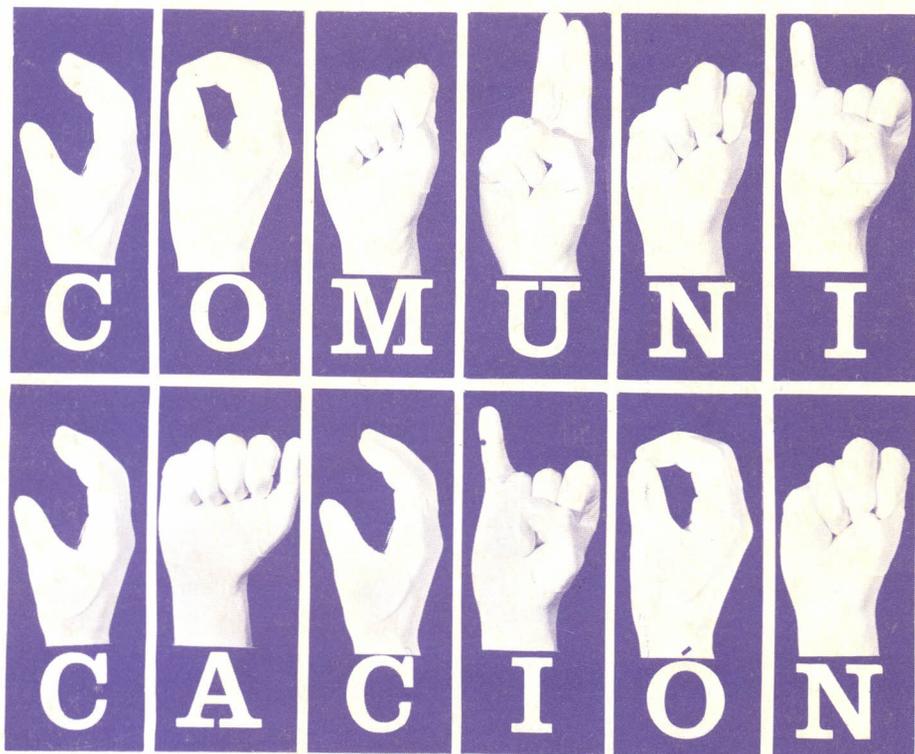


BOLETIN ALAIC

ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INVESTIGADORES DE LA COMUNICACIÓN



PARA LATINOAMÉRICA

ALAIC



ALAIC

Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación

Presidente: Enrique E. Sánchez Ruiz (CEIC, U. de G.), México

1° Vice-Presidente: Luis Peirano (DESCO), Perú

2° Vice-Presidente: Margarida Krohling Kunsch (ECA-USP), Brasil

1° Vocal: Marcelino Bisbal (Comunicación, Centro Gumilla), Venezuela

2° Vocal: Raúl Fuentes Navarro (ITESO), México

3° Vocal: Ricardo Sol, Costa Rica

Boletín ALAIC

Publicado por la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), con el apoyo del Centro de Estudios de la Información y la Comunicación y la Dirección de Publicaciones de la Universidad de Guadalajara.

Editor responsable: Enrique E. Sánchez Ruiz

Responsable: Gabriela Gómez Rodríguez

Cuidado de la edición: Teresa Tovar Peña y Mónica Márquez Hermosillo

Diagramación: Avelino Sordo

Composición: Teresa Tovar Peña

Tipografía: Victoria Rodríguez Jorge

Portada: Jânio Pinheiro

Impresión: Taller Editorial de la Universidad de Guadalajara

Redacción: Paseo Poniente 2093, Jardines del Country

C.P. 44210, Guadalajara, Jal., México

Apartado Postal 6-216. Teléfonos: 91 (3)

623-75-05, 623-76-31. Fax: 623-75-05.

Sumario

Panorama de ALAIC

Presentación	5
ALAIC se consolida. Avances de las investigaciones en América Latina - <i>José Marques de Melo</i>	7
<i>Mapa Nocturno</i> en el Primer Congreso ALAIC - <i>Fabián D' Aloisio, Néstor Borri</i>	11
ALAIC y AIERI se reunieron en Brasil - <i>Enrique E. Sánchez Ruiz</i>	17
¿Quién es el nuevo presidente de ALAIC?.....	21

Tendencias de la investigación

Implantação da pesquisa de opinião e mercado no Brasil (1930-1972) - <i>José Carlos Durand</i>	23
La investigación en comunicación social en Panamá. Problemas fundamentales y perspectivas - <i>Manuel Almengor, Javier Arauz, Ileana Gólcher, Modesto A. Tuñón</i>	43
Perfil de investigadores académicos de comunicación en Venezuela - <i>Jesús María Aguirre, Carolina Delgado Alcalá</i>	57
Investigación en comunicación: tendencias de la escuela latinoamericana - <i>José Marques de Melo</i>	77
La investigación sobre comunicación en tiempos neoliberales (Nuevos retos y posibilidades) - <i>Enrique E. Sánchez Ruiz</i>	99
Investigaciones efectuadas por CIESPAL.....	111

Materiales para el debate

La televisión mexicana ante la internacionalización cultural - <i>Javier Esteinou Madrid</i>	117
--	-----

Semblanza

Mis (primeros) cincuenta años de aprendiz de comunicador. Mini-autobiografía profesional de Mario Kaplún.....	125
---	-----

Perfiles institucionales

Centro de Estudios de la Información y la Comunicación de la Universidad de Guadalajara.....	143
--	-----

Documentos

La Red "El Universo Audiovisual del Niño" (UNIAL)..... 155

Informes

Relatoría del VII Encuentro Latinoamericano de Facultades
de Comunicación Social / VII Encuentro Nacional CONEICC-
Raúl Fuentes Navarro..... 167

Conclusiones del seminario "Periodismo, denuncia y demo-
cracia" - *Migdalia Pineda* 171

Cultura, medios de comunicación y libre comercio- *Ana Ma.
Menéndez*..... 175

Noticario..... 183

Guión de eventos..... 193

Novedades bibliográficas..... 197

LA TELEVISIÓN MEXICANA ANTE LA INTERNACIONALIZACIÓN CULTURAL

*Javier Esteinou Madrid**

El proceso de transformación moderna que ha experimentado México desde 1992, en particular, con los preparativos que se han realizado para consolidar el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá, están produciendo profundos cambios en las estructuras económicas, políticas, sociales, agrícolas, tecnológicas, mentales, legales, etcétera, de nuestro país. Estas, a su vez están modificando los sistemas de vida, organización, trabajo, educación, producción, competencia, y demás, de la población nacional.

Es por ello, que frente a este reciente 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 substitución 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, desparticipativa, y una erosión de nuestra identidad nacional; ahora, qué nos sucederá espiritualmente como sociedad y como individuos al entrar a 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, con el Tratado de Libre Comercio, se

* Investigador del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco y del Centro de Servicio y Promoción Social de la Universidad Iberoamericana.

incrementará la saturación ideológica de nuestra base cultural por medio de la acción de las redes de televisión y del complejo del video de los nuevos bloques comerciales que actuarán sobre nuestra sociedad? ¿Cómo conservar