

ESPACIOS DE SILENCIO

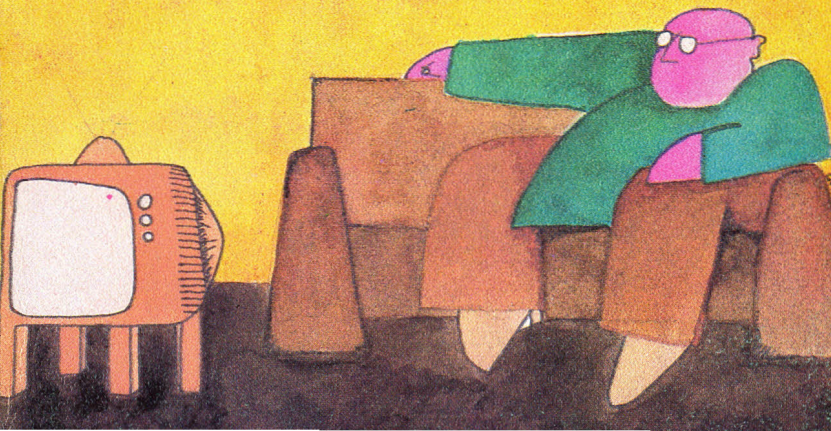
La Televisión Mexicana

VICTOR MANUEL BERNAL SAHAGUN

EDUARDO TORREBLANCA JACQUES

COORDINADORES

RAUL TREJO DELARBRE • LUIS CARRION • VIRGILIO
CABALLERO • HECTOR PARKER • JORGE MUÑOZ E.
JORGE MARIN • CIRO GOMEZ LEYVA • SABAS HUESCA
JAVIER ESTEINOU • ARTURO GONZALEZ



Colección: *Temas de actualidad.*

© Editorial Nuestro Tiempo, S.A.
Avenida Universidad 771-103 y 104
Delegación Benito Juárez
Código Postal 03100
México, D.F.

Portada: Eduardo Torreblanca y Sergio E. Hernández Álvarez

ISBN-968-427-146-8

Derechos reservados conforme a la ley

Impreso y hecho en México
Printed and made in Mexico

I N D I C E

Introducción-Presentación	7
Un día de televisión mexicana, Luis Carrión	11
Televisión y Desarrollo Nacional, Javier Esteinou Madrid	30
¿Qué televisión?, Raúl Trejo Delarbre	56
Espacios de silencio, Eduardo Torreblanca Jacques	78
Los trabajadores, sus líderes y la T.V., Sabás Huesca	112
Apuntes para una televisión indígena, Arturo Gon- zález Esquivel	127
Avatares de la televisión regional... La mejor op- ción, Jorge E. Muñoz Estrada	140
Crecimiento y organización de la T.V. regional, Héctor Parker Vázquez*	152
La lucha por la autonomía de la T.V. regional, Vir- gilio Caballero*	161
Chimalhuacán y los noticieros. Los días finales de la primera época de televisión mexiquense, Ciro Gó- mez Leyva	176
"SAMBAY", experiencia de la televisión regional, Jorge A. Marín Zurita	188
Televisión y anticultura en México, Víctor M. Ber- nal Sahagún	195

* Entrevistas realizadas por Eduardo Torreblanca.

TELEVISION Y DESARROLLO NACIONAL

Javier ESTEINOU MADRID

Dentro de un clima de incredulidad por nuestros proyectos de desarrollo nacional, de devaluación acelerada de nuestra moneda, de desgaste de nuestras instituciones gubernamentales, de deterioro agudo de nuestro poder adquisitivo, de relevo de nuestros poderes públicos, de depresión psíquica de nuestro estado de ánimo, de estancamiento de la economía mexicana, de reconversión industrial, de agotamiento de nuestro modelo de crecimiento hacia dentro, de erosión del consenso sobre la dirección nacional, de colapso de nuestro sector agropecuario, y también de desgaste de nuestras palabras, nos preguntamos qué han hecho las empresas estatales de televisión por atenuar la crisis de la población mexicana en los cuatro años de gobierno del Presidente Miguel de la Madrid.

A riesgo de ser injustos, podemos decir que, en términos generales, en este lapso de conducción nacional, salvo algunas reformas internas de carácter administrativo como son la creación del Instituto Mexicano de Televisión (IMEVISIÓN), la formación de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), la realización de diversas modificaciones en la programación televisiva, la inauguración del Instituto de T.V., la creación del canal 7 como red nacional, etcétera, otras medidas de carácter legal como han sido las modificaciones a la Ley de Vías Generales de Comunicación en materia de transmisión directa, la revisión del reglamento de publicidad,

las variaciones normativas para la concesión del canal 4, la modificación de la Ley General de Salud en Materia de Control Sanitario de la Publicidad, etcétera; otras de naturaleza participativa como han sido la creación del Consejo Consultivo de Televisión, el Comité Asesor del Consejo Nacional de Medios Audiovisuales, el Foro de Consulta Popular de 1982, el Primer Concurso Nacional de Guiones para T.V., el Primer Mercado Latinoamericano de Radiodifusión para Centroamérica y el Caribe, etcétera; y finalmente, algunas más de carácter tecnológico como son el lanzamiento del Sistema de Satélites Morelos I y II y la instalación de más de 300 estaciones terrenas para ampliar la cobertura de la T.V., la aplicación de impuestos a la adquisición de antenas parabólicas, la modernización de los equipos técnicos de la T.V. pública, etcétera; podemos decir que, salvo algunas excepciones, la información televisiva que ha producido y difundido este proyecto cultural de gobierno, no se ha dedicado sustantivamente a crear conciencia sobre las principales necesidades que posee la población mayoritaria del país y que debemos resolver para sobrevivir.

Es decir, pensamos que la televisión, tanto pública como privada, continúa desvinculada del análisis sistemático de los grandes obstáculos que impiden nuestro desarrollo nacional y de la difusión constante de las posibles alternativas para cada rama de nuestro crecimiento interno. En este sentido, la T.V. 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 severa crisis política, 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.

