

*revista mexicana de*  
**COMUNICACION**

AÑO CUATRO • NUMERO VEINTICUATRO • JULIO—AGOSTO DE 1992



**COMUNICACION  
Y ECOLOGIA**

**Los medios de Lenin a Yeltsin**

**Guadalajara: el derecho a  
la información en tiempos  
de desastre**



Año cuatro número veinticuatro julio-agosto de 1992

Director: Miguel Angel Sánchez de Armas

Editor: Omar Raúl Martínez

Consejo Editorial: Pablo Arredondo, Gerardo Arreola de Dios, Guillermina Baena Paz, Alberto Barranco Chavarría, José Luis Becerra López, Virgilio Caballero, José Carreño Carlón, Víctor Manuel de Santiago, Javier Esteinou Madrid, Fátima Fernández Christlieb, Héctor Gama Lira, Gabriel González Molina, Sabás Huesca Rebolledo, Miguel Angel Granados Chapa, José Luis Gutiérrez Espíndola, Ricardo G. Ocampo, Felipe López Veneroni, Raymundo Riva Palacio, Miguel Angel Sánchez de Armas, Enrique Sánchez Ruíz, Florence Toussaint Alcaraz.

Producción: Fabiola N. Perafán, Clara Narváez Perafán, Carmen Narváez Perafán, Efrén Arellano Trejo, Josefina Jiménez Cortés.

Fotografía: Ulises Castellanos, MAGSA, José Antonio Soto Feria.

Ilustraciones: Francisco Bernal, Del Angel

La Revista Mexicana de Comunicación es el órgano oficial de la Fundación Manuel Buendía, A.C.



Presidente: Miguel Angel Sánchez de Armas

Banco de datos: Diana Mayén Pérez (coordinadora); Yeri Correa, Sonia Chávez López, Olivia Luna, Rebeca Ruíz, Olivia Trejo.

Unidad de Opinión Pública: Juan Antonio Barrera Méndez

Archivo y Documentación: Raúl Velázquez Martínez

Unidad de capacitación: Esperanza Narváez Perafán

Edición de libros: Fabiola Narváez Perafán

Asesor de producción: Hormisdas Cobos Horta

Auxiliar de la dirección: Beatriz Arellano Trejo

RMC, publicación bimestral editada por AGB Comunicación, S.A. de C.V. ISSN 0187-8190. Certificado de licitud de título 3390, de contenido 3221, y de reserva de uso de título, 72-89. Miguel Angel Sánchez de Armas, editor responsable. Dirección: Guaymas 8-408, Col. Roma, México 06700, D.F. Impreso en Editorial Esfuerzo, S.A. de C.V., Esfuerzo 16-A, Naucalpan, Edo. de México. Tel. 358-5958. Distribución: En puestos de periódicos en el D.F.: despacho Enrique Gómez Corchado, Humbolt 46, México D.F.; en locales cerrados de toda la República: CITEM, Tasqueña 1798, México D.F. Permiso de SEPOMEX como publicación periódica núm. 048-0689; características 229541 409. No se responde por originales no solicitados. Los artículos firmados no reflejan necesariamente la línea editorial de la revista. Se prohíbe la reproducción del contenido salvo citas para reseñas.

PORTADA: FRANCISCO BERNAL

REVISTA MEXICANA DE COMUNICACION  
APARTADO POSTAL 1784, ADMINISTRACION DE  
CORREOS No.1 México D.F. C.P. 06700  
Teléfono para suscripciones (con fax): 208 4261  
TIRO DE ESTE NUMERO: 6,000 EJEMPLARES

## Contenido

### COMUNICACIÓN Y ECOLOGÍA

Lucha conjunta de medios, sociedad y autoridades .....	7
Conservar ecosistemas de los grupos indígenas .....	9
Reconciliar al hombre con su entorno .....	10
Los medios como cómplices .....	10
Contrasentidos en la prensa del sureste .....	11
Estrategias para evitar la debacle del planeta azul .....	11
Tarea concientizadora por la infancia .....	12
Analizar e informar las causas de los problemas .....	13
Tesis para la discusión .....	14
Cultura ecológica y medios electrónicos .....	15
Un enfoque regional acerca de los problemas del medio ambiente ....	16
La epopeya de transformar un entorno ecológico .....	17
Contaminación del aire: ¿Mal de muchos? .....	18
¿Conocer para conservar el medio ambiente? .....	18
Una experiencia agroecológica .....	20
Ser periodistas ecológicos .....	20
Investigación, docencia y medios por los ecosistemas .....	22
Divulgar y sistematizar la información ecológica .....	22
Promoción de una cultura ecológica a través de los medios .....	23

