

Una característica final de la democracia, señalada por Durkheim, es la constante evolución del Estado. Pero para que evolucione perfeccionándose cada vez más, es indispensable que "no se confunda con la masa: debe tener su función propia y su autonomía".

Esta lección escrita por Durkheim en 1915, durante la primera guerra mundial, como decimos al iniciar este ensayo, con la finalidad de reafirmar la fe en la democracia, tiene un valor actual indudable, diríamos un valor eterno porque sus ideas nos llevan a establecer una comparación objetiva entre los Estados totalitarios y los democráticos. En aquéllos, el Estado es todo, omnipotente y único, se eleva sobre los individuos en una actitud de dominio absoluto. En las democracias, por defectuosas que sean, se advierte una tendencia hacia la participación cada vez más intensa del pueblo en las actividades del poder público. Por medio de la prensa, de la radio, de la televisión, se difunden los acontecimientos nacionales y universales, los proyectos y las medidas que el gobierno adopta para resolver situaciones y problemas interiores de carácter colectivo y por esos mismos medios publicitarios, los diversos sectores sociales dan a conocer sus opiniones y sus críticas ante las decisiones gubernamentales, o presentan sus demandas y hacen valer sus aspiraciones, en un ambiente de libertad que cada día se establece con mayor amplitud y firmeza, a pesar de todas las vicisitudes políticas y de todas las regresiones contingentes, en los países que aún no alcanzan la madurez democrática.

La participación del pueblo en las actividades gubernamentales, hace que el Estado perfeccione cada vez más por medio de la ciencia y de la técnica, sus órganos y sus instrumentos de acción, hace que viva en un progreso constante.

En los países democráticos el Estado se reafirma, así, en el interior y deja de aspirar a extenderse en el exterior, se perfecciona para servir mejor al pueblo y no para subyugar a otros pueblos. Su acción sobre éstos se deja sentir, en la actualidad, en las organizaciones formadas por todos los países del mundo para prevenir la guerra y extender los beneficios de la ciencia y de la técnica hacia los más débiles. En esta comunidad de naciones se advierte, también, un clima de libertad porque las deliberaciones entre ellas se hacen a la luz del día y con la participación de todas, estableciéndose así, una interacción que parece conducir a lo que bien pudiera llamarse la democracia internacional.

LA RADIODIFUSIÓN Y SU ASPECTO EDUCATIVO

Por el LIC. LUIS M. FARÍAS
Universidad Nacional Autónoma de México

1. ENTENDEMOS POR RADIODIFUSIÓN la emisión de sonidos, signos o imágenes por medio de ondas electromagnéticas y que es destinada a ser recibida por el público en general.

2. La radiodifusión comprende estaciones de radio y televisión de los siguientes tipos: comerciales, culturales, oficiales, de experimentación y las escuelas radiofónicas.

3. La radiodifusión tiene una función social que cumplir que abarca tres obligaciones principales, a saber: la informativa, la cultural y la recreativa. En esas tareas deberá contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de las formas de convivencia humana, por lo que en sus transmisiones procurará:

a) Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares:

b) Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud.

c) Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana y,

d) Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales (Art. 5o. de la Ley Federal de Radio y Televisión en vigor).

4. La radiodifusión deberá aprovechar su tremenda fuerza de alcance y penetración en las clases populares del país para:

I. Difundir el pensamiento de la Revolución Mexicana y,

II. Desarrollar una amplia tarea de educación masiva.

Para dar cumplimiento al punto I, las radiodifusoras comerciales, coordinadas por el Consejo Nacional de Radio y Televisión (Ley F. de R. y TV. artículo 91), desarrollarán una campaña permanente y de tenaz publicidad para explicar y llevar a la conciencia nacional los puntos sustanciales de la Revolución.

1. La mexicanización de los recursos naturales no renovables.
2. La distribución de la tierra y la aplicación de las técnicas más adecuadas para mejorar las condiciones de vida del campesino, el mejor aprovechamiento de la producción y la transformación inicial de los productos del agro.
3. Mejoramiento de las condiciones de vida del trabajador de la ciudad y sus derechos y garantías.
4. La política fiscal con un sentido de justicia distributiva, fomento del ahorro productivo con miras a la capitalización nacional y mejor aprovechamiento del ingreso familiar.
5. Nutrición, sanidad e higiene.
6. Educación y cultura.
7. Seguridad social.
8. Valor de la democracia, derechos y obligaciones del ciudadano.

