

# Comunicación y Sociedad 13

Septiembre-diciembre 1991



Centro de Estudios de la Información y la Comunicación  
Universidad de Guadalajara

Universidad de Guadalajara

*Rector*

Lic. Raúl Padilla López

*Director General Académico*

Dr. Víctor Manuel González Romero

*Director del Centro de Estudios  
de la Información y la Comunicación*

Enrique E. Sánchez Ruiz

*Coordinador del número*

Francisco de Jesús Aceves González

*Coordinadora editorial*

Teresa Tovar Peña

*Redacción y cuidado de la edición*

Teresa Tovar Peña y Mónica María Márquez Hermosillo

*Comité editorial*

Francisco de Jesús Aceves González, Pablo Arredondo Ramírez, Gilberto Fregoso Peralta, Ramón Gil Olivo, María Elena Hernández Ramírez, Enrique E. Sánchez Ruiz, Teresa Tovar Peña.

*Consejo editorial*

Jorge Alonso, Juan Manuel Durán, Javier Esteinou, Fátima Fernández Christlieb, Gabriel González Molina, Miguel Angel Granados Chapa, José Carlos Lozano, José Marques de Melo, Jesús Martín Barbero, Alberto Montoya, Herón Pérez Martínez, Beatriz Solís Leree, Raúl Trejo Delarbre, Florence Toussaint.

*Foto de portada: "OCZEKIWANIE" (1979) de Walentin Podpomogow. Tomado del libro Malarstwo Armenii de Henrik Igiton.*

*Tipografía y composición: Margarita Marín Solís*

---

Los artículos y las reseñas son de la exclusiva responsabilidad de sus autores. Por consiguiente, ningún miembro del directorio asume responsabilidad por ellos. *Comunicación y Sociedad* es miembro de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura.

# Comunicación y Sociedad 13

---

Publicación cuatrimestral del Centro de Estudios  
de la Información y la Comunicación  
septiembre-diciembre 1991

## INDICE

PRESENTACIÓN .....	7
<b>ARTICULOS</b>	
ADIÓS CIESPAL: RUPTURA BRASILEÑA EN LA ENSEÑANZA DEL PERIODISMO Eduardo Barreto Vianna Meditsch .....	11
LA INSTITUCIONALIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN COMO CIENCIA SOCIAL EN MÉXICO. ALGUNOS APORTES TEÓRICOS PARA SU INVESTIGACIÓN Raúl Fuentes Navarro .....	25
LA GLOBALIZACIÓN Y LA CULTURA DEL SILENCIO Cees J. Hamelink .....	61
MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y APERTURA DE FRONTERAS CULTURALES: EL CASO DE MÉXICO Javier Esteinou .....	71
NUEVAS PERSPECTIVAS EN EL ANÁLISIS DEL MENSAJE TELEVISIVO Claudia Benassini .....	89
INTERTEXTUALIDADES EN LA TELENOVELA ARGENTINA: MELODRAMA Y COSTUMBRISMO Nora Mazziotti .....	101



MEDIACIONES FAMILIARES Y ESCOLARES EN LA RECEPCIÓN TELEVISIVA DE LOS NIÑOS. (ALGUNOS HALLAZGOS RECIENTES) Guillermo Orozco Gómez .....	113
LA TELEVISIÓN Y LOS TAPATÍOS, UN ATISBO AL ENTREVERAMIENTO HORARIO DE TRANSMISIÓN. MENÚ PROGRAMÁTICO Y PATRONES DE EXPOSICIÓN Francisco de Jesús Aceves González .....	131
<b>MATERIALES PARA EL ESTUDIO DE LOS MEDIOS</b> CRONOLOGÍA DE LA TELEVISIÓN MEXICANA (1991) Oralia Arreola Ochoa .....	163
AGRESIONES Y ASESINATOS A PERIODISTAS DURANTE 1991 Gabriela Gómez Rodríguez : .....	173
<b>RESEÑAS</b> Charles Creel, Mercedes y Guillermo Orozco Gómez (1990) <i>Educación para la recepción. Hacia una lectura crítica de los medios</i> Guadalupe García Pérez .....	191
<b>NOTICIAS</b> .....	195

© de esta edición, 1992

Universidad de Guadalajara  
Centro de Estudios de la Información  
y la Comunicación  
Paseo Poniente 2093, Jardines del Country  
C. P 44210  
Apartado postal 6-216  
Guadalajara, Jalisco, México  
Fax: 623-76-31  
ISSN 0188-252X

Certificado de licitud de título y de contenido en trámite

# Medios de comunicación y apertura de fronteras culturales: el caso de México\*

Javier Esteinou Madrid\*\*

## *La adopción del nuevo modelo de desarrollo neoliberal*

El agotamiento del modelo de desarrollo tradicional de México, seguido a lo largo de los últimos quince años, las presiones impuestas por los bancos extranjeros para renegociar la monumental deuda externa y la consecuente crisis sociopolítica que de esto se ha derivado, provocó que el Estado mexicano abandonara su estrategia tradicional de consolidación interna a través del clásico esquema de sustitución de importaciones seguido durante las tres décadas pasadas. A partir de este momento el gobierno mexicano adoptó como salida básica para el crecimiento nacional, especialmente desde 1982, el proyecto de anexión urgente al mercado mundial que propone financiar la recuperación y la expansión interna de nuestra economía a partir del incremento de las exportaciones y del aumento de inyección de capital externo.

