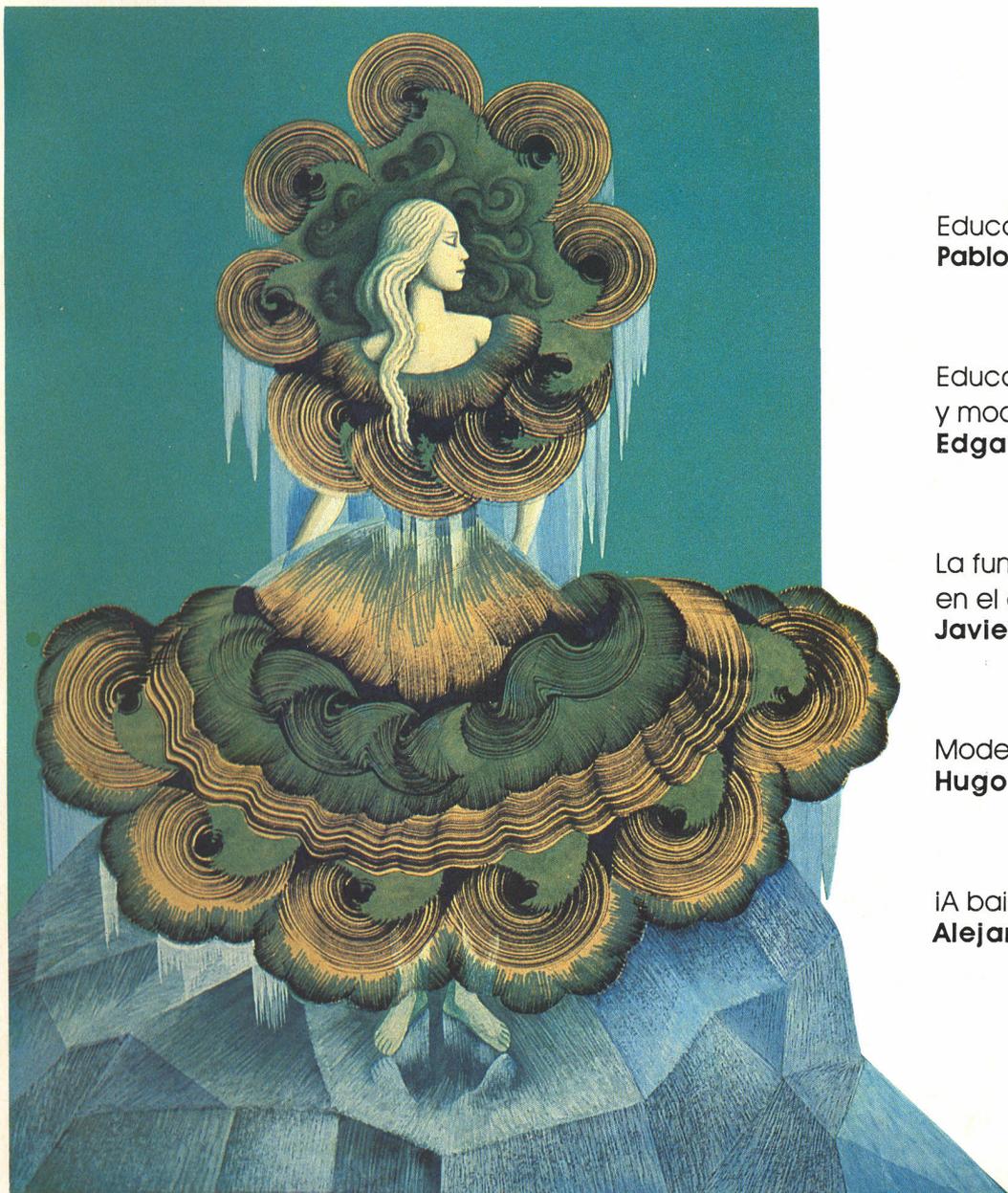


# revista

# COMUNICAR

educación y cultura



Educación para la paz  
**Pablo Latapí**

Educación ambiental  
y modernización  
**Edgar González**

La función cultural de la televisión  
en el desarrollo nacional  
**Javier Esteinou**

Modernidad o pasado infernal:  
**Hugo Argüelles**

¡A bailar folclórico!  
**Alejandro Aura**

Consejo Nacional de Fomento Educativo  
Número 2 abril-junio 1991



7

509997 014517

02

PECE 15.000.00 M.N. ISSN-0188-4808

\$ 15.500.00 M.N.

