

**Pontificia
Universidad Javeriana**

**SIGNO
Y
PENSAMIENTO**

13

ISSN - 0120-4823

**Facultad de
Comunicación Social**

SIGNO Y PENSAMIENTO Nº 13

ISSN 01290-4823

Licencia 00597 del 7-XII-81

Dirección JOAQUIN SANCHEZ G., S.J.
Decano Académico

EDUARDO VALENCIA J., S.J.
Decano del Medio Universitario

Coordinación General: MARILUZ RESTREPO DE GUZMAN
Directora del Departamento de Comunicación

Consejo Editorial: JOAQUIN SANCHEZ G., S.J.
Decano Académico

EDUARDO VALENCIA J., S.J.
Decano del Medio Universitario

MARILUZ RESTREPO DE GUZMAN
Directora del Departamento de Comunicación

GABRIEL JAIME PEREZ M., S.J.
Director del Departamento de Expresión

GILBERTO BELLO D.
Representante de Profesores

ANA MARIA LALINDE
Representante de Profesores

Comité de Trabajo: MARITZA CEBALLOS SAAVEDRA
(Estudiantes) Asistente

Colaboración:
ALBA LUZ HUERFANO

Armada e Impresión: PUBLICACIONES
Universidad Javeriana

Suscripciones: 1 ejemplar \$ 800.00 US\$10
Anual (2 ejemplares) \$ 1.500.00 US\$20

INTEGRANTE DE LA RED IBEROAMERICANA DE REVISTAS DE COMUNICACION Y CULTURA

Volumen 7
Año 7 Nº 13
2do. Semestre 1988

EL SUMARIO

<i>Julio César Botero, S.J.</i>	5	EDITORIAL De centros de medios a centros de investigación didáctica
<i>Gabriel Jaime Pérez, S.J.</i>	9	ENSAYOS • Comunicación y Ética Social ¿Quién es responsable de los medios? • Televisión y régimen político en Colombia. • Realidad social y medios —El caso de la T.V.—
<i>Juan Guillermo Buenaventura</i>	45	
<i>Fernando Aranguren</i>	67	
<i>Ana María Lalinde</i>	77	APUNTES DE CLASE • Radio: La gran compañía —Apuntes sobre radio y cultura política— • El telefútbol: Un género audiovisual • Introducción a la enseñanza de la metodología de la ciencia
<i>Germán Muñoz</i>	87	
<i>Pedro Demo</i>	95	
<i>Carlos Cortés (Trad.)</i>		
<i>Javier Esteinou</i>	111	INVESTIGADORES INVITADOS • Hacia una nueva T.V. nacional —el caso mexicano—
<i>Miguel Gómez</i>	123	PUNTOS DE VISTA • Anotaciones sobre medios en Colombia • Colombia: ¿Una cultura de violencia?
<i>Gonzalo Rivera</i>	131	
<i>Francisco Sierra G.</i>	137	PONENCIAS Y RESUMENES • Filosofía de la Comunicación —en torno a los medios—
<i>José Rafael Puello</i>	145	TRABAJOS DE GRADO • Chivas: Arte popular sobre ruedas • La comunicación de la distancia
<i>Ana Francisca Mora</i>	163	
<i>Luis Fernando Puentes</i>		
<i>Enrique Serrano</i>		
	173	DOCUMENTOS • Énfasis profesional en Comunicación Educativa

Hacia una nueva t.v. nacional

—el caso mexicano—

Javier Esteinou*

Si analizamos el funcionamiento de las televisoras nacionales y regionales frente a su audiencia, observamos que, salvo algunas excepciones, en los últimos 30 años, las tendencias de los medios electrónicos de información en México, esencialmente, han operado en función a cuatro principios de reproducción del orden establecido: la lógica de la acumulación de capital, la lógica de la legitimación del sistema, la lógica de la evasión de la realidad y la lógica de la atomización de la conciencia. Dentro de este modelo, se ha marginado el empleo sustantivo de los medios de comunicación para el impulso de los proyectos de desarrollo social que ha requerido la audiencia mayoritaria del país durante más de 5 décadas.