Con este nuevo cambio en nuestra política de desarrollo, se anunció el término de la etapa paternalista y proteccionista heredada de los gobiernos posrevolucionarios, fase en que vivió

\* Ponencia presentada en la Sexta Reunión Nacional de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), "Tendencias de la comunicación en México en la coyuntura actual", realizada en La Trinidad, Tlaxcala, México, del 24 al 26 de abril de 1991.

\*\* Investigador del Centro de Servicio y Promoción Social de la Universidad Iberoamericana.

inmersa la sociedad mexicana en décadas anteriores y que dio origen al “Estado Asistencial” o “Estado Subsidiador” que se caracterizó por aplicar “la teoría de que el Estado ideal sería aquel en el que todo espacio social, sin faltar ninguna (*sic*) área, debería estar subsidiado”.<sup>1</sup> Así, se reconoció públicamente el fin de un programa de crecimiento y se aceptó que entramos en un “nuevo modelo de desarrollo económico”, donde es necesario que el aparato productivo y político se modernice para hacerle frente a la competitividad mundial o el “ímpetu de transformación que hoy vive el mundo arrasaría nuestra patria”.<sup>2</sup>

De esta forma, oficialmente se acepta que no podemos sobrevivir fuera de la moderna división internacional del trabajo y se intenta que nuestro país salga del antiguo eje transatlántico euroamericano que ha ejercido la hegemonía a escala planetaria en este siglo y se integre a la nueva reorganización profunda del capitalismo occidental, vinculándose con los tres nuevos polos del desarrollo mundial: el Mercado Común Europeo que está compuesto por doce países y que empezará a funcionar a partir de 1992 (Alemania Unificada, Gran Bretaña, Francia, Italia, Holanda, Bélgica, Dinamarca, Grecia, Irlanda, Luxemburgo, Portugal, España y los nuevos países socialistas de Europa del Este que se anexas a este bloque); el Mercado Común de América del Norte integrado oficialmente hasta el momento por Estados Unidos y Canadá;<sup>3</sup> y finalmente, el mercado de la

1. Salinas de Gortari, Carlos: “Nos modernizamos o el cambio mundial amenaza al país: Salinas”, *Excélsior*, 11 de abril de 1989.
2. Al respecto revisar “En 1992 el país debe estar abierto a la Comunidad Económica Europea”, *Unomásuno*, 23 de abril de 1989; “Ofrece Europa a México más inversiones y abrir sus mercados a nuestros productos”, *Unomásuno*, 21 de mayo de 1989; “Estamos listos para enfrentar el reto del mercado único en 1992”, *Excélsior*, 27 de mayo de 1989; “Los logros de la gira de CSG por Europa, base para construir un México moderno”, *Unomásuno*, 16 de julio de 1989; “Viaje de Carlos Salinas”, *Unomásuno*, 18 de julio de 1989.
3. Al respecto revisar “El acuerdo de libre comercio entre Estados Unidos y Canadá”, *Revista Comercio Exterior*, vol. 39, núm. 4, abril de 1989, México D. F., p. 339, 347.

Cuenca del Pacífico formado por 24 países ribereños, 23 isleños y capitaneado por los “cuatro tigres asiáticos” que son Taiwan, Singapur, Hong Kong, y Corea del Sur.<sup>4</sup>

Bajo dicha modalidad, el Estado crea las bases para la adopción de otro patrón de crecimiento que será el marco determinante en el cual vivirá la sociedad mexicana en el futuro.

### *La cultura y la televisión ante la nueva dinámica modernizadora*

Frente a este nuevo panorama histórico de formación de nuevas zonas hegemónicas creemos que es central y urgente preguntarnos si con el proceso de industrialización que se generó con la sustitución de importaciones de 1930 en adelante, la estructura cultural de la sociedad mexicana fue transformada rápidamente por radio y televisión para crear una mentalidad consumista, poco participativa, y una erosión de nuestra identidad nacional; ahora ¿qué nos sucederá espiritualmente como sociedad y como individuos al entrar en la fase de integración mundial y vincularnos de forma acelerada al mercado internacional sin planificar el uso de nuestros medios de comunicación? ¿qué acontecerá con nuestras estructuras de pensamiento y sentimientos cuando el país vive una etapa de retroceso cultural, de pérdida de memoria histórica y de inmadurez cerebral y ahora entrará en contacto intenso con la saturación ideológica de las nuevas hegemonías a través de las redes de televisión y del complejo del video?

