

\$ 15.00/ISSN 0188-9362

revista de
ciencias sociales

semillero

d e i d e a s

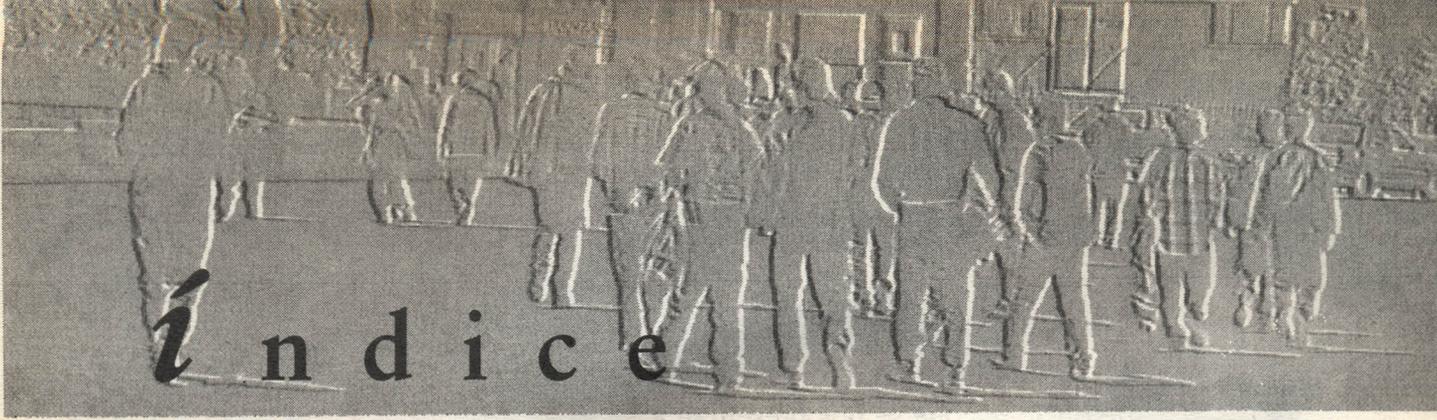
Año 6, núm. 21, enero-marzo, 1998



**IDENTIDAD Y
AUTENTICIDAD**

**LA
TELEVISIÓN
UNIVERSITARIA**

Universidad Autónoma de Baja California



índice



Lic. Luis Javier Garavito Elías
Rector

M.C. Roberto de Jesús Verdugo Díaz
Secretario general

M.C. Juan José Sevilla García
Vicerrector zona costa

C.P. Víctor Manuel Alcántar Enríquez
Director general de Extensión Universitaria

Revista Universitaria

COORDINACIÓN GENERAL
Luz Mercedes López Barrera

EDITOR LITERARIO
Tomás Di Bella

DISEÑO EDITORIAL
José Guadalupe Durán Ascencio

CAPTURA Y FORMACIÓN
Palmira Gaxiola Espinoza

semillero

EDITOR RESPONSABLE
Gabriel Trujillo Muñoz

CONSEJO EDITORIAL

UABC: Eduardo Backhoff Escudero, Instituto de Investigaciones y Desarrollo Educativo-Ensenada; René Palacios Barrios, Comisión de Planeación y Desarrollo Institucional; Marco Antonio Villa y Blanca Bastidas, Facultad de Ciencias Humanas; Marina del Pilar Olmeda García, Dirección General de Asuntos Académicos; René Suástegui León, Escuela de Turismo; Roberto Guerrero Obscura, Escuela de Ciencias Sociales y Políticas.

COMITÉ EDITORIAL

José A. Moreno Mena, Instituto de Investigaciones Sociales;
Rodolfo Gómez Castellanos, Escuela de Ciencias Sociales y Políticas; María Aurora Lacavex Berumen, Facultad de Derecho-Mexicali; Georgina Walther, Jesús Becerra Villegas, Facultad de Ciencias Humanas; Rubén Gaillard Ríos, Escuela de Turismo.

Semillero año 6, número 21, enero-marzo de 1998. Revista trimestral publicada por la Universidad Autónoma de Baja California. Los artículos firmados son responsabilidad de su autor. Se autoriza la reproducción total o parcial de los materiales publicados siempre y cuando se cite la fuente. Certificado de licitud de título núm. 7435. Certificado de licitud de contenido núm. 5349. Reserva de título de derecho de Autor núm. 2845-93. Tiraje: 1500 ejemplares. Distribución: *Distribuidora del Valle*, Madero 723, tel. 54-06-93, en Mexicali, B.C., y San Luis, R.C. Son.; *Distribuidora de Baja California*, calle Segunda 342-A zona centro Ensenada, tel. 8-11-90, en Ensenada y San Quintín, B.C., y La Paz, B.C.S. Impresión: Imparcolor. Mina y Felipe Salido número 25, Hermosillo, Sonora, Tel. 17-10-40. Correspondencia: *Revista Universitaria* Coordinación general UABC-Rectoría. Av. Obregón y Julián Carrillo s/n. Mexicali, B.C., 21100. Tel. (65) 52-90-36 y 54-22-00, exts. 3274 y 3276.

4

El Tlatoani en la posmodernidad (1944-2000)

Jorge Valenzuela Santiago
La crisis política del Estado mexicano es también una crisis ética y de identidad.

