

**Pontificia  
Universidad Javeriana**

**SIGNO  
Y  
PENSAMIENTO**

**15**

ISSN - 0120-4823

**Facultad de  
Comunicación Social**

---

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

ANA MARIA LALINDE  
Directora del Departamento de Expresión

GABRIEL JAIME PEREZ M., S.J.  
Director de Posgrado

GONZALO A. RIVERA  
Representante de Profesores

GILBERTO BELLO D.  
Representante de Profesores

---

Comité de Trabajo: MARITZA CEBALLOS SAAVEDRA  
Asistente del Departamento de Comunicación

---

Armada e Impresión: PUBLICACIONES  
Universidad Javeriana

---

Costo por ejemplar: ..... \$ 800.00 US\$10

Suscripción anual (2 ejemplares) ..... \$2.000.00 US\$20

---

**INTEGRANTE DE LA RED IBEROAMERICANA DE REVISTAS DE COMUNICACION Y CULTURA**

**Volumen 8  
Año 8 Nº 15  
2do. Semestre 1989**

## SUMARIO

<i>Gabriel Jaime Pérez</i>	<b>5</b>	EDITORIAL Violencia y Comunicación Social El desafío de una comunicación para la paz
<i>Amparo Cadavid</i>	<b>11</b>	ENSAYOS Para un estudio sobre los medios de comunicación y la violencia hoy en Colombia —reflexiones previas—
<i>Claudia Herrán Monedero</i>	<b>25</b>	¿Qué pasó con la prensa popular?
<i>Paul Ricoeur</i>	<b>33</b>	APUNTES DE CLASE La fragilidad del lenguaje político
<i>María Lucrecia Rovaletti</i>	<b>45</b>	INVESTIGADORES INVITADOS Teoría general de los sistemas
<i>Luis Torres</i>	<b>57</b>	Comunicación y propaganda televisiva —El plebiscito en Chile—
<i>Fernando Torres</i>		
<i>Patricia Alvarez</i>		
<i>Javier Esteinou Madrid</i>	<b>85</b>	Televisión y conciencia Los nervios de la cultura nacional en la puerta del siglo XXI
<i>Gonzalo A. Rivera M.</i>	<b>103</b>	PUNTOS DE VISTA ¿Por qué no reaccionamos?
<i>Ana María Lalinde Posada</i>	<b>115</b>	PONENCIAS Y RESUMENES Práctica profesional e inserción laboral
<i>Jaime Rubio Angulo</i>	<b>123</b>	Habermas y Rawls Discusión, consenso y tolerancia
<i>Gonzalo A. Rivera M.</i>	<b>129</b>	Un imperativo Fortalecer la nueva investigación social para responder al problema de la violencia
<i>Esmeralda Villegas</i>	<b>133</b>	ENTREVISTAS Juan Manuel Roca: La poesía es el mayor ejercicio de la libertad
<i>Marianne Ponsford</i>	<b>141</b>	TRABAJOS DE GRADO La mirada: Trascendencia de lo físico



Televisión y conciencia

# Los nervios de la cultura nacional en la puerta del siglo XXI\*

Javier Esteinou Madrid\*\*

## LA PERDIDA DEL TIMON

Tradicionalmente la reflexión y el diseño de las políticas culturales en México, se ha caracterizado por considerar las problemáticas referentes al campo educativo, museográfico, arqueológico, etnográfico, operístico, dancístico, musical, literario, etc., pero sistemáticamente ha marginado la inclusión de los medios de comunicación en esta área. Esta grandísima omisión, por una parte, ha reflejado la existencia de una laguna esencial del sector pensante del país, y por otra, ha provocado una enorme contradicción entre lo que se siembra mentalmente por la mañana y lo que se destruye cognitivamente y afectivamente por la tarde y noche.

Así, en primer término, al dibujar el sector intelectual del país las políticas culturales sin la incorporación de los medios de comunicación modernos, lo que pinta, es sólo la sombra del problema y no la esencia de la realidad que vivimos en la sociedad mexicana de 1989. Es decir, al no considerar la presencia de los

\* Este documento es uno de los últimos trabajos que el autor ha realizado en el Taller de Investigación para la Comunicación Masiva (TICOM) de la Universidad Autónoma Metropolitana de Xochimilco.

\*\* Licenciado en Ciencias y Técnicas de la Información, Depto. de Comunicación, Universidad Iberoamericana de México; Maestro en Sociología, Depto. de Sociología y Ciencias Políticas y Sociales de la misma Universidad; y Doctor en Sociología de la Universidad Autónoma de México, D.F.



canales de información en esta reflexión lo que se aborda es la realidad cultural del México del siglo XIX donde no existía la comunicación de masas y no la de finales del siglo XX que es la que hoy vivimos, pues si algo ha cambiado tajantemente la realidad ideológica del país después de la Conquista Española, la acción de la Iglesia y la intervención del Aparato Educativo en nuestra sociedad es la presencia de los medios electrónicos de información. Es más, podemos decir que existe con toda claridad una mentalidad, una sensibilidad y una imaginación nacional antes y después de la aparición de los medios de comunicación, particularmente de la radio y la T.V.

