

vivencias, lo ha substituido *Una visión personal del descubrimiento científico* y dice que va dirigido tanto a sus colegas como al público en general. En él se pronuncia contra el estereotipo que fija la imagen de los científicos como seres imperturbables que resuelven problemas con implacable y fría lógica y que se hallan instalados en alejadas torres de marfil.

Crick hace algunas reflexiones acerca del quehacer científico que merecen ser reseñadas por su interés general. Piensa que hay que estar dispuestos a percibir evidencias inesperadas de distinto tipo y tener imaginación para unificar datos que provengan de diferentes enfoques. Cree que si él y sus compañeros no hubieran tenido éxito por cualquier circunstancia, el descubrimiento de la estructura de la doble hélice en las moléculas de DNA por parte de otros investigadores no se hubiera retrasado más allá de tres años. Reconoce, a su vez, la existencia de un elemento *azaroso* en los descubrimientos, pero también que el azar favorece a las mentes *preparadas*, con conocimientos amplios.

Opina que hay que aprender a seleccionar problemas *adecuados* y saber no atascarse en callejones sin salida, pero sin abandonar prematuramente una investigación tras sufrir diversos fracasos. Además de tenacidad hay que cultivar *prudencia* en la interpretación de resultados y ser sensible a estos pero sin dejarse impresionar en exceso, evitando así quedar atrapado por las propias ideas equivocadas.

Ferviente partidario de la interrelación entre las ciencias, objeto con dureza la arrogancia y los malentendidos de destacados matemáticos y físicos. Este premio Nobel considera un peligro «creerse demasiado listo» y flotar en la autosatisfacción. ■

Miguel Escudero es profesor de Matemática Aplicada en la Universidad Politécnica de Cataluña.

AL SERVICIO DE LA PERSONA

Por Manuel Piedrahita

Desde hace ya algunos años, en cuantas «mesas redondas» y conferencias sobre el tema he participado, procuré poner en guardia al auditorio iluso frente a los encendidos panegíricos a la televisión privada. Advertía que era inevitable su llegada, porque no se le podían poner puertas al campo del expansionismo audiovisual. La televisión pública ya no podía por más tiempo mantener numantamente el monopolio. Pero todo eso no podía ocultar la realidad: la televisión privada, o comercial que es como siempre se le debía llamar, nunca se planteará como objetivo primordial, hacer una programación donde el fenómeno social de la televisión no se confunda interesadamente con una industria más. Berlusconi lo ha dicho con toda claridad en Venecia. La televisión es un vehículo para obtener publicidad; lo demás es secundario.

Viene todo esto a cuento, después de leer el libro de Francisco Iglesias, *La televisión dominada*, cuyo hilo conductor está impregnado de la lógica desilusión. No sé si esperaba que los Berlusconi, Maxwell, Canal Plus, etc., invirtiesen su dinero en unas cadenas de televisión que eleven el grado de sensibilidad de los espectadores, consoliden los hábitos democráticos y aumenten el sentido crítico de la sociedad. Los promotores de la televisión comercial no tienen más meta que ganar dinero.

Esa realidad la conoce bien Jerry Mander y la ha reflejado en su libro *Four arguments for the elimination of television*, que Iglesias cita ampliamente como clara muestra de que esos argumentos le han fascinado. Mander lleva toda la razón del mundo porque su enfoque se basa en la televisión comercial norteamericana,

por poner dos ejemplos que conozco a fondo, han aportado a la televisión con metas muy distintas a sólo ganar dinero.

El libro de Francisco Iglesias llega en un momento clave, pues la función social de la televisión es motivo de discusión o al menos de resquemor por parte de una audiencia, minoritaria por desgracia, que protesta. El tirón que la televisión comercial da de la audiencia potencial repercute, asimismo, en la televisión pública. Ocurre aquí y en todas partes, aunque mucho menos en Alemania donde desde el principio se perfilo una televisión pública de verdad, o sea al servicio de la sociedad, y fuertemente estructurada en su financiación.

De todos estos temas, pero sobre todo de los criterios morales de calidad —pornografía, por ejemplo— habla Francisco Iglesias en su libro. Hay otro tipo de inmoralidad, si es que se le puede llamar así, tan pernicioso como la pornografía. Sus fundamentos están en la «publicidad salvaje» que favorece el lujo desmesurado, el consumismo, la riqueza. Todo esto ataca los conductos que permeabilizan la sensibilidad social y la sensibilidad del espíritu. ¿Hay algo más descorazonador que esos concursos dirigidos desgraciadamente a la familia por las horas en que se emiten?

La televisión dominada es un libro que hay que leer. Vale de reflexión y a mí, al menos, me ha confirmado en mis criterios de que la televisión pública controlada por la sociedad, es la única capaz de cumplir con ese ideal de servicio al individuo, a la persona humana. ■

Manuel Piedrahita es licenciado en Ciencias de la Información. Fue corresponsal de TVE en Bonn.

Título: «La televisión dominada».

Autor: Francisco Iglesias.

Editorial: Rialp. Madrid, 1990. 117 páginas.

Precio: 950 pesetas.



desgraciadamente el modelo importado por las televisiones comerciales europeas. En vez de la eliminación que él sugiere, lo han copiado...

Pero Mander, y me parece que Iglesias también, no ha mirado con su objetivo al modelo de televisión pública europea. O al menos no han insistido en lo que la BBC inglesa o la ARD y ZDF alemanas,