11

Jürgen Habermas. El pensamiento social

Rodolfo M. Gómez Castellanos

Los principales puntos estratégicos en el pensamiento del heredero de la tradición sociológica y filosófica de la escuela de Frankfurt.

17

Televisión universitaria dentro del horizonte del servicio público

Javier Esteinou Madrid

¿Es la televisión universitaria una herramienta para cambiar la mentalidad del auditorio de todo un país?



29 **El servicio civil en la normatividad jurídica federal en México**

María Aurora Lacavex Berumen

Una semblanza de cómo el Estado mexicano ha enfrentado una rápida evolución en su estructura jurídica.

41 **Identidad y autenticidad**

León Olivé

Un transparente artículo sobre el papel vital de la comunidad para la vida individual y para la identidad de las personas.

47 **Luis González y González: un historiador en vilo**

Gabriel Trujillo Muñoz

Una ilustradora entrevista con el principal promotor de la historia patria: la historia regional y no oficial de nuestro país.

53 **Respuestas ciudadanas ante las políticas antiinmigrantes de Estados Unidos**

Rosa María Avendaño Millán

José A. Moreno Mena

Las organizaciones no gubernamentales que luchan contra el racismo, los maltratos y la xenofobia, son la respuesta efectiva para estos conflictos sociales.

60 **Homenaje a Rubén Vizcaíno Valencia**

Virgilio Muñoz

Emotivas palabras pronunciadas en el homenaje a Rubén Vizcaíno Valencia, escritor, maestro y promotor de la cultura bajacaliforniana.

Fotografía de portada: Víctor Beltrán

Fotógrafos e ilustradores: Luis Enrique Medina, Aurora Enríquez, José A. Moreno. Ilustraciones tomadas del libro *Walter Anderson's, Illustrations of Epic and Voyage*, Redding S. Sugg, Jr., Southern Illinois University Press, 1980.

Televisión universitaria dentro del horizonte del servicio público

Javier Esteinou Madrid*

Los antecedentes¹

A partir del surgimiento de la televisión en México en la década de los años cincuenta ésta adopta el modelo comercial de desarrollo de la televisión estadounidense y enmarca mayoritariamente su funcionamiento bajo el régimen de concesión privada que conserva hasta nuestros días. Es dentro de este esquema comercial que la televisión mexicana se desarrolla y donde alcanza hasta ahora su mayor dinámica de expansión e influencia sobre la cultura nacional.

Contraria y paralelamente a esta realidad privada, aparece de manera muy tardía, a finales de los años

En la actualidad hemos avanzado mucho en la innovación de nuevas tecnologías de comunicación, en la forma especializada de cómo transmitir los datos, en la capacitación de cuadros altamente profesionales; pero el gran problema es que todavía no sabemos cómo utilizar los canales de difusión para contribuir a resolver los grandes conflictos que encaramos en cada fase de nuestra evolución histórica.

sesenta, la televisión pública en nuestro territorio. Su lenta incorporación al panorama cultural de la nación, provoca que ésta emerja y madure con una personalidad social poco definida, con menor experiencia audiovisual, proyecto cultural confuso, mayores presiones burocráticas, menor cobertura geográfica de influencia, grandes contradicciones en sus líneas de dirección, etcétera.

Complementariamente a las realidades anteriores, aparece la televisión universitaria en la década de los cincuenta para dar, desde las instituciones de educación superior, otra

*Investigador titular del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F.

¹Para la elaboración de este texto he tomado algunas ideas de dos de mis siguientes trabajos: *Hacia la primavera del espíritu nacional. Propuesta cultural para una nueva televisión mexicana*, Fundación Manuel Buendía y Programa Cultural de las Fronteras, México, D.F., 1989; y *La televisión mexicana ante el nuevo modelo de desarrollo neoliberal*, Fundación Manuel Buendía y Programa Cultural de las Fronteras, México, D.F., julio de 1991.

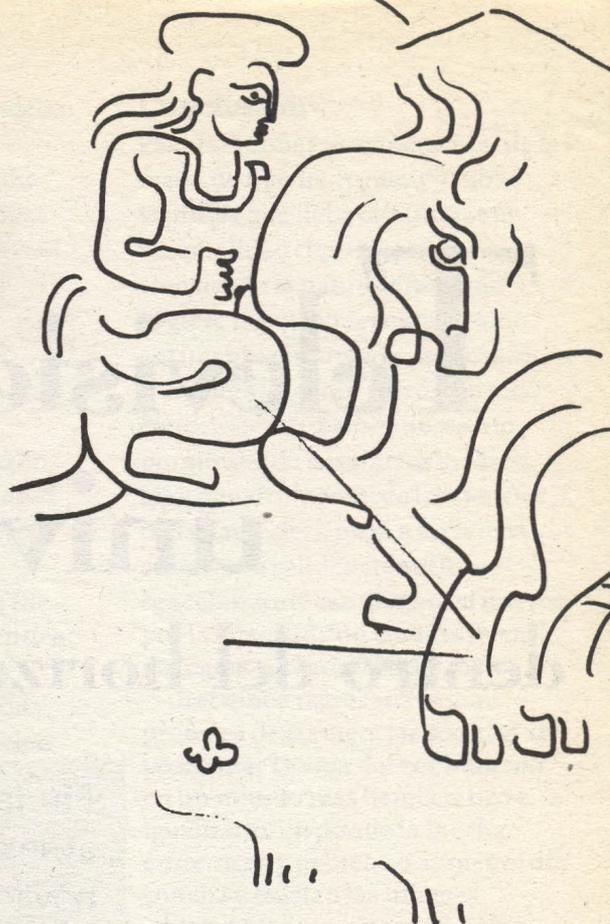
respuesta cultural a la población. Así ésta emerge, como un ensayo audiovisual con pocos recursos económicos, tecnológicos y humanos que pretende ofrecer otras respuestas culturales al auditorio y que rápidamente se desarrolla aportando grandes contribuciones mentales para el crecimiento espiritual de nuestra sociedad.