Así por ejemplo, mientras sabemos que en el mes de diciembre es la época del ciclo ecológico en el cual se acumula mayor contaminación por las inversiones tér-

micas que reducen sustancialmente el oxígeno del Valle de México, donde existe 6 veces más del mínimo tolerable de intoxicación, donde el 70% de los capitalinos padecemos inficción, donde la Red Automática de Monitoreo del Ambiente todos los días nos anuncia que el letal, picante e irritante gas ozono va en aumento en el cielo de nuestra ciudad, donde el 90% de las autopsias practicadas en el Hospital de Traumatología de Lomas Verdes indica que los cadáveres padecen antarcosis, es decir, carbón en los pulmones, donde anualmente mueren más de cien mil recién nacidos por las sustancias que respiran, donde hasta el momento se encuentran acumuladas más de 6 millones doscientos mil toneladas de polvos contaminantes, donde el 70% de los bebés vienen al mundo con plomo en la sangre, donde debido a la ruptura del equilibrio ecológico del DF ya empiezan a aparecer los primeros indicios de niños que nacen sin reflejos pues el aire envenenado ha atacado el sistema nervioso de las madres, donde en el último fin de semana del mes de enero de este año murieron en la capital de la República más de 7 000 aves por congestión de los bronquios con residuos de plomo, cadmio, radón, berilio y asbesto,¹ en una idea, donde todas las tardes la atmósfera metropolitana adquiere el color gris verdoso de la muerte, la televisión organizó las emociones, la energía colectiva y nuestro presupuesto familiar hacia el consumo navideño, donde simplemente el año pasado (1986) las campañas publicitarias decembrinas de 24 días provocaron una erogación artificial de más de 150 mil millones de pesos,

¹ *La inversión térmica ha diezmado a las aves*: MEM, *Excélsior*, 8 de febrero de 1987; *Está por concluir la Sedue los Estudios de aves muertas por contaminación*, *Excélsior*, 9 de febrero de 1987; *Sigue la contaminación matando a miles de pájaros en el poniente de la ciudad*, *Excélsior*, 17 de febrero de 1987; *La muerte de pájaros por fatiga, hambre o desgrasamiento*, *Excélsior*, 15 de febrero de 1987; *Llamada para el ser humano* *La muerte de aves, advertencia*, *Excélsior*, 12 de febrero de 1987.

de los cuales doce mil millones se fueron en bebidas alcohólicas, seis mil millones en adquisiciones de última hora, cinco mil millones en la cena de noche buena y 3 500 millones se destinaron a la basura por abarcar las envolturas de los regalos.

De igual forma, nos preguntamos ¿por qué, si sabemos que de ser una nación exportadora de granos hace algunas décadas, en pocos años nos hemos convertido en un país que anualmente requiere importar más de ocho millones de toneladas de esos nutrientes y que este año se incrementarán por la pérdida de más de 147 mil hectáreas sembradas provocadas por las heladas del invierno pasado que significaron una quiebra de más de 6 700 millones de pesos, en resumen, si nuestra sociedad tendrá que seguir importando alimentos por lo menos durante los próximos 10 años;² los principales horarios nocturnos de la T.V. mexicana que cotidianamente concentran a la mayoría de la conciencia nacional, se dedican a la exposición de telenovelas cuyo tema central es el permanente triángulo amoroso?, ¿por qué aceptamos que la T.V. nos educa durante más de un año para festejar el XIII Campeonato Mundial de Fútbol 1986 y durante 3 semanas para presenciar el X Gran Premio Automovilístico de la Fórmula I y permitimos que la Reunión del Grupo de

² *Disminuyó la importación de granos, leche y grasas*, *Excélsior*, 3 de enero de 1986; *México seguirá importando alimentos de E.U. en 10 años*, *Excélsior*, 28 de junio de 1986; *Urge incrementar hasta en 50% la producción de alimentos*, *Excélsior*, 19 de julio de 1986; *Fuerte descenso en la importación de alimentos*, *Excélsior*, 18 de octubre de 1986; *Fueron importados ocho millones de toneladas de granos básicos este año*, *Excélsior*, 31 de diciembre de 1986; *Hay más de 197 mil hectáreas dañadas por las heladas*, *Excélsior*, 29 de enero de 1987; *Se reducirán a 6 millones de toneladas la importación de alimentos*, *Excélsior*, 31 de enero de 1987; *Han causado las heladas pérdidas a la agricultura por 6 700 millones*, *Excélsior*, 11 de febrero de 1987; *Hay más de 197 mil hectáreas dañadas por las heladas*, *Excélsior*, 21 de enero de 1987.

los Seis para la Paz y el Desarme celebrada el año pasado en Ixtapa, Zihuatanejo, sólo se difundiera tenuemente algunos días, cuando sabemos que el que la humanidad amanezca un día más con vida es un verdadero milagro, pues cualquier falla técnica en los arsenales nucleares que concentran a más de 23 000 cohetes atómicos es suficiente para destruir al género humano como se comprobó con los errores del Challenger en los Estados Unidos, o con la planta de Chernobyl en la Unión Soviética, o con el accidente de la planta química de Sandoz en Basilea, Suiza?

¿Por qué mientras sabemos que en los últimos 5 años después de que se han concedido diversos aumentos a los salarios mínimos, existe en el grueso de la población económicamente activa del país un desplome del 50.3% del ingreso real, la T.V. continúa promoviendo intensivamente la venta de automóviles cuyo precio es superior a más de 20 años de trabajo del asalariado mínimo?

¿Por qué mientras el Fondo Nacional para la Reconstrucción después de enormes esfuerzos logró recabar 200 mil millones de pesos para atender la renovación del sector salud, del sector vivienda, del sector educación y otros más afectados drásticamente por los terremotos del 19 de septiembre de 1985, en ese mismo año se invierte en la T.V. una cifra superior a los 297 mil millones de pesos exclusivamente para la promoción publicitaria?