Los medios en la ex URSS: del socialismo al libre mercado .....	25
Antonia Patán López	
Con la <i>perestroika</i> surge un nuevo periodismo .....	26
Lucía Pérez Moreno	
Semillas y frutos de la <i>glasnost</i> .....	29
Patricia Briseño	
Reacomodo del periodismo ruso .....	33
1992: La mutación de la comunicación europea .....	34
Javier Esteinou Madrid	
El derecho a la información en tiempos de desastre .....	37
Enrique Sánchez Ruíz	
Oler, manosear, investigar y sumergirse en la noticia .....	40
<i>Siglo 21</i> rompe la inercia de la prensa tapatía .....	41
Omar Raúl Martínez	
¿Una verdadera televisión pública? .....	46
Luis Padúa	

### Secciones y columnas

Lectores .....	4
Nuevas tecnologías .....	32
Carmén Gómez Mont	
Audiencias .....	36
Guillermo Orozco Gómez	
¿Comunicaqueééé? .....	44
Sabás Huesca Rebolledo	
Comunicación Regional .....	48
Raúl Fraga	
Spanish USA: se habla español.....	49
Ricardo G. Ocampo	
Opciones de lectura .....	51
Beatriz Solís	
Tesis profesionales en comunicación .....	53
Yeri Correa	
Sección huésped	
FELAP/ CONRA/ ALAIC/ OIP/ AMIC	



Las Mercedes  
ya tienen otra casa  
para que usted  
coma delicioso!



**LAS MERCEDES**  
RESTAURANT DE EPOCA

Excelencia en  
cocina mexicana.

Lo esperamos en Río  
Guadalquivir 91,  
a unos pasos de  
El Angel.

Y como siempre,  
Las Mercedes  
de Darwin y Leibnitz.

## Cultura ecológica y medios electrónicos

Javier Esteinou

La televisión, pública y 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 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 no pasa sustantivamente por la tele-

lluvia ácida se ha incrementado aceleradamente.

La Secretaría de Salud registra en los ciudadanos un ascenso progresivo de enfermedades respiratorias, bucofaríngeas, ojos irritados, conjuntivitis, dolor de cabeza, gripe, tos, daños al miocardio y al sistema circulatorio, inflamación de los pulmones y alergias.

Hemos llegado a la fase del retroceso genético de la especie humana, pues el 70 por ciento de los bebés vienen al mundo con más de nueve microgramos de plomo en la sangre, la leche materna se envenena cada vez más, la calidad de los espermatozoides ha descendido por inoculación de partículas malignas, el envejecimiento prematuro de la población de menos de 30 años se ha acelerado por fatiga y desgaste de pulmones, el 80 por ciento de los capitalinos padecemos el síndrome de Segovia,

*Si observamos que la catástrofe ecológica se avecina, nos preguntamos ¿por qué la televisión concentra nuestra energía psíquica en el Festival OTI, Valores Juveniles Bacardí, los premios del Emy, y no nos orienta a reflexionar?*

visión, 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.

Así por ejemplo el aire que respiramos en la ciudad de México cada vez es más ácido, pues está compuesto por 80 por ciento de nitrógeno y 20 por ciento de oxígeno. El clima ha cambiado drásticamente, ha perdido humedad por la contaminación y la

es decir, la disminución de nuestras capacidades intelectuales y físicas por el deterioro ambiental e incluso ya empiezan a aparecer los primeros índices de niños que nacen con malformaciones congénitas, retraso mental y sin reflejos, pues el aire tóxico ha atacado el sistema nervioso de las madres. Siguiendo la proyección de esta tendencia para al año 2000 tendremos un ambiente cuatro veces más deteriorado.