No obstante estas limitaciones con que nace el modelo público, también podemos decir que en los últimos años esta modalidad conquistó algunos avances en el terreno económico, político, cultural, legal, organizativo, tecnológico, creativo, etcétera. Sin embargo, pese a estos progresos alcanzados, también podemos afirmar que salvo algunas excepciones, la información televisiva que produjo y ha difundido este proyecto de televisión a lo largo de las últimas décadas y que todavía continúa realizando en el presente, 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, pese a la existencia de estas dos importantísimas infraestructuras culturales en el país, la pública y la privada, observamos en términos generales que ambos modelos no han contribuido sustantivamente al desarrollo de la conciencia de la población frente a sus grandes conflictos de crecimiento. Por ello, se puede pensar que la televisión, tanto pública como privada, ha continuado 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, podemos decir que en general, la televisión sigue funcionando como cerebro colectivo divorciado de las necesidades del cuerpo social, porque mientras vivimos cotidianamente una profunda crisis socioeconómica, la televisión nos orienta a pensar, prioritariamente, en el triple eje cultural del consumo, los deportes y las ideologías del espectáculo; y sólo ocasionalmente nos conduce a reflexionar y sentir los problemas centrales de nuestra sociedad. Esto es, la problemática nacional no pasa sustantivamente por la televisión, lo cual ha provocado la existencia de un modelo de funcionamiento esquizofrénico entre lo que difunde e inculca la programación televisiva y las necesidades o realidades que se viven cotidianamente en la sociedad mexicana.

De esta forma, podemos decir que como en un acto de magia que se lleva a cabo ante los ojos de



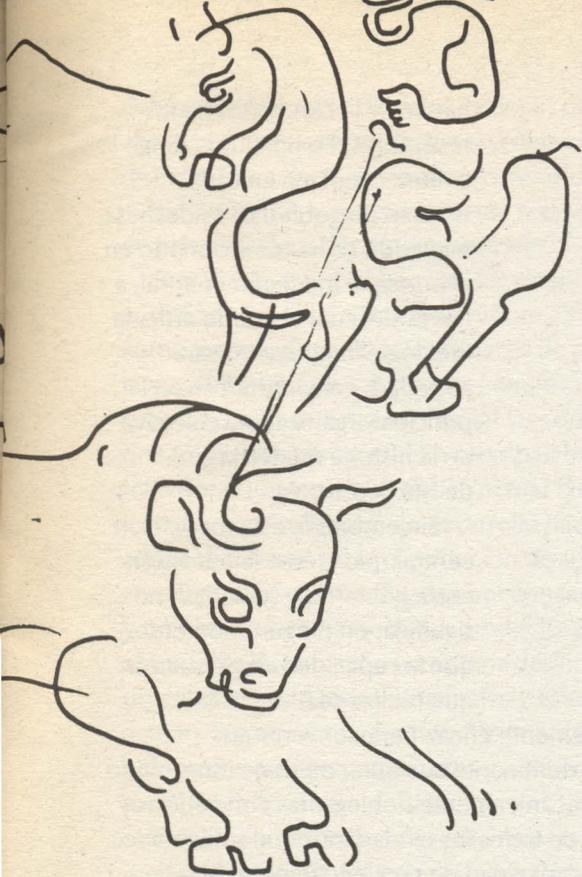
todos y el estupor de unos cuantos, desde hace dos décadas a la fecha, la televisión continúa realizando la hazaña verdaderamente fantástica de ocultarle su país a los mexicanos.²

Es por ello que dentro de un marco de profundo agotamiento de nuestro proyecto de desarrollo interno y de enorme cambio de nuestra sociedad ante la incorporación a los procesos de globalización mundial, debemos preguntarnos ¿Cuál es el sentido que posee la existencia de la televisión de Estado en México? ¿Para qué queremos la televisión pública en nuestra sociedad, cuando el esquema que domina en este nuevo modelo de desarrollo neoliberal es el de la privatización de todos los órdenes? ¿Cuál es el papel que puede ejercer la televisión universitaria en nuestra sociedad?

Televisión universitaria y desarrollo nacional

Para responder a la interrogante sobre cuál debe ser la función social que tiene que desempeñar la televisión universitaria en México, de una manera profunda y no quedar atrapados en la concepción

²Virgilio Caballero; *Cultura y medios de comunicación*, ponencia presentada en el Foro sobre Cultura Contemporánea, documento sin datos, México, D.F., 1989.



hollywodense de ésta, antes tenemos que tener presente la vinculación que existe entre comunicación y desarrollo.