De la misma manera, nos cuestionamos ¿por qué la T.V. ha destinado más recursos para unificar a la sociedad alrededor del día del compadre, que ante la manifestación en pro de la defensa de la soberanía nacional convocada en diciembre de 1986 cuando el Comité de Relaciones Exteriores del Senado Norteamericano difamó internacionalmente a nuestro gobierno por mantener su política externa de autodeterminación de los pueblos centroamericanos? ¿Por qué mientras sabemos que cada niño que nace en el país trae una herencia de más de 750 millones de pesos por concepto de la deuda externa, que cada vez son más los pequeños que intentan cruzar el

Río Bravo para trabajar como braceros en los EUA, que existen más de dos millones de niños que piden limosna en las calles del país, que el 78% de las criaturas menores de 4 años no alcanzan la estatura y el peso normales debido a la desnutrición, que antes de cumplir los 5 años muere el 10% de la niñez; el proyecto de televisión infantil concentra la atención mayoritaria de las criaturas en las televacaciones, las caricaturas y otras fantasías extranjeras?

¿Por qué si sabemos que más de 7 millones de mexicanos son alcohólicos, si este vicio provoca la pérdida de 160 mil horas de trabajo quincenales, si es causa del 12% del ausentismo laboral, si ocasiona el 82% de los divorcios, si el 60% de los accidentes de tránsito son por su abuso, si el 57% de los suicidios tienen el mismo origen, si cada año se agregan 75 mil adolescentes a esta enfermedad, si el 97% de los cadáveres que llegan al Servicio Médico Forense presentan restos de alcohol y si genera una pérdida de más de 1 500 millones de dólares por el ausentismo escolar; la T.V. dedica más de 200 mil millones de pesos anuales para publicidad de bebidas alcohólicas? (Hay que recordar que en la Unión Soviética las severas medidas impuestas contra el alcoholismo permitieron que el año pasado este mal se redujera 15% entre la población trabajadora).³ De igual forma, nos cuestionamos ¿por qué si estamos conscientes que en lo que va del siglo nuestro territorio nacional ha perdido el 29% de sus bosques, si el 90% de las selvas tropicales han sido devastadas, si el 49% de la superficie de la República Mexicana se ha erosionado, si la desertificación de nuestro país avanza a un ritmo de 375 mil hectáreas anuales, si sólo en 25 años se pueden duplicar las áreas verdes, en síntesis, si la catástrofe ecológica se avecina, la televisión concentra sustantivamente a lo largo del año nuestra energía psíquica alrededor del Fes-

³ Bajó 15% la tasa de mortalidad por alcoholismo en la Unión Soviética, *Excelsior*, 12 de febrero de 1987.

tival OTI, Valores Musicales Bacardí, el Concurso Miss Universo, la entrega de los Arieles, el festejo de los "Globos de Oro", el aniversario de los Grammys, los premios de Emy, los certámenes Miss México, Miss Venezuela, Miss EUA, Miss D.F. y el encuentro Estrellas de los 80's?

¿Por qué si a principios de 1987, año que es cuando más se acentuó la carestía por la cuesta de enero, el aumento desmedido de los servicios de luz, agua, gas, predial, teléfono, gasolina, el incremento desproporcionado de la canasta básica de alimentos, cuando las rentas subieron hasta un 500%, el transporte 40% y las medicinas hasta en 1000%, cuando existieron más de 30 mil demandas de amparo en los juzgados del Distrito Federal por la voracidad de los casatenientes, cuando el Nacional Monte de Piedad prestó más de 500 millones de pesos en sólo 4 días a 35 mil empeñistas de pertenencias,⁴ en síntesis, si la inflación en sólo ese mes fue del 8.1%, la televisión concentró sustantivamente la atención del país en el Super Bowl Americano, que además de no ser un deporte nacional le dejó más de mil millones de pesos a la economía del Sur de California y corresponde a una de las fases transnacionales más avanzadas de homogeneización cultural, pues se transmitió a más de 60 países incluyendo China y a todos los militares estadounidenses destacados en las bases estratégicas de los 5 continentes?⁵ ¿Por qué si sabemos que el 50% de la

⁴ 30 000 demandas de Amparo contra la voracidad de casatenientes, *Excélsior*, 21 de enero de 1987; Persiste en el Estado de México el alza ilegal de 40% en autobuses, *Excélsior*, 30 de enero de 1987; Se disparó en Cuautitlán el costo de las medicinas hasta 1 000%; UCP, *Excélsior*, 30 de enero de 1987; Intentan caseros de Cuautitlán aumentar las rentas en un 500%, *Excélsior*, 14 de febrero de 1987.

⁵ *Almanaque del XXI Super Bowl*, *Excélsior*, 21 de enero de 1987. Ningún acto en Los Angeles se puede comparar con el Super Tazón, *Excélsior*, 22 de enero de 1987; Como pan caliente se venden los "souvenirs", *Excélsior*, 23 de enero de 1987; Televisarán el Super Bowl hasta China, *Excélsior*, 29 de enero

población económicamente activa se encuentra desocupada, si más de dos millones ochocientos mil jóvenes no encuentran trabajo, si el desempleo crece en dos millones de personas al año, si mil quinientos trabajadores perdieron diariamente su plaza el año pasado, si el ejército de subempleados amplía su cara a "tragafuegos", "marías", "faquires", "payasos", "niños limosneros", vendedores de chicles, si el 95% de los albañiles de Tabasco no tienen empleo y si todo este panorama está por agravarse otro 80% más por la deportación de por lo menos 3 millones de indocumentados mexicanos que exige la ley Simpson-Rodino en los EUA; la televisión privada convoca los domingos a la inteligencia de las familias mexicanas alrededor de 4 funciones de cine en su barra denominada "Permanencia Voluntaria"?, etcétera, etcétera.

Sin embargo, pese a la dimensión de la crisis económica, política, ecológica, social, educativa, cultural, de relaciones humanas que nos rodea, creemos que por más apocalíptica que aparezca ésta ante nuestras inteligent-

de 1987; *Agotados los boletos y no hay cuartos disponibles*, *Excélsior*, 26 de enero de 1987; *La final del fútbol americano acontecimiento del año en E.U.A.*, *Excélsior*, 25 de enero de 1987.

