisión gubernamental mexicana, sino por la de todos los países. Así, por ejemplo, en 1970 en el mundo existían 760 millones de analfabetos y para el año de 1985 el universo ascendió a 889 millones de personas.⁴⁰ Para el año 2000, si persiste el deterioro económico, este fenómeno alcanzará la cifra de más de 1 000 millones de analfabetos.⁴¹ Tan sólo en América Latina y el Caribe existen hoy día más de 45 millones de seres humanos que no saben leer ni escribir, y además es la zona donde se registra el más alto índice de deserción y repetición en las escuelas primarias.⁴²

El problema de la *defensa de la atmósfera* a través de la televisión oficial no sólo es un desafío para la sociedad mexicana, sino para toda la humanidad. Así, por ejemplo, el aumento de 5 a 11% en los últimos años en la destrucción de la capa de ozono, especialmente en la Antártida, por el uso creciente de fluorocarbono y derivados del bromo en refrigerantes, espumas, aerosoles y extinguidores, etc., está permitiendo el paso de las radiaciones ultravioleta que dañan gravemente la vida. Por esta causa el cáncer en la piel ha aumentado en los últimos siete años 83%, es decir, casi ha llegado a alcanzar el grado de epidemia.

Esto significa que —para citar sólo el caso de los Estados Unidos— 40 millones de norteamericanos podrían padecer cáncer en los próximos 88 años y 800 000 ciudadanos seguramente morirán por esta enfermedad. Asimismo, aumentarán las disfunciones del sistema inmunológico, las cataratas oculares, el deterioro de recursos acuáticos, la pérdida de cosechas y productos forestales, y se agravarán los daños en los ciclos biológicos de plantas y animales.⁴³

Encarar el extremo *empobrecimiento de la población* mediante las políticas informativas de la televisión de Estado no es una obligación exclusiva de nuestro país, sino de casi todas las naciones contemporáneas. Así, sea

por caso, presenciamos que el agudo ajuste económico del Tercer Mundo ha generado un retroceso de 10 años en los niveles de ingresos per cápita de la población, y en 12 años sólo aumentó 2.3% la participación del Tercer Mundo en los ingresos industriales.⁴⁴

Mientras tanto, en América Latina la crisis ha provocado que se pierda una década de desarrollo y de nivel de calidad de vida. En la actualidad el ingreso de la región es inferior en 8% al de 1980. Esto ha ocasionado que más de 130 millones de latinoamericanos —es decir, casi 40% de la población total de la región— vivan en la extrema pobreza, que 100 millones tengan ingresos por debajo del mínimo indispensable, que el desempleo y la subocupación afecte a 28% de la fuerza laboral y que 40 millones padezcan desnutrición.⁴⁵

En Centroamérica, la pérdida de los niveles de vida ha sido tan drástica que de 1978 a la fecha el ingreso per cápita ha descendido en 26%.⁴⁶ En los Estados Unidos desde 1970 decrece el nivel de vida a tal grado que para 1984 14.4% de la población vivía en condiciones de pobreza, es decir, 33.7 millones de norteamericanos, de los cuales 12% eran blancos, 35.6% negros y 29.9% de habla hispana.⁴⁷

Producir las políticas informativas internas de la sociedad mexicana con este horizonte de necesidades mundiales nos abre un nuevo mercado natural a otras culturas, al exportar programas de comunicación para el desarrollo, y nos permite conquistar otra fuente de ingresos para que la nueva televisión cultural de Estado se torne autofinanciable.

Con el seguimiento de estos procedimientos para construir las políticas culturales de las televisoras se pueden contrarrestar las tendencias voluntaristas que permiten la producción de información colectiva sobre los problemas nacionales desde posiciones autónomas o independientes. Debemos evitar seguir haciendo televisión para la élite social.

La aplicación de este elemental pero estratégico proyecto de acción convertirá a la televisión cultural, y en particular al Canal 22, en una verdadera extensión de la escuela y la colocará como la gran organizadora cultu-

ral para el desenvolvimiento del país. Será esta perspectiva la que le devolverá a la televisión el único sentido que tiene: el desarrollo cabal del hombre. Con ello, la televisión de Estado se transformará en un verdadero elemento central, pues gobernará para la prosperidad, no para el retroceso nacional.