Reflexionando sobre la relación que se da entre comunicación, televisión y desarrollo, podemos decir que el crecimiento entendido como el mejoramiento general de los niveles de vida de la población, a través de la satisfacción de sus necesidades básicas, es producto de un conjunto de factores y procesos sociales complejos, dentro de los cuales, el detonador de todos esos elementos es la adquisición de conciencia sobre las realidades que se tienen que promover. Esto significa que para que se produzca un desarrollo material de la sociedad, antes se requiere generar un previo crecimiento mental de la misma. De lo contrario, no existen condiciones apropiadas para la gestación del desarrollo: el desenvolvimiento de un país, parte de la evolución de su intelecto y no de la multiplicación de simples acciones materiales.

La revolución de una sociedad se da a partir del momento en que los individuos que la conforman modifican su concepción del hombre, del mundo y de la vida y la llevan a la práctica. La evolución de una nación empieza con su cambio cerebral y no con la simple mutación material.

El progreso del pensamiento parte del conocimiento que nuestros sentidos adquieren de la

realidad, y esto depende del grado de información veraz y oportuna que se recibe de ésta. De aquí la importancia vertebral que ocupa actualmente el papel de la producción, difusión, almacenamiento y procesamiento de la información para la superación de los conflictos de nuestra sociedad.

Debemos recordar que la distribución de información y de cargas emotivas de nuestra sociedad es un insumo central que acelera o retarda nuestro crecimiento colectivo: a mayor difusión, organicidad y objetividad en la circulación de la comunicación, mayor crecimiento de nuestra conciencia nacional y, por lo tanto, avance de la república.

No debemos olvidar que la distribución de nueva información en el país, produce nuevas formas de conciencia que, a su vez, genera frescos cambios conductuales que transforman la nación.

Hay que considerar que la televisión es una gran excitadora de nuestro cerebro y emotividad, y por lo tanto, de nuestra conciencia. La difusión sistemática de realidades y afectividades sobre nuestros principales problemas nacionales a través de la televisión pública, puede provocar un avance cualitativo en el proceso de desarrollo de nuestra sociedad.

Sin embargo, es necesario tener presente que no es la simple cantidad de difusión de información la que propicia el desarrollo, como lo han señalado las tesis desarrollistas, sino la calidad y organicidad que guarda ésta con respecto a las prioridades de crecimiento que se requieren resolver.³ Para propiciar el desarrollo hay que crear y transmitir aquella información que permita relacionar nuestra toma de conciencia con aquellos programas de acción concreta que tiene instrumentados el aparato de gobierno y la sociedad civil para crecer. De lo contrario, de muy poco servirá la generación de conciencia social sobre nuestra problemática nacional, a través de la televisión, si ésta no encuentra una canalización específica mediante los proyectos de trabajo de la sociedad y del Estado: la información puede obrar como abono del cambio social, sólo si se coloca en el campo cultural y social propicio para germinar.

Para lograr el desarrollo de nuestro país, más que producir y distribuir gigantescos torrentes

³Para revisar cómo no es la cantidad de información que se arroja a la sociedad, vía las viejas y nuevas tecnologías de comunicación, lo que provoca el desarrollo social, consultar nuestro trabajo *El sistema Morelos de satélites y su impacto en la sociedad mexicana*, V Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, Bogotá, Colombia, 6 al 10 de octubre de 1986, p. 29.

indiscriminados de información masiva sobre nuestros sentidos, que lo que ocasionan es el embrutecimiento y la enajenación de los mismos, se debe *elaborar una jerarquía* de necesidades informativas acordes con las prioridades de crecimiento que encara nuestra sociedad en cada fase de evolución por la que ésta atraviesa. Es dentro de este contexto de transformación que la televisión, como el principal medio de comunicación colectiva de nuestra civilización, ocupa un papel central en el desarrollo de las mentalidades y sensibilidades, y, por lo tanto, en el desarrollo del país: hoy día la televisión se ha convertido en el sistema nervioso fundamental del avance o retroceso de nuestra cotidiana cultura nacional.⁴

Por ello, estamos conscientes que la televisión no produce efectos automáticos sobre el auditorio. Que no es una aguja hipodérmica que inyecta mecánicamente sus contenidos en los cambios de la población. Que existen múltiples formas de interpretar por parte del auditorio los mensajes televisivos que recibe. Que por parte de los emisores no existen efectos acabados sobre los auditorios como hemos creído en años anteriores. Que no es omnipotente para producir procesos mágicos. Que normalmente refuerza tendencias previamente ya existentes en el seno de las comunidades. Que la conciencia humana no solamente se produce por la acción simbólica de la televisión, sino por un conjunto más amplio de relaciones sociales y de redes culturales que impactan sobre la inteligencia y la sensibilidad de los individuos. Que su efectividad de convencimiento no depende totalmente de las imágenes que se transmiten sino de otros procesos sociales complementarios, etcétera.

También sabemos que, a través de las propiedades físicas que ha conquistado y de los hábitos culturales que ha formado, la televisión cuenta con un alto margen de eficacia persuasiva comprobada para crear y cambiar las formas de pensar y actuar en México.