⁶ *Peligroso detonante el desempleo en el país*, *Excélsior*, 2 de mayo de 1986; *Sin empleo: 95% de los albañiles de Tabasco*, *Excélsior*, 5 de junio de 1986; *Desempleo de 4.6 millones y crece 2 millones por año: BM*, *Excélsior*, 26 de septiembre de 1986; *Hay 17% de desempleados, Uno Más Uno*, 22 de septiembre de 1986; *En peligro de ser deportados 3 millones de indocumentados*, *Excélsior*, 8 de noviembre de 1986; *Habrán 5 millones de desempleados al concluir 1986*, *Excélsior*, 12 de noviembre de 1986; *Dos millones ochocientos mil jóvenes están desocupados*, *Excélsior*, 9 de diciembre de 1986; *50% de la población activa desempleada*, *Uno Más Uno*, 10 de diciembre de 1986; *En peligro de ser deportados miles de indocumentados mexicanos de E.U.A.*, *Excélsior*, 6 de enero de 1987; *E.U. deportará a más de medio millón de mexicanos*, *Excélsior*, 11 de febrero de 1987; *Tres millones de mexicanos carecen de pruebas para acogerse a la Ley de Simpson*, *Excélsior*, 12 de febrero de 1987; *Con la Ley Simpson-Rodino se presionará más a México*, *Excélsior*, 14 de febrero de 1987.

cias no debe paralizarnos. Si nos inmovilizamos retrocederemos más. Ahora más que nunca es necesario abrir los ojos y organizarnos para superar esta pendiente depresiva por la que atravesamos. Por ello, pensamos que además de reconocer el aspecto negativo que por sí misma la crisis acarrea, también hay que entenderla como un momento positivo de transformación de las instituciones sociales, de cambio de los paradigmas con los que nos aproximamos a interpretar la realidad, de competencia de proyectos sociales distintos, de quiebra de la hegemonía del partido gobernante, de despertar de las grandes masas, de mutación de los sistemas de dominación, etcétera, en una idea, de inicio de una nueva fase de la historia del país, que coincide con el surgimiento de la tercera Revolución Industrial en la República.

Creemos que hoy día en México está en juego la aplicación de dos grandes proyectos de Nación: por un lado, el que insiste en que el país se siga incorporando de manera acelerada y subordinada a la economía internacional sacrificando sus bases fundamentales de integridad como Nación y de identidad colectiva como comunidad humana. Por otro lado, el que señala la necesidad de afianzar el proyecto de crecimiento nacionalista y popular que exige para su construcción la democratización de todas las instancias de participación para contar con la contribución de las masas, en la gestión de la cosa pública, del Estado y de la vida nacional.

Es por ello que en esta atmósfera de sucesión presidencial, consideramos de la más alta prioridad ciudadana que la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) y la débil sociedad civil que existe en el país, colabore en la producción de un nuevo programa de gobierno que oriente el funcionamiento de las estaciones de televisión pública hacia la atención de los conflictos centrales que atorán nuestro proyecto de desarrollo nacional.

Creemos que ante el balance actual de las fuerzas políticas del país, el desenlace de la sucesión presidencial

no se va a definir en las urnas, sino en los anteriores pactos políticos y económicos que establecerán los grupos gobernantes. Por consiguiente, el papel de la T.V. para apoyar a un candidato específico o a otro, no es determinante.

Por lo mismo, pensamos que ahora más que nunca es importante y estratégico que los sectores universitarios preocupados por la transformación del rol que la T.V. está ejerciendo sobre la formación de la conciencia del país, salgamos del tradicional mundo academicista alejado del ahora del país, para desde la universidad participar activamente en la producción de las directrices oficiales que regirán la operación de la T.V. pública para los próximos 6 años de gobierno centralista.

Es por ello que dentro de este marco de crisis el preguntarnos ¿qué deben hacer las estaciones de radiodifusión públicas frente a sus auditorios para impulsar un proyecto de superación nacional? debe ser vital.

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, nosotros pensamos que las televisoras de estado deben 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. Por consiguiente dentro de esta perspectiva, los medios audiovisuales deben ubicarse a sí mismos como tecnologías culturales capaces de producir cargas informativas o subjetividades específicas que puedan generar conciencia para enfrentar las contradicciones que impiden su progreso.

En otras palabras, las televisoras deben actuar como instrumentos culturales de desarrollo nacional y regional, a través de la distribución de conocimientos especializados por zonas de conflictos, y no como empresas aisladas

productoras de abundante información parasitaria desvinculada de las urgentes necesidades municipales y estatales donde actúan. Los problemas de nuestra sociedad únicamente podrán ser resueltos en la medida en que colectivamente adquiramos conciencia de su existencia y no en el porcentaje que los olvidemos. La televisión debe optar por la vida y no por la muerte del país; si no forma conciencia sobre los conflictos nacionales, se inclina por la muerte de nuestra sociedad.

Debemos recordar que la distribución de información en nuestra sociedad es un insumo central que acelera o retarda nuestro crecimiento colectivo: a mayor difusión, organicidad y objetividad en la circulación de la comunicación, mayor crecimiento de nuestra conciencia nacional, y por lo tanto, avance de la República. No debemos olvidar que la distribución de nueva información en el país, produce nuevas formas de conciencia que, a su vez, generan nuevos cambios que transforman la Nación.

Es por ello que, en la actualidad, debemos tener presente que en nuestro país —frente a la tradicional acción del sistema escolar y religioso— la televisión se ha convertido en la principal red capaz de cambiar, con mayor rapidez y agilidad, los valores, las actitudes, los hábitos y las conductas de los receptores. Es decir, la televisión se ha transformado en el principal mediador cultural, a través del cual el Estado articula ideológicamente a nuestra sociedad, convirtiéndose en la principal organizadora colectiva de la historia moderna de México. Por lo mismo, es necesario analizar de qué manera las televisoras pueden colaborar a producir en sus auditorios una cultura de avance nacional y no de retroceso regional.

