

TOPODRILO



Coordinador Editorial:

● Antulio Sánchez García

Redacción:

Gustavo Peñaloza ● Oscar González ● Marco Antonio Silva ● María Teresa Moreno ● Ignacio Rojas

Asesores:

Evodio Escalante ● Francisco Gomezjara ● José Amezcua ● Moisés Ladrón de Guevara

Tipografía:

Aurora Bueno ● María Toledo Hernández ● Diana Bello Chávez ● Giovanna Zuleta

Diseño Portada:

Luis Miguel Lorenzo Portela

Formación y

Diagramación:

Rosa E. González Martínez
Laura Barreiro Quiroz

Negativos e Impresión:

Imprenta Ajusco

Distribución:

Ediapsa ● Difesa

Topodrilo es una publicación bimestral de Sociedad, Ciencia y Arte, de la División de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa.

Toda correspondencia dirigirla a la Revista Topodrilo Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, Apdo. Postal 55-536, Edificio H-003, Av. Michoacán y Purísima, Col. Vicentina, Iztapalapa, C.P. 09340, México D.F. Teléfonos 686-03-22 y 686-16-11, Ext. 412.

Los artículos firmados son responsabilidad del autor. Todo artículo puede utilizarse citando su fuente.

Precio del ejemplar \$2,800.00 En Canadá, Estados Unidos, Centroamérica y Sudamérica \$2.25 USD. Europa \$5.00 USD.

ISSN: 0187-7542

R.F.C.: 740101

disensos

5

La izquierda o el vacío

Jorge Javier Romero

8

La televisión pública

Javier Esteinou M.

11

Los nuevos rusos

Claude-Marie Vadrot

15

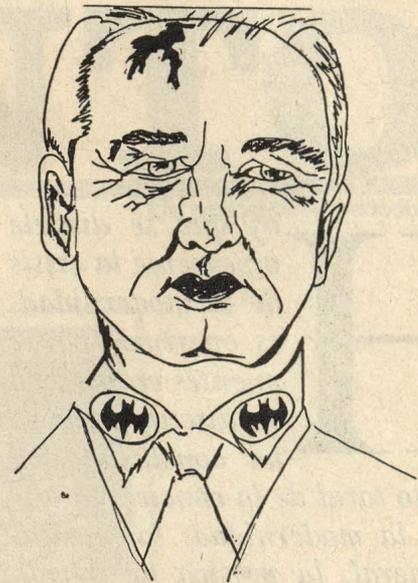
El intelectual posmoderno

Christian Descamps

18

Reformas en la UAM

Oscar González



CONVERGENCIAS Y DIVERGENCIAS

23

El rock de hace diez años

Adrián de Garay

26

Mario Rivas y el rock

Rubén Chávez

30

Ya no puedes hacer eso en vivo...

Raúl Peñaloza

34

La música, el público y los medios

Rodrigo Farías B.

37

Para jóvenes: Clausurado

Cristina Villalpando

39

Charly García y el pop

Antulio Sánchez

41

Minimalismo y etnorock

José Arturo Saavedra/Antulio Sánchez

45

Rock: negatividad y pulsación

Raymundo Mier

49

Rock y epistemología

Helí Morales

51

Rock, fábrica y fantasía

Eduardo Díaz G.

55

Visiones rocanroleras

Adriana Hernández S.

59

El rock y sus facetas

Antulio Sánchez



logos

63

El desorden organizador
Guitta Pessis-Pasternak

67

El Consejo Consultivo de Ciencia
Javier Flores

70

Los planetas y la inteligencia
Jorge Sánchez González



TRANSFIGURACIONES

73

Fina Duri
Vicente López Tiana

77

La herencia de los realeños
Agustín Ramos

81

El Cañón del Sumidero Chiapas
Nora Garro

81

Naufragio
Raúl Aguilar C.



RESEÑAS

83

Nierika
José Arturo Saavedra

84

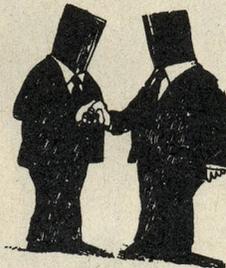
Hardcore posmodern
Pablo Gaytan

85

Antología posmoderna
Francisco Galván D.