Para poder dar cumplimiento al punto II (educación masiva por radio), que es a nuestro entender el problema de mayor trascendencia, se requiere efectuar varias campañas a fin de cubrir los diversos aspectos que presenta.

Así la radiodifusión en general, hará campañas de:

- a. Carácter social.
- b. Carácter cultural.
- c. Carácter didáctico.

Las dos primeras podrán ser hechas por las radiodifusoras comerciales, las oficiales, culturales y las escuelas radiofónicas. La tercera campaña, o sea la estrictamente didáctica, para su mejor logro y debido manejo deberá ser efectuada, principalmente, a través de las Escuelas Radiofónicas.

Las campañas de carácter social, deberán dirigirse a cubrir necesidades de

la vida familiar como: el ahorro, la nutrición, la limpieza y la higiene, el óptimo aprovechamiento del salario, el cuidado de los niños, etc.

Las culturales, a despertar el interés por las formas superiores del conocimiento y del arte, elevar el gusto estético y enseñar al ciudadano a utilizar mejor su tiempo libre.

Las campañas didácticas deberán enderezar su interés hacia tres puntos fundamentales: castellanizar, alfabetizar y capacitar técnicamente al trabajador.

Esto implica programaciones especiales dirigidas a niños y adultos; a personas que ignoran el español y la lectura; seres que conocen el idioma, pero carecen del arte de leer; y, por fin, a adultos que sabiendo español así como leer y escribir, necesitan una mejor preparación para elevar su ingreso y su capacidad de elemento actuante en la vida nacional.

Para la eficacia de estas últimas tareas se requiere: crear una extensa red de Escuelas Radiofónicas en el país, previo estudio de las zonas de mayor necesidad, según el punto que se quiera atacar, todas en una misma frecuencia. Para ello proponemos:

I. Que se reserve la frecuencia de 530 kilociclos de la banda normal de radiodifusión para tareas educativas ya que así se facilita la fabricación en serie de transmisores y receptores de frecuencia fija: y que se reserve en televisión el canal 11 (que en la capital está otorgado a la Secretaría de Educación y maneja el Politécnico Nacional) en todo el país, para los mismos fines didácticos.

II. Que se prepare, por parte de la Secretaría de Educación Pública el personal especializado necesario así como el material didáctico apropiado.

III. Que se dé un entrenamiento especial de carácter elemental a grupos del Instituto Nacional de la Juventud para la formación de Teleclubes y Radioclubes en las zonas rurales y barriadas de escasos recursos en las ciudades. Estos clubes servirán de centros de reunión para recibir la educación radiada o televisada y que requiere la elaboración de tareas y prácticas bajo la supervisión de un dirigente de actividades.

IV. Que se establezca un centro productor de programas educativos de radio y televisión en donde puedan irse formando la fonoteca y videoteca, necesaria para una campaña de alcance nacional en esta importante materia de la educación masiva, por los potentes medios que la ciencia y técnica modernas ponen al alcance del hombre.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Es la radiodifusión el medio más eficaz de información que se conoce por cuanto ve a su alcance e inmediatez. Por otra parte en una nación como la nuestra de tan elevado índice de analfabetismo, es el único medio de hacer llegar noticias y entretenimiento a buen número de seres. No tiene, como el periódico, el problema de la distribución, ya que su medio de propagación es el espacio abierto. Los radios de baterías permiten que aun en lugares que carecen todavía de energía eléctrica puedan escucharse las transmisiones.

Existen en el país:

384 difusoras comerciales en la banda normal (onda larga).

16 difusoras comerciales de onda corta.

7 difusoras culturales de onda larga.

8 difusoras culturales de onda corta.

2 difusoras culturales de Frecuencia Modulada.

23 televisoras comerciales (incluyendo repetidoras).

1 televisora cultural.

10 difusoras comerciales de Frecuencia Modulada.

9 difusoras repetidoras de estaciones del D. F. en el interior.

