
Hacia una nueva televisión mexicana

La propuesta del autor gira en torno a la necesaria transformación de la función que actualmente cumple la televisión pública en nuestro país. Hasta la fecha, en gran medida la televisión orienta a la población a pensar en torno al triple eje cultural “del consumo, los deportes y la ideología del espectáculo”. En raras ocasiones, se conduce a la población a pensar y reflexionar sobre los grave problemas que enfrenta el país en la actualidad. Esta situación ha provocado la existencia de un “modelo esquizofrénico” entre: los mensajes que la televisión difunde y la realidad que vivimos los mexicanos.

Bajo esta perspectiva, la televisión pública debe convertirse en espacio de reflexión y crítica, el cual —a través de la información proporcionada— favorezca la superación colectiva de tales problemas. Lo anterior debido a que el autor postula que: el cambio de una sociedad se da a partir del momento en el que los miembros que integran dicha sociedad transforman su concepción del hombre, del mundo y de la vida y la llevan a la práctica. Un cambio mental en nuestra población generará un cambio y una evolución en nuestro país. Este cambio mental depende del grado de información veraz y oportuna que se reciba respecto de la realidad y, esto, en gran parte, es tarea de la televisión; considerada ésta como el medio de comunicación que actualmente tiene mayor penetración en nuestro país.

Bajo este contexto, el uso de la televisión pública adquiere particular importancia como parte de un proyecto nacional de desarrollo impulsado y generado por el actual Gobierno.

La propuesta no solamente gira en torno a la difusión de un cúmulo de información determinado, sino a la difusión —a través de la TV— de aquella información que redunde en acciones concretas tendientes a resolver problemas específicos. Para

ello es necesario jerarquizar necesidades informativas de acuerdo a las prioridades de crecimiento que requiere el país.

Para tal efecto, Javier Esteinou propone doce procedimientos para regionalizar orgánicamente la producción y distribución de información, por la televisión del Estado, en función de las demandas de bienestar que exige cada zona territorial. Estos procedimientos son los siguientes:

1. Determinar los mapas de cobertura televisiva que permitan conocer con precisión las zonas geográficas que comprenden las televisoras estatales así como su auditorio.

2. Conocer los hábitos de exposición televisiva del auditorio de cada una de las televisoras estatales, así como el uso grupal y personal que se hace de la información que reciben.

3. Precisar cuál es el modelo audiovisual que más está impactando en el auditorio. Esto es, conocer cuáles son los lenguajes y formatos audiovisuales que tienen mayor penetración sobre la racionalidad y emotividad de los receptores, no importando si provienen de la televisión pública o privada. Estos modelos deberán ser aprovechados, a corto plazo, en la elaboración de nuevos mensajes con el enfoque que se propone.

4. A largo plazo, buscar y experimentar nuevas formas de relación audiovisual, más acordes con las necesidades y las características de la población mexicana. Esto implicará una capacitación de los cuadros técnicos que producen la TV oficial.

5. Con base en los puntos anteriores, construir la nueva propuesta de contenidos mentales de la televisión estatal. Esta propuesta debe surgir también de las necesidades más importantes que tiene la sociedad mexicana, en cada momento histórico y en cada zona geográfica. Estas necesidades deberán ser determinadas en función de una serie de indicadores económicos, sociales y políticos, para definir la jerarquía de urgencias que hay que abordar en los núcleos receptores.

En este rubro, el autor propone 3 criterios para construir las políticas informativas de las televisoras:

a) Distinguir los conflictos estructurales de los meramente coyunturales.

b) Con base en los conflictos estructurales, enfocar a mediano y largo plazo el diseño de sus políticas de contenido informativas. Al respecto se proponen 29 realidades nacionales con las que debe iniciarse esta propuesta (distribución del ingreso, el pago de la deuda, la carestía, etc.). Cada una de estas realidades deberá ser analizada en su perspectiva histórica, sus causas, sus consecuencias, etc.

c) Abordar con mayor rapidez y profundidad aquellos problemas que son solicitados por la sociedad civil.

Lo anterior implica darle un carácter prioritario al trabajo de investigación de las televisoras estatales, el cual permitirá contar con información suficiente sobre el país, sobre el auditorio y, a la vez, permitirá guiar más eficazmente las políticas comunicativas de las emisoras.

6. Construir una estrategia de comunicación para el desarrollo a través del diseño de una programación audiovisual. Esto implica el diseño de un currículum de información televisiva que transmita una nueva racionalidad audiovisual más acorde con la realidad, tendiente no sólo a educar a la población sino a producir un cambio de conducta.

7. Regionalizar el tratamiento informativo del país unificando las problemáticas por regiones. Lo anterior permitirá lograr tratamientos diferenciados que conduzcan

a un nuevo proyecto de programación nacional, cuya información se vincule con los procesos de solución municipal.

8. Preparar los paquetes de información con base en los puntos anteriores. Estos paquetes deberán considerar:

a) La sensibilización de los auditores.

b) La movilización de los auditores hacia las propuestas de soluciones prácticas que cada secretaría de estado o dependencia gubernamental ofrece en torno a determinados problemas.

c) La existencia de una estrecha relación con los diferentes aparatos de Estado que, efectivamente, conduzcan a una solución efectiva. Es decir, que haya respaldo real a las acciones que promueva la televisión oficial.

d) Dado que se estará trabajando con conflictos estructurales, la difusión de los mensajes deberá adelantarse a la presencia de los hechos e intentar su corrección.

e) Transmitir la información deseada con alto grado de frecuencia, sin caer en la saturación.

f) Utilizar los formatos más atractivos para el espectador, de acuerdo a los hábitos detectados en las investigaciones.

9. Seleccionar los horarios más adecuados en tanto que cuenten con mayor concentración de públicos.

10. Implementar mecanismos de evaluación sobre el impacto de los nuevos programas en el auditorio (cambio de actitudes y modificación de conflictos).

11. Adaptar, sistemáticamente, la producción de contenidos culturales a las nuevas circunstancias que arrojen los datos de las investigaciones sobre las necesidades sociales y la población.

12. Las fuentes de financiamiento podrán provenir, por el momento, de los mecanismos tradicionales como son: la aceptación de subsidios estatales, la venta moderada de publicidad, etc. Sin embargo, en un segundo momento, el financiamiento de la televisión pública podrá provenir —a largo plazo— del ahorro económico que se genere ante la solución de determinados conflictos. Finalmente, otra vía de financiamiento, también a largo plazo, podrá ser la venta de series y programas al extranjero.

La propuesta del autor se basa en la necesidad inaplazable de modificar los patrones culturales e informativos que, poco a poco, han ido deformando la mentalidad mexicana. En la actualidad, efectivamente, la difusión masiva de mensajes se hace a través de un esquema esquizofrénico, en donde la realidad que se vive a través de la pantalla casera (por ejemplo) no tiene ninguna relación con la realidad cotidiana de los espectadores. Sin duda, la propuesta del autor es interesante; sin embargo, dada la magnitud del problema que él mismo plantea, requiere de una mayor discusión entre las diferentes instancias que intervienen en el quehacer televisivo estatal.

Esteinou M. Javier, *Hacia la primavera del espíritu nacional. Propuesta cultural para una nueva televisión mexicana*,
Fundación Manuel Buendía, A.C.,
Programa Cultural de las Fronteras, SEP, 1989.

Marcela Acle Tomasini