Todas las tardes la atmósfera metropolitana adquiere el color gris verdoso de la muerte y en las noches la capa de esmog impide mirar las estrellas. En este contexto de urgencias y necesidades fundamentales, nos preguntamos ¿por qué la televisión encamina las emociones, la energía colectiva y nuestro presupuesto familiar hacia el consumo navideño y no dedica en la misma propor-



ción su potencial persuasivo hacia la sensibilización social de este gravísimo problema que cada vez nos ahoga más? En el mismo sentido, si en el área forestal estamos conscientes que el 49 por ciento del suelo de la República Mexicana se encuentra desertificado; si en lo que va del siglo nuestro territorio nacional ha perdido el 29% de sus bosques y en 35 años ha destruido el 45% de la reserva forestal; si en los últimos años la erosión del país avanzó tres por ciento; si cada año nuestro territorio pierde 500 mil hectáreas de bosques y selvas; si el 90% de las selvas tropicales han sido devastadas; si sólo en los últimos cinco años el país ha perdido 1,209,420 hectáreas de áreas verdes y boscosas por incendios, y si el 95% de cada 100 fuegos forestales que suceden son provocados por la irresponsabilidad humana; si a partir de como está el D.F. sólo en 25 años se pueden duplicar sus áreas verdes. En síntesis, si observamos que la catástrofe ecológica se avecina, nos preguntamos ¿por qué la televisión concentra nuestra energía psíquica en el Festival OTI, Valores Juveniles Baccardi, el Concurso Miss Universo, Miss Hollywood, la entrega de los Arieles, el festejo de los Globos de Oro, el aniversario de los Grammys, los premios del Emy, y no nos orienta a reflexionar?

Ante esta situación pensamos que es indispensable que el Estado y la sociedad civil creen una nueva cultura ecológica en la población a través de los medios de comunicación electrónicos.

No podemos olvidar que la superación de la crisis ecológica, requiere la producción de un nuevo eje cultural; creemos que 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 televisión en México, la creación de esta nueva cultura ecológica supone la realización de una gran empresa; pero también sabemos que es desafío elemental del rescate y conservación de la vida por la cual tiene sentido luchar apasionadamente. ¶

## UN ENFOQUE REGIONAL ACERCA DE LOS PROBLEMAS DEL MEDIO AMBIENTE

Leticia Salas

Cuando Televisión de Tlaxcala inició la producción de material audiovisual referente a la depredación del ecosistema, en 1988, realizó promocionales y programas dedicados a promover la reforestación y la plantación de árboles en zonas urbanas y espacios libres susceptibles de ser empleados con dicho fin. Este material, una vez transmitido por televisión, era proporcionado a las instancias adecuadas para su retransmisión a grupos cautivos.

Sin embargo, la práctica de la reforestación, como en el caso de muchas otras regiones del país, adolece del seguimiento adecuado y de la falta de continuidad en los programas. Por lo que hemos podido observar, difícilmente las producciones audiovisuales transmitidas por televisión logran constituir una estrategia efectiva a largo plazo.

Un año más tarde, después de producir este tipo de materiales y evaluar, con las comisiones encargadas para dichos fines, su relativa efectividad, comenzamos a orientar nuestras producciones con base en tres premisas:

*Los videos producidos no agotan sus posibilidades al ser transmitidos por televisión; de hecho, en algunos casos, multiplican su efectividad cuando son empleados con grupos focalizados.*

1) Apuntar hacia el uso racional de los recursos naturales que nos rodean implica, necesariamente, abordar una visión integral de la convivencia humana y de la conflictiva social en donde la marginalidad, el crecimiento poblacional desmedido, el abuso de autoridad, la irracionalidad en la toma de decisiones, la negligencia del sector público y privado, los bajos niveles de vida, el síndrome de la urbanización, entre otros, son factores que inciden y "colorean" nuestro medio ambiente.

2) La producción y transmisión de videos por televisión en forma paralela, y no conjunta, con acciones promovidas desde el entorno social, difícilmente podrán contribuir a la creación de una actitud diferente y una participación decidida de los que habitamos este planeta. Los medios, como el video y la televisión, deben inscribirse, ahí, donde los grupos sociales comienzan o están movilizados y sensibilizados.

3) Los videos producidos no agotan sus posibilidades al ser transmitidos por televisión; de hecho, en algunos casos, multiplican su efectividad cuando son empleados con grupos focalizados.

En relación a este último punto podemos afirmar que las producciones llevadas a cabo han logrado una mayor efectividad y alcance en circuitos cerrados, que en su transmisión por televisión.