# DIRECTORIO

## *Presidente*

Gerónimo Martínez García

## *Consejo de asesores:*

Gilberto Guevara Niebla, Gabriel Vera Ferrer, David Martín del Campo, Javier Esteinou Madrid, Marta Turok, Santiago Genovés, Adalberto García Rocha, Alejandro Aura, José Ángel Pescador Osuna.

## *Editora*

Cecilia Córdova Casillas

## *Asesora editorial*

Margarita O'Farill Domínguez

## *Coordinación editorial*

Victoria Díaz Uribe  
Guillermo Rodríguez Sánchez

## *Producción*

Roberto Sayavedra Guillén

## *Formación*

Publicidad Castelo Branco, S.A., de C.V.

## *Publicidad*

Laura Ocaña Menjueiro

## *Colaboradores:*

Pablo Latapí, Jorge Delvalle, Edgar González, Patricia del Castillo, Oscar de la Borbolla, Miguel Ángel Quemain, Juan Carlos Argüelles.

## *Fotografía:*

Braulio Tenorio  
David Gutiérrez  
Archivo CONAFE

## *Distribución y ventas*

Intermex, S. A., y Coordinación de Promoción Editorial del CONAFE  
Leibniz 166, Col. Nueva Anzures  
México, D.F., C.P. 11590  
Tel. 203-2399

Revista CONAFE es una publicación trimestral del Consejo Nacional de Fomento Educativo, editada por la Subdirección de Comunicación Social (Euclides 19, Col. Casa Blanca, México, D.F., C.P. 11590, Tel. 250-8047, Fax: 531-9265 y 250-0474). Certificado de licitud de título número 5220, expedido por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas. Revista CONAFE es nombre registrado ante la Dirección General de Derechos de Autor con el número de reserva 1005-90. Registro como publicación periódica número ISSN-0188-4808. Certificado de licitud de contenido en trámite. Esta publicación se imprimió en Consorcio Industrial Litográfico, S.A., y su tiraje es de 10 000 ejemplares.

Las opiniones expresadas en los artículos firmados son responsabilidad de los autores. Se autoriza la reproducción de los artículos, parcial o totalmente, siempre y cuando se cite la fuente.



## DISCUSION Y ANALISIS

### *Modernidad y educación*

Gerónimo Martínez García

La planeación educativa debe tomar en cuenta las múltiples necesidades presentes y futuras de los diversos sectores productivos y sociales.

\*

### *Educación para la paz en tiempo de guerra*

Pablo Latapí

"Del poder brotan todas las guerras. Es él también el que genera la opresión, el abuso, la injusticia y el desprecio. A pesar de su importancia (...) la educación no suele enseñarnos a manejarlo".

\*

### *Reformas universitarias: políticas y estrategias públicas*

Jorge Delvalle

Tres frases se pueden distinguir en la modernización de nuestras universidades: la autoevaluación, el abordaje de la eficacia y la vinculación universidad-sociedad.

Sin embargo, hay una ausencia de "modelo" que oriente estas transformaciones.



## DESARROLLO EDUCATIVO

### *Educación ambiental en el proyecto de la modernización educativa*

Edgar González Gaudiano

La modernización educativa plantea una preocupación en torno a la preservación de la naturaleza. Sin embargo, el proceso educativo, como reflejo de la sociedad en que está inscrito, mantiene una serie de contradicciones que entorpecen el desarrollo de una cultura ambiental.



## EL QUEHACER DEL CONAFE

### *Servicio Social Comunitario: un beneficio real*

Cada año un número mayor de estudiantes queretanos de nivel medio superior y superior se interesan en apoyar el desarrollo sociocultural de las comunidades de su estado.



