





pero también exige una herramienta teórica adecuada. Entre otros desarrollos recientes, los modelos de la mediación planteados por Manuel Martín Serrano pueden ser muy útiles para ubicar las implicaciones de nuestra pregunta y trabajar sus respuestas.

En *La Producción de Comunicación Social* hay dos criterios de interpretación fundamentales: el sistema social afecta al sistema de comunicación al nivel de la organización y el funcionamiento de éste último, "estableciendo la manera en la que toda comunicación social se enfrenta con todo posible objeto de referencia"; y el estado de las conciencias de los miembros de la sociedad afecta también al sistema de comunicación "porque la conciencia de cada emisor y de cada receptor asigna todo posible empleo a la información que procesa".<sup>6</sup> Esto implica, en síntesis, que:

"La comunicación social es una actividad institucionalizada de mediación entre el sistema de referencia y el sistema cognitivo; por esta razón se ve envuelta en la dialéctica que opone sujeto a objeto, continuidad a cambio, conocimiento a acción. La naturaleza dialéctica de la práctica comunicativa de masas establece a la vez sus límites y su autonomía: primero, porque es cierto que el cambio del entorno condiciona la transformación de los sistemas comunicativos, pero en función de la necesidad de preservar las representaciones del mundo *compartidas* por la sociedad; segundo, porque es cierto que la modificación de las representaciones colectivas también condiciona la transformación de los sistemas de comunicación, pero en función de la necesidad de ofrecer datos de referencia sobre el acontecer que sean *pertinentes* para manejar el entorno."<sup>7</sup>

De acuerdo con el planteamiento surgido, la segunda perspectiva de las mencionadas por Martín Serrano es la más relevante. De ahí que la identificación de los "datos de referencia sobre el acontecer que sean *pertinen-*

*tes* para manejar el entorno" sea la primera exigencia en búsqueda de respuestas a nuestra pregunta. Y precisamente todo esto viene al caso a propósito del surgimiento, en los últimos años, de sistemas "regionales" o "estatales" de televisión en México.

A pesar de que, al no contar Jalisco con uno de estos sistemas, la información al respecto es poco accesible para nosotros, en casi todos los estados del país se han venido estableciendo recientemente prácticas televisivas del sector público, dependientes de los gobiernos de las entidades federativas. Así, actualmente existen televisoras "regionales" en el Distrito Federal (Canal 22) y en 23 estados del país, constituyendo las excepciones Baja California, Coahuila, Durango, Jalisco, Morelos, Nayarit, Tamaulipas y Zacatecas.

La realización del *Primer Encuentro Nacional de Televisión Regional* en la ciudad de Morelia del 4 al 6 de diciembre de 1985, permitió, entre otras cosas, evidenciar las posibilidades y obstáculos que estos nuevos sistemas presentan para la "cimentación de una auténtica comunicación nacional, constituida por gran variedad de fuentes de mensajes y diversos flujos informativos que sean fiel expresión de la sociedad mexicana", según planteó la convocatoria.

Tomando en cuenta que la organización del evento corrió a cargo de la Secretaría de Gobernación, a través de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), el Instituto Mexicano de la Televisión (IMEVISION) y el Sistema Michoacano de Radio y Televisión, resalta en el mismo documento el punto de partida conceptual:

"La condición estatal de las televisoras regionales las compromete con la construcción de la democracia, la atención de las necesidades sociales y la realización del proyecto histórico del Estado nacional. Sin embargo, el papel que han de jugar estos medios queda aún por definirse a la luz de la experiencia y de las *modalidades que les imponen los conglomerados*

*sociales*, y las condiciones en que se desarrollan las jóvenes televisoras.

El ánimo del Gobierno Federal para renovar la vida regional, así como la disponibilidad de las nuevas tecnologías de información, favorecen en forma inusitada la multiplicación de los sistemas de comunicación regionales. Sin embargo, obstáculos como la grave crisis financiera, la dramática dependencia tecnológica en el campo de las telecomunicaciones y la electrónica, las limitaciones en la formación de recursos humanos, etcétera, hacen imperativo que los comunicadores regionales sumen esfuerzos."<sup>8</sup>

El discurso de la participación social en relación con la democracia y los medios de comunicación es un elemento que ha venido retomando el Estado mexicano de los investigadores críticos, sin que las políticas gubernamentales hayan variado. Tal como la planteaba Zapata en 1971, así lo mencionan los funcionarios actuales: "La única política es la libertad" (con respecto a los medios privados), y "las políticas nacionales están claramente establecidas en las funciones que la Ley Federal de Radio y Televisión impone a los medios"<sup>9</sup>

Sin embargo, la situación de las prácticas es notablemente diferente ahora que hace quince años.

Por una parte, la televisión privada ha extendido enormemente su modelo, gracias al apoyo, o la pasividad tolerante, del Estado ante la concentración y la expansión industrial (integración horizontal y vertical) de Televisa, que se ha convertido al mismo tiempo en una verdadera empresa transnacional y en una parte importante del sistema político mexicano. Por otro lado, el Estado ha ampliado su participación en la operación televisiva, construyendo las redes nacionales ahora bajo el logotipo de IMEVISION, y los sistemas regionales de televisión "pública" en los estados.