En segundo término, al pasar por alto la existencia de esta realidad elemental se ha permitido flagrantemente que la sensibilidad que el Estado Mexicano con muchísimos esfuerzos, a través de la Secretaría de Educación Pública, la Red Nacional de Bibliotecas, el Sistema Global de Museos, el Programa Cultural de las Fronteras, la cobertura del Instituto Nacional de Bellas Artes, los circuitos de muestras teatrales, las casas de la cultura, el conjunto de zonas arqueológicas, la acción del libro de Texto Gratuito, etc. siembra por la mañana en las conciencias de los niños, jóvenes y adultos, esta sea borrada en el atardecer a través de los avanzados canales de comunicación, particularmente, de la televisión. Es decir, lo que nace y se construye por la mañana, se destruye y entierra por la noche.

Con ello, el sector "intelectual crítico" del campo cultural, paradójicamente ha ignorado que la emergencia de los medios de comunicación dentro de la esfera ideológica de la sociedad mexicana, no sólo representa la radical transformación del interior de la estructura de nuestra sociedad civil, sino que el fenómeno más relevante que se ha producido, es la creación de una nueva dimensión ideológica del Estado Nacional, vía la moderna extensión cultural de éste a través de los aparatos de información. Es decir, con la presencia de los medios de comunicación, y en particular de la televisión, el Estado Mexicano ha sufrido una gran mutación al interior de su esqueleto cultural, pues las tareas de construcción, dirección y cohesión ideológica que realiza éste han entrado en una fase de extensión geométrica que han dado origen a una nueva faceta del poder nacional: la existencia del Estado Ampliado Mexicano (1).

La especificidad de este flamante Estado Ampliado en nuestra República se caracteriza porque a través de los apoyos tecnológicos que le brindan los canales de información, ha conquistado una nueva capacidad orgánica para realizar

1. Para revisión más profunda sobre el problema de la ampliación del Estado a través de los medios de comunicación, consultar nuestros trabajos titulados **Los Medios de Comunicación y el Estado Ampliado**, Excelsior 3, 4, 5, 6, 7 y 8 de julio de 1988, p-4; **Los Medios de Comunicación y la Metamorfosis de la Sociedad Civil**, Revista Comunicación y Cultura Nº 13, Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco, marzo de 1985, D.F., 8 pág. y **Las Tecnologías de Información y la Confección del Estado Ampliado**, Revista de la Facultad de Comunicación Social Nº 6, Vol. 4, Universidad Autónoma de Bucaramanga, Colombia, 1985.



de manera más competente las funciones culturales que debe ejecutar como instancia rectora de la sociedad. Por ello, el nacimiento y la expansión de esta nueva zona del Estado Ampliado Mexicano se encuentran en íntima correspondencia con la evolución y organización que adopta cada nuevo sistema y proceso de comunicación que aparece en nuestro territorio.

La presencia de este moderno Estado Ampliado ha producido en los últimos 70 años un silencioso cambio drástico en la correlación de fuerzas culturales que delinean el proyecto ideológico del país, pues ha posibilitado la rápida y fuerte acción de nuevos grupos en la esfera cultural: el sector privado y el sector transnacional. Así, las fracciones monopólicas privadas supranacionales, en el menor tiempo ocupado en toda la historia de México para propiciar un cambio mental, han construido e internalizado en la población otro proyecto cultural de sociedad diferente al que durante décadas ha planteado el tradicional Estado Nacional.

De esta forma, la capacidad de educación y de dirección ideológica de la sociedad que ganó el Estado mexicano a través de las armas en la Revolución de 1910, hoy la ha perdido aceleradamente por la falta de aplicación de un control cultural sobre los medios electrónicos de comunicación. Esto es, el espíritu, la utopía y la visión del hombre nuevo que creó el movimiento insurgente de principios de siglo, se perdió rápidamente por la institucionalización que el Partido Revolucionario Institucional (PRI) hizo de éste y porque el proceso de industrialización que surgió en el país desde 1920, creó, primero a través de la radio y después de la T.V., una nueva esperanza que se denominó "consumo" y que con el tiempo se convirtió en la moderna religión que hoy vivimos compulsivamente.

Esto significa que, sin que el aparato escolar del país haya anulado su acción, la principal fuerza educativa que guía a nuestra sociedad ha sido desplazada del tradicional sistema educativo a la red de los medios de comunicación de masas. Por ello, hoy día, la verdadera dirección ideológica de nuestra sociedad, fundamentalmente, ya no se construye cotidianamente desde el aula, sino desde los canales de información colectivos, y particularmente, desde la televisión.