Sin embargo, a las 7:20 de la mañana del jueves 19 de septiembre de 1985, las televisoras nacionales cambiaron drásticamente su transmisión cultural. La causa, la enorme agresión que la naturaleza arrojó sobre la Ciudad de México y

* Nos complace contar nuevamente con la colaboración desde México, de Javier Esteinou Madrid, Licenciado en Ciencias y Técnicas de la Información, Departamento de Comunicación, Universidad Iberoamericana de México y Doctor en Sociología, UNAM, México. Actualmente es director del Taller de investigación en comunicación masiva (TICOM) de la Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco, México D.F.

otras poblaciones de la República con la furia más violenta que se ha producido desde su fundación hace 500 años a través de un terremoto de 8.1 grados en la escala de Richter (diez mil veces más fuerte que una explosión atómica subterránea) que generó una profunda ruptura emotiva, un enorme desastre material y una gran pérdida de vidas humanas.

En 120 segundos el saldo del siniestro arrojó más de 10 mil muertos, 5.500 desaparecidos, 7.000 heridos, 480 edificios derrumbados, 460 construcciones que deberán ser demolidas, 6.000 edificaciones dañadas, 137 escuelas afectadas, 97 cines y teatros resentidos, 11 hospitales cancelados, 35.000 personas sin vivienda, 100.000 trabajadores sin empleo, 6 millones de habitantes sin agua potable, 4 millones sin energía eléctrica, suspensión del 60% de las comunicaciones locales y del 100% de las nacionales e internacionales, imposibilidad de circular por el centro de la ciudad, cientos de fugas de gas, varios archivos y memorias oficiales de órganos de gobierno perdidos, 17 millones de habitantes altamente sensibles, etc. En síntesis, además de la enorme pérdida de seres humanos y del fuerte desajuste síquico, el sismo deja una secuela de destrucción por más de dos billones de pesos (aproximadamente cinco mil millones de dólares).

A partir de este momento, los medios electrónicos de comunicación que sobrevivieron reaccionaron y alteraron radicalmente, por algunos días, sus tendencias y lógicas de producción de la tradicional cultura de masas en el Valle de México y en el resto del país. No hubo tiempo para esperar la ayuda internacional, ni para diseñar un proyecto meditado de difusión de información, por lo que aceptando las circunstancias radicales, las televisoras y otros medios de difusión improvisaron un desordenado y contradictorio, pero a la vez, enormemente útil programa de conducción y movilización social. Tanto medios oficiales como privados, trabajaron duramente varios días con todo su poder de organización en una sola línea de apoyo social: el rescate de las víctimas, la asistencia a los dañados y la reorganización de las ciudades.

Aprovechando su capacidad de relación ampliada con los receptores y ocupando los espacios de comunicación tradicionales que momentos antes le correspondían al teléfono, al telégrafo y al télex que quedaron destruidos o inutilizados en un alto porcentaje, se convirtieron en el principal sistema nervioso de las ciudades y actuaron como grandes organizadores culturales que enlazaron las urgentes demandas de auxilio del auditorio, con los apoyos de colaboración espontánea que ofrecieron la multitud de ciudadanos afectados indirectamente.

El proyecto social emergió y dominó bruscamente en las televisoras desplazando drásticamente las otras lógicas culturales, que media hora antes, sostenían otro programa ideológico antagónico. Las estaciones transmisoras recobraron el único sentido que las puede justificar en el país: su carácter altamente social.

Desde este instante los medios audiovisuales funcionaron orgánicamente para vincular la información que transmitieron con las apremiantes necesidades sociales que debían encararse en todos los puntos cardinales de la ciudad y del interior de la República. Desde la televisión y otros medios se produjo un intuitivo y espontáneo proyecto de educación de masas que se expresó a través de un permanente flujo de dirección auditiva y visual que gobernó a la capital y a los estados en situación de emergencia. En este contexto desapareció la información parasitaria que abundaba en la atmósfera matutina hasta antes de la tragedia: se cohesionó orgánicamente la cultura de masas, con los requerimientos humanos de socorro.