86

Estado y sociedad civil
Oscar González



Area
ESTUDIO

No te detengas...



ULTIMATUM

"No te detengas..."
Un nuevo concepto
en Rock que

PUEDE SER TU HISTORIA

Adquiérello en:
Librerías de Cristal,
Ghandi, Agora, Hip 70,
Chopo y varios más.

Te ofrece servicio de
Audiograbación
para realizar tu disco,
música teatral,
demo, single, spots, etc.
Priv. de Escolta 43-14
San Jerónimo Lídice
10100 D.F. Tel.: 595 1714

Area

Hecho en México y Distribuido por: DISCOS AREA
Priv. de Escolta No. 43-14 San Jerónimo México, D. F.
C. P. 10100 VENTAS Y CONTRATACIONES: 595-17-14

La televisión pública

Javier Esteinou M.*

a partir del surgimiento de la T.V. en México, en la década de los cincuenta, ésta adopta el modelo comercial de desarrollo de la televisión estadounidense y enmarca mayoritariamente su funcionamiento bajo el régimen de concesión privada que conserva hasta nuestros días. Es dentro de este esquema comercial que la T.V. mexicana ha alcanzado su mayor dinámica de expansión e influencia sobre la cultura nacional. Sin embargo, no obstante saber que la T.V. privada dirige básicamente la formación de la cultura y el espíritu colectivo de nuestro país, creemos que por su naturaleza concesionada a fines empresariales de lucro, más allá de la rigurosa aplicación de la reglamentación legal y la ejecución de otras acciones correctivas menores, poco se puede realizar a corto plazo para modificar su funcionamiento negativo sobre la mentalidad de nuestra nación, a menos que sucedan cambios drásticos en el terreno político que permitan modificar el actual sistema televisivo de nuestra República.

Contraria y paralelamente a esta realidad, aparece de manera muy tardía a finales de la década de los años sesenta la televisión pública en nuestro territorio. 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. Sin embargo, pese a la verdad de estas realidades, considerando el actual panorama estructural de las industrias culturales audiovisuales en nuestra República, la televisión de Estado es un espacio más favorable de ser transformado por la acción de la sociedad civil para contribuir desde ésta a cambiar la inteligencia del país frente a los grandes problemas nacionales que nos agobian.

Es por ello que, 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 profunda desilusión civil, de relevo de nuestros poderes públicos, de depresión síquica de nuestro estado de ánimo, de estancamiento de la economía mexicana, de reconversión industrial, de agotamiento de nuestro modelo de crecimiento hacia dentro, de enorme desorganización ciudadana, de erosión del consenso sobre la dirección nacional, de colapso del sector agropecuario, de deterioro de las relaciones humanas, de desgaste del discurso oficial, de apollamiento de nuestras palabras y también de esfuerzos importantes del Estado mexicano por incrementar el nivel de vida de la

población, nos preguntamos ¿qué han hecho las empresas estatales de televisión por atenuar la crisis de la población mexicana?

Sin embargo, no obstante los éxitos conquistados en diversos terrenos, también podemos decir que, salvo algunas exposiciones, la información televisiva que ha producido y difundido el 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 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 no pasa sustantivamente por la T.V., 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.

La oposición entre la información que transmite la televisión y la crudeza de la vida real que soporta la población mayoritaria del país es tan grande que se ha creado un abismo entre los mensajes que se difunden televisivamente y lo que se experimenta en la vida diaria.

Es por ello que, dentro de este marco de crisis profunda del país, debemos preguntarnos ¿qué tienen que hacer las estaciones de radiodifusión públicas frente a sus auditorios para impulsar un proyecto de superación nacional?

*Investigador del Centro de Servicio y Promoción Social de la Universidad Iberoamericana. El título completo de este artículo es: Hacia un nuevo modelo de televisión pública.

A diferencia de la estratégica 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, que deben resolver para sustituir. Es decir, deben ser abordadas como sectores que se encuentran en distintas fases de desarrollo económico, político, social y cultural, y no como meros receptores pasivos de información y decisiones centrales.