Con este modelo mental que se introduce mediante el desarrollo tecnológico de la radio y televisión, se acelera el rompimiento de la reproducción del árbol genealógico cultural con lo nacional, es decir, la continuidad ideológica de la familia trigeracional compuesta por la relación que se establece entre Hijos-Padres-Abuelos, que ha sido el principal sostén humano de este país en los últimos 400 años, acelera su rompimiento interno al atravesarse los medios electrónicos de comunicación como nueva variable mental y afectiva que interfiere con las relaciones humanas que se establecieron libremente entre Abuelos-Padres-Hijos. Así, en menos de una generación se siembran masivamente en nuestras conciencias las raíces de lo transnacional norteamericano, al grado de que hoy podemos decir al estilo de Carlos Monsivais que en el



territorio mexicano y nació la primera generación de norteamericanos, esto es, en nuestro interior hoy ya hondean gran parte de las estrellas y barras de la bandera norteamericana, pues se ha perdido fuertemente la memoria con nuestro proceso histórico y rápidamente, en menos de cuatro décadas se ha empezado a adquirir la memoria de lo multinacional.

Por ello, aunque el Estado Nacional cada día se esfuerza por ser más Estado en el terreno de las relaciones económicas, internacionales, políticas, ecológicas, laborales, productivas, etc., en realidad, en última instancia, cada vez más, es menos Estado, porque ha perdido la capacidad de conducción moral de nuestra sociedad. En este sentido, en términos culturales el sector privado del país controlador de los medios de comunicación, cada día es más el verdadero Estado mexicano y el Estado formal, cada vez, es menos rector nacional. Es decir, en las últimas décadas las corporaciones privadas de medios de comunicación han sido las verdaderas Secretarías de Estados que han producido el principal intelecto y la emoción colectiva que ha cohesionado al país y no el aparato cultural del gobierno.

Ante esta realidad comunicativa observamos cotidianamente la presencia de un Estado mexicano crecientemente más débil, porque es profundamente apolítico, pues va en contra de la propia raíz de la política que es interesarse por la "polis", es decir, por la ciudad, esto es, por lo colectivo, en una idea, por el hombre.

Por eso, para corregir la dirección del espíritu nacional hoy es estratégicamente fundamental incluir el papel que ocupan los medios de comunicación electrónicas y particularmente de la televisión dentro del examen, diseño y realización de las políticas culturales, pues es desde estos desde donde se está construyendo cotidianamente con mayor fuerza el proyecto mental de la República. Dada la pérdida de la rectoría cultural de la sociedad mexicana por parte del gobierno, actualmente, es RAZON DE ESTADO el que este planifique los medios de comunicación para el desarrollo del país. Hay que considerar que debido a la aceleradísima crisis global que vivimos de nada servirá intentar corregir los pies económicos, los brazos tecnológicos, las manos laborales, el estómago agropecuario, los pulmones ecológicos del país, etc., si no modificamos el alma que le da vida a nuestra sociedad, pues el cuerpo, tarde o temprano, se volverá desmoronar y, cada vez más, con mayor profundidad.

## **BALANCE DE NUESTROS OJOS SOCIALES**

A partir del surgimiento de la T.V. en México en la década de los años cincuentas, ésta adopta el modelo comercial de desarrollo de la televisión norteamericana y enmarca mayoritariamente su funcionamiento bajo el régimen de concesión privada que conserva hasta nuestros días. 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, o que los directores de ésta modifiquen su mentalidad y sensibilidad y acepten que el único sentido final que tiene el poseer el grandísimo poder global que les otorga el controlar la televisión, es para propiciar el crecimiento de los seres humanos y no su hundimiento.

Contraria, y paralelamente a esta realidad, aparece de manera muy tardía a finales de la década de los años sesentas 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, 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, etc. 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, que la televisión privada.

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 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 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 a través de sus políticas culturales, por atenuar la crisis de la población mexicana en los 6 años de gobierno del presidente Miguel de la Madrid?

A riesgo de ser injustos podemos decir, en términos generales, que en comparación con la gestión televisiva del régimen del presidente López Portillo, en esta administración gubernamental la T.V. de estado ha alcanzado avances importantes. Dichos progresos se han dado en el terreno administrativo, financiero, cultural, legal, participativo, tecnológico, y otros más (2).

2. Para ampliar más este programa consultar nuestro trabajo **Hacia la Primavera del Espíritu Nacional. Propuesta Cultural para una nueva Televisión Mexicana**, Programa Cultural de las Fronteras - Fundación Manuel Buendía A.C., México D.F., enero de 1989.



Sin embargo, no obstante los éxitos conquistados en diversos campos, también 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 socio-económica, 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 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 los 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. La evidencia de los antagonismos entre cultura televisiva y realidad nacional son tan abundantes que atraviesan el terreno ecológico, la dimensión rural, el campo de la salud, el área de la sociedad civil, las relaciones internacionales, el panorama económico, el horizonte educativo, el rubro de la alimentación, la situación de la niñez, el renglón del alcoholismo, la infraestructura de la identidad nacional, la desertificación del país, la carestía ascendente, la cuesta de enero, el desempleo y muchos otros más (3).