## NUEVAS TECNOLOGIAS

*La función cultural de la televisión en el desarrollo nacional*

Javier Esteinou Madrid

La televisión, por su carácter comercial, ha creado una serie de espejismos de la modernidad. Sin embargo, muy poco de su quehacer cultural tiene que ver con nuestra problemática real e inmediata.

\*

*Video y aprendizaje*

Patricia del Castillo

La videocámara es un excelente medio didáctico que permite incrementar la efectividad de la comunicación grupal y tiene una serie de posibilidades aún no experimentadas en su totalidad.



## VISION CONTEMPORANEA

*¡A bailar folclórico!*

Alejandro Aura

La danza regional se encuentra en una crisis de creatividad lo que la ha situado como un espectáculo repetitivo, una curiosidad para turistas o como un pasatiempo mal enseñado.

\*

*De profetas y autores*

David Martín del Campo

Literatura y modernidad: "Una mira hacia atrás, la otra hacia el frente. Una es ejercicio de memoria y nostalgia, la otra es promesa y esperanza."

\*

*Contra la juventud*

Oscar de la Borbolla

El autor de *Las vocales malditas* ironiza en torno al culto por la juventud, el cuidado físico y el correspondiente desprecio que existe por la superación cultural.



## CULTURA

GALERIA CONAFE

Ilustraciones de:  
Andrea Gómez, Arnaldo Coen  
y Leonel Maciel.

NOVUS LIBRI

Una revisión de lo más sobresaliente en el panorama editorial de este segundo trimestre.

PERSONAJES

*Hugo Argüelles: Modernidad o pasado infernal*

Miguel Angel Quemain

El dramaturgo forjador de dramaturgos, Hugo Argüelles, afirma que el teatro debe modernizarse vía la investigación, la superación académica y el contacto con la realidad inmediata.

*Arte en miniatura de Roberto Ruiz*

Marta Turok

El maestro Roberto Ruiz, Premio Nacional de Artes y Tradiciones Populares 1988, nos habla de su obsesión creativa en torno a la muerte.

*Jaime Sabines, un poeta indefinible*

La rudeza y sensibilidad del poeta mexicano en una selección de su vasta obra.