Por consiguiente, dentro de esta perspectiva, los medios audiovisuales deben funcionar frente a sus públicos como tecnologías culturales capaces de producir cargas informativas y atmósferas emotivas 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 sensibilidades y conocimientos especializados por zonas de conflictos, y no empresas aisladas productoras de abundante información parasitaria desvinculada de las urgentes necesidades municipales y estatales donde actúan.

Situación que ha sido enormemente demandada en la última década por los diversos grupos sociales y políticos de la sociedad mexicana.

Creemos que el mayor problema del país no es el pago de la deuda externa, ni el alto desempleo, ni la ausencia de vivienda, sino nuestra transformación mental y emotiva como sociedad frente a nuestros conflictos de crecimiento para poderlos resolver.

Esto requiere la creación de un nuevo proceso de educación cotidiana de nuestras inteligencias y sentimientos para adquirir a través de las televisoras, mayores márgenes de claridad y sensibilidad colectiva sobre nuestras demandas de desarrollo y sus respectivas salidas. 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 a 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 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.



Esta moderna acción de reeducación cotidiana, exige reducir la gigantesca distancia que actualmente existe entre la información y la afectividad que producen las televisoras públicas, con las necesidades de desarrollo que enfrenta nuestra sociedad para afianzarse como nación.

Creemos que la vía para lograr esto, debe partir de la localización de los grandes problemas nacionales que actualmente impiden el progreso de nuestra sociedad. Es por ello que, frente a esta situación, debemos preguntarnos qué deben y pueden hacer las televisoras de Estado para propiciar la resolución de los principales conflictos estructurales de nuestro desarrollo.

Hasta el momento podemos decir que, en términos generales, la información que ha elaborado y diseminado la televisión nacional, básicamente, ha surgido de los intereses espontáneos, de las presiones burocráticas, de los requerimientos coyunturales: del "estado de ánimo" de los conductores, de propuestas experimentales de la lógica del jefe, etc., pero no ha emanado del examen profundo y sistemático de las necesidades estructurales que enfrenta y requiere satisfacer el proyecto de crecimiento de la nación. De aquí el gran abismo que se ha producido entre la cultura televisiva 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 emotivos e informativos envueltos en todos los géneros audiovisuales atractivos (telenovelas, mesas redondas, series informativas, programas grabados, películas, series de cursos, videos espectaculares, etc.) cuyos contenidos generen una base de sensibilidad y 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 tanto, de educación formal e informal de los públicos, que partan de la localización de los conflictos que determinan la vida de los auditorios.