Creemos que para construir este proceso racional en el interior de la República, hay que partir de las preguntas centrales: ¿Hoy día, qué información es la que deben generar las estaciones de televisión frente a los requerimientos de desarrollo que encargan sus públicos?, ¿qué mapas mentales hay que crear para las próximas

décadas de crisis nacional?, ¿qué actitudes colectivas hay que introducir en los ciudadanos para atenuar la caída vertical del país?, ¿qué valores hay que internalizar para que los mexicanos nos sintamos seguros de ser mexicanos?, ¿qué sensibilidad hay que despertar para fortalecer la cohesión de nuestro estado-nación?, ¿qué ciclos culturales hay que armar para rescatar la identidad regional?, ¿qué clase de información hay que distribuir en los hogares mexicanos para alcanzar un crecimiento sostenido de 3.5 al 4% como pretende el gobierno mexicano?, ¿qué conductas grupales hay que despertar frente al surgimiento de la nueva revolución industrial, ahora denominada reconversión industrial que cambiará radicalmente la estructura de nuestra sociedad?, ¿qué concepciones debe difundir la T.V. para incentivar un proyecto económico que permita producir para crecer internamente y no para pagar los simples intereses de la inalcanzable deuda externa de más de 105 000 millones de dólares? (sobre este último punto hay que recordar que con una política contraria a la señalada por el FMI, Perú logró en 1986 un crecimiento económico de 9%, y redujo su inflación a 63% cuando se calculaba que en 1985 iba a llegar al 250%).⁷

Hasta el momento podemos decir que en términos generales, la información que ha elaborado y diseminado la T.V. nacional, básicamente ha surgido de los intereses espontáneos, de las presiones burocráticas, de los requerimientos coyunturales, de las "relaciones amistosas", de decisiones improvisadas, del "estado de ánimo" de los conductores, de propuestas experimentales, de la lógica del jefe, de las extremas presiones de tiempo que impone la producción televisiva, de intuiciones "creativas", de oportunidades comerciales, de "compromisos contraídos", etcétera, pero no ha emanado del examen profundo y sistemático de las necesidades estructurales que enfrenta y requiere satisfacer el proyecto de crecimiento de

⁷ Con una política contraria Perú logró un crecimiento de 9%, *Excelsior*, 31 de enero de 1987.

la nación. De aquí, el gran abismo que se ha producido entre la cultura televisada que han inculcado las instituciones audiovisuales y las deprimidas condiciones de vida que soporta la población mayoritaria de los municipios del país.

Para evitar caer nuevamente en esta gravísima desviación, es imprescindible que las televisoras estatales planifiquen orgánicamente la elaboración de su información audiovisual a partir del diagnóstico de las principales carencias que requiere resolver cada zona de desarrollo de la Nación. En otras palabras, a través de las televisoras y de otros medios de comunicación se deben producir distintos paquetes informativos envueltos en todos los géneros audiovisuales atractivos (telenovelas, mesas redondas, series informativas, programas grabados, películas, series de concursos, videos espectaculares, etcétera, etcétera) cuyos contenidos generen una conciencia que permita enfrentar las diversas urgencias que encara cada comarca de la República Mexicana. Esto significa que hay que elaborar a través de la televisión nuevas políticas de programación y, por lo tanto, de educación formal e informal de los públicos, que partan de la localización de los conflictos que determinan la vida de los auditorios.

De lo contrario, de no efectuarse esta urgente y estratégica racionalización del flujo televisivo, se seguirán produciendo monumentales volúmenes cotidianos de información innecesaria que no se relaciona con las exigencias subjetivas que requieren adquirir los públicos y desvía y atomiza su conciencia, evitando el avance social de los mismos, con su consecuente retroceso humano. Así, por ejemplo, "la radiodifusión comercial continuará destinando más de sus dos terceras partes a información y entretenimiento, el 10% a los programas educativos y orientadores y el 5% a tareas publicitarias".⁸

⁸ Jiménez Espriú, Javier, Secretaría de Comunicaciones y Desarrollo Tecnológico (sct), *Panorámica y Perspectivas de la*

Ante esta realidad nos preguntamos ¿qué sentido tiene el que la T.V. pública y privada inunde de 110 horas diarias, 770 horas semanales y 3 080 horas mensuales los hogares mexicanos?, ¿qué le deja al país la difusión masiva de tantísima información desvinculada de nuestros principales problemas nacionales?

En la actualidad nuestra República cuenta con la infraestructura de telecomunicaciones suficientes para provocar este avance de la sociedad mexicana. Por ejemplo, desde 1921 hasta la fecha la industria de la radiodifusión ha crecido a un ritmo anual del 7%, que es una tasa superior a la de la expansión demográfica en este período. Incluso ha sido mayor a otras ramas de la comunicación más estratégicas para el desarrollo económico del país como son los ferrocarriles, que en 77 años, es decir, desde la época posrevolucionaria de 1920 a la fecha sólo ha crecido un 25% con un tendido de 5 000 kilómetros de vías férreas.⁹

Esta expansión vertiginosa de las telecomunicaciones ha generado en 60 años una capacidad instalada de 16 100 kilómetros de microondas con 224 estaciones repetidoras y 110 terminales; dos satélites de difusión doméstica, el Morelos I y II con 205 estaciones terrenas para T.V. y radio (de las cuales 13 son estaciones transreceptoras) y 27 más en proceso de instalación; 875 estaciones de radio de las cuales 665 son de amplitud modulada (25 son culturales) y 200 de frecuencia modulada (11 culturales); 192 estaciones de televisión de las cuales 78 funcionan en convenios con empresas privadas y 111 son operadas por los gobiernos de los estados o patronatos locales; cuatro canales de cobertura nacional (2, 5, 7 y 13) y

radiodifusión en México, Primer Encuentro Latinoamericano y del Caribe de Radio y Televisión, México 86, Guadalajara, Jalisco, 30 de octubre de 1986, pp. 4 y 5.

⁹ De 1910 a la fecha la red de trenes sólo creció 5 mil kilómetros, *Excélsior*, 10 de febrero de 1987.

operan 72 sistemas de televisión por cable en todo el país".¹⁰

Por ello, estamos convencidos que las condiciones tecnológicas para el cambio espiritual del país ya están dadas, lo que queda ahora es la reorientación del contenido de tales avances electrónicos para impulsar el urgente salto mental que requiere nuestra sociedad.