# La función cultural de la televisión en el desarrollo nacional\*

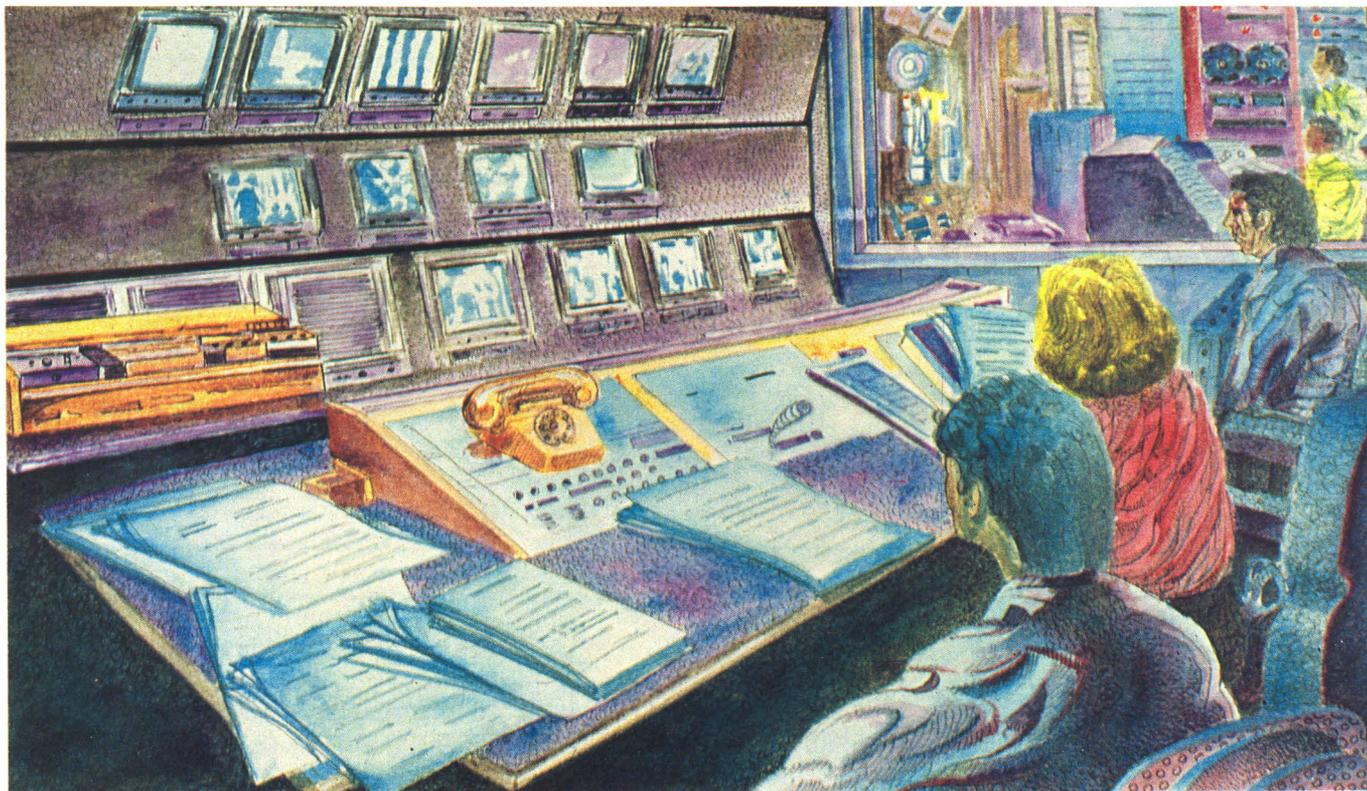
*Javier Estelou Madrid*

Desde su surgimiento en la década de los años cincuenta, la televisión en México adopta el modelo comercial de desarrollo de la televisión norteamericana y enmarca su funcionamiento bajo el régimen de concesión privada que conserva hasta nuestros días. Es dentro de este esquema comercial donde la televisión mexicana se desarrolla y donde alcanza hasta ahora su mayor dinámica de expansión e influencia sobre la cultura nacional. Aun cuando la televisión privada dirige básicamente la formación cultural y el espíritu colectivo de nuestro país, 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— im-

pide alguna acción, a corto plazo, para modificar su efecto desorientador sobre la mentalidad de nuestra nación. Puede suceder lo contrario a menos que cambios drásticos en el terreno político permitan modificar el actual sistema televisivo mexicano o que los directores de éste modifiquen su mentalidad y sensibilidad y acepten que el único sentido final de su grandísimo poder global debe ser propiciar el crecimiento de los seres humanos y no su hundimiento.

Contraria y paralelamente a esta realidad privada, aparece de manera muy tardía, a finales de los años sesenta, la televisión pública en nuestro territorio. Su lenta incorporación al panorama cultural de la nación provoca que ésta emerja y madure con una personalidad poco definida, con menor experiencia audiovisual, reducido apoyo económico, bajo nivel de credibilidad en el audi-

*Ilustración de Salvador Romero*





ideológica de las nuevas hegemonías mediante las redes de televisión y del complejo del video?

Si se considera la irresponsabilidad ante la nula planificación del uso de los medios electrónicos en las últimas tres décadas, la falta de voluntad para formar desde éstos una cultura para el desarrollo, y la tolerancia ante la penetración transnacional en el terreno psíquico; podemos inferir que el Estado mexicano ha perdido un enorme terreno para formar, a través de las industrias electrónicas, un fuerte nacionalismo y una sólida identidad y cohesión nacional que sirvieran como punto de despegue para el proyecto de crecimiento interno.

Es decir, sin conocer y asimilar todavía a fondo las alteraciones culturales que nos produjo la conquista española hace 480 años y las mutaciones mentales que nos ocasionó desde la década de los años cincuenta la presencia de la sociedad de consumo con el proyecto de sustitución de importaciones durante la industrialización nacional; ahora, nuevamente sin estar preparados culturalmente, nos vuelve a sorprender la profunda dinámica de la reestructuración económica, política e ideológica mundial con la "ola modernizante" y nuestra sociedad, una vez más, se incorpora a ese proceso sin la creación de un proyecto cerebral propio. Esto es, sin haber resuelto sus conflictos de país subdesarrollado, la sociedad mexicana de nuevo es arrastrada por la dinámica del capitalismo altamente avanzado para encajarse en los huecos marginales que deja esta profundísima transformación planetaria.