Ante esta realidad, pensamos que por la irresponsabilidad que se mostró al no planificar el uso de los medios electrónicos en las últimas tres décadas, la falta de voluntad política para formar desde los canales masivos una cultura para el desarrollo,

4. “Más nexos con la Cuenca del Pacífico”, *Unomásuno*, 28 de abril de 1988; “La hegemonía en el sistema capitalista empieza a desplazarse hacia el Pacífico”, *Excélsior*, 3 de mayo de 1989; “La Cuenca del Pacífico: Un nuevo espacio estratégico”, *Unomásuno*, 4 de mayo de 1988; “Vitalidad regional: Cuenca del Pacífico”, *Excélsior*, 14 de mayo de 1989; “Lati-noamérica está lejos del Pacífico”, *Unomásuno*, 19 de agosto de 1989.

la debilidad de los gobiernos poscardenistas para defender la cultura nacional, y la complicidad de las autoridades públicas ante la penetración del proyecto transnacional en el terreno psíquico; hoy el Estado mexicano ha perdido un enorme terreno para formar, a través de las industrias electrónicas, un fuerte nacionalismo, una sólida identidad y una cohesión nacional que sirvieran como punto de despegue para el proyecto de crecimiento interno. Esto, a menos de que sucedan en nuestro país profundos cambios políticos que renueven la posibilidad de retomar los intentos de desarrollo autónomo, independiente y democrático que hoy parece que se han pospuesto.

Es decir, sin conocer y asimilar todavía a fondo las alteraciones culturales que nos produjo la conquista española hace 500 años y las mutaciones mentales que nos ocasionó desde la década de los años cincuenta la presencia de la sociedad de consumo con el proyecto de sustitución de importaciones durante la industrialización nacional; ahora, de nuevo sin estar preparados culturalmente, nos vuelve a sorprender la profunda dinámica de la reestructuración económica, política e ideológica mundial con la "ola modernizante"; y nuestra sociedad, una vez más, se incorpora a ese proceso sin la creación de un proyecto cerebral propio. Esto es, sin haber resuelto sus conflictos de país subdesarrollado, la sociedad mexicana de nuevo es arrastrada por la dinámica del capitalismo altamente avanzado para encajarse en los huecos marginales que deja esta profundísima transformación planetaria.

Vinculando este horizonte con los medios de comunicación, encontramos que aunque en términos de hechos (no de discurso) la televisión se encuentra todavía muy desfasada del proyecto modernizador, pues éste se ha dado ampliamente en el campo económico normativo, un poco en el político cultural y casi nada en el terreno comunicativo; sabemos que para que el modelo de desarrollo neoliberal se pueda realizar en México, es indispensable la presencia de nuevas condiciones legales, productivas, tecnológicas, laborales, jurídicas, etcétera, pero además exige la presencia insubstituible de una nueva conciencia masiva neoliberal que respalde y afiance las acciones anteriores.



Dicha conciencia intentará producir, a través de los medios electrónicos de comunicación, las condiciones subjetivas necesarias para el funcionamiento de nuestra sociedad dentro de las nuevas relaciones competitivas del mercado mundial.

De esta forma, así como el capitalismo mexicano para afianzarse en su fase de industrialización creó a mediados del siglo XX un tejido cultural consumista que con el tiempo se convirtió en la religión de las ciudades, desde la cual los individuos construimos gran parte de nuestro sentido más profundo para vivir; ahora el capitalismo modernizador para consolidarse en su etapa neoliberal requiere producir otros rasgos de la identidad nacional a través de una nueva estructura de valores, algunos de cuyos puntales son la eficiencia, la tecnificación, la supercompetencia, la privatización, la desregulación, lo obsoleto, etcétera.

Es decir, pensamos que estamos por iniciar a través de las industrias culturales, y en particular de la televisión, una nueva fase de inversión de valores nacionales mediante la circulación de nuevas ideologías para apuntalar el fortalecimiento del sistema productivo y la distribución desregulada de mercancías que exige el moderno programa de crecimiento neoliberal que ha elegido seguir el sector cúpula del Estado mexicano para las próximas décadas. Así, proyectando sobre el campo de la conciencia colectiva las determinantes estructurales que gradualmente está imponiendo el nuevo programa de crecimiento nacional, creemos que la moderna subjetividad que producirán los medios electrónicos en el futuro estará caracterizada, en parte, por fomentar el individualismo por encima de las relaciones solidarias; acentuar la competitividad y no el trabajo compartido (“Tequio”); el canibalismo salvaje en lugar de la fraternidad; la marcada admiración por lo extranjero y no por lo nacional; el interés no por la planificación colectiva sino por la altamente privatizada; la lucha por la libertad y felicidad personal y no por la grupal; el valor supremo de la “eficiencia” por encima de otras metas humanas superiores; la tecnificación extrema como sentido del éxito y no el acercamiento humano, etcétera.