Creemos que de nada servirá el enorme esfuerzo administrativo, político, de innovación tecnológica, de capacitación de recursos humanos, creativo, de organización, de movilización, etcétera, que exige el nuevo proyecto de televisión pública, si toda esta infraestructura no es enfocada al cambio de nuestra mentalidad sobre los grandes problemas nacionales. Si la televisión no sirve para esto, nos preguntamos ¿qué sentido puede tener su presencia en el país?; si la televisión sólo colabora a entretener, divertir, informar, pero no contribuye a la transformación humana de la población ¿qué la puede justificar?, si la televisión no crea mayores niveles de conciencia colectiva sobre las trabas que impiden nuestro desarrollo ¿cómo defender la ampliación tecnológica que durante más de 50 años ha logrado el estado mexicano a través del tejido televisivo para llegar a la recámara, la sala y la cocina de todos los hogares mexicanos?; si no es útil para estos fines ¿por qué no dar paso entonces a otras relaciones de comunicación más vitales como son el encuentro familiar y los vínculos personales que tanto ha desplazado la presencia de la televisión?

Pensamos que en este período de descomposición acelerada por el que atraviesa nuestra sociedad, el único sentido que fundamenta la existencia de la televisión es el aprovechar al máximo su gran potencial pedagógico para producir mayores niveles de conciencia colectiva sobre nuestros problemas, que nos sirvan para organizar a los municipios y delegaciones del país de forma que

¹⁰ Los medios de difusión masiva tienen un papel central en la renovación, *Excélsior*, 16 de noviembre de 1986.

permita recobrar los hilos del proyecto nacional perdido y aminore la crisis global que nos desintegra como Nación.

Si los medios de comunicación no optan por la superación de los conflictos del país, nos cuestionamos ¿por qué la sociedad mexicana debe seguir pagando el funcionamiento parasitario de éstos? La sociedad civil necesitamos despertar de la oscuridad mental en la que hemos permanecido muchas décadas y que nos ha impedido tomar conciencia que bajo cualquiera de las dos formas de financiamiento tradicional de los medios, el mercantil o el subsidio público, su funcionamiento finalmente lo pagamos los receptores. Por el publicitario porque el monto que se invierte en este rubro es cargado por las empresas como costo de producción al precio último de los productos que pagamos los consumidores. Por el subsidio gubernamental, porque proviene del erario público que se forma de los impuestos que aportamos los ciudadanos. Por lo tanto, la operación de los medios de comunicación en el país, bajo una u otra modalidad, siempre la pagamos los espectadores. Por ello, la televisión tiene la obligación irrenunciable de atender las necesidades de elevación del nivel de vida de sus auditorios.

Para gestionar esta nueva relación televisiva con su auditorio, creemos que es recomendable que las estaciones de video contemplen los siguientes ocho procedimientos para regionalizar orgánicamente la producción y distribución de su información en función a las demandas de bienestar que exige cada zona de evolución del territorio mexicano.

1.—Es necesario determinar los mapas de cobertura televisiva que abarca cada estación, para conocer con precisión los tipos de auditorio que cubre.

2.—Es fundamental conocer los hábitos de exposición televisiva que practican los receptores, así como el uso grupal y personal que se hace de la información que reciben.

3.—Ya localizados los públicos y sus tendencias culturales se requiere examinar el perfil de situación de vida

particular de cada sector. Para esto, es imprescindible considerar la 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 de ingreso, el nivel de alfabetismo, las características de la vivienda, la tradición familiar, los sistemas de cultivos, los cuadros de salud, el peso religioso, los ciclos culturales de las comunidades, la situación ecológica, las formas de producción, las estructuras mentales, entre otras, para definir la jerarquía de necesidades que hay que abordar en los diversos núcleos receptores.

4.—Una vez ubicadas las prioridades de desarrollo, habrá que unificar las problemáticas por regiones similares para elaborar una zonificación de tratamiento informativo a través de la televisión. Este abordamiento deberá distinguir la presencia de conflictos estructurales que localizan su origen en problemáticas de largo plazo, y los coyunturales que aparecen repentinamente y se desvanecen en períodos cortos.

5.—Ya construida la zonificación televisiva del país por necesidades de desarrollo, se deberán preparar —junto con los órganos de gobierno especializados en cada rama y la participación de la sociedad civil— los paquetes de información o subjetividad adecuada, bajo los formatos de presentación más atractivos (telecomedias, concursos, programas espectaculares), para atacar los diversos obstáculos que impiden el progreso regional del país.

Esto implica que las televisoras deben dejar de funcionar como empresas aisladas del resto de las secretarías y órganos de gobierno, para trabajar en forma intersectorial produciendo y difundiendo aquellas informaciones orgánicas que apoyan las acciones de desarrollo concreto que ejecutan los distintos aparatos del estado.

Así por ejemplo, en la zona norte, a través de la información que transmiten los medios de difusión, hay que prevenir a los ciudadanos para que adopten las precauciones necesarias para evitar en primavera y verano, especialmente en la población infantil, 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 área.

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

En el Valle de México y las principales ciudades de la República hay que evitar que la población se siga concentrando en el D.F., donde hasta el momento está reunido el 22% de la demografía nacional, sumando más de 17 millones de habitantes y agregándose anualmente más de 900 mil personas extras que emigran del campo. Esto hará que para el año 2000 la ciudad de México sea la urbe más grande del mundo, extendiéndose hasta Toluca, Chalco y Texcoco. De igual manera, es prioritario educar a los ciudadanos del D.F. para que canalicen por las vías adecuadas de desalojo 3 000 toneladas de basura que diariamente son abandonadas en distintos lugares indebidos de la ciudad, provocando con ello contaminación ambiental y la proliferación de miles de roedores dañinos.

De igual forma es imperioso formar una cultura del aprovechamiento racional de los recursos naturales, especialmente del agua, pues se desperdicia el 30% del caudal que llega. Tan sólo en los muebles de baño se pierden

700 millones de litros diarios que son suficientes para atender las demandas de dos millones ochocientos mil casas habitación, etcétera.

En la zona sur es urgente producir 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. Se requiere proteger drásticamente la selva campechana donde la deforestación y la quema de árboles provocan la pérdida anual de 80 mil metros cúbicos de reservas verdes. Es urgente capacitar a los apicultores para enfrentar la inminente entrada de la abeja africana que amenaza con aniquilar la industria de la miel en el país y desplazar nuestra nación como el tercer productor mundial de este producto, etcétera.