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?

### **¿DESDE DONDE CONSTRUIR EL NUEVO OXIGENO CULTURAL?**

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 enmar-

3. Para profundizar sobre este punto consultar **Hacia la Primavera del Espíritu Nacional...**, obra cit.



cados por múltiples problemáticas educativas, laborales, económicas, habitacionales, étnicas, nutricionales, lingüísticas, políticas, etc., que deben resolver para sobrevivir. 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 pueden 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.

Esto implica que las televisoras de estado como mediadoras culturales entre el gobierno y la sociedad, a través de la elaboración y difusión de diversas subjetividades y sensibilidades sobre nuestros obstáculos de desarrollo, deben gestar un ágil y permanente proceso de transformación de las estructuras mentales de la población frente a los grandes problemas nacionales y regionales que les impiden crecer. Ello exige, que las televisoras públicas, en conjunto con otros aparatos culturales, a través de su programación, formen una neocorteza cerebral de conocimientos y sentimientos en el país que nos permita armonizar coherentemente nuestras acciones colectivas como sociedad, con las urgentes necesidades nacionales de crecimiento que hay que solucionar para prosperar. Creemos que hoy día, **el mayor problema del país no es el pago de la deuda externa, ni el alto desempleo, ni la aguda inflación, ni la avanzada contaminación, ni la agobiante carestía, ni la ausencia de vivienda, sino nuestra transformación mental y emotiva como sociedad frente a nuestros conflictos de crecimiento para 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 alejando 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. La T.V. de estado tiene que convertirse en un instrumento que active el desarrollo de la sociedad y no que lo retarde: la T.V. pública nos puede hacer dar pasos de avance infinitos en la ampliación de nuestra conciencia a ritmos más acelerados que los que se han logrado en décadas anteriores, para llegar a ser una sociedad superior y no una simple masa inferior de habitantes.

Por lo anterior, creemos que una televisión pública que no fomente en la población un permanente proceso emotivo y racional que nos conduzca al análisis y a la autocrítica para regresar a nosotros mismos como personas, como familia, como barrio, como delegación, como municipio, como estado, como región, como cultura, como nación y como humanidad, es una televisión que no generará un avance en sus auditorios, pues proporcionará que nuestra conciencia y efectividad se continúe evadiendo la realidad concreta sin enfrentar los obstáculos que debemos asimilar para superarlos y crecer. Esto fomentará que la gigantesca energía colectiva del país se continúe dispensando a través de los ciclos ideológicos del desperdicio mental que erosionan salvajemente la formación de nuestra identidad nacional, y por consiguiente, prosiga el derroche de este monumental recurso psíquico de nuestra sociedad para construir una nueva fase de la nación: nuestra energía mental. ¿De qué nos sirven los desarrolladísimos ojos de la televisión, si a través de éstos no podemos mirar a México, ni tampoco nuestra conciencia colectiva?

Hay que considerar que los problemas de nuestra sociedad únicamente podrán ser resueltos en la medida en que colectivamente adquiramos conciencia racional y emotiva de su existencia y no en el porcentaje que lo 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.

Pensamos que para desentrañar la relación entre el funcionamiento de las televisoras públicas y la satisfacción de los más relevantes problemas nacionales, y a su vez, para construir este proceso afectivo y racional en el interior de la República, debemos partir de la respuesta de algunas de las siguientes preguntas: ¿Hoy día, qué información es la que deben generar las estaciones 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 valores hay que interiorizar 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 tipo de realidades hay que difundir cuando el modelo de desarrollo que ha sostenido a la sociedad mexicana en los últimos 60 años ya se ha agotado y la era del petróleo ya vislumbra su fin? ¿Cómo construir, a través de la televisión, un Estado Nación más sólido que se pueda enfrentar al nuevo proyecto transnacional del capital financiero que presiona por debilitar a nuestro gobierno? ¿Qué clase de información hay que distribuir a las inteligencias del país para despertolizar la economía mexicana y vivir lo más justamente esta etapa de transición energética y social por la que atravesamos?