Ello debido a que el nuevo patrón de acumulación de capital que se está gestando y que permea todos los niveles de la sociedad, exige en la esfera cultural que el alma colectiva que se construya en el país, a través de los canales electrónicos de información, se base en una visión de la vida más cosificada y transnacionalizada, que nos lleve a saber cada vez más del gran mundo externo (el ciudadano del mundo) y cada día menos de nosotros como República y como personas. No debemos olvidar que la expansión de la economía multinacional obliga crecientemente a crear un *global supermarket* para reproducirse a escala ampliada en todo el planeta, ante lo cual la existencia de estados nacionales y de políticas culturales regionales aparecen como un fuerte estorbo que hay que superar.<sup>5</sup>

Ante ello, es conveniente considerar que si la historia de la publicidad en México a lo largo de los últimos 40 años ha demostrado que con tal de vender las mercancías para acelerar el proceso de circulación del capital, ésta estuvo dispuesta a banalizar e incluso prostituir finamente la imagen de la mujer para presentarla fundamentalmente como un objeto de uso sexual, a añadirle cualidades falsas o “fetichizar” los productos para hacerlos más atractivos, a crear necesidades artificiales en los consumidores para alentar la compra, a hacer creer que el valor de las personas se deriva de la marca que eligen y no de la medida en que se conocen a sí mismos, a proponer que el éxito de los individuos se da en la medida en que se acumulan pertenencias y no en el grado en que se es humano, a modificar la identidad nacional para revalorarse socialmente a través de la adquisición progresiva de más productos transnacionales, etcétera; ahora es posible pensar que al entrar en la fase de desarrollo de “libres fronteras” se construirá masivamente a través de las industrias culturales una visión del hombre y de la vida cada vez más condicionada por los requerimientos de expansión y fortalecimiento del mercado universal y no de la humanización de los individuos.

5. “Nuestro retraso social, no tecnológico”, *Excélsior*, 30 de mayo de 1989.

Ante este contexto psíquico colectivo parecería como si las nuevas mercancías que nos provienen del exterior estuvieran actuando otra vez sobre nuestra conciencia como las lentejuelas y las cuentas de vidrio que utilizaron los primeros conquistadores para cambiar nuestros metales preciosos por baratijas extrañas.

En este sentido, podemos afirmar que a unos meses de festejar el "Aniversario de los 500 años del descubrimiento y la evangelización de México" por los españoles, especialmente después de la firma de los preparativos para el "Acuerdo del Libre Comercio con Norteamérica"; hoy vivimos en el campo de nuestra identidad una segunda "evangelización comercial" silenciosa, a través de los medios de comunicación electrónicos y de otras infraestructuras culturales para convertirnos, desde las leyes del mercado en MEX-USA, y subordinarnos a la propuesta del "Destino Manifiesto Norteamericano".

Considerando el retiro progresivo del modelo público de televisión en el país, creemos que ante la anexión cada vez más acelerada de nuestra sociedad a las leyes culturales del mercado internacional que se está dando a través de nuestra vinculación al Sistema General de Aranceles y Comercio (GATT), de la apertura a los países de la Cuenca del Pacífico, de la integración muy dinámica norteamericana y canadiense por medio de la firma del "Tratado de Libre Comercio" y de la relación con el nuevo Mercado Común Europeo para 1992; si el Estado mexicano no construye un proyecto cultural nacional cada vez más sólido, a través del empleo racional de los medios de comunicación electrónicos, y en particular, de la televisión, estará cavando su propia tumba, de forma cada vez más profunda. Esto, debido a que permitirá que se destruyan en la conciencia de la población las bases mentales que requiere mantener para existir como Estado Nacional. Destrucción que rápidamente tiende a acentuarse pues el proyecto neoliberal del Estado presiona para que los medios de comunicación funcionen como negocios y no como servicio público. Especialmente, cuando en esta fase de "modernización" las leyes del mercado atraviesan de manera más profunda la estructura de los canales de infor-

mación; y por consiguiente, son las “fuerzas de la libre competencia” las que ascendientemente gobiernan el proyecto cultural de las industrias audiovisuales y no el proyecto de desarrollo social y humano de la población.

Esto es, a diferencia de otras fases de la historia de México en las que lo que mantenía cohesionada a la sociedad mexicana era su proyecto cultural de constitución como nación, creemos que lo que hoy conserva relativamente unido al conjunto social y es lo que en parte ha evitado un mayor desbordamiento civil, ha sido el modelo de existencia en las urbes, la presencia de viejos aparatos burocráticos, la capacidad de absorción esponjosa del partido gobernante, la constitución corporativista del Estado mexicano, el refuerzo de eficaces apoyos policíaco militares, etcétera, pero no la fuerte presencia del proyecto cultural que actualmente se encuentra en bancarrota ideológica. Por ello,

si en el futuro deseamos existir como Nación debemos luchar por que se reconozca la importancia de la cultura en la construcción cotidiana del proyecto del país en la cual juega un doble papel fundamental: por una parte, contribuye al rescate del sentido profundo y humano del desarrollo fortaleciendo la conciencia propia; y por otra, hace posible la realización del proyecto nacional.<sup>6</sup>

De aquí, la importancia estratégica de reactivar prioritariamente el liderazgo del Estado desde su avanzada cultural y no desde las simples trincheras económicas tradicionales que lo que hacen es subordinar la vocación de expansión universal del espíritu nacional a las necesidades coyunturales de reproducción del capital. No podemos olvidar que no hay país que se desarrolle sin una conciencia nacional fuerte y en ese sentido detrás del nacionalismo mexicano hoy existe una ausencia de integración nacional.