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 defunciones 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 al 65% de los niños menores de 5 años que actualmente se encuentran desnutridos y a 35 millones de adultos subalimentados. De igual manera, hay que reducir el crecimiento de la natalidad del 4.5% en las ciudades medias y del 3.9% en las urbes fuertemente concentradas como son Guadalajara, Monterrey y el área metropolitana.

También es prioritario frenar la expansión del alcoholismo en nuestra República, pues el costo social es tan alto que el 6% de la población adulta es víctima de esta enfermedad, provoca la pérdida de 36 mil horas de trabajo al mes, es causa del 17% de los suicidios, genera el 12% del ausentismo laboral, y ha colocado a la cirrosis hepática entre las 10 primeras causas de muerte de la población. Es fundamental propiciar el apoyo cultural

para la producción de alimentos, pues de ser un país tradicionalmente exportador de granos en las últimas décadas nos hemos convertido en una sociedad importadora.

También es urgente producir un pensamiento sexual antimachista en la población masculina que contenga más de setenta mil violaciones anuales que padecen las mujeres del país, etcétera.

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, cuya información se vincule con los procesos de solución municipal de las principales carencias que persisten en el grueso de la población.

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

Esto posibilita técnicamente que el proyecto cultural de la televisión 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. Esto elevará a la T.V. a una nueva fase histórica de evolución: el fomento al desarrollo nacional y regional.

6.—Simultáneamente a esta acción se deberá impulsar un programa permanente de evaluación de cambio de actitudes y de modificación de los conflictos originales en cada rincón de la República, derivados de la difusión televisiva.

7.—Habrà que nutrir y adaptar sistemàticamente la producci3n de contenidos culturales a las nuevas circunstancias que arroja la investigaci3n sobre los grados de conciencia producida y el cambio de comportamiento alcanzado en el auditorio.

8.—Finalmente, para aprovechar a la televisi3n como instrumento de desarrollo nacional y regional habrà que enfrentar la pregunta base ¿c3mo financiar a las estaciones para alcanzar estos objetivos? Creemos que, a reserva de aceptar las formas tradicionales de captaci3n de recursos financieros como son la venta de publicidad, la modificaci3n de reglamentos tarifarios, la aceptaci3n de subsidios estatales, la comercializaci3n de series, etc3tera, la principal fuente de financiamiento provendrìa del Estado en la medida en que se rompa el concepto hollywoodense de televisi3n que ha permeado fuertemente a la televisi3n mexicana, y se comprenda 3sta como un instrumento de desarrollo nacional y no como espectàculo colectivo.

Es decir, desde el momento en que se produzcan cargas informativas que actúen como catalizadores del desarrollo social o como correctivos de las grandes desviaciones nacionales —que le ahorran cifras estratosféricas en otras áreas del crecimiento nacional— el Estado comprenderà la importancia neuràlgica de financiar la operaci3n de las estaciones televisoras. Así por ejemplo, si se hiciera comprender que a trav3s de las campañas de planificaci3n familiar que de 1970 a 1986 difundió la televisi3n, y otros medios de comunicaci3n, se redujo la tasa de crecimiento demogràfico del 3.5% al 2%, descendiendo la poblaci3n de 90 millones que seríamos en este momento a 80 millones de habitantes que somos ahora. Esto significa que con apoyo de la T.V., y otros 3rganos de gobierno, el Estado mexicano se ahorr3 atender a 10 millones de ciudadanos mäs en el terreno de empleo, salud, educaci3n, vivienda, alimentaci3n, recreaci3n, etc3tera, lo que representa un ahorro astron3mico de recursos econ3micos, una de cuyas partes tendrìa que orientarse al fi-

nanciamiento de la T.V. p3blica para proseguir esta meta.

De igual forma, si se produjese una firme cultura ecol3gica en los ciudadanos, que enfrentara la devastadora tendencia destructora que se tiene en esta 3rea, el Estado mexicano se ahorrarià enormes inversiones que peri3dicamente requiere aplicar para corregir estas desviaciones sociales, como son los recientes cinco mil millones que invirti3 PEMEX en la instalaci3n de equipo anti-contaminante en Coatzacoalcos, los 35 mil billones de pesos que actualmente cuesta limpiar el aire del Distrito Federal, los dos mil millones de pesos que hoy dìa se destinan a combatir la contaminaci3n de las playas de Veracruz, los mil millones de pesos que se destinarián este año (1987) para sembrar 80 millones de 3rboles en el Valle de M3xico, o los 2 600 millones de pesos que se invirtieron para descontaminar el Ríu Nuevo de Mexicali, Baja California. La presencia de esta cultura podrìa ahorrar enormes inversiones, una de cuyas fracciones se deberìa destinar al apoyo de la T.V., para continuar esta labor.

De la misma manera, si se produjera a trav3s de la televisi3n una cultura de aprovechamiento racional del agua, que implica una p3rdida anual de mäs de 20 mil millones de pesos por este concepto, que serían suficientes para abastecer del líquido a ciudades como Monterrey y Guadalajara. De revertirse esta tendencia por la acci3n televisiva, el Estado rescatarià una enorme suma de ingresos, una de cuyas porciones se debe dirigir al financiamiento de la T.V. para avanzar en este objetivo.

Con el seguimiento de estos procedimientos para construir políticas culturales, se pueden contrarrestar las tendencias voluntaristas que permiten la producci3n de informaci3n colectiva desde posiciones “aut3nomas” o “independientes” de los problemas nacionales: debemos evitar seguir haciendo televisi3n para nosotros mismos.