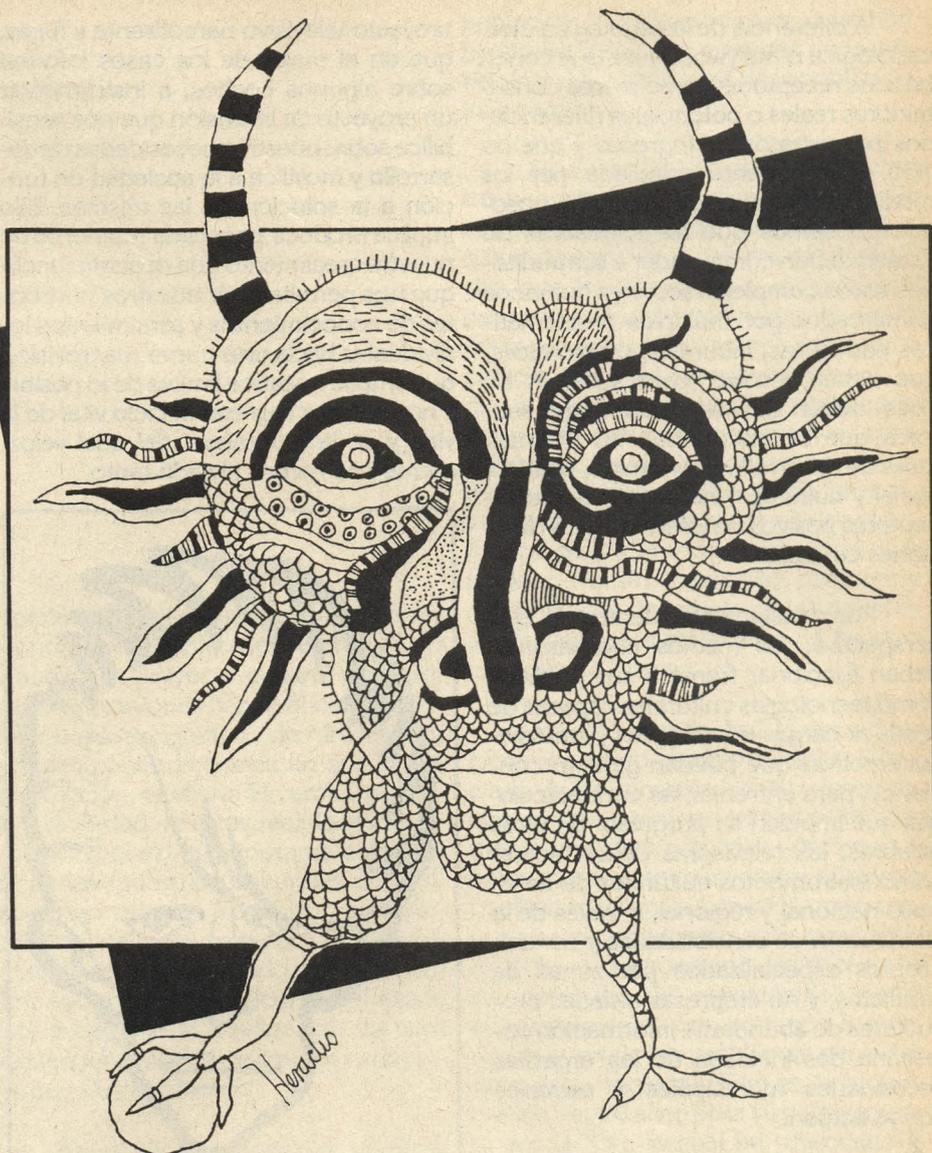
De lo contrario, de no efectuarse esta urgente estrategia de racionalización del flujo televisivo, se seguirán produciendo monumentales volúmenes cotidianos de información innecesaria que no se relaciona con las exigencias subjetivas que requieren los públicos para resolver sus contradicciones materiales; y desvían y atomizan las conciencias y evitan así el avance social de los mismos, con su consecuente retroceso humano.

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 3080 horas mensuales los hogares mexicanos? ¿qué le deja a la maltrecha sociedad mexicana la importancia de miles de contenidos visuales? ¿qué le deja al país la difusión masiva de tantísima información desvinculada de nuestros principales problemas nacionales?

Estamos convencidos que las condiciones tecnológicas y de formación de recursos humanos para el cambio espiritual del país ya están dadas. Lo que queda ahora es efectuar el trabajo político para lograr la reorientación del contenido de grandes 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 cuadros humanos creativos, de organización, de movilización, etc., 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?

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 nuestras problemáticas, que nos sirvan para organizar a los municipios y delegaciones del país de forma que permitan recobrar los hilos del proyecto nacional perdidos y aminoren la crisis global que nos desintegra como Nación. Por lo anterior, creemos que la razón de ser de la televisión mexicana y si alguna justificación tiene la presencia del Estado en ésta, es la de colaborar a través de ella a conocer y sentir más nuestro país, para adquirir mayores niveles de claridad que nos permitan hacerlo progresar y no desmovilizar y dispersar a la sociedad a través de la permanente diversión espectacular y el entretenimiento fugaz.



Sintetizando, podemos decir que en este sexenio, de no diseñarse las políticas de comunicación de las televisiones nacionales desde los principales conflictos que obstaculizan el desarrollo del país, se volverá a vivir la profunda contradicción existente entre la cultura nacional y el 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 por otro.

No podemos olvidar, que la superación de la crisis nacional que nos enmarca requiere la producción de un nuevo eje cultural, y éste en nuestro país, creemos que en este sexenio deberá 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, su gestión mayoritariamente acrítica, su vinculación inorgánica con las necesidades prioritarias de nuestra sociedad, su alto centralismo 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, por la cual tiene sentido luchar apasionadamente.