Por ello, ante el sistema de contenidos de los medios de comunicación electrónicos altamente desintegradores del país —pues no fomentan la participación democrática, ni la expresión de la pluralidad de opiniones, y por lo tanto, la formación

6. “Políticas de financiamiento de la cultura”, ob. cit., p. 5.

de una conciencia crítica— la única forma de enfrentar la vertiginosa transformación mental que se nos viene con la liberación de fronteras, es la construcción de una sólida política nacionalista de comunicación para el país. Política que debe elaborar un fuerte espíritu patrio a través del reconocimiento autocrítico de nuestras limitaciones como sociedad y de la aceptación profunda de lo que somos para alcanzar lo que tenemos que ser. Pensamos que la única forma de saltar sanamente hacia la modernidad que nos impone la dinámica de evolución mundial es asimilar el cambio desde los marcos del conocimiento profundo de nuestra cultura y no desde los seductores espejismos modernizantes que en el campo del desarrollo se esfuerzan por proponernos los países avanzados y nuestras élites nacionales para fortalecer su estructura de hegemonía y de acumulación material.

Es decir, para abrirnos al exterior de manera madura y no volvernos a perder como sociedad en el mar de las opciones del “progreso tecnologizante y civilizado” que nos ofrece el *glamour* de la “modernidad”, es requisito indispensable profundizar en el conocimiento de quiénes somos como sociedad, cuáles son nuestras necesidades y qué alternativas de solución tenemos frente a ellas. De lo contrario, nos relacionaremos en desventaja con una dinámica que produce infinitas ilusiones sobre lo que es el desarrollo y que por consiguiente históricamente nos atraparé una vez más.

Ante ello, debemos preguntarnos ¿qué nos sucederá como sociedad si nos vinculamos en un acuerdo de libre comercio con el exterior con una base cultural deprimida y erosionada como hoy la tenemos? ¿con qué actitudes y normas debemos relacionarnos con las seductoras dinámicas culturales externas, cuando somos un país que tiene una media mental de seis años de primaria, una deserción escolar en educación básica cercana a 45%, una inversión en ciencia y tecnología inferior a 0.52% del Producto Interno Bruto, una infraestructura nacional de solo 2 000 bibliotecas públicas, es decir una sala de lectura por cada 41 bares, una planta humana de 22 investigadores por cada 100 000 habitantes, una escuela por cada diez cantinas, una



creciente fuga de cerebros, un ausentismo escolar que produce una pérdida anual de 1 500 millones de dólares, etcétera?

Es por ello, que en los tiempos de la generación de una nueva era de la historia de la humanidad que se caracteriza por la experimentación de profundísimos cambios en todos los órdenes como son la caída del Muro de Berlín que modificó el rostro del poder europeo dibujado después de la Segunda Guerra Mundial, de la Perestroika que rompió con la rigidez de uno de los sistemas sociales más burocráticos de Oriente, del control a voluntad de los fenómenos de reproducción humana a través de la biogenética, de la presencia del baile de “lambada” que nos devuelve la sensualidad perdida por el aprendizaje de la “civilización” urbana occidental, del sobrecalentamiento de la tierra en más de ocho grados por el “efecto invernadero” que ha alcanzado el globo terráqueo, de la producción de las primeras plataformas habitacionales para vivir en el espacio, de la creación de la neurocomputadora que pensará por sí misma, de la “fusión nuclear en frío” que cambia las leyes milenarias de la física tradicional, de la construcción de los mapas cromosómicos que permiten corregir las lesiones moleculares de los genes, y del acercamiento al principio de un nuevo milenio; la comunicación no puede seguirse concibiendo medievemente en términos instrumentales como la simple transmisión de información de una entidad a otra. Hoy, es indispensable rescatar la esencia de la comunicación para entenderla como la creación del proceso de humanización de los individuos para evolucionar hacia fases superiores del desarrollo de la especie humana.

### *Hacia la creación de una nueva cultura orgánica*

Ante este panorama de debilitamiento cultural, es necesario tener presente que para que la sociedad mexicana se desarrolle a través del “moderno Estado mexicano”, es necesario aplicar muchas acciones administrativas, legislativas, políticas, infraestructurales, organizativas, etcétera, pero además de estas actividades a nivel material, es indispensable ejecutar intensos y muy sólidos proyectos culturales orgánicos que respalden las

acciones de gobierno y desarrollo nacional. Para ello, es central que el Estado mexicano abandone sus tradicionales desviaciones “aristocráticas”, “folkloristas”, “elitistas” y “culturalistas” que ha practicado durante varias décadas y que han entendido la acción cultural de forma restringida como la expresión de las sensibilidades más refinadas en todos los órdenes de las artes y de los conocimientos; y la replantee ahora en un sentido amplio como la producción de una nueva “cultura orgánica” que responda a las principales problemáticas cotidianas que la sociedad mexicana tiene que resolver para sobrevivir.