Ante esta permanente distribución de información de emergencia por las televisoras y otros canales de difusión, se removieron los escombros de frialdad ciudadana acumulados durante muchos años sobre nuestras conciencias. La ruptura emocional que provocó el movimiento telúrico y que varió desde el miedo, la histeria, la angustia, la depresión, el llanto, la tristeza, el dolor y la hiperactividad, se convirtió en un enorme movimiento de solidaridad de todos los estratos sociales de la población.

La ayuda provino de todas partes, especialmente, de la juventud, que canalizó su vital energía en el socorro a los desvalidos. Cientos de miles de voluntades espontáneas de todas las edades salieron a la calle con el fin de salvar vidas. La respuesta fue tal, que la entrega de los jóvenes y de la sociedad civil cubrió las enormes lagunas que dejó el ineficiente aparato burocrático del gobierno y rebasó sustancialmente la reacción que ofreció el Estado a través de su programa militar DN-III para casos de emergencia nacional.

Sin embargo, a pesar de este meritorio funcionamiento de las televisoras frente a sus auditorios, a 15 días de ocurrido el drama, estas volvieron a ser atrapadas lenta y sutilmente por las lógicas del desarrollo desigual. Tendencias que más que continuar centrando la atención en la cruda situación nacional y en los difíciles caminos de la reconstrucción que hay que apuntalar, la han desviado nuevamente hacia los deportes, las series de entretenimiento, las telecomedias, la publicidad, los éxitos musicales, la programación extranjera, la propaganda institucional, los concursos juveniles, las novedades discográficas, las fantasías infantiles; y las realidades fundamentales de la problemática nacional, exclusivamente, son recobradas, en el mejor de los casos, por los noticieros y uno que otro programa o mensaje especial.

Después de la respuesta inmediatista de las televisoras, las viejas inercias de poder volvieron a ocupar en éstos, sus espacios perdidos durante algunos días. Las cadenas de televisión nuevamente separaron el corazón y la inteligencia del país, que días antes se unió en una sola expresión: la ayuda al vecino. Es por ello, que en estos momentos consideramos de la más alta prioridad ciudadana que la débil sociedad civil que existe en el país trabaje en la línea de orientar el

funcionamiento de las estaciones de televisión hacia la atención de los conflictos centrales que atorran nuestro proyecto de desarrollo nacional.

No podemos olvidar que estamos en la puerta de la mayor desmovilización ideológica que produce anualmente en nuestra República el ciclo cultural que impulsan los medios comerciales: La Navidad. Fase en la cual, en 45 días de trabajo publicitario se desvían los afectos, la energía colectiva y el presupuesto familiar hacia el consumismo. Hay que recordar que simplemente en diciembre del año pasado, en plena crisis global del país en la que se importaban alimentos, avanzaba el proceso de desertificación del campo, existía un déficit de 3 millones de viviendas, se vivía una carencia diaria de más de cinco millones de litros de leche, se aumentaba la deuda externa para financiar el desarrollo interno, se incrementaba la destrucción ecológica y ambiental, se agravaba la dotación de agua a las ciudades, etc., etc., las campañas navideñas provocaron en 24 días, una erogación artificial de más de 120.000 millones de pesos por concepto de compras artificiales, de las cuales 12.000 millones se fueron en bebidas alcohólicas, 6.000 millones de adquisiciones de última hora, 4.000 en la cena de noche buena y 3.500 se destinaron a la basura por abarcar las envolturas de los regalos.

Ciclo mental que posteriormente será reforzado por las vacaciones de fin de año en las cuales el conjunto social buscará vivir la catarsis que provoca el descanso y el olvido del peso de la crisis social acumulada durante doce meses. Realidad que será rematada por la enorme desorganización ideológica, especialmente de la juventud, que provocará la celebración del Campeonato Mundial de Fut-Bol en nuestro país en los primeros meses de 1986.