En la actualidad hay que tener en cuenta que en nuestro país, frente a la tradicional acción del sistema escolar y religioso, la televisión se ha convertido en la principal red educativa capaz de cambiar, con mayor rapidez y agilidad, los valores, las actitudes, los

Para lograr el desarrollo de nuestro país, se debe elaborar una jerarquía de necesidades informativas acordes con las prioridades de crecimiento que encara nuestra sociedad

hábitos y la conductas de los receptores. En una idea, dirige la cultura cotidiana en cada sexenio de gobierno. Es decir, la televisión se ha transformado en el principal mediador cultural, a través del cual el Estado articula ideológicamente a nuestra sociedad, convirtiéndose en la principal organizadora colectiva de la historia moderna de México.

Sin embargo, esta mediación central que ejerce la televisión entre gobierno y sociedad, no significa, en ningún momento, que la capacidad de persuasión que realiza sea

omnipotentemente eficaz para convertir en socialmente dominante cualquier mensaje transmitido por ésta y mecánicamente doblegar las conciencias y las acciones de todos los ciudadanos que son tocados por ésta. La capacidad de convencimiento de la televisión tiene límites de competencia muy precisos.

Empero, no obstante la existencia de diversos límites reales en la tarea de mediación social que realiza la televisión entre pueblo y gobierno, su capacidad de persuasión y de movilización de la población en el país, ha sido tan eficiente en diversos momentos, que ha generado fuertes fenómenos sociales de signos contrarios.

¿La televisión universitaria o 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 asimilado por los modelos mexicanos de televisión; nosotros pensamos que la función de la televisión universitaria debe ser el comprender a sus auditorios como complejos sectores humanos enmarcados por múltiples problemáticas educativas, laborales, económicas, habitacionales, étnicas, nutricionales, lingüísticas, políticas, etcétera, que se

⁴Para comprender por qué la televisión se ha convertido en el principal medio de comunicación en la sociedad contemporánea, consultar nuestro trabajo *Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía*, editorial Nueva Imagen-Centro de Estudios Económicos, Políticos y Sociales del Tercer Mundo (CESTEM), México, D.F.

desarrollo de la sociedad y que no lo retarde: la televisión universitaria 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 ello, hay que recapacitar que salvo los problemas que nos impone la dinámica de la naturaleza, como son las inundaciones en el Bajío, los terremotos en el valle de México, las heladas en la frontera norte, las plagas en el golfo, las sequías en las zonas áridas, los huracanes en las costas, etcétera, el resto de los problemas que tenemos en nuestra sociedad, como la creciente pobreza, la fuerte desnutrición, las altas tasas de natalidad, la destrucción de la naturaleza, la arraigada corrupción, la macro concentración urbana, el aniquilamiento de especies animales, el uso irracional de recursos energéticos, el acentuado alcoholismo, el grave desempleo, la seria farmacodependencia, etcétera,



son realidades producidas por la mente del hombre y que pueden modificarse en la medida que se corrijan nuestras estructuras cerebrales y afectivas como sociedad.

Es decir, aunque aparentemente todas estas contradicciones surgen por procesos políticos, por formas de organización social, de tendencias históricas, de modelos de producción, de herencias materiales, de determinaciones económicas, de desequilibrios entre campo y ciudad, en última instancia, todos estos hechos parten de las visiones profundas, que los individuos poseen sobre el hombre, el mundo y la vida.

Frente a este panorama, es necesario subrayar que son situaciones que no nos imponen las fuerzas naturales, sino que las genera el entendimiento deformado de los mexicanos. Por ello, insistimos que en nuestro país podrá existir progreso tecnológico, aumento de riqueza, expansión material, incremento de las comunicaciones, perfeccionamiento científico, reagrupación política, modernización social, etcétera, pero si no hay transformación de nuestras estructuras psíquicas, finalmente, no hay avance de nuestra sociedad. De aquí, la trascendental importancia de educar y modificar nuestras bases de inteligencia para crecer como país.

Para esto, contamos en nuestra sociedad con el aparato educativo tecnológicamente más desarrollado y perfeccionado, hoy día, que es la televisión.

En la construcción de esta alternativa es importante tener presente que la clave para producir este nuevo proyecto de cultura nacional a través de la televisión universitaria, no consiste en sólo generar programas de nacionalidad mexicana y ya no importar contenidos, es decir, mexicanizar la pantalla, pues podemos producir todas las horas visuales que deseemos sin alcanzar avances en la formación de nuestra conciencia nacional. Lo que se requiere para crecer es elaborar una programación audiovisual que colabore a cambiar nuestras conductas colectivas sobre los grandes conflictos de desarrollo que encaramos.

Por lo anterior, creemos que una televisión universitaria 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 propiciará que

nuestra conciencia y afectividad se continúe evadiendo de la realidad concreta sin enfrentar los obstáculos que debemos asimilar para superarlos y crecer. Esto fomentará que la energía colectiva del país se continúe perdiendo 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 la sociedad para construir una nueva fase de la nación: nuestra energía mental.