Cultura orgánica que supere la simple acción de alfabetizar, incrementar el nivel cuantitativo de la matrícula escolar básica, ampliar la educación formal, entender eficientemente los trámites instructivos, etcétera, y que prioritariamente, se oriente a propiciar el desarrollo del país a través de la creación de mayores niveles de conciencia sobre las trabas que nos impiden crecer como sociedad. Situación que políticamente, hoy día, cuenta con mayor margen de posibilidades para gestarse desde el momento en que este gobierno al pasar el control de los medios de comunicación estatales de la Secretaría de Gobernación (acción legitimadora), al Consejo Nacional de Cultura y de las Artes dependientes de la Secretaría de Educación Pública (acción formadora); les ha devuelto la verdadera naturaleza que les corresponde y el único sentido que los puede justificar: su vocación educativa. En términos de historia global, pensamos que este cambio podría ser equivalente en el terreno cultural a la nacionalización petrolera, pues es haberle expropiado las orientaciones equivocadas que han adoptado los medios de comunicación gubernamentales durante décadas para crear ahora las bases políticas que permitan generar un nuevo despegue y florecimiento mental del país. Horizonte que de aplicarse en la actualidad en toda su dimensión posibilita la creación de una nueva era de cultura colectiva de la sociedad mexicana.

Esto quiere decir que una pieza estratégica para que los proyectos de desarrollo nacional puedan echar verdaderas raíces económicas y políticas en la población, para alcanzar a nivel elemental las metas propuestas, antes, el Estado —a través de

los medios de comunicación electrónicos y particularmente de la televisión—, tiene que formar en la conciencia de los ciudadanos una nueva cultura para gobernar en el terreno ambiental, productivo, organizativo, urbano, de explotación de recursos naturales, de empleo, vivienda, energéticos, agua, salud, participación, generación de alimentos, etcétera.

Ello implica, que ante el momento actual de transición y no auge del país, el Estado debe orientarse prioritariamente a la formación de una cultura global para la sobrevivencia nacional y no para los goces exquisitos de la élite artística de nuestra sociedad. Hay que tener muy presente que el único sentido que puede tener el arte y la cultura es el de incrementar los niveles de humanización de los hombres y no el de hacerlos más ajenos de sí mismos. Tenemos que combatir firmemente la posición que, con el fin de salir más rápidamente de nuestro subdesarrollo mental, el Estado ha generado en diversas ocasiones, al propiciar la cultura por la cultura o el arte por el arte eliminando su relación con nuestras grandes contradicciones sociales.

Hoy todos los recursos de la danza, los poéticos, musicales, teatrales, literarios, escultóricos, plásticos, etcétera, de nuestra intelectualidad nacional, exigen ser orientados para contribuir a resolver los grandes problemas de crecimiento que nos estancan como país y no a su simple y dispersa manifestación espontánea. En otros términos, la fase de despertar nacional por la que atraviesa nuestra República, demanda que la belleza, el arte, la sensibilidad y la estética estén al servicio del cambio social y no a la disposición de la egolatría, el individualismo y el narcisismo como ha sido la tendencia mayoritaria que se ha seguido en las últimas décadas por los proyectos culturales.<sup>7</sup>

7. Esto se confirma a través de la renuncia del director de la Casa de la Cultura de Juchitán, Oaxaca, quien después de diez años claudica a su cargo diciendo: "Estoy desencantado porque el bello proyecto de los amigos se canceló por chismes, por mezquindad humana. Los intelectuales se pelean entre sí y se llevan entre las patas el proyecto cultural de un pueblo. Renuncio a la Casa de la Cultura porque ahora cuido paredes", *Unomásuno*, 21 de abril de 1989.

Ello significa, que el Estado mexicano debe fundamentalmente canalizar la mayoría de su energía financiera, material, artística y espiritual hacia la producción de una nueva cultura agrícola para la producción de alimentos que disminuya las más de 9 000 toneladas de nutrientes que actualmente importamos para existir. Una nueva cultura natural que evite que se sigan destruyendo las más de 200 especies de animales y vegetales que se han aniquilado en lo que va de este siglo en nuestra República. Una nueva cultura local que aminore la migración diaria de más de 10 000 personas a las principales ciudades del país. Una nueva cultura forestal que disminuya la erosión anual de más de 500 000 hectáreas de nuestra reserva territorial. Una nueva cultura acuífera que permita darle valor racional al agua para aprovecharla civilizadamente y ahorrar 30% del líquido potable que hoy se desperdicia irresponsablemente en las urbes. Una nueva cultura ecológica que contribuya a disminuir las más de 6 000 toneladas de partículas contaminantes que se acumulan diariamente en la atmósfera del Valle de México y las principales ciudades del país, y que silenciosamente, cada vez más, nos suprimen la vida.