Frente a estas circunstancias, no podemos desconocer que el ciclo cultural que cotidianamente han construido los medios de comunicación a lo largo de los últimos meses, ha hecho olvidar a la opinión pública, antes de que cumpla un año, la fuerte tragedia sucedida en noviembre de 1984 en San Juan Ixhuatepec (San Juanico) donde también fallecieron muchos seres humanos y hubo gran número de desamparados.

Creemos que algo muy importante que el sismo nos ha enseñado, es que las estaciones de televisión pueden gestionar un proyecto de impulso social. Que cuando todos los canales de difusión trabajan en una sola línea son capaces de producir un proceso de desarrollo social de **infinitas dimensiones** que anula las más viejas inercias de poder que cultivan las ciudades. Pero también, hemos aprendido que la conservación de un programa de promoción social a través de las industrias culturales, no se mantiene por la sola presencia de la catástrofe, por más grave que esta sea. Se requiere la acción constante de nuevas fuerzas y actores sociales que orienten el uso futuro de estas instituciones mentales.

Por ello, pensamos que uno de los desafíos centrales de la reconstrucción de nuestra ciudad y de nuestro país se enfrenta en el terreno cultural: será desde

aquí desde donde se movilizará solidariamente o se inmovilizará individualmente al conjunto social, frente al proyecto de reedificación de nuestra sociedad. De no trabajar arduamente en esta esfera, el ritmo cotidiano y las tendencias enajenantes de la vida urbana, insensibilizarán nuestra participación y convertirán el anhelo de reconstrucción de nuestra capital y de nuestra Nación en un tortuoso proceso burocrático como ha sucedido con el sismo de 1957, el temblor de 1973 en Cd. Serdán (Puebla) y las recientes inundaciones y desastres naturales en el Bajío.

Es por ello, que dentro de este marco de crisis global que nos rodea, hoy día, cobra especial importancia el preguntarnos ¿Qué deben hacer las televisoras nacionales y regionales frente a sus auditorios para impulsar un proyecto de superación nacional?

A diferencia de la estrategia mercadológica que concibe a los receptores como meros consumidores reales o potenciales diferenciados por estratos de ingresos, nosotros pensamos que las televisoras 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 e subjetividades específicas que puedan generar conciencias prácticas 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.

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 cultural capaz de cambiar, con mayor rapidez y agilidad, los valores, las actitudes, los hábitos y las conductas de los receptores, en una idea, de dirigir la cultura cotidiana de cada sexenio de gobierno. Esto es, la televisión se ha transformado en la principal organizadora colectiva de la historia moderna de México. Por ello, es necesario analizar de qué manera las televisoras de los estados pueden colaborar a producir en sus auditorios una cultura de avance nacional y no de retroceso regional.

Para construir este progreso intelectual en el interior de la República, hay que partir del cuestionamiento central: ¿Hoy día, qué información es la que deben generar las estaciones locales de televisión frente a los requerimientos de desarrollo que encaran sus públicos? ¿Qué mapas mentales hay que crear para

las próximas décadas de la crisis nacional?, ¿Qué actitudes colectivas hay que introducir en los ciudadanos para atenuar la caída vertical del país?, ¿Qué ciclos culturales hay que armar para rescatar la identidad regional?, ¿Qué conductas grupales hay que despertar frente al surgimiento de la nueva Tercera Revolución Industrial que cambiará radicalmente la estructura de nuestra sociedad?, etc., etc.

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 propuestas experimentales, de intuiciones "creativas", de oportunidades comerciales, de "compromisos contraídos", etc., 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 histórica, es imprescindible que las televisoras regionales 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, etc, etc). cuyo contenido genere 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 objetivos 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.