Es por ello que consideramos necesario remarcar que la televisi3n no puede seguir funcionando con los esque-

mas de "relativa estabilidad social" de hace 40 años. Hoy tenemos que pensar cómo la televisión nos puede ayudar a dar un salto mental cualitativo de 50 años hacia adelante, que nos permita madurar como sociedad y nos ahorre los enfrentamientos, los sufrimientos, las luchas, el autoritarismo y la represión que se vislumbra para las próximas décadas de la historia de México. Simplemente hay que recordar que nada más de EUA a Sonora están pasando 60 mil armas de contrabando al mes (entre las que figuran los rifles AK-70 ruso-chino, el Colt 7.6 milímetros y un potente rifle alemán calibre 308); que la delincuencia y el índice de criminalidad ha subido en los últimos 2 años más del 300%, es decir, infinitamente más que la tasa de crecimiento demográfico; que nada más en 1986 cerraron en el país 600 gasolineras por falta de seguridad; que más de 250 mil mujeres fueron violadas el año pasado; que de enero a diciembre de 1986 se asaltaron 243 bancos con un botín de más de 3 800 millones de pesos; y que existe la seria sospecha de que la frontera norte se está convirtiendo en un puerto de embarque del mercado negro de pertrechos militares, como lo comprueba el ingreso de 23 misiles aire-tierra que burlando todos los centinelas, detectores y sistemas de control militar, salieron en burro de la base Fort Bliss en EUA y entraron hasta el centro de Ciudad Juárez, Chihuahua.¹¹

Por ello, la necesidad de que la televisión de Estado dé respuestas ante los grandes conflictos del país es inaplazable: cada vez más el Estado mexicano se debilita más y estamos más cerca del desborde social. Hoy la T.V. pública tiene que dar salidas a la Nación.

Hasta el momento encontramos que en nuestra República, el gobierno ha intentado realizar la reforma econó-

¹¹ *Exige el Senado una minuciosa investigación sobre los misiles, Excelsior*, 31 de enero de 1987; *México devolverá a E.U. los 23 misiles hasta agotar las investigaciones, Excelsior*, 10. de febrero de 1987; *Imperdonables errores en el control de las armas en la frontera, Ovaciones*, 2 de febrero de 1987.

mica, la reforma moral, la reforma administrativa, la reforma fiscal, pero por razones inexplicables ha quedado pendiente de ejecutarse la que a nuestro juicio es la más importante: la reforma mental del país a través de la transformación del funcionamiento de los medios electrónicos de comunicación nacionales.

Por ello, es importante elaborar una agenda de trabajo e investigación que retome la reflexión sobre los principales problemas que hay que analizar para construir un nuevo proyecto de televisión de Estado. Entre éstos, creemos que deben destacarse los siguientes 8 aspectos:

1.—Si las televisoras nacionales y regionales están controladas económica y políticamente por los sectores gobernantes ¿cómo construir a través de éstos un proyecto de formación de conciencia sobre los principales conflictos que impiden nuestro desarrollo social? ¿Cómo producir la voluntad política que permita el cambio en las televisoras del país?

2.—¿Dada la historia de la T.V. en México el cambio político de ésta debe buscarse desde la cúpula de la pirámide del poder, o desde abajo a través de las nuevas células y movimientos sociales emergentes? (Hay que recordar el papel de medios de comunicación ante los terremotos, el conflicto universitario y otros casos de emergencia nacional).

3.—Si sabemos que la T.V. no es una aguja hipodérmica que mecánicamente desata efectos automáticos sobre la población sino que es una mediadora de procesos humanos y si estamos conscientes que su eficiencia no sólo depende de ella sino de otros procesos sociales más amplios, ¿cuál es el grado de eficiencia o de especificidad real que posee la T.V. para modificar nuestros hábitos y costumbres frente a nuestros grandes problemas nacionales?

4.—¿Cuáles son los principales conflictos nacionales y regionales desde los cuales tienen que producirse las políticas de generación informativa de la televisión para los próximos 12 años, antes de que termine el siglo xx?

5.—Si la T.V. se ha convertido en el principal aparato de socialización de la conciencia de la sociedad mexicana y si ésta la usa básicamente como un espacio de generación de placer, ¿cómo aprovechar este instrumento para provocar el cambio mental de nuestra sociedad? ¿Cómo transformar las televisoras para hacerlas participativas y promotoras del crecimiento nacional y no adormecedoras de la población?

6.—Desde la perspectiva del cambio mental del país a través de la T.V. ¿cómo pensar en la función que deben ejercer las redes nacionales que llegan a todos los rincones de la República, si en cada región existen muy diversos requerimientos de crecimiento que hay que enfrentar?

7.—¿Cómo transformar y aprovechar el modelo audiovisual inconsciente de entretenimiento, retroalimentación lúdica, fuga de la realidad, atomización de la conciencia, desorganización social, etcétera, que ha impuesto la T.V. comercial durante más de 30 años para elaborar una nueva programación que parta de la reflexión de nuestras grandes necesidades nacionales? ¿Cómo ganar auditorio para un modelo de T.V. que pretende producir mayores niveles de conciencia sobre nuestra realidad?

8.—Y finalmente ¿cómo evitar que los avances logrados en los 14 sistemas regionales de T.V. como son el complejo Mexiquense, de Quintana Roo, T.V. de Michoacán, y en los sistemas de T.V. nacional, como es Imevisión, sean anulados por el canibalismo y la barbarie política que ocurre cada cambio de poderes estatales y federales en el país?

Sintetizando, podemos decir que de no diseñarse las políticas de comunicación de las televisoras nacionales desde los principales conflictos que obstaculizan el desarrollo del país, se seguirá viviendo la profunda contradicción existente entre la cultura nacional y proyecto de desarrollo global que se ha arrastrado en las últimas décadas. Cada uno se disparará por senderos distintos, la

cabeza social avanzará por un lado, y el cuerpo social por otro.

No podemos olvidar que la superación de la crisis nacional que nos enmarca requiere la producción de un nuevo eje cultural que girará alrededor de la renovación de los medios de comunicación nacionales.

Sabemos que ante el funcionamiento autoritario, la estructura vertical, la dinámica improvisada, el perfil eminentemente mercantil, su vinculación inorgánica con las necesidades de nuestra sociedad y la falta de voluntad política de nuestros gobernantes para transformar los medios audiovisuales, que caracterizan la operación de la T.V. en México, esta reflexión está cargada de una gran utopía, pero también sabemos que es la utopía elemental del rescate y conservación de la vida.

Se terminó de imprimir este libro el día 11 de mayo de 1988, en los talleres de la Editorial Libros de México, S. A., Av. Coyoacán 1035, Col. del Valle, 03100 México, D. F. Su tiro consta de 3 000 ejemplares.