Ante ello, nos cuestionamos. ¿De qué nos servirán los desarrollados ojos tecnológicos que construirá la televisión universitaria si a través de ésta no podemos mirar a México, ni tampoco nuestro interior? El continuar conservando la opacidad de nuestra conciencia colectiva frente a nuestros fuertes conflictos de crecimiento, prolongará la confusión y el debilitamiento de la marcha de la sociedad, pues evitará la atención de su malestar interno impidiendo su progreso. 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 los olvidemos. Por ello, la televisión universitaria 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.

Ahora bien, siendo que la televisión no puede propiciar de un sólo golpe la evolución de todos los cuadros mentales que existen en el país, sino sólo la



transformación de algunos, esto exige la elaboración de una estrategia cultural muy precisa para determinar cuáles son aquellas áreas mentales vitales, cuyo avance se tiene que fomentar para generar un desenvolvimiento integral de la nación.

Para evitar un derroche de esfuerzos en la producción de esta estrategia, que es una tarea sumamente amplia y compleja de realizar, debemos partir de una economía muy estricta de reflexión y acción.

La guía de este análisis debe estar conducido por la claridad que aporten las siguientes tres preguntas: 1. ¿Cuáles son las necesidades de desarrollo que hoy en día enfrenta la sociedad mexicana?; 2. ¿Cuáles son los actuales procesos sociales a través de los que se está originando el cambio fundamental de nuestro país?; y 3. ¿Cuáles son los mapas mentales que están impidiendo el avance del conjunto de la sociedad mexicana y cuya transformación puede provocar un efecto multiplicador que acelere el progreso de ésta?

Creemos que la conjunción de estas tres vetas del pensamiento y acción confluyen en la ejecución de una sola labor: 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 qué pueden hacer las televisoras universitarias para propiciar la resolución de los principales conflictos estructurales de nuestro desarrollo.

Hasta el momento podemos decir, que en términos generales, la información que ha elaborado y

diseminado la televisión nacional, básicamente ha surgido de los intereses espontáneos, de las presiones burocráticas, de los requerimientos coyunturales, 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 imponen la producción televisiva, un cotidiano proceso educativo de evolución de las mentalidades y no esperar a que las contradicciones 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 sensibilización de la población a través de la programación va enormemente rezagada de las inminentes necesidades de desarrollo que hay que solucionar, y éstas se encaran, sólo posteriormente cuando son realidades que adquieren

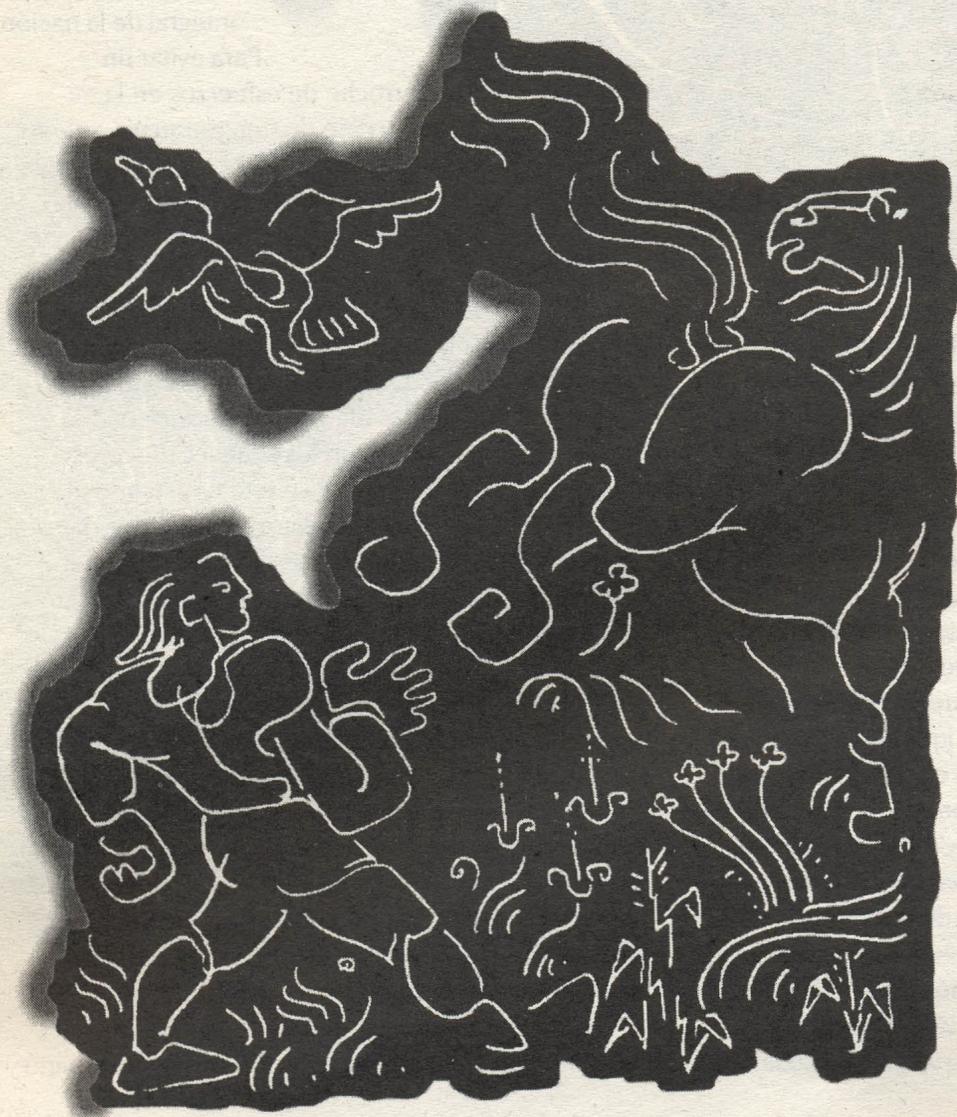
proporciones alarmantes que ya son difíciles de controlar por los órganos de gobierno establecidos.