Creemos que de nada servirá el enorme esfuerzo administrativo, político, tecnológico, de capacitación de recursos humanos, creativo, de organización, de inversión, etc., que exige la regionalización televisiva, si toda esta infraestructura no es enfocada al cambio de nuestra mentalidad sobre los grandes problemas nacionales. Si la televisión no sirve para ésto, nos preguntamos ¿Qué

sentido puede tener su presencia en el país? ¿Si no es útil para estos fines, porque 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 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 organizar a los municipios de forma que permita recobrar los hilos del proyecto nacional perdido y aminore la crisis global que nos desintegra como Nación.

Para gestionar esta nueva relación televisiva con su auditorio, creemos que es recomendable que las estaciones de video contemplen los siguientes siete 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 auditorios 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 estado de vida particular de cada sector. Para ésto, 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 del ingreso, el nivel de alfabetismo y analfabetismo, 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, etc., etc., para definir la jerarquía de necesidades que hay que abordar en los diversos núcleos de receptores.
4. Una vez ubicadas las prioridades de desarrollo, habrá que unificar las problemáticas por regiones similares para elaborar una zonificación de tratamiento informativo del país 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 sociedad civil, los paquetes de información o subjetividad adecuada, bajo los formatos de presentación más atractivos (telecomedias, concursos, programas espectaculares, etc.) para atacar las diversas problemáticas que impiden el progreso regional del país. 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, etc.

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 reunida 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 la 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 cada vaso extra de líquido que se trae a la ciudad de México cuesta un millón docientos mil pesos, y 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 800 mil casas habitación, etc.

En la zona sur es urgente producir conciencia ecológica para proteger diversas especies animales en extensión 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 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, etc.

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 por estas causas. Hay que modificar los hábitos alimenticios contrídos 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 de 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, el 35% de los actos delictivos se relacionan con este vicio, 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 un gobierno importador de nutrientes. Así, nada más en 1985 compraremos al exterior 8.1 millones de toneladas de alimentos y tendremos un déficit de 2 millones de toneladas de oleaginosas, lo que coloca seriamente en peligro nuestra soberanía alimentaria.

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

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 ku 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.

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

6. Simultáneamente a esta acción se deberá implementar un programa permanente de evaluación del cambio de actitudes y de modificación de los conflictos originales en cada rincón de la República, derivados de la difusión televisiva.
7. Finalmente, habrá que nutrir y adaptar sistemáticamente la producción de contenidos culturales a las nuevas circunstancias que arroja la investigación sobre los grados de conciencia producida y el cambio de comportamientos del auditorio.

Sintetizando, podemos decir que creemos que en la actitud que adoptaron el conjunto de televisoras frente al terremoto, se encuentran las semillas del modelo de televisión que las estaciones deben mantener frente a su público. Es por ello, que pensamos que la sociedad civil debe crear, en el mediano y largo plazo, a través de la televisión, una atmósfera cultural que recobre la nueva jerarquía de valores humanos que surgieron en días pasados de los sentimientos más puros de la sociedad, para que orienten el proceso de reconstrucción del país, y combatan con ello, la devastadora vorágine cultural que producen los medios de información comerciales sobre nuestras conciencias. De lo contrario, de no producir esta nueva carga cultural se volverá a vivir la profunda contradicción entre 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 creación de una nueva sociedad, requiere de la producción de un nuevo eje cultural, y este, en nuestro país, creemos que hoy día, gira alrededor de la renovación de los medios de comunicación social.

Anotaciones sobre medios en Colombia

SIN CORTES **LA REVISTA DEL** **REALIZADOR** **INDEPENDIENTE**

SUPER 8 - 16 MM
VIDEO-CASETE

- ★ NOTICIAS DE IBEROAMERICA
- ★ REPORTAJES
- ★ CONCURSOS Y FESTIVALES
- ★ NOVEDADES DEL MERCADO, Y
TODO LO QUE UD. NECESITA

SUSCRIPCIONES

Seis meses (3 Nros.) US\$ 12,-

Doce meses (6 Nros.) US\$ 24,-

Cheques a la orden de

ESCUELA CINEMATOGRAFICA
AMERICANA

Casilla 136 - Suc. 1/B.
1401 BUENOS AIRES/ARGENTINA