En pequeña escala existen Escuelas Radiofónicas sirviendo a comunidades indígenas en Chihuahua, Hidalgo, Oaxaca y Chiapas.

Si bien el desarrollo de la industria de la radiodifusión ha sido impresionante y muy rápido en nuestro país, poco se ha hecho por lograr sus metas sociales más importantes, por cierto ya señaladas con toda atingencia en la Ley Federal de Radio y Televisión publicada en el Diario Oficial de la Federación el 19 de enero de 1960.

No podemos negar que mucho de lo que se transmite por las difusoras es chabacano y pobre en el orden cultural; pero tampoco puede dejar de reconocerse que realizan muchas tareas de interés social. La información, por ejemplo, es importante y ha servido para dar mayor cohesión a los mexicanos que se enteran —al minuto podríamos decir— de lo que ocurre en el país y especialmente reciben información oportuna de las actividades del Ejecutivo Federal. Ha permitido dar a conocer los valores de la música nacional con un alcance antes insospechado (desde luego que no toda la producción musical transmitida es valiosa: pero esto puede corregirse y algo se viene haciendo en este sentido). Muchos son los programas de interés cultural que se transmiten, no sólo por las difusoras dedicadas a esa tarea sino también por las estrictamente comerciales: música sinfónica, ópera, opereta, conferencias,

dramas clásicos, lectura de pasajes famosos de la literatura, etc.; en televisión no son infrecuentes los programas de instituciones culturales, los documentales de viajes, de pinturas, de desarrollo industrial, programas de ballet y de teatro, etc. . . Importante también es la colaboración que la industria del radio ha prestado a muchas campañas de interés general tales como: los censos, empadronamiento, vacunación, prevención de enfermedades, conservación del agua, reforestación, reparación de escuelas, etc.

Con todo, forzoso es reconocer que hay mucho por hacer y que la radiodifusión no se ha utilizado debidamente para la educación del pueblo: Es por ello que hemos creído conveniente señalar como dos tareas importantes inmediatas la de dar a conocer el pensamiento de la revolución y la educación de las masas.

De que el radio y la televisión son medios eficaces para educar, no nos cabe la menor duda. En Italia, Francia, Rusia, Inglaterra, Australia, Nueva Zelandia, Estados Unidos, Canadá, Colombia y el Japón se han hecho experimentos de gran significación. Por algo el legislador instauró las Escuelas Radiofónicas en la Ley que rige la materia.

En la obra *Nuevas Tendencias de la Educación de Adultos* de A. S. M. Hely, publicado por UNESCO, leemos en la página 140: "La Universidad de Toronto y la Canadian Broadcasting Corporation hicieron de consuno un interesante experimento con un grupo de estudiantes universitarios de antropología, para ensayar diversos métodos de enseñanza, y entre ellos la radio y la televisión. Se dividió a los estudiantes en cuatro grupos, según la calidad de su labor académica, situándose cada grupo en un aula separada. El primer grupo escuchó una lección en forma de conferencia, el segundo la oyó por radio, el tercero la vio y escuchó por televisión y el cuarto la estudió en forma impresa. Acto seguido se sometió a los estudiantes a un examen escrito de media hora. . . se trataba de responder a preguntas de elección múltiple y de tratar una de ellas en forma de ensayo. Los que habían visto y oído la conferencia por televisión obtuvieron las mejores notas. Ocho meses después se les sometió de nuevo a examen y aunque las calificaciones merecidas fueron más bajas que las anteriores, del resultado obtenido se desprendía que los estudiantes que habían oído la conferencia por televisión y por radio no sólo habían aprendido más sino que además recordaban mejor que los estudiantes que habían escuchado la lección o la habían estudiado por los procedimientos habituales".

Estimamos que las campañas de divulgación del pensamiento de la Revolución se deben efectuar a través de las estaciones comerciales, pues éstas tienen conquistado su auditorio y pueden lograr el mayor alcance para ese propósito. Desde luego los programas respectivos habrán de elaborarse por ele-

mentos profesionales a fin de no hacerlos aparecer como propaganda descarada, que en lugar de ganar simpatías acumule opositores.