Al vincular esta realidad con los medios de comunicación, encontramos que aunque en términos de hechos (no de discurso) la televisión se encuentra todavía muy desfasada del proyecto modernizador, éste se ha dado ampliamente en el campo económico-normativo, en menor medida en el político-cultural y escasamente en el terreno comunicativo. Sabemos que para que el modelo de desarrollo neoliberal pueda realizarse en México, es indispensable la presencia de nuevas condiciones legales, productivas, tecnológicas, laborales, jurídicas, etc., pero además exige la presencia insustituible de una nueva conciencia masiva neoliberal que respalde y afiance las acciones anteriores. Creemos que, a través de los medios electrónicos, dicha conciencia intentará crear las condiciones subjetivas necesarias para el funcionamiento de nuestra sociedad dentro de las nuevas relaciones competitivas del mercado mundial.

De esta forma, para afianzarse en su fase de industrialización, el capitalismo mexicano

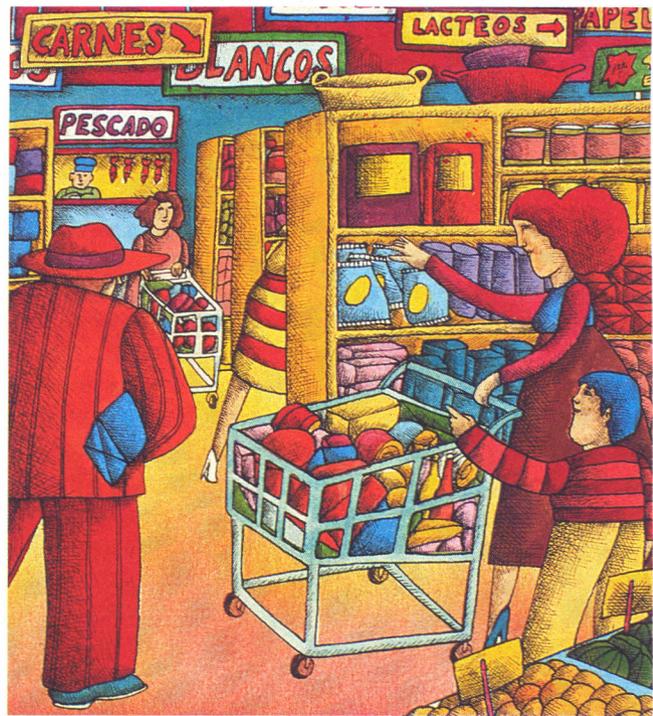


Ilustración de Sergio Arau

creó a mediados del siglo XX un tejido cultural consumista que con el tiempo se convirtió en la religión de las ciudades desde la cual los individuos construimos gran parte de nuestro sentido más profundo para vivir; ahora el capitalismo modernizador de la década de los noventa, para consolidarse en su etapa neoliberal, requiere producir otros rasgos de la identidad nacional a través de una nueva estructura de valores, algunos de cuyos puntales son la "eficiencia", la "tecnificación", la "super competencia", la "privatización", la "obsolescencia", la "desregulación", etcétera.

Es decir, pensamos que estamos por iniciar a través de las industrias culturales, y en particular de la televisión, una nueva fase de inversión de valores nacionales mediante la creación y la circulación de nuevas ideologías para apuntalar la distribución desregulada de mercancías que exige el moderno programa de crecimiento económico; sin embargo, creemos que la moderna subjetividad que producirán los medios electrónicos en el futuro se caracterizará, en parte, por fomentar el individualismo en lugar de las relaciones solidarias; por acentuar la competitividad en lugar del trabajo compartido ("tequio"); el canibalismo salvaje por la fraternidad; la marcada admiración por lo extranjero y no por lo nacional; el interés por la no planificación colectiva sino por la altamente privatizada; la lucha por la libertad y