Por ejemplo, el caos ecológico no se abordó en sus orígenes a través de la televisión, sino que 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 sustenta 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 cincuenta, sino hasta 1988 cuando apareció 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 a 160% anual de deterioro del poder adquisitivo.

De lo contrario, de no efectuarse esta urgente y estratégica racionalización de 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 y desvían y atomizan las conciencias, evitando el avance social de los mismos, con su consecuente retroceso humano. Así, por ejemplo, "la radiodifusión comercial continuará destinando más de sus dos terceras partes de información al entretenimiento, 10% a los programas educativos y orientadores y 5% a tareas publicitarias".⁵

Ante esta realidad, nos preguntamos ¿Qué sentido tiene el que la televisión pública y privada inunde de 110 horas diarias, 770 horas semanales y 3 080 horas mensuales los hogares mexicanos? ¿Qué le deja a la maltrecha sociedad mexicana la importación de miles de contenidos visuales? ¿Qué le deja al país la difusión masiva de tanta información desvinculada de nuestros principales problemas nacionales?

En la actualidad, nuestra república cuenta con la infraestructura de intuiciones "creativas", de oportunidades comerciales, de "compromisos contraídos", etcétera, pero no ha emanado el examen profundo y sistemático de las necesidades estructurales que enfrenta y requiere satisfacer el proyecto de crecimiento de la nación. De aquí, el gran abismo que se ha producido entre la cultura televisiva que han inculcado las instituciones audiovisuales y las deprimidas condiciones de vida que soporta la población mayoritaria de los municipios del país.

Para evitar caer nuevamente en esta gravísima desviación, es imprescindible, por una parte, que las televisoras universitarias 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 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, etcétera.) cuyos contenidos generen una base de sensibilidad y conciencia que permita

**Hay que elaborar a
través de la televisión
universitaria nuevas
políticas de
programación, de
educación formal e
informal de los públicos**

enfrentar las diversas urgencias que encara cada comarca de la república mexicana. Esto significa que hay que elaborar a través de la televisión universitaria 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 universitaria, hay que generar con anticipación a la

presencia, 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 de 7.7% anual, que es una tasa superior a la de la expansión demográfica en este periodo. Incluso ha sido mayor a otras ramas de la comunicación más estratégicas para el desarrollo económico del país, como son los ferrocarriles, que en 77 años, es decir, desde la época postrevolucionaria de 1920 a la fecha, sólo han crecido 25% con un tendido de 5 000 kilómetros de vías férreas.⁶

Esta expansión vertiginosa de las telecomunicaciones ha generado en 60 años, en el terreno material, una gigantesca capacidad instalada de 16 000 kilómetros de microondas con 224 estaciones repetidoras y 110 terminales; dos satélites de difusión doméstica, *Morelos I y II* (está por instalarse el nuevo sistema de satélites llamados *Solidaridad*) con 205 estaciones terrenos 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 o patronatos locales;

⁵Javier Jiménez Espriu; *Panorámica y perspectivas de la radiodifusión en México*, Secretaría de Comunicaciones y Desarrollo Tecnológico (SCT), Primer Encuentro Latinoamericano y del Caribe de Radio y Televisión, México 1986, Guadalajara, Jalisco, 30 de octubre de 1986, pp. 4 y 5.
⁶"De 1910 a la fecha la red de trenes sólo creció 5 mil kilómetros", *Excelsior*, 10 de febrero de 1987.

4 canales de cobertura nacional (2, 5, 7 y 13); 72 sistemas de televisión por cable, más de 16 000 videoclubes, 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.⁷

En el campo de la formación de recursos humanos en comunicación, contamos con más de 60 escuelas de información, 15 000 docentes especializados en esta área, 30 000 alumnos y más de 100 000 profesionales formados de esta rama en toda la república.

Es por ello que 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 prerrevolucionaria. 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.

Ahora, en 1995, contamos con un avanzadísimo sistema de telecomunicaciones electrónicas que pueden provocar una sistemática sensibilización de las conciencias a domicilio, 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 esfuerzo administrativo, político, de innovación tecnológica, de capacitación de cuadros humanos creativos, de organización, de movilización, 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 universitaria no sirve para esto, nos preguntamos ¿qué sentido puede tener su presencia en el país? Si la televisión sólo colabora a entretener, divertir, informar, pero no contribuye a la

transformación humana de la población ¿qué la puede 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 periodo de transformación acelerada por el que atraviesa nuestra sociedad, el único sentido que fundamenta la existencia de la televisión universitaria, es el aprovechar al máximo su gran potencial pedagógico para producir mayores

⁷Los medios de difusión masiva tienen un papel central en la renovación", *Excelsior*, 16 de noviembre de 1986.