El modelo de programación, la forma de "hacer televisión", se ha desarrollado en México, desde el establecimiento del primer canal en 1950,

sobre la base de la explotación comercial del medio según el esquema norteamericano. El financiamiento por la vía publicitaria, que ha contribuido a conformar a la televisión como uno de los instrumentos de la *modernización* del país, ha producido también, necesariamente, su *mercado*; es decir, ha condicionado los hábitos de percepción del siempre creciente público de la televisión de acuerdo a los productos que Televisa ofrece. Manuel Martín Serrano sostiene que, a través de los productos comunicativos, los medios masivos realizan una doble mediación: en el plano cognoscitivo, entre el acontecer social cambiante y la reproducción de las normas sociales, y en el plano estructural, entre la imprevisibilidad del acontecer y la rutina de la producción en los medios. Así, el producto comunicativo se constituye, cognoscitivamente en *mitos*, modelos de representación del mundo, y estructuralmente en *ritos*, modelos de producción de comunicación.<sup>10</sup> Esta doble constricción, impuesta a lo largo del tiempo, implica que no basta con modificar el régimen de propiedad de los medios, la legislación respectiva o los objetivos de la programación, para transformar la relación entre la televisión y su público, su operación socio-cultural.

El problema principal de las televisoras regionales, idéntico al que sufren radiodifusoras y las radiodifusoras *culturales* mexicanas, es el de la conquista de audiencias: en la medida en que los productos comunicativos ofrecidos no correspondan a las *formas* rituales y a los *contenidos* míticos acostumbrados, los televidentes se alejan de las emisiones en las que no encuentran la seguidura de lo familiar y la credibilidad construida durante muchos años por los comerciantes de la comunicación. La contradicción entre los "gustos populares" condicionados por los intereses mercantiles y la búsqueda de los "datos de referencia del acontecer pertinentes para manejar el

entorno" que podría constituir la alternativa democratizadora, se resuelve por la interpretación de éstos últimos *dentro de los marcos* (cognoscitivos, operativos, ideológicos) de los primeros.

Esta dinámica cultural, aunada a la volubilidad de los proyectos gubernamentales en el área de la comunicación y a la incapacidad de plantearlos en términos que trasciendan el oficialismo sexenal y los intereses de fracciones del grupo gobernante, es el contexto en que la televisión estatal ha operado hasta ahora, condicionando su desarrollo a la marginación de la participación social en los sistemas.

De esta manera, las televisoras estatales tienen por delante, además de la superación de problemas financieros, técnicos, políticos, administrativos y tecnológicos, el reto de establecer las alternativas comunicacionales que, mediante mecanismos que superen el ejercicio de "fórmulas convencionales" encuentre el espacio de cobertura de las necesidades del público no copado por la televisión comercial, y puedan avanzar en la "constitución de sujetos sociales" que Raúl Olmedo, uno de los ponentes del Encuentro mencionado, señaló como objetivo de las emisoras estatales.

El discurso oficial del régimen actual ha reiterado la necesidad de "cambios estructurales" en todos los aspectos de la vida nacional, y se pretende apoyar la "democratización integral" a través de la televisión. Las evidencias hasta ahora señalan que al menos en éste último sentido, las posibilidades de una contribución eficiente son muy escasas y que la televisión mexicana seguirá siendo pautada, controlada, y aprovechada económica, política y culturalmente en beneficio de intereses particulares no especialmente nacionalistas. Cabe, sin embargo, esperar que, al menos en ámbitos locales pudieran desarrollarse, en la práctica, experiencias de participación social que ofrezcan nuevas perspectivas reales a la comunicación y su vinculación con

la vida cotidiana de los diversos sectores sociales.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:

- (1) YOUNGBLOOD, GENE; *Expanded Cinema*. E.P. Dutton, New York, 1970. p.41.
- (2) Ibid. p. 41.
- (3) ZAPATA Loredó, Fausto: *Simposio sobre la Revolución en los Medios de Comunicación Media 3 Américas: Focus México*. Transcript. University of Texas at Austin, Abril 17-18, 1971. p.66.
- (4) Ibid. p.67.
- (5) ECO, Umberto: "¿El Público Perjudica a la Televisión?" en: MORGAS, Miguel de (Ed): *Sociología de la Comunicación de Masas*. Gustavo Gili, Barcelona. 1979, p.235.
- (6) MARTÍN Serrano, Manuel: *La Producción de Comunicación Social*. CONEICC, México, 1985. p.50.
- (7) Ibid. p.44.
- (8) I Encuentro Nacional de Televisión Regional. Morelia, Mich. 4-6 de diciembre de 1985. Convocatoria.
- (9) Pablo Marentes, director de IMEVISION, en su participación en el citado Encuentro.
- (10) MARTÍN Serrano. Op. cit. pp. 69-71