Hacia un nuevo desarrollo cultural

Por todo lo anterior, creemos que si la nueva televisión cultural no fomenta en la población un proceso emotivo y racional permanente que nos conduzca al análisis y a la autocrítica para regresar a nosotros mismos como personas, como familia, como barrio, como delegación, como municipio, como Estado, como región, como cultura, como nación y como humanidad, será una propuesta televisiva más que no generará un avance cerebral en sus auditorios, pues propiciará que nuestra conciencia y afectividad se continúe evadiendo de la realidad concreta, sin enfrentar los obstáculos que debemos asimilar para superarlos y crecer. Esto fomentará que la energía colectiva del país se continúe perdiendo a través de los ciclos ideológicos del desperdicio mental que erosionan salvajemente la formación de nuestra identidad nacional; y por consiguiente, que prosiga el derroche de nuestra energía mental, ese monumental recurso psíquico de la sociedad que nos permitiría construir una nueva fase de la nación.

Ante ello, cabe preguntarse: *¿de qué nos servirán los desarrollados ojos tecnológicos que construirá la televisión pública si a través de ellos no podemos mirar a México, ni tampoco nuestro interior?* Continuar con la opacidad de nuestra conciencia colectiva frente a nuestros fuertes conflictos de crecimiento prolongará la confusión y el debilitamiento de la marcha de la sociedad, pues evitará que ésta preste atención a su malestar interno, lo cual impide el progreso. Hay que considerar que los problemas de nuestra sociedad sólo podrán ser resueltos en la medida en que colectivamente adquiramos conciencia racional y emotiva de su existencia. Por ello, *la televisión pública debe optar por la vida, no por la muerte del país: si no forma conciencia sobre los conflictos nacionales, se inclina por la muerte de nuestra sociedad.*

Sintetizando, podemos decir que *de no diseñarse las políticas de comunicación de las televisoras culturales y del Canal 22 a partir de los principales conflictos que obstaculizan el desarrollo del país, se volverá a vivir la profunda contradicción entre la cultura nacional y el proyecto de desarrollo global que se ha arrastrado a lo largo de las últimas décadas. Cada uno se disparará por senderos distintos: la cabeza social avanzará por un lado y el cuerpo por otro, aumentando rápidamente con ello la descomposición de nuestra sociedad.* No podemos olvidar que *la superación de la crisis nacional que hoy nos enmarca requiere la producción de un nuevo eje cultural, y creemos que en nuestro país, en este sexenio, podría girar alrededor de la renovación de los medios de comunicación nacionales, especialmente de la televisión.*

Sabemos que ante el funcionamiento autoritario, la estructura vertical, la dinámica improvisada, el perfil eminentemente mercantil, la gestión mayoritariamente acrítica, la vinculación inorgánica con las necesidades prioritarias de nuestra sociedad y el alto centralismo que caracterizan la operación de la televisión en México, esta reflexión supone la realización de una gran empresa; pero también sabemos que constituye el desafío elemental del rescate y la conservación de la vida por el cual tiene sentido luchar apasionadamente.

¹ Virgilio Caballero, ponencia sobre comunicación y cultura, documento sin datos, México, 1988.

² Conceptos desarrollados a partir de las ideas expuestas por Virgilio Caballero, director del Sistema Oaxaqueño de Radio y Televisión, en el seminario Televisión y Desarrollo Nacional, Programa Cultural de las Fronteras, SEP, México, D.F., 8 de julio de 1988.

³ "El crecimiento demográfico", *Excelsior*, 3 de marzo de 1986; "Población. Premio a México", *Excelsior*, 30 de mayo de 1986; "En México sabemos a dónde vamos", *Excelsior*, 17 de marzo de 1987; "En 5 décadas habrá decrecido el índice demográfico en 1982-1987", *La Jornada*, 2 de septiembre de 1987.

⁴ "2 mil millones de pesos para combatir la contaminación en las playas de Veracruz", *Excelsior*, 7 de enero de 1986. (Estas y las siguientes cifras se dan, por supuesto, en viejos pesos. [E])

⁵ "Costaría 35 billones descontaminar al D.F.", *Excelsior*, 29 de enero de 1986.