Hemos creído que el tema de la revolución es importante porque estimamos que no hay aún la suficiente conciencia del significado positivo del movimiento revolucionario para el pueblo. Hemos considerado que la Revolución es no un hecho en la historia, sino un continuo quehacer, un estado de espíritu, una aspiración incesante de mejoría de las condiciones de vida del pueblo, una norma de conducta, un inagotable venero de oportunidades para el hombre que trabaja y se esfuerza. Creemos también que los puntos señalados al principio de este trabajo son los de más interés para el pueblo dentro del pensamiento y la acción revolucionaria.

1. La mexicanización de los recursos no renovables por constituir el patrimonio común que debe destinarse a la elevación de los niveles de vida de nuestros nacionales y ser base y fundamento de la industrialización del país. Es, pues, imperativo que el pueblo entienda las razones y las ventajas de tal política y se despierte en la conciencia popular la esperanza de mejores niveles merced a tal conducta gubernamental.

2. La distribución de la tierra, por ser la Reforma Agraria parte esencial de la acción revolucionaria y el mejor camino para una justa distribución de la riqueza patria.

3. El mejoramiento de los trabajadores y sus derechos, como una expresión de la justicia de la Revolución y un método eficaz para lograr el equilibrio entre los factores humanos de la producción, y por ende para la paz social.

4. La política fiscal, para hacer notar la necesidad de las medidas impositivas del Régimen Revolucionario, si hemos de lograr el progreso y el Gobierno ha de atender a los servicios públicos eficazmente.

5. Las medidas de salubridad e higiene por las que la Revolución propugna, por considerar que la mayor riqueza de la nación es el hombre mismo.

6. Educación y Cultura, para destacar el esfuerzo que en ese orden tan importante han venido realizando los Gobiernos emanados de la Revolución, hasta dedicar más de una quinta parte de su presupuesto total para la educación del pueblo, por estimar que el hombre con preparación puede hacer frente a la vida con mejores perspectivas para sí y para su familia.

7. La Seguridad Social por ser esto un aspecto que da confianza al hombre y le permite trabajar mejor en beneficio de la nación.

8. Por la necesidad de que el pueblo conozca el significado de la Demo-

cracia, como la mejor forma de organización política, así como los derechos y las obligaciones que entraña el vivir en un medio social democrático. Hacer resaltar las ventajas de un régimen de derecho.

Creemos sinceramente que, mediante estas campañas, hábilmente dirigidas, habrá mejor ambiente y una mayor comprensión para las tareas y propósitos de los Regímenes Revolucionarios y se podrá contar con una más franca y decidida participación de la iniciativa individual y de los grupos privados.

Abrigamos plena confianza en la eficacia de la radiodifusión para ejecutar esta tarea de interés colectivo.

Por lo que respecta a las campañas de carácter social, pensamos también que la radiodifusión comercial puede prestar una colaboración de relevante importancia. Estimamos que las empresas anunciantes y las agencias de publicidad no negarán su concurso para llevar adelante tales campañas. Los planes deberán encaminarse a combatir problemas nacionales, permanentes o transitorios, cuya resolución dependa fundamentalmente del grado de convencimiento que se logre llevar a las masas. Así: el sentido de responsabilidad del mexicano; el ahorro por sus ventajas para el individuo y como medio de capitalizar al país; la prevención de accidentes en los talleres, las calles y las casas; el cumplimiento de los deberes cívicos; las medidas de prevención de enfermedades, la limpieza y la higiene; la necesidad de saber manejar el presupuesto familiar para un mejor rendimiento; el aprovechamiento de los alimentos baratos y nutritivos (como el garbanzo, la harina de pescado y el pescado seco tipo bacalao); el cuidado de la ropa y los muebles, etc.

En cuanto a la difusión cultural, tomando en cuenta que las difusoras comerciales fueron creadas por sus concesionarios como negocios con fines de lucro, no puede exigirse que dediquen toda su programación a dicha tarea; pero por ser la radiodifusión un servicio de interés público, sí podemos demandar de la industria un mejor cuidado en su programación de manera que, en forma paulatina, eleve la calidad de sus transmisiones y procure depurar el gusto estético del oyente medio y estimule las mejores condiciones de la niñez y la juventud. Debemos, para esto, pensar en las capas sociales más necesitadas de esta elevación cultural, las de menores posibilidades económicas, ya que las minorías selectas, en México como en el resto del mundo, tienen acceso a todas las oportunidades del cultivo intelectual.

