

"Canal 7 no es independiente de Canal 13, ni del 11 ni del 22. Formamos una red que abarca todo el territorio nacional".

POR CRISTINA PACHECO

UNA TAN LARGA ESPERA.

Estábamos a punto de aceptar que el lanzamiento del Canal 7 sería uno más de los muchos proyectos que no pasaron de serlo cuando al fin, hace varias semanas, se anunció oficialmente que sus transmisiones comenzarían el 18 de mayo de 1985.

La incredulidad fue sustituida al fin por cierta curiosidad maliciosa y con esa actitud encendimos nuestros aparatos el sábado que marcó una nueva etapa para nuestros medios de comunicación.

El público esperó el advenimiento del nuevo canal como una posibilidad de tener renovadas fuentes de diversión e información, pero sobre todo con la esperanza de verse liberado de las repeticiones y refritos a que lo someten los canales ya establecidos, sobre todo los fines de semana. Para los actores, músicos, artistas y en general para quienes trabajamos en los medios, el inicio de un nuevo canal representaba la posibilidad de acceder a otra fuente de trabajo. Para el Estado, el lanzamiento de la red significaba la ocasión de ver cumplido su deseo de "informar, cada vez más y mejor, a la nación mexicana; fungir como un apoyo a la educación y cultura populares; estimular el desarrollo armónico de la niñez y la juventud; ofrecer esparcimiento; contribuir a la preservación de los valores de identidad nacionales; fortalecer las convicciones democráticas y constituir un eficaz instrumento de gobierno del servicio de Estado mexicano".

Desde el 19 de mayo hasta la fecha han aparecido en periódicos y revistas infinidad de comentarios y reseñas —la mayoría adversas— acerca de las transmisiones de Canal 7. En cuanto al público no ha soslayado sus opiniones, que van desde un franco repudio a un canal "que en momentos de crisis económica significa una inversión y un gasto tan cuantioso como innecesario" hasta la esperanza de que "con el tiempo agarre su paso y nos ofrezca algo mejorcito". En este periodo abundaron también las entrevistas a Pablo Marentes, director de IMEVISION. Esta pretende contribuir —aunque sea mínimamente— a esclarecer y precisar los puntos de vista y los propósitos de quien dirige la más amplia red de televisión existente en el país.

CRITICOS DESINFORMADOS

Mientras encontramos un sitio apartado donde conversar comento a Pablo Marentes las numerosas notas y reseñas periodísticas cuyo tema ha sido la aparición del Canal 7:

—Las he leído todas, y eso que son muchísimas. Es natural: no es cosa de todos los días ver surgir una red tan amplia y tan fuerte como la que acabamos de lanzar.

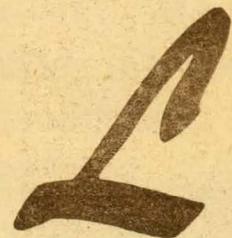
—Muchas de las críticas han sido negativas. ¿Modifican de alguna manera tus proyectos de trabajo?

—No, porque, en general, me parecen críticas injustas y demuestran que los periodistas han escrito sin ver realmente la nueva red. No quiero pensar que hay mala fe por parte de la prensa. Supongo que sus errores de apreciación se deben al desconcierto que les produjo ver transmisiones que no son como las que estamos habituados a ver aquí en México.

—Como espectador, ¿qué idea tienes de lo que debe ser la televisión?

—Concibo a la televisión como un medio que me estimule a pensar, a recrear, a imaginar posibilidades de desarrollo personal y social. Me seduce

19/4/85



os críticos de Canal 7 sólo demuestran una cosa: no han visto nuestra programación • Concibo la televisión como un medio que me estimule a pensar, a recrear, a imaginar posibilidades de desarrollo personal y social. • La televisión estatal y la comercial representan más que dos estilos, dos proposiciones. La diferencia está en el énfasis, en las funciones sociales de la televisión. • El advenimiento de la televisión en México nos tomó de sorpresa. No tuvimos tiempo de crear un ambiente ni de diseñar una política cultural. • El público capitalino no es, ni con mucho, representativo del público nacional. • Dicen que la programación del Canal 7 es "lenta y anticuada". • Lo que sucede es que tiene una cadencia y un formato distintos. • De entrada, el máximo dirigente de Televisa nos ha dicho que no existe ningún veto para los artistas que trabajen en la televisión estatal.

en la medida en que capta mi interés, me entusiasme y, sobre todo, despierte mis emociones. Esto no descarta a la televisión como un estímulo para la reflexión.

—Pero de que la televisión nos impulsa a reflexionar directamente hay un dato concreto: el hecho de que se le haya utilizado como vehículo educativo.

—Creo que en este punto deberías ser más precisa: la televisión es sólo un apoyo y un recurso auxiliar para la educación. Si en este sentido su eficacia es innegable, también lo es que un aparato televisor jamás sustituirá la relación alumno-maestro. En todo caso lo que hace la televisión es estimular la fantasía y el interés del estudiante por temas que en principio son áridos o difíciles de visualizar.

—El espectador prende la televisión básicamente para divertirse e informarse. ¿Crees que de entrada haya una diferencia entre la televisión comercial y la que produce el Estado?