⁶ "Presupuesto de 2 600 millones para descontaminar el Río Nuevo", *Excelsior*, 25 de febrero de 1986; "Integran una comisión técnica para limpiar la cuenca del Río Nuevo", *Excelsior*, 27 de febrero de 1986.

⁷ "Preocupa a senadores la infición industrial", *Excelsior*, 20 de mayo de 1986.

⁸ "Será descontaminada la cuenca Lerma-Chapala", *Excelsior*, 25 de septiembre de 1986.

⁹ "Sedue gastará 16 mil millones para preservar la ecología", *Excelsior*, 19 de octubre de 1986.

¹⁰ "Por la contaminación de Sicartsa baja 30% la pesca de Zihuatanejo", *Excelsior*, 1 de octubre de 1986.

¹¹ "Destinará el D.F. 275 millones para la regeneración del lago de Xochimilco", *Excelsior*, 12 de noviembre de 1986.

¹² "En proceso de descontaminación los ríos Atoyac y Zahuapan en Tlaxcala", *Excelsior*, 28 de diciembre de 1986.

¹³ "Inversión de 17 000 millones para infraestructura en zonas áridas", *Excelsior*, 28 de enero de 1987.

¹⁴ "Instalarán en el río Atoyac un sistema de colectores", *Excelsior*, 10 de julio de 1987.

¹⁵ "Destina Pemex cuatro mil millones de pesos para preservar el ambiente en zonas dañadas", *Excelsior*, 10 de mayo de 1987.

¹⁶ "Invertirá Sedue 170 mil millones para combatir la contaminación este año", *Excelsior*, 14 de febrero de 1987.

¹⁷ "Inició la Sedue el plan de saneamiento del Río Lerma", *Excelsior*, 31 de marzo de 1987; "Invertirá la Sedue 3 mil millones para sanear el lago de Pátzcuaro", *Excelsior*, 12 de junio de 1987.

¹⁸ "Se invertirán tres mil millones para contrarrestar la infección: I.P.", *Excelsior*, 29 de julio de 1987.

¹⁹ "Pérdidas de 20 millones provoca la contaminación que genera la CFE", *Excelsior*, 6 de agosto de 1987.

²⁰ "Pérdidas por dos mil millones provoca Pemex a pescadores", *Excelsior*, 26 de agosto de 1987.

²¹ "Costaría 100 mil millones de dólares el rescate ecológico nacional", *Excelsior*, 14 de diciembre de 1987.

²² "Invierte México 400 millones en la planta para tratar aguas negras", *Excelsior*, 17 de julio de 1986; "Para fines de este año llegará al D.F. más agua del Cutzamala", *Excelsior*, 4 de marzo de 1987; "Se aumenta el suministro de agua al D.F. en tres mil litros por segundo", *Excelsior*, 9 de marzo de 1987; "23 mil millones para resolver el problema del agua en Mazatlán", *Excelsior*, 26 de noviembre de 1987.

²³ "Enorme despilfarro de agua potable en Guadalajara y la zona conurbada", *Excelsior*, 20 de abril de 1987; "Urgente evitar el despilfarro de agua en Guadalajara", *Excelsior*, 18 de diciembre de 1987.

²⁴ "Controlará el gobierno las pérdidas de agua en la república", *Excelsior*, 24 de diciembre de 1985; "Desperdicio de 40% de agua potable en el D.F.", *Excelsior*, 17 de marzo de 1987; "Se usa 60% del agua potable para lavar autos, patios y aceras", *Excelsior*, 24 de marzo de 1987; "Del abasto de agua que se recibe en el D.F. se desperdicia el 30%", *Excelsior*, 25 de julio de 1987.

²⁵ "En Hermosillo se desperdician 526 litros de agua por segundo", *Excelsior*, 4 de julio de 1986; "Alarmante derroche de agua", *El Sol de Tampico*, 3 de abril de 1987.

²⁶ "Pérdida de 1 500 litros de agua por segundo en Monterrey", *Excelsior*, 3 de junio de 1987.

²⁷ "Mayor el desperdicio que el consumo de agua en Puebla", *Excelsior*, 30 de diciembre de 1986.

²⁸ "Desperdician en Nezahualcōyotl 40% del agua potable", *Excelsior*, 7 de noviembre de 1986.

²⁹ "Pérdidas de 20 mil millones de pesos anuales por fugas de agua", *Excelsior*, 21 de julio de 1986.

³⁰ "Padecieron hambre en 1986 tres mil millones de personas: OMS", *Excelsior*, 2 de enero de 1987; "70 millones de personas mueren al año por hambre", *Excelsior*, 8 de julio de 1987; "Por desnutrición mueren al día 40 mil menores: UNICEF", *Excelsior*, 14 de octubre de 1987.

³¹ "El 81% de los niños del mundo vive en países en desa-

rollo sufriendo infecciones y desnutrición", *Excelsior*, 26 de agosto de 1987; "Desnutridos tres mil millones de seres", *Excelsior*, 7 de noviembre de 1986.

³² "730 millones de personas carecen de suficientes calorías para llevar una vida laboral activa: Banco Mundial", *Unomásuno*, 6 de julio de 1987.

³³ "Un tercio de la población latinoamericana sin alimentos suficientes", *Excelsior*, 14 de julio de 1987; "Iberoamericanos desnutridos, un reto para el problema agrícola", *Excelsior*, 6 de septiembre de 1987.

³⁴ "Devasta la desnutrición a centroamericanos", *Excelsior*, 21 de noviembre de 1986.

³⁵ Pierre Crabee, "Un programa para las necesidades", *El Día*, 1 de julio de 1987.

³⁶ "Faltarán millones de empleos", *Excelsior*, 17 de diciembre de 1986; "La microempresa y el autoempleo, remedio a la cesantía: ORT", *Excelsior*, 14 de febrero de 1987.

³⁷ "La desertificación afecta a más de 3 500 millones de hectáreas en el mundo", *Excelsior*, 2 de septiembre de 1987; "Desérticas más de 3 500 millones de hectáreas en el mundo", *Unomásuno*, 2 de septiembre de 1987; "Cada año se desertifican seis millones de hectáreas en el mundo: PRUMA", *Unomásuno*, 5 de julio de 1987.

³⁸ "Al año se destruyen 7 millones de hectáreas de bosques en L.A.", *Excelsior*, 2 de marzo de 1987; "En 50 años podría desaparecer el ecosistema en Latinoamérica", *Excelsior*, 8 de marzo de 1987.

³⁹ "Destruyen 2.7 millones de hectáreas al año de la selva amazónica", *Excelsior*, 3 de diciembre de 1985; "Al año Uruguay pierde 20 mil hectáreas de áreas fértiles", *Excelsior*, 7 de septiembre de 1987.

⁴⁰ "Eliminar el analfabetismo, la meta en el año 2000", *Excelsior*, 28 de julio de 1987; "Habrá mil millones de analfabetas en el mundo al finalizar el siglo: UNESCO", *Unomásuno*, 1 de septiembre de 1987; "Mil millones de analfabetas, en 1999", *Excelsior*, 1 de septiembre de 1987.

⁴¹ "Habrá a fines del siglo mil millones de analfabetas en el mundo", *Excelsior*, 26 de marzo de 1987.

⁴² "Ilustrados 45 millones en América Latina y El Caribe: UNESCO", *Excelsior*, 24 de agosto de 1987.

⁴³ "40 millones de americanos tendrán cáncer a causa del desgaste del ozono: APA", *Excelsior*, 18 de noviembre de 1986; "Destruyen con desechos industriales la cortina de ozono en la atmósfera", *El Financiero*, 24 de noviembre de 1986; "La desaparición de la capa de ozono que cubre la tierra es irreversible: Greshko", *Excelsior*, 1 de marzo de 1987; "Aumentan casi a grado de epidemia las causas de cáncer en la piel", *Excelsior*, 30 de marzo de 1987; "Preocupa la disminución de la capa de ozono", *Excelsior*, 19 de agosto de 1987; "Estudia

la NASA el impacto de las tormentas tropicales en la destrucción del ozono”, *Excelsior*, 16 de julio de 1987; “Disminuye la capa protectora del ozono en la Antártida”, *Excelsior*, 28 de octubre de 1987.

⁴⁴ “Retraso de 10 años en el ingreso per cápita del Tercer Mundo”, *Unomásuno*, 29 de julio de 1987; “En 12 años sólo aumentó 2.3% la participación del Tercer Mundo en los ingresos industriales”, *Excelsior*, 23 de julio de 1987.

⁴⁵ “Vive en pobreza crítica 40% de la población de A.L.”, *Excelsior*, 31 de marzo de 1987; “Padece pobreza crítica 40% de la población de A.L.”, *Excelsior*, 21 de abril de 1987; “40% de la población latinoamericana sobrevive en estado de pobreza crítica”, *Unomásuno*, 27 de abril de 1987; “130 millones de latinoamericanos en pobreza extrema”, *Unomásuno*, 10 de junio de 1987; “Por la crisis América Latina perdió una década de desarrollo”, *Unomásuno*, 14 de agosto de 1987.

⁴⁶ “Se desplomó el ingreso per cápita de Centroamérica en una década”, *Excelsior*, 20 de junio de 1987; “Es cada vez más drástica la reducción del nivel de vida del trabajador centroamericano”, *Excelsior*, 11 de julio de 1987; “Sigue el deterioro del ingreso per cápita centroamericano; cayó 26% en 9 años: CEPAL”, *Unomásuno*, 22 de junio de 1987.

⁴⁷ “Aumentó 11.7% el número de personas pobres en E.U.A.”, *Excelsior*, 1 de febrero de 1987; “Decrece desde 1970 el nivel de vida en E.U.A.”, *Excelsior*, 8 de mayo de 1987.

Documentación consultada

“Al año se destruyen 7 millones de hectáreas de bosques en L.A.”, *Excelsior*, 2 de marzo de 1987.

“Al año Uruguay pierde 20 mil hectáreas de áreas fértiles”, *Excelsior*, 7 de septiembre de 1987.

“Alarmante derroche de agua”, *El Sol de Tampico*, 3 de abril de 1987.

“Aumentan casi a grado de epidemia las causas de cáncer en la piel”, *Excelsior*, 30 de marzo de 1987.

“Aumentó 11.7% el número de personas pobres en E.U.A.”, *Excelsior*, 1 de febrero de 1987.

“Cada año se desertifican seis millones de hectáreas en el mundo: PRUMA”, *Unomásuno*, 5 de julio de 1987.

“Controlará el gobierno las pérdidas de agua en la república”, *Excelsior*, 24 de diciembre de 1985.

“Costaría 100 mil millones de dólares el rescate ecológico nacional”, *Excelsior*, 14 de diciembre de 1987.

“Costaría 35 billones descontaminar al D.F.”, *Excelsior*, 29 de enero de 1986.

Crabee, Pierre, “Un programa para las necesidades”, *El Día*, 1 de julio de 1987.

“Decrece desde 1970 el nivel de vida en E.U.A.”, *Excelsior*, 8 de mayo de 1987.

“Del abasto de agua que se recibe en el D.F. se desperdicia el 30%”, *Excelsior*, 25 de julio de 1987.

“Desérticas más de 3 500 millones de hectáreas en el mundo”, *Unomásuno*, 2 de septiembre de 1987.

“Desnutridos tres mil millones de seres”, *Excelsior*, 7 de noviembre de 1986.

“Desperdician en Nezahualcóyotl 40% del agua potable”, *Excelsior*, 7 de noviembre de 1986.

“Desperdicio de 40% de agua potable en el D.F.”, *Excelsior*, 17 de marzo de 1987.

“Destina Pemex cuatro mil millones de pesos para preservar el ambiente en zonas dañadas”, *Excelsior*, 10 de mayo de 1987.

“Destinará el D.F. 275 millones para la regeneración del lago de Xochimilco”, *Excelsior*, 12 de noviembre de 1986.

“Destruyen 2.7 millones de hectáreas al año de la selva amazónica”, *Excelsior*, 3 de diciembre de 1985.

“Destruyen con desechos industriales la cortina de ozono en la atmósfera”, *El Financiero*, 24 de noviembre de 1986.

"Devasta la desnutrición a centroamericanos", *Excelsior*, 21 de noviembre de 1986.

"Disminuye la capa protectora del ozono en la Antártida", *Excelsior*, 28 de octubre de 1987.

"El 81% de los niños del mundo vive en países en desarrollo sufriendo infecciones y desnutrición", *Excelsior*, 26 de agosto de 1987.

"El crecimiento demográfico", *Excelsior*, 3 de marzo de 1986.

"Eliminar el analfabetismo, la meta en el año 2000", *Excelsior*, 28 de julio de 1987.

"En 12 años sólo aumentó 2.3% la participación del Tercer Mundo en los ingresos industriales", *Excelsior*, 23 de julio de 1987.

"En 5 décadas habrá decrecido el índice demográfico en 1982-1987", *La Jornada*, 2 de septiembre de 1987.

"En 50 años podría desaparecer el ecosistema en Latinoamérica", *Excelsior*, 8 de marzo de 1987.

"En Hermosillo se desperdician 526 litros de agua por segundo", *Excelsior*, 4 de julio de 1986.

"En México sabemos a dónde vamos", *Excelsior*, 17 de marzo de 1987.

"En proceso de descontaminación los ríos Atoyac y Zahuapan en Tlaxcala", *Excelsior*, 28 de diciembre de 1986.

"Enorme dispendio de agua potable en Guadalajara y la zona conurbada", *Excelsior*, 20 de abril de 1987.

"Es cada vez más drástica la reducción del nivel de vida del trabajador centroamericano", *Excelsior*, 11 de julio de 1987.

"Estudia la NASA el impacto de las tormentas tropicales en la destrucción del ozono", *Excelsior*, 16 de julio de 1987.

"Faltarán millones de empleos", *Excelsior*, 17 de diciembre de 1986.

"Habrá a fines del siglo mil millones de analfabetas en el mundo", *Excelsior*, 26 de marzo de 1987.

"Habrá mil millones de analfabetas en el mundo al finalizar el siglo: UNESCO", *Unomásuno*, 1 de septiembre de 1987.

"Iberoamericanos desnutridos, un reto para el problema agrícola", *Excelsior*, 6 de septiembre de 1987.

"Ilustrados 45 millones en América Latina y el Caribe: UNESCO", *Excelsior*, 24 de agosto de 1987.

"Inició la Sedue el plan de saneamiento del río Lerma", *Excelsior*, 31 de marzo de 1987.

"Instalarán en el río Atoyac un sistema de colectores", *Excelsior*, 10 de julio de 1987.

"Integran una comisión técnica para limpiar la cuenca del Río Nuevo", *Excelsior*, 27 de febrero de 1986.

"Inversión de 17 000 millones para infraestructura en zonas áridas", *Excelsior*, 28 de enero de 1987.

"Invertirá la Sedue 3 mil millones para sanear el lago de Pátzcuaro", *Excelsior*, 12 de junio de 1987.

"Invertirá Sedue 170 mil millones para combatir la contaminación este año", *Excelsior*, 14 de febrero de 1987.

"Invierte México 400 millones en la planta para tratar aguas negras", *Excelsior*, 17 de julio de 1986.

"La desaparición de la capa de ozono que cubre la tierra es irreversible: Greshko", *Excelsior*, 1 de marzo de 1987.

"La desertificación afecta a más de 3 500 millones de hectáreas en el mundo", *Excelsior*, 2 de septiembre de 1987.

"La microempresa y el autoempleo remedio a la cesantía: OIT", *Excelsior*, 14 de febrero de 1987.

"Mayor el desperdicio que el consumo de agua en Puebla", *Excelsior*, 30 de diciembre de 1986.

"Mil millones de analfabetas en 1999", *Excelsior*, 1 de septiembre de 1987.

"Padece pobreza crítica 40% de la población de A.L.", *Excelsior*, 21 de abril de 1987.

"Padecieron hambre en 1986 tres mil millones de personas: OMS", *Excelsior*, 2 de enero de 1987.

"Para fines de este año llegará al D.F. más agua del Cutzamala", *Excelsior*, 4 de marzo de 1987.

"Pérdida de 1 500 litros de agua por segundo en Monterrey", *Excelsior*, 3 de junio de 1987.

"Pérdidas de 20 mil millones de pesos anuales por fugas de agua", *Excelsior*, 21 de julio de 1986.

"Pérdidas de 20 millones provoca la contaminación que genera la CFE", *Excelsior*, 6 de agosto de 1987.

"Pérdidas por dos mil millones provoca Pemex a pescadores", *Excelsior*, 26 de agosto de 1987.

"Población. Premio a México", *Excelsior*, 30 de mayo de 1986.

"Por desnutrición mueren al día 40 mil menores: UNICEF", *Excelsior*, 14 de octubre de 1987.

"Por la contaminación de Sicartsa baja 30% la pesca de Zihuatanejo", *Excelsior*, 1 de octubre de 1986.

"Por la crisis América Latina perdió una década de desarrollo", *Unomásuno*, 14 de agosto de 1987.

"Preocupa a senadores la infición industrial", *Excelsior*, 20 de mayo de 1986.

"Preocupa la disminución de la capa de ozono", *Excelsior*, 19 de agosto de 1987.

"Presupuesto de 2 600 millones para descontaminar el Río Nuevo", *Excelsior*, 25 de febrero de 1986.

"Retraso de 10 años en el ingreso per cápita del Tercer Mundo", *Unomásuno*, 29 de julio de 1987.

"Se aumenta el suministro de agua al D.F. en tres mil litros por segundo", *Excelsior*, 9 de marzo de 1987.

"Se desplomó el ingreso per cápita de Centroamérica en una década", *Excelsior*, 20 de junio de 1987.

"Se invertirán tres mil millones para contrarrestar la infición: I.P.", *Excelsior*, 29 de julio de 1987.

-
-
- “Se usa 60% del agua potable para lavar autos, patios y aceras”, *Excelsior*, 24 de marzo de 1987.
- “Sedue gastará 16 mil millones para preservar la ecología”, *Excelsior*, 19 de octubre de 1986.
- “Será descontaminada la cuenca Lerma-Chapala”, *Excelsior*, 25 de septiembre de 1986.
- “Sigue el deterioro del ingreso per cápita centroamericano; cayó 26% en 9 años: CEPAL”, *Unomásuno*, 22 de junio de 1987.
- “Un tercio de la población latinoamericana sin alimentos suficientes”, *Excelsior*, 14 de julio de 1987.
- “Urgente evitar el despilfarro de agua en Guadalajara”, *Excelsior*, 18 de diciembre de 1987.
- “Vive en pobreza crítica 40% de la población de A.L.”, *Excelsior*, 31 de marzo de 1987.
- “130 millones de latinoamericanos en pobreza extrema”, *Unomásuno*, 10 de junio de 1987.
- “2 mil millones de pesos para combatir la contaminación en las playas de Veracruz”, *Excelsior*, 7 de enero de 1986.
- “23 mil millones para resolver el problema del agua en Mazatlán”, *Excelsior*, 26 de noviembre de 1987.
- “40% de la población latinoamericana sobrevive en estado de pobreza crítica”, *Unomásuno*, 27 de abril de 1987.
- “40 millones de americanos tendrán cáncer a causa del desgaste del ozono: APA”, *Excelsior*, 18 de noviembre de 1986.
- “70 millones de personas mueren al año por hambre”, *Excelsior*, 8 de julio de 1987.
- “730 millones de personas carecen de suficientes calorías para llevar una vida laboral activa: Banco Mundial”, *Unomásuno*, 6 de julio de 1987.

Televisión pública y desarrollo cultural
se terminó de imprimir en febrero de 1994
en los talleres de Editorial Ducere, S.A. de C.V.,
Rosa Esmeralda 3 bis, col. Molino de Rosas.

El tiro consta de 1 000 ejemplares
más sobrantes para reposición.

La composición tipográfica, el diseño
y el cuidado editorial estuvieron a cargo de
Sans Serif Editores, telfax 539 17 90.