Hemos pensado que por lo que hace a las tareas propiamente didácticas, por requerir de personal especializado deberán quedar a cargo de las Escuelas Radiofónicas que la Ley de la materia considera en su Capítulo Cuarto. Una Escuela Radiofónica es un sistema de emisora y receptores especiales en una sola frecuencia para los fines de "extensión de la educación pública, en los aspectos de difusión cultural, inspección técnica industrial, agrícola, al-

fabetización y orientación social". La propia Ley señala que las Escuelas Radiofónicas se regirán por las disposiciones que dicte al respecto la Secretaría de Educación Pública.

Podemos considerar, sin embargo, que en las campañas de capacitación técnica de trabajadores, es decir en una tarea de "educación para adultos", sí puede participar en forma activa y eficaz la radiodifusión comercial, utilizando las primeras horas de la mañana, y, de manera especial, la televisión por ser un medio mucho más apropiado que el radio para tales fines. Así, pueden grabarse en *video-tapes*, clases especiales de los Institutos de Capacitación que el régimen está instalando y ser difundidas por las televisoras en cursos sistemáticos. Carpintería, mecánica, electricidad y otras especialidades pueden ser enseñadas por este medio en todos los lugares del país que cuenten con estaciones de Televisión.

Las ventajas de emplear el radio y la televisión para la educación son evidentes. De cualquier manera, nos permitimos enumerar algunas a continuación:

I. Su alcance: puede extenderse a todo el país, aun a las más lejanas rancherías.

II. El ahorro en personal magisterial: la voz, o la voz y la imagen, de un mismo maestro puede proyectarse a millares de estudiantes en todo el país.

III. La calidad del profesorado: puede seleccionarse a los mejores profesores y técnicos con que la nación cuente para que impartan los cursos.

IV. La perfección de las clases: una vez grabadas en cinta magnetofónica o en *video-tape*, no habrá errores posibles del maestro mismo.

V. El aprovechamiento repetido del mismo material: una misma clase puede ser utilizada cuantas veces sea necesario y en tantos lugares como se quiera.

VI. Ahorro de material complementario: mapas, diagramas, documentos, diapositivas, fotos, cintas documentales con que se cuente en la mejor institución de cada materia, pueden reproducirse en todo el país.

Todo lo anterior lo consideramos de la mayor importancia, pues a nadie se escapa que el presupuesto para Educación con que cuenta México resulta insuficiente para satisfacer las necesidades crecientes del país. Los métodos propuestos significan un positivo ahorro.

Veamos ahora específicamente las campañas didácticas propuestas.

CASTELLANIZACIÓN

Se calcula en aproximadamente un millón el número de personas indígenas que no hablan el español. Son grupos tribales dispersos en diversos lugares del territorio nacional. Así tenemos en México quienes hablan las siguientes lenguas o dialectos:

Nahua, Maya, Otomí, Zapoteco, Mixteco, Totonaco, Tzeltal-Tzotzil, Mazahua, Mazateco, Mixe-Zoque, Tarasco, Huasteco, Yaqui Mayo, Tarahumara, Chinameco.

Este millón de seres que es preciso castellanizar, ofrece problemas de no fácil solución:

a). Encontrar un método práctico que se aplique a los diversos idiomas;

b). Buscar los símbolos apropiados para ajustarlos a los conceptos de los diversos grupos, que no son afines entre sí ni social ni lingüísticamente; y

c). Contar con el número suficiente de traductores y profesores que desarrollen el método.

Se cree que el método más apropiado es el que actualmente se usa para la enseñanza de lenguas extranjeras, llamado aprendizaje natural. Es decir, enseñar palabras y significados sin atender a los problemas de gramática que sólo se enseña cuando ya se domina el habla.

Habría que reconocer que aun así será mucho más fácil para la Secretaría de Educación que intentarlo de manera directa, lo que implicaría utilizar un personal mucho más numeroso.

El sistema de Escuelas Radiofónicas que se establezcan para tal fin, una vez dominada la etapa de castellanización podrá aprovecharse para alfabetizar, impartir enseñanza elemental y capacitación técnica.