¿Cómo convocar a través de la televisión a los principales sectores del país alrededor de un sólo proyecto de crecimiento que le dé una nueva fuerza histórica del Estado Mexicano? ¿Qué políticas culturales debe promover la televisión cuando observamos que la tasa anual de inflación está desmoronando las tradicionales instituciones sociales de nuestra comunidad? ¿Qué informaciones hay que producir y cómo hay que distribuirlas en el país para que impacten favorablemente como efecto multiplicador en los centros neurálgicos que generan el desarrollo nacional? ¿Cómo los espacios televisivos nos pueden ayudar a disminuir la creciente tensión provocada por la insatisfacción de los mínimos humanos de bienestar social? ¿Qué clase de programación hay que ofrecer a nuestra sociedad vía televisión cuando sabemos que después de 480 años de fundado el país, apenas en 1987 hemos alcanzado como promedio básico de conocimientos el 6º año de primaria mental? ¿Qué tipo de insertos publicitarios deben existir en nuestro país, cuando sabemos que para 84 millones de habitantes que viven en la República Mexicana, sólo existen 1.800 bibliotecas públicas? ¿Qué tipo de cultura nacional debe formar la televisión cuando sabemos que es urgentísimo aumentar en 7 millones de hectáreas las fronteras agrícolas del país para resolver las necesidades de alimentación de la población nacional en los próximos siete años de vida? (134). ¿Qué clase de cultura hay que impulsar a través de la televisión cuando en una década, desde 1977 a 1987, la participación del trabajo en la formación del Producto Interno Bruto se ha reducido un 63.5%, lo que significa que, el trabajador de salario mínimo, por lo menos ha laborado gratis durante 5 años y medio?

¿Qué carácter deben tener las telenovelas cuando nuestra sociedad termina este sexenio de gobierno con más de 17 millones de desempleados y de ahora hasta el año 2000 se tendrán que crear, por lo menos, 1 millón de empleos anuales para satisfacer la demanda básica de la población? ¿Qué clase de spots promocionales se deben difundir de hoy en adelante por las televisoras de estado, para gobernar civilizadamente al Distrito Federal, la ciudad más grande del mundo, que para finales de siglo tendrá 26 millones de habitantes y el Valle de México 35 millones? ¿Ante el umbral del gran cambio tecnológico en el que



estamos qué cargas culturales hay que producir para que avance la reconversión industrial?

¿Qué concepciones debe difundir la televisión 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 112.000 millones de dólares?

Creemos que la vía para lograr ésto, 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 cuestionarnos 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 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", etc., pero no ha emanado del examen profundo sistemático de las necesidades estructurales que enfrenta y requiere satisfacer el proyecto de crecimiento 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, por una parte, 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 concursos, 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 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.

Por otra parte, para abordar el progreso del país desde la televisión hay que generar con anticipación a la presencia de los conflictos, un cotidiano proceso educativo de evolución de las mentalidades y no esperar a que las contradiccio-



nes alcancen dimensiones críticas y desproporcionadas para que sean consideradas por las políticas informativas de las televisoras. Desafortunadamente, ésta ha sido la tónica de funcionamiento generalizado que ha seguido la televisión mexicana: la sensibilidad de la población a través de la programación va enormemente rezagada de las inminentes necesidades de desarrollo que hay que solucionar, y estas se encaran, sólo a posteriori, cuando son realidades que adquieren proporciones alarmantes que ya son muy difíciles de controlar por los órganos de gobierno establecidos.

Por ejemplo, el caos ecológico no se abordó en sus orígenes a través de la televisión, sino hasta que alcanzó la proporción de inversiones térmicas que redujeron la presencia del oxígeno para nuestras vidas. El problema del crecimiento demográfico no se enfrentó en sus principios, sino hasta que la concentración humana en manchas urbanas exigió la urgentísima planificación natal. La descentralización nacional no se planteó en los comienzos de la aglomeración social, sino hasta que la aguda falta de dotación de servicios y empleo en las ciudades exigió volver los ojos al interior del país. El desperdicio del agua no se abordó en su nacimiento, sino hasta que se agotaron los mantos acuíferos que nos dan la vida. La formación de una mínima cultura antisismos para el Valle de México, requerida desde hace décadas por ser muy vulnerable esta región ante los movimientos telúricos, se ha preparado raquíticamente sólo después de los devastadores terremotos del 19 y 20 de septiembre de 1985. La generación de una amplia cultura sexual que incluyese el empleo de preservativos y otros métodos preventivos para evitar el embarazo y el contagio de enfermedades venéreas, requerida urgentemente desde principios de siglo, no se impulsó televisivamente a partir del surgimiento de este moderno medio de comunicación en los años cincuentas, sino hasta 1988 cuando apareció masivamente la moderna peste negra del siglo XX: el SIDA. El llamado a la solidaridad económica no se convocó ante los permanentes abusos de la clase gobernante, sino cuando la inflación llegó al 160% anual de deterioro del poder adquisitivo.

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 para resolver sus contradicciones materiales que desvían y atomizan las conciencias, evitando 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?

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 del 7.7% anual 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 71 años, es decir, desde la época post-revolucionaria de 1920 a la fecha sólo ha crecido un 25%, con un tendido de 5000 kilómetros de vías férreas (134).

Esta expansión vertiginosa de las telecomunicaciones ha generado en 60 años en el terreno material, una gigantesca 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 televisión 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 con patronatos locales; cuatro canales de cobertura nacional (2, 44, 7 y 13); 72 sistemas de televisión por cable; más de 16.000 videoclubs; 40 empresas dedicadas a la producción del video; y más de 3.500 salas cinematográficas con la presentación de aproximadamente 1.500 funciones diarias en el país".