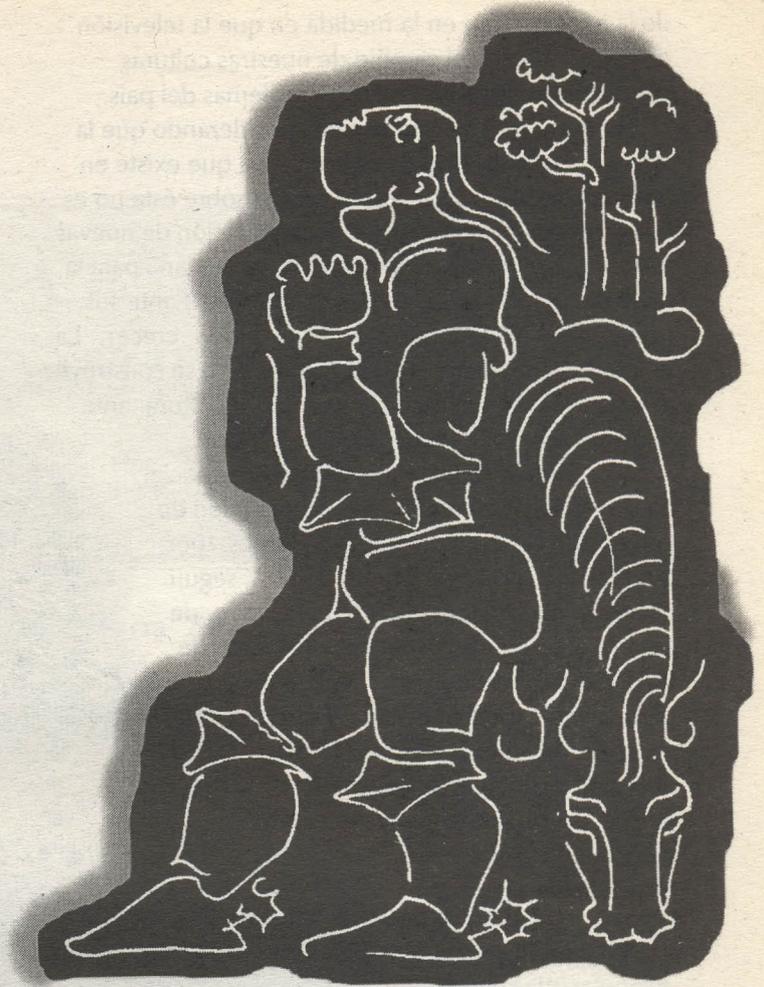
niveles de conciencia colectiva sobre nuestras problemáticas, que nos sirvan para organizar a los municipios y delegaciones del país de forma que permitan recobrar los hilos del proyecto nacional perdidos y aminoren la crisis global que nos desintegra como nación.

Por lo anterior, creemos que la razón de ser de la televisión universitaria es la de colaborar a través de ella para conocer y sentir más nuestro país, para adquirir mayores niveles de claridad que nos permitan hacerlo progresar y no desmovilizar y dispersar a la sociedad a través de la permanente diversión espectacular y el entretenimiento fugaz.

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 simple promoción publicitaria o el esparcimiento nocturno, sino enfocar estas herramientas para la educación y transformación mentales del país frente a sus grandes conflictos de crecimiento, uno de los cuales en un porcentaje mínimo, es el entretenimiento.

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 la 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 cómo 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; pero el gran problema es que todavía no sabemos cómo 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 del 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, 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 cómo renovarla a través de la incorporación de 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 y en especial de la televisión no optan por la superación de los conflictos del país, nos cuestionamos, ¿por qué la sociedad mexicana deberá seguir pagando el funcionamiento parasitario de éstos? La sociedad civil necesita despertar de la oscuridad mental en la que hemos permanecido muchas décadas y que nos ha impedido tomar conciencia de que, bajo cualquiera de las dos formas de financiamiento tradicional 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.

Reflexiones finales

Sintetizando, podemos decir que de no diseñarse las políticas de comunicación de las televisoras universitarias desde los principales conflictos que obstaculizan el desarrollo del país, se volverá a vivir la profunda contradicción existente entre la cultura nacional y el proyecto de desarrollo global que se ha

arrastrado en las últimas décadas. Cada uno se disparará por senderos distintos: la cabeza social avanzará por un lado y el cuerpo por otro, aumentando rápidamente, con ello, la descomposición de nuestra sociedad. No podemos olvidar que la superación de la crisis nacional que nos enmarca, requiere la producción de un nuevo eje cultural, y éste en nuestro país, creemos que en este sexenio podría girar alrededor de la renovación de los medios de comunicación nacionales, especialmente de la televisión.

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 universitaria nos puede ayudar a dar un salto mental cualitativo de 50 años hacia delante, que nos permita madurar como sociedad y nos ahorre los enfrentamientos, los sufrimientos y las luchas que se vislumbran para las próximas décadas de la historia de México.

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 que caracterizan la operación de la televisión en México, esta reflexión supone la realización de una gran empresa; pero también sabemos que es el desafío elemental del rescate y conservación de la vida por la cual tiene sentido luchar apasionadamente. 