ALFABETIZACIÓN

Para alfabetizar se enfocarán las campañas hacia las zonas en que hagan más falta. A priori, consideramos que deberá prestarse especial atención al campo, ya que en las ciudades es de presumirse que la tarea se facilita más para la educación ordinaria directa.

Al efecto se instalarán en los lugares convenientes plantas transmisoras de bajo costo, como eje de Escuelas Radiofónicas, y se distribuirán receptores de una sola frecuencia para los alumnos.

Los trabajos de los educandos deberán ser supervisados por un dirigente,

que no necesita ser maestro, sino simplemente una persona alfabetizada, que los guíe con las indicaciones de las cartillas respectivas y las explicaciones verbales de los maestros. Es por esto que proponemos la creación de Radioclubes en todos los centros de población rural y de Teleclubes en aquellos lugares electrificados y en que se puede recibir la imagen de las televisoras.

En Francia se hizo el primer experimento con Teleclubes y sus resultados fueron muy satisfactorios. En el Japón con asistencia de la UNESCO, se adoptó el plan francés y se logró mejorar el sistema, dando resultados asombrosos en los medios rurales. Debemos advertir que ni en Francia ni en Japón se pretendía alfabetizar. Lo que allá se buscaba era elevar la condición del campesino, y en Japón, merced a un programa inteligentemente llevado con el nombre de *El Progreso en la Aldea*, se obtuvieron frutos excelentes que superaron las esperanzas de quienes elaboraron el plan (*La Televisión en las Zonas Rurales del Japón, Informe sobre un Experimento de Educación de Adultos*. UNESCO. 1961).

La idea del Teleclub —lo mismo podemos decir del radioclub— es organizar grupos reducidos de personas que presencien juntas las emisiones culturales de televisión, o las clases especiales que se impartan, y que al término de la transmisión debatan sobre lo escuchado y visto. Por ello se requiere nombrar “dirigentes” para que encabecen cada Radioclub o Teleclub y lleven la discusión, así como para que ayuden en sus tareas a los miembros del club y los asistan a entender mejor las explicaciones del profesor.

Para local de los Teleclubes en el Japón se usan las salas del Municipio, nosotros podríamos utilizar las Alcaldías, las escuelas (donde las haya), las oficinas del Comisariado Ejidal, las sedes de los sindicatos, las salas cinematográficas, teatros, los centros del Instituto de la Juventud, los Centros de Bienestar Social, etc.

El reporte de UNESCO dice que en Japón los dirigentes se encontraron con cierta resistencia en un principio, ya que las mujeres y los jóvenes, por fuerza de la tradición, no se animaban a hablar y participar en las discusiones; pero que con sólo no presionarlos, paulatinamente fueron perdiendo el miedo y hoy son miembros muy activos en los Teleclubes.

Sobre la campaña de Alfabetización por radio, debemos informar que ya la Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión, con la asistencia técnica de las Direcciones de Alfabetización y de Educación Audiovisual de la Secretaría de Educación ha elaborado un proyecto de Cartilla y tiene programada una campaña que, como experimento, se enfocará hacia tres Estados de la República, a saber: Hidalgo, México y Oaxaca.

Por lo que ve a la urgencia de atacar el problema por radio, baste considerar que desde 1947 en que se ha trabajado en una campaña directa de

Alfabetización, el número de analfabetos es hoy mayor que entonces debido a la explosión demográfica que el país viene sintiendo en los últimos años. De no intentarse el sistema de educar por radio el problema en lugar de reducirse aumentará con cada año que pase.

Hemos propuesto que se instale una vasta red de Escuelas Radiofónicas en el país, porque lo consideramos necesario y porque sabemos que el costo no es un problema insuperable. No podría realizarse el esfuerzo a través de una serie limitada de emisoras de gran potencia dadas las condiciones orográficas y topográficas del país; las cadenas montañosas vienen a ser barreras infranqueables. Por otra parte los canales despejados de radiodifusión ya están ocupados por las difusoras comerciales y están sujetos a convenios internacionales; la utilización de la onda corta tiene el inconveniente de un difícil manejo de los aparatos receptores y una deficiente recepción. Desde 1959, al ampliarse la banda normal, México obtuvo para sí la frecuencia de 530 kilociclos, que no ha sido entregada a ningún concesionario o permisionario. Tenemos la seguridad de que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes la entregaría gustosa para fines educativos. Utilizando emisoras de baja potencia, puede emplearse la misma frecuencia para toda la República sin temor de sufrir interferencias. Los aparatos receptores pueden ser construidos a bajo costo, siendo de una sola banda y para una sola frecuencia, si se hace a las fábricas un pedido de importancia. Además los aparatos en el mercado pueden adaptarse a dicha frecuencia mediante un simple ajuste. También puede pensarse en establecer cinco difusoras de regular potencia en cinco zonas del país, para cubrirlo todo, actuando una como piloto y las demás como repetidoras (los técnicos de Comunicaciones lo estiman posible).