—Quizá de entrada no la pueda hacer más allá del formato, de la envoltura; y después, de los contenidos. Un espectador tiene acceso a los noticieros que se proyectan tanto en una como en otra televisión. Allí notará una dife-

EL ENFASIS HACE LA DIFERENCIA

—El espectador prende la televisión básicamente para divertirse e informarse. ¿Crees que de entrada haya una diferencia entre la televisión comercial y la que produce el Estado?

—Quizá de entrada no la pueda hacer más allá del formato, de la envoltura; y después, de los contenidos. Un espectador tiene acceso a los noticieros que se proyectan tanto en una como en otra televisión. Allí notará una dife-

CON PABLO MARENTES, DIRECTOR DE INFORMEX

¿México Cambia Al 7?



Pablo Marentes y su entrevistadora Cristina Pacheco.

rencia evidente: la cadencia de la proyección misma.

—Según esto, ¿la comercial y la estatal representan dos estilos de hacer televisión?

—Más que dos estilos, son dos proposiciones. La diferencia básica entre una y otra es el énfasis en las funciones sociales de la televisión. Y esto no sólo ocurre en México sino en el mundo entero. Para quienes hacemos televisión estatal las funciones básicas son convertir a la TV, en auxilio y apoyo para la educación popular y un medio para transmitir información.

—Sin embargo, muchas veces las informaciones aun de eventos oficiales importantes, las dan más ampliamente los canales privados.

—Eso no es verdad. Es una opinión, como muchas otras, que parte del desconocimiento y del prejuicio. Comprenderás que no vamos a salir al aire para ser los últimos que lleguen al público o para darle la mitad de aquello que tiene derecho a saber. Ya que abordamos el tema, creo que es necesario dar una explicación: queremos que la televisión oficial informe en el sentido de que contribuya a constituir un acervo común de información —dar la mayor y más precisa cantidad de datos— en torno a la realidad política, social del país. Pero al mismo tiempo queremos contribuir para que los ciudadanos puedan establecer un criterio y que a partir de él acepte o rechace inteligentemente una acción individual o colectiva. Dije que otra de nuestras funciones básicas es difundir cultura. Pero ¿a qué nos referimos cuando habla-

mos de cultura? Me parece importante precisar la forma en que la entendemos en los quehaceres de la televisión. La concebimos como cualquier estímulo para que el individuo cultive su inteligencia y comprenda el medio en que vive, al punto que pueda transformarlo —en caso necesario— o preservarlo. Y esto se relaciona con otra de las funciones de la televisión: preservar los valores y bienes culturales de nuestra nación.

DEVORADORA DE IMAGENES

—¿Crees que la televisión en general ha cumplido con este propósito?

—Reconozcamos que el advenimiento de la televisión nos agarró de sorpresa. No tuvimos tiempo de crear un ambiente para recibirla, no ordenamos materiales, no pudimos diseñar una política cultural para ella. Llegó y nos agarró, literalmente, con las manos vacías. Los canales pioneros —2 y 4— pensaron que podrían cubrir su programación con películas mexicanas o producciones hechas en el estudio. Pero al poco tiempo tuvieron que importar programación norteamericana, no sólo porque era lá más accesible. La suficientemente rica como para exportar, sino porque la europea —básicamente la inglesa y la francesa— estaban en pañales. Otro motivo por el cual no se importaron producciones europeas fue el formato, que no es compatible con nuestros sistemas reproductores. Este factor sigue teniendo vigencia.

Importar materiales extranjeros no fue un "pecado" privativo de la televisión comercial. Recordemos que nuestro entrañable Canal 11 tuvo que darle diez o doce vueltas a la filmoteca del IFAL. Todo esto es un hecho real que respondió a circunstancias muy concretas. No por eso dejamos de lamentar que otros contenidos relevantes de la televisión producida por otras culturas no hubieran estado al alcance de la TV mexicana en sus inicios.

En los últimos años de la década de los sesentas y en los setentas hubo un cambio importante en nuestra televisión: el intento de retomar programas de contenido nacionalista. En esos años, por iniciativa del Estado mexicano y con la anuencia de la televisión privada, se ideó otra programación. El canal 2 difundió producciones netamente mexicanas. Canal 13 alimentó el 70 por ciento de su programación con materiales de ese tipo. Ciertamente continuó adquiriendo series norteamericanas, sobre todo; pero Canal 11 también siguió dándole vueltas a la filmoteca del IFAL.

NO HAY UN SOLO TIPO DE ESPECTADORES

—Pero el caso es que esas series extranjeras —que al margen de su ideología y de sus patrones culturales están muy bien producidas y magníficamente promocionadas— son las que conquistan a un público más amplio. Frente a ellas los programas de factura nacional compiten en circunstancias muy desventajosas.

—Yo creo que aquí es importante precisar una cosa: el público de la capital no es ni con mucho representativo del público nacional. La aceptación de ciertos programas —series, revistas musicales, video clips, etcétera— es un fenómeno netamente capitalino. Esto quizá se deba a que los promotores, conscientes de que aquí se concentra una población con mayor poder adquisitivo, distribuyen esos programas sobre todo en la capital. Pero si vas al interior de la República te darás cuenta de que allá lo que gusta es la música vernácula, los espectáculos folklóricos, la charrería, deportes como el basket y el beisbol. Y no el futbol, que aquí cuenta con una gran afición. Yo