Una nueva cultura femenina que permita la amplia participación social de las mujeres mexicanas que son 50% de la población nacional. Una nueva cultura energética que nos lleve a vivir lo más justamente la transición por la que atraviesa el país al pasar de la era del petróleo a otra fase de desarrollo motriz. Una nueva cultura nutricional que posibilite disminuir la inanición en más de 60% de la población nacional, especialmente infantil, que permanentemente vive sin los mínimos alimenticios requeridos para sobrevivir. Una nueva cultura de la organización que integre alrededor de nuestros conflictos sociales básicos a los 85 millones de mexicanos, pues todavía somos una sociedad que está por organizarse plenamente. Una nueva cultura que permita valorar y amar profundamente lo mexicano para afirmar nuestra cada vez más débil identidad nacional y evitar la rapidísima pérdida de nuestro proyecto cultural del país ante la apertura de fronteras. Una nueva cultura para las emergencias nacionales, especialmente, de naturaleza

sísmica en el Valle de México cuando sabemos que los especialistas sismólogos de la Universidad Nacional Autónoma de México han anticipado la presencia de fuertes movimientos de las capas telúricas para los próximos años, como ya se comprobó una vez más, con el temblor de seis grados en la escala de Richter del 25 de abril de 1989, etcétera.<sup>8</sup>

Hoy, es indispensable considerar que la edificación del nuevo Estado mexicano no se puede construir sobre la base de los viejos valores sociales, especialmente, cuando fueron dichos principios los que nos llevaron a la profunda crisis estructural que actualmente vivimos. En esta coyuntura es indispensable reconocer que el verdadero Estado moderno, no surge de la realización de simples cambios administrativos, de las "aperturas políticas", de las transformaciones tecnológicas, de la apertura a la inversión extranjera, del adelgazamiento gubernamental, de las modificaciones de la retórica oficial, etcétera, sino que, en última instancia, parte del cambio mental de la población.

Las verdaderas bases del moderno Estado mexicano tienen que surgir de la profundidad y coherencia que posea su proyecto cultural y no de las simples respuestas coyunturales atrevidas que se pretendan implementar en el terreno económico y político. Por lo que es indispensable construir, a través de los canales de información, valores que produzcan una nueva visión cotidiana sobre nuestras personas, nuestras vidas, nuestra nación, nuestra historia y sobre la misión del hombre en el planeta tierra.

Perspectiva que hasta el momento sólo ha sido concebida por el Estado de forma muy limitada cuando exclusivamente a nivel de declaraciones se ha pretendido atender la efervescencia política y la macro concentración urbana en el Valle de México, y el nuevo gobierno ha reconocido la necesidad de que se debe formar, respectivamente, una nueva cultura política y una nueva cultura para la convivencia en la zona metropolitana del país, marginando una enorme cantidad de realidades prioritarias que

8. Datos presentados en el programa radiofónico de Tomás Mojarro, *Palabras sin reposo*, Radio UNAM, 25 de abril de 1989.



también deben ser urgentemente atendidas por la acción cultural del gobierno y del sector civil.

De lo contrario, se intentará implementar un proyecto de desarrollo material de la sociedad mexicana, sin un programa racional colectivo que lo respalde. Esto implicará gobernar sin bases mentales, pues se intentará modificar el estómago, los brazos y los pulmones del país, sin transformar la cabeza social, lo cual, creará un gobierno descerebrado. Esto es, el ejecutivo gobernará en una atmósfera esquizofrénica pues la cabeza del ente social, en el mejor de los casos, pensará en los valores de las exquisiteces sensoriales, mientras el cuerpo masivo luchará por sobrevivir en el crudo remolino de la realidad nacional.

Por lo mismo, de no producirse esta cultura orgánica y democrática, de muy poco o nada servirá para el urgente programa de crecimiento nacional, la belleza producida por la retórica literaria, la luz generada por la pintura exquisita, las estrofas rítmicas de la poesía, las curvas excelsas de la escultura perfecta, la plástica deliciosa de la danza, los lenguajes artísticos del cine, etcétera, si antes no se produce una verdadera cultura orgánica y plural que incremente los niveles de claridad y de compromiso grupal de la población frente a los grandes problemas nacionales que nos ahogan. De no generarse esta orientación de conocimiento orgánico, el Estado posibilitará la acumulación de una sensibilidad más refinada para el país pero que, finalmente, no podrá ser aprovechada extensivamente por nuestra sociedad, pues el hambre, el desempleo, la violencia, la pobreza, la contaminación, la enajenación, la neurosis, el hacinamiento, en una palabra, la deshumanización que cada vez más se acentúa en nuestra República, serán los jinetes del apocalipsis que harán inaccesibles todos estos deleites para la mayoría nacional. No se puede volver a repetir en el país la situación de Bizancio en la antigüedad que permitió que mientras los bárbaros atacaban la ciudad de Constantinopla sus "sabios" discutían con todo rigor si los ángeles tenían alas o no.