Proponemos también que se reserve, en televisión, el Canal 11, exclusivamente para fines culturales en todo el país. Es cosa bien sabida que la televisión tiene un alcance limitado y que para llevar la imagen a grandes distancias se requiere de estaciones repetidoras como las instaladas en Paso de Cortés y en el Cerro del Zamorano. Luego, no hay temor de interferencias si se concede un mismo canal en diversas ciudades de la República. Proponemos que sea precisamente el 11, en virtud de que ya en esta capital está funcionando ese canal bajo la dirección del Instituto Politécnico Nacional de la Secretaría de Educación Pública.

Creemos que la Televisión pueda usarse principalmente para la enseñanza de adultos en capacitación técnica. Desde luego que esos canales habrán de servir también para todos los aspectos de la Educación y la cultura. Creemos con muchos pedagogos, que la educación no termina en la escuela, que es tarea de toda la vida y que debe ser “. . . un proceso de adaptación del individuo al mundo en que vive. Y puesto que ese mundo está en constante evo-

lución y el individuo es uno de los agentes potenciales del cambio, la adaptación debe constituir un proceso continuo y no algo que se dé por terminado para siempre con los años de la infancia y la adolescencia" (Robert Peers, *Adult Education*, Londres, 1958). Creemos también con Jaime Torres Bodet que "el contenido de la educación consiste en liberar". En liberar al hombre del bajo salario por falta de capacidad y del temor por ignorancia. (Ver Torres Bodet, Jaime, *L'Education des Adultes: Tendances et Realisations Actuelles*, París, UNESCO, 1949).

Hemos propuesto que se establezca un centro productor de programas educativos para radio y televisión, desde el cual se envíen a las difusoras de radio y televisión de todo orden en el país, los programas sociales, culturales y didácticos que se consideren convenientes para cada región en el momento que se requieran, y en el cual se vayan formando una fonoteca (programas en cinta magnetofónica) y una videoteca (programas registrados en Video-Tapes y en cinta cinematográfica), que almacenen los programas realizados, tanto en ese centro como los que procedan de fuentes particulares y originados en otros países y que sean considerados de interés cultural y educativo. No se pretende con esto una centralización absorbente, sino simplemente un medio de control y supervisión, para la mayor eficacia de los planes propuestos.

A todo lo dicho queremos añadir que el Estado por disposición de la Ley de la materia en vigor, cuenta con "30 minutos continuos o discontinuados" diariamente que deberán proporcionar gratuitamente las estaciones de radio y televisión (Art. 59), y que pocas veces ha utilizado. La Secretaría de Educación ha venido haciendo uso de esos treinta minutos para transmitir algunas clases de cultura general en un centenar de difusoras de la provincia con resultados satisfactorios; pero por desgracia, no se utiliza cabalmente el tiempo disponible. La Secretaría de Gobernación utiliza una hora por semana para transmitir cada domingo la Hora Nacional, programa de información y propaganda del Gobierno Federal. Ocasionalmente la Secretaría de Salubridad y Asistencia hace uso del tiempo para campañas sanitarias y lo mismo hace la de Agricultura para enviar mensajes a los agricultores y campesinos.

Para hacer un uso debido de ese tiempo de que se dispone por ley, es urgente crear el centro productor de programas. Las emisiones respectivas deberán ser coordinadas por el Consejo Nacional de Radio y Televisión (Art. 59 de la Ley).

Consideramos también que complementariamente a lo propuesto, se puede solicitar la colaboración de las Agencias de Publicidad, establecidas en el país para la elaboración de programas especiales de interés colectivo así como para que en sus anuncios comerciales se procure elevar las condiciones de vida del pueblo. No nos parece de poca importancia lo que ya hacen

—quizá sin pensarlo con ese fin—, cuando digamos, anuncian un jabón y dicen en su anuncio comercial: "Para su baño diario use el jabón tal o cual". Porque así están obligando, mediante la repetición incesante, al pueblo, a pensar que el baño es algo que debe hacerse cotidianamente. Lo mismo que cuando al anunciar un dentífrico apuntan: "Límpiese los dientes dos veces al día y para mejores resultados use tal producto". En la misma forma, pensamos, pueden inculcar hábitos sanos en la conciencia popular, lo mismo pueden hacer respecto a la comida y otras prácticas diarias de todas las clases sociales. Pensamos, pues, que es posible dar una orientación social al anuncio comercial; que deben los publicistas dirigir sus campañas según la zona a la cual enfoquen su publicidad y ayudar al pueblo consumidor a la vez que a sus clientes, dando en la publicidad los precios de los productos que están al alcance del pueblo; ya que muchas veces hay personas de escasos recursos que no consumen productos buenos y útiles, por creer que los precios están fuera de su capacidad de compra. También pueden muy bien, en sus anuncios comerciales, propiciar la exaltación de las mejores costumbres y las más bellas tradiciones mexicanas.

México es un país en vías de desarrollo. El paso de una economía agrícola a una economía industrial no se concibe con un alto índice de analfabetismo y una impreparación técnica. No debemos pensar sólo en las fuertes inversiones —los especialistas hablan de la necesidad de un 10% o más de la renta nacional en inversiones efectivas para el desarrollo industrial—. Es preciso que pensemos en una masa trabajadora y en fuertes núcleos directivos que cada día tengan más preparación. El esfuerzo que se hace en la escuela es insuficiente. La necesidad de utilizar los modernos medios de difusión masiva como medios de educación masiva, se impone por sí sola.

Los avances de la técnica electrónica nos proporcionan una pluralidad de medios que facilitan la importante labor propuesta:

Un plan de siete años de la Dirección General de Telecomunicaciones, prevé la instalación de una vasta red de microondas, en la que podrá instalarse el equipo necesario para transmitir desde esta ciudad programas de televisión a todas aquellas regiones que por su importancia económica queden comunicadas con ese medio. Tal sistema puede utilizarse para la media hora de que dispone el Gobierno.

Se pueden instalar asimismo, para servir a los centros de población no comunicados, pequeñas estaciones móviles que pueden constar de:

- a) Un transmisor de 10 a 100 watts de potencia,
- b) Una antena de alta ganancia,
- c) Una cámara de televisión,

- d) Un proyector de películas,
- e) Una planta Diesel generadora de energía eléctrica de 10 kilowatts, y
- f) 50 ó 100 receptores de televisión para distribuir adecuadamente.

Para tales transmisores móviles se pueden utilizar canales altos (Ultra High Frequency) con receptores adaptados.

Para algunas zonas incomunicadas del país, puede pensarse también en la utilización de transmisores móviles de radio de 50 watts de potencia y receptores de baterías de una sola banda. Se recomienda para tales casos el uso de la banda de frecuencia modulada por ser más despejada y por tener mejor sonido.

Hemos querido en este breve trabajo hacer proposiciones de carácter práctico que pueden ponerse en marcha en breve tiempo. Consideramos que el tema de la educación es el más importante y por ello le hemos dedicado el mayor espacio. Procuramos explicar en la parte final, el porqué de las proposiciones y sus medios de realización.

El anterior estudio fue presentado por la Comisión Nacional de Estudio de la Radiodifusión. Presidente: LIC. LUIS M. FARÍAS. Colaboraron: LIC. JOSÉ LUIS FERNÁNDEZ, LIC. E. GUILLERMO SALAS, LIC. EMILIO VELASCO, DR. JOSÉ GUADALUPE MAINERO, LIC. MOISÉS OCHOA CAMPOS, DR. FERNANDO ROSANO y Sr. GUILLERMO MORALES B.

Sección Quinta

NOTICIAS Y RESEÑAS BIBLIOGRAFICAS