En el campo de la formación de recursos humanos en comunicación, contamos con más de 60 escuelas de información; 165.000 docentes especializadas en esta área; 30.000 alumnos; y más de 100.000 profesionales formados de esta rama en toda la República.

Es por ello, que si a principios de siglo por la incipiente expansión de las comunicaciones masivas no podíamos adquirir rápidos y nuevos estados de conciencia colectivos que nos permitieran evolucionar aceleradamente por los rumbos que exigía el cambio global de la sociedad prerevolucionaria. Fueron los procesos de comunicación lentos y aislados los que, poco a poco, en la medida en que entraron en contacto unos con otros y se fecundaron entre sí, los que gestaron la visión de un cambio profundo de la sociedad mexicana que dio origen a la Revolución de 1910.

Sin embargo, al contrario, ahora en 1988 contamos con un avanzadísimo sistema de telecomunicaciones electrónicas que pueden provocar una sistemática sensibilización a domicilio de las conciencias para crear las mutaciones necesarias que requiere producir el urgente proyecto de sobrevivencia de la sociedad mexicana.

Por lo mismo, 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 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 cuadros humanos, creativo, 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 ésto, nos preguntamos ¿qué sentido puede tener su presencia en el país? Si la televisión sólo colabora en entretener, divertir, informar pero no contribuye a la transformación humana a la población, ¿Qué la pueda 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 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 hacerlos progresar y no desmovilizar y dispersar a la sociedad a través de la permanente diversión espectacular y el entretenimiento fugaz.

Por lo mismo, estimamos que de seguir utilizando mayoritariamente la T.V. para el esparcimiento es casi como aceptar que las principales carreteras del país, que también son vías de comunicación estatégicas, sólo se aprovechen para transitar a los centros vacacionales, de descanso, los cabarets, los clubs de golfs, las canchas de tenis, etc., y que por lo tanto, los transportes de carga, los automotores de trabajadores, los vehículos oficiales, los automóviles de negocios, los camiones de la industria de la construcción, etc., no deban circular por las mismas.

Tenemos que entender que, el monumental esfuerzo material que ha hecho la sociedad mexicana durante más de 50 años para desarrollar el sistema nervioso televisivo del país, no ha sido para destinar este estratégico recurso cultural para la promoción publicitaria o el esparcimiento nocturno, sino para enfocar estas herramientas para la educación y transformación mental del país frente a sus grandes conflictos de crecimiento, uno de los cuales, en un porcentaje mínimo, es el entrenamiento.



Por lo anterior, consideramos que con la misma cantidad de técnicas, los mismos estudios, la misma iluminación, los mismos desayunos, el mismo presupuesto, los mismos memorandums, la misma saliva, las mismas calorías, etc., que se dedican, hoy día, para producir la actual televisión mayoritariamente parasitaria, se puede generar una nueva programación que propicie el desarrollo del país: la información de contenido social genera la superación de nuestra sociedad y la comunicación de fuga de la realidad produce el retraso de nuestra nación. En el presente, lo que le falta al Estado mexicano para lograr a través de la televisión este avance mental de la sociedad frente a su crisis de desarrollo son dos cuestiones: por una parte, la elaboración de una nueva concepción de una función orgánica que deben ejercer los aparatos audiovisuales frente a las exigencias del crecimiento social. Y por otra, la presencia de una nueva voluntad política para lograrlo.

En la actualidad, pensamos que en el terreno informativo hemos avanzado mucho en la innovación de nuevas tecnologías de comunicación; en la forma especializada de como transmitir los datos; en la manera de cómo abordar casi exhaustivamente la vista y el oído a través de imágenes y sonidos; en la capacitación de cuadros altamente profesionales, etc.; pero el gran problema es que todavía no sabemos como utilizar los canales de difusión para contribuir a resolver los grandes conflictos que encaramos en cada fase de nuestra evolución histórica. Por ello, creemos que el proyecto de modernización de la televisión de Estado, enormemente solicitado por los sectores mayoritarios y representativos de la sociedad mexicana, no provendrá de la adquisición de nuevas computadoras visuales para descomponer el color, de la incorporación del sonido estereofónico a la señal auditiva, del aumento de la cobertura televisiva, del enlace instantáneo de la señal a todos los rincones de los municipios, de la introducción de nuevos lenguajes visuales en la pantalla, de la modificación del logotipo de la imagen, etc.; sino en la medida en que la televisión de Estado aborde el cambio de nuestras culturas cotidianas frente a los grandes problemas del país.

Por lo mismo, insistimos que considerando que la televisión es la principal red educativa que existe en nuestra sociedad, la pregunta central sobre ésta no es como renovarla a través de la incorporación de más nuevas tecnologías, sino el indagar cómo aprovecharla para la transformación mental de nuestra sociedad ante sus principales obstáculos que le impiden crecer. La modernización del país no se logrará si no se construye a través de la televisión una nueva cultura ante nuestros dilemas de crecimiento.

Si los medios de comunicación no optan por la superación de los conflictos del país, nos cuestionamos ¿por qué la sociedad mexicana debemos seguir pagando el funcionamiento parasitario de éste? Nosotros como sociedad civil necesitamos despertar de la obscuridad mental en la que hemos permanecido muchas décadas y que nos ha impedido tomar conciencia que bajo cualquiera de las dos formas de financiamiento tradicionales de los medios, el mercantil o el



subsidio público, finalmente, su funcionamiento 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.

## ¿QUE HACER CULTURALMENTE ANTES DEL PRINCIPIO DE UN NUEVO MILENIO?

Por todo el panorama anterior, consideramos necesario remarcar que ante el proceso de desmembramiento agudo que vive nuestro país, la televisión no puede seguir funcionando con los esquemas 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.

Por ello, la necesidad de que la televisión de Estado dé respuestas ante los grandes conflictos del país es inaplazable: cada vez el Estado Mexicano se debilita más y estamos más cerca del desborde social.

Sabemos que lograr la transformación mental del país frente a nuestros grandes conflictos de desarrollo a través de las televisoras de estado es una empresa desafiante, sabemos que existen grandes inercias culturales que se oponen a la evolución de nuestra conciencia colectiva, entendemos que abundan múltiples intereses políticos que obstruyen esta misión, comprendemos que nuestro sistema económico nos impone límites mentales, etc., pero también advertimos, que por poco que se pueda avanzar en esta línea es preferible trabajar sobre este horizonte, que el seguir permitiendo que la televisión frustre nuestra evolución humana a través del despilfarro de nuestra energía por las permanentes trampas de valores que producen los ciclos ideológicos del desperficio cultural. La sociedad mexicana esta plena de tremenda energía acumulada pero fragmentada, que lo que quiere es que sea canalizada a través de proyectos culturales para devolverla a la sociedad y dar nuevos pasos históricos que nos superen como nación.

La evidencia empírica de la devastación parece señalar que más que avanzar en la base del desarrollo, que es la promoción del ser humano, hemos retrocedido en éste, privilegiado la expansión material y tecnológica. Por ello, pensamos que el colaborador desde la T.V. pública a descontaminar la atmósfera, a descentralizar la población nacional, a regenerar el ciclo ecológico, a



racionalizar el uso de los recursos no renovables, a incrementar la producción, a elevar los mínimos de bienestar social, a generar empleos para la juventud, etc., en una línea, a desarrollar la sociedad, no es romanticismo, sino exigencia elementales para nuestra sobrevivencia humana. Si no actuamos ahora a través de la televisión transformando nuestras mentalidades para estar más concientes de nuestros problemas nacionales y de nuestras alternativas de solución como país, para el año 2000 heredamos una sociedad enormemente más inhumana e inhabitable que la que ahora en enfrentamos. Hoy la televisión pública tiene que dar salidas a la nación.

Sin embargo, frente a esta panorámica, paradójicamente, hasta el momento, encontramos que en nuestra República el gobierno ha tenido suficiente voluntad política para realizar la reforma económica, la reforma moral, la reforma educativa, la reforma jurídica, pero por razones inexplicables no ha mostrado decisión política para ejecutar, la que a nuestro juicio es la modificación más importante de todas ellas: la reforma mental del país a través de la transformación del funcionamiento de los medios electrónicos de comunicación nacionales. Esto es, no obstante que durante la década de los sesenta nuestra sociedad demandó la instauración de políticas de comunicación en el país, que durante el lustro de los setentas los principales grupos sociales de la República pidieron reiteradamente durante más de 10 años el establecimiento del Derecho a la Información, que en 1983 la "Consulta Popular sobre Medios de Comunicación" exigió por parte de más de 3.000 sectores la reforma profunda de la televisión, que a lo largo de este sexenio numerosas organizaciones políticas académicas y civiles han solicitado subrayadamente la descentralización de estos, etc.; en esta gestión política el Estado Mexicano se ha interesado por enfrentar, en mayor o menor medida, el problema de la inflación, el conflicto del adelgazamiento del aparato gubernamental, el lastre del pago de intereses por los préstamos extranjeros, el obstáculo de la concentración industrial, el saneamiento de las empresas públicas, la ampliación de la salud, el fortalecimiento de nuestra política exterior, la modernización del abasto, la planeación urbana, etc., y no ha corregido sustantivamente las grandes desviaciones culturales que se han producido por la actual operación de los canales modernos de información, especialmente de la televisión.

Teniendo infraestructura comunicativa de sobra para lograr un avance notable en el cambio de nuestra mentalidad colectiva, una vez más el cerebro de nuestra sociedad se mantiene aletargado y su crecimiento evoluciona a un ritmo más lento que el que exigen las necesidades de desenvolvimiento de la población mexicana.

Ello significa, que el problema de la transformación comunicativa del país es una realidad más álgida que la del pago de nuestra monumental deuda externa, por lo que se produce a través de la modificación de ésta, en última instancia es la liberación de la conciencia de los seres humanos que mueve los órdenes establecidos por el poder. Una vez más, se confirma que la clase



## PUNTOS DE VISTA

gobernante tiene mucho miedo al despertar en la conciencia de los grupos sociales. Es una idea, le tiene pánico a la libertad de los nombres.

Por ello, pensamos que el gran problema de nuestra sociedad en estos momentos no es el desgaste de nuestro proyecto de crecimiento hacia dentro, o el abandono del sector agrario, o el desprecio de la armonía con la naturaleza, o la renegociación de nuestra deuda externa estratosférica, o la cada vez más aguda concentración demográfica en las ciudades, o el desempleo de la juventud, etc., sino el agotamiento de nuestro modelo de imaginación, del cual se ha derivado la gran derrota del país ante lo transnacional y frente al proyecto interno de acumulación.

Es decir, la problemática que hoy vivimos la encaramos porque desde hacía varias décadas empezamos a perder la imaginación de lo que queremos ser como Nación y adoptamos gradualmente sin darnos cuenta otra personalidad que nos ha permitido fluir como país para ser quienes queremos ser. Por ello, no hemos tenido imaginación para reactivar al sector agrario del cual comemos. Tampoco, a 480 años de fundado el nuevo proyecto histórico de la sociedad mexicana después de la conquista española, hemos tenido imaginación para explorar creativamente las dos fronteras gigantescas que tenemos con el universo y que no son la frontera norte con los E.U.A. ni la sur; sino el Océano Pacífico y el Océano Atlántico a través del Golfo de México. Tampoco hemos tenido la imaginación más elemental para conservar la gigantesca cantidad de recursos naturales, ecológicos, zoológicos, etc. que nos otorga el natural proceso de evolución del Sistema Solar, sino que los hemos y los continuamos destruyendo. Por ejemplo, nuestro proceso de avance del "México Moderno" ha destruido más de 7.000 especies de animales; ha erosionado más del 50% del territorio nacional; ha logrado que hoy en el Valle de México y las principales ciudades "avanzadas" del país respiremos un oxígeno más acidificado, pues está compuesto por 70% de nitrógeno y sólo 30% de oxígeno; ha provocado que más de 20 millones de jóvenes no encuentren empleo cuando nuestra República tiene casi 2, millones de Km<sup>2</sup> de extensión; ha ocasionado que anualmente se desvasten más de 400.000 hectáreas de bosques, etc.

En una idea, creo que, en última instancia, en el fondo de nuestra sociedad, hoy no tenemos una crisis política, o económica, o social, o ecológica, o de productividad, o de empleo, etc., pues todas ellas son la sombra de una realidad más profunda, sino en el presente vivimos una intensa crisis de imaginación nacional y de capacidad político-organizativa para implementarla. Realidad sobre la cual los aparatos de información y en particular de la T.V. juegan un papel central para afianzar el desarrollo de una nueva imaginación o para obstaculizar su nacimiento.

Sintetizando, podemos decir que en este sexenio de no diseñarse las políticas de comunicación de las televisoras nacionales desde los principales conflictos que obstaculizan el desarrollo del país, se volverá a vivir la profunda contra-



dicción existente entre la cultura nacional y el proyecto 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 este 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.



# CHASQUI

REVISTA LATINOAMERICANA DE COMUNICACION

- POR UN NUEVO ORDEN INFORMATIVO
- COMUNICACION ALTERNATIVA
- NUEVAS CORRIENTES TEORICAS DE LA COMUNICACION
- TEMAS DESARROLLADOS POR LOS ANALISTAS MAS REPRESENTATIVOS DE LA COMUNICACION DE AMERICA LATINA Y EL MUNDO.
- INNOVACIONES TECNOLOGICAS Y PEDAGOGICAS
- DEMOCRATIZACION DE LOS SISTEMAS DE INFORMACION

Precios de subscripción:  
(Subscription prices)

1 año, 4 números  
(1 year, 4 issues)

Latino América: US \$ 10,00

U.S.A., Europa y Asia: US \$ 20,00

2 años  
(2 years)

Latino América: US \$ 18,00

U.S.A., Europa y Asia: US \$ 35,00

3 años  
(3 years)

Latino América: US \$ 25,00

U.S.A., Europa y Asia: US \$ 50,00

Oferta para Ecuador  
1 año, 4 números  
s/. 400,00

Enviar cheque a: CIESPAL, Apartado 584,  
(Send check to) Quito - Ecuador



Si requiere más información, dirijase a CHASQUI, apartado 584, Quito, Ecuador.



Revista

**SIGNO Y PENSAMIENTO**

**Facultad de Comunicación Social**

Pontificia Universidad Javeriana

Carrera 7a. N° 43-82

7° Piso - Edificio Angel Valtierra

BOGOTA - COLOMBIA