En otros términos, para que la propuesta global de avance del nuevo Estado mexicano se pueda realizar, además de la creación de los tres acuerdos nacionales fijados por el Ejecutivo

(acuerdo para la ampliación de nuestra vida democrática, acuerdo para la recuperación y estabilidad económica, y acuerdo para el mejoramiento productivo del bienestar popular); ahora es indispensable crear un cuarto acuerdo nacional para el cambio mental del país a través de la formación de un nuevo orden cerebral de la población vía la acción de los medios de comunicación y de otros órganos culturales. Esto significa, que así como en su proceso de modernización, el Estado mexicano para garantizar su soberanía en el terreno de la dirección económica ha declarado como áreas estratégicas a "Petróleos Mexicanos, la petroquímica básica, la Comisión Federal de Electricidad, los minerales radioactivos, la generación de energía nuclear, los ferrocarriles, los correos, la comunicación vía satélite, e instituciones fundamentales como Conasupo";<sup>9</sup> ahora ante el proceso de apertura de fronteras culturales vía las nuevas tecnologías de información, para que el Estado mantenga su soberanía ideológica, es indispensable que eleve a nivel de ubicación estratégica la acción cultural, la identidad nacional y los instrumentos de materialización colectiva como son los medios de comunicación masivos.

De lo contrario, el proceso de modernización del país sólo habrá conseguido mantener la autonomía en los brazos y piernas del organismo social, pero no en su cerebro colectivo. Ante lo cual debemos preguntarnos ¿de qué clase de modernización se trata?<sup>10</sup>

Por eso, mientras los medios de comunicación, y en especial la televisión, no produzcan en sus auditorios un profundo cambio mental a nivel cultural, el Estado seguirá gobernando contra la inercia ideológica de las masas frente a los grandes

9. Salinas de Gortari, Carlos: "Primer informe de gobierno", Secretaría de la Presidencia. *Excélsior*, 2 de noviembre de 1989: cuarta parte de la sección A, p. 2.

10. Curiosamente cuando se trata de autonomía el Estado protege aquellos sectores que le parecen estratégicos para no perder su rectoría como es el abasto a las ciudades y otras áreas medulares, pero no cuando se refiere a la cultura y la comunicación que los entrega a las libres fuerzas del mercado. Consultar "No está a discusión la rectoría del Estado en el abasto", *El día*, 29 de marzo de 1989.

problemas nacionales, y el único respaldo con que contará para concertar la voluntad de las mayorías alrededor de su propuesta de cambio, serán los aparatos logísticos, administrativos, policiales y militares. Esto es, de no producirse a través de los medios de comunicación una nueva cultura global para el avance del país, las acciones de modificación estructural de la sociedad mexicana tendrán que realizarse por medio de la intervención de los recursos burocráticos y represivos pues no se contará con los respaldos de transformación mental que, a final de cuentas, aceleran o retardan las evoluciones sociales.

Por lo mismo, de no efectuar el Estado esta tarea a través de los medios de comunicación, y dedicarse principalmente a la promoción del deleite de los refinamientos sensitivos, los organismos culturales se convertirán en entidades de adorno del Estado mexicano y desaprovecharán la oportunidad histórica que la sociedad les ha construido para corregir el rumbo del espíritu nacional hacia una nueva fase superior de claridad colectiva. Visto en términos globales era como haber utilizado los recursos que nos dio la expropiación petrolera para construir exclusivamente vitrinas de lujo con las flores y aromas más exóticos del planeta. Desperdicio de espacio que será aprovechado por otros órganos nacionales y transnacionales para propiciar el desarrollo cultural del país desde los intereses mercadológicos voraces de la acumulación de capital y no desde su crecimiento social y humano.

Es por ello, que en esta fase de acelerada integración de los procesos culturales nacionales a la dinámica de centralización y globalización de las economías mundiales más avanzadas, es una obligación prioritaria de existencia del Estado mexicano el que no abandone el uso y la creación de los procesos de comunicación y cultura a los dictados salvajes de las "libres fuerzas del mercado", que lo que buscan, en última instancia, es la permanente acumulación de capital; sino que planifique el funcionamiento de éstos para producir una *nueva cultura cotidiana* que propicie el desarrollo y la sobrevivencia del país. De lo contrario, si no planeamos el uso de los canales de difusión, alrededor de un proyecto de transformación mental para el

crecimiento de nuestra sociedad, de nada servirá la realización del resto de las reformas modernizantes que ha impulsado el actual Estado mexicano, pues el cerebro del país estará desvinculado de su cuerpo social; con lo cual, nuestra nación tarde o temprano se volverá a desmoronar, y cada vez más, con mayor intensidad.

*Comunicación y Sociedad* 13  
se terminó de imprimir  
en diciembre de 1992,  
en los talleres gráficos de  
la Dirección de Publicaciones  
de la Universidad de Guadalajara.  
Tiro: 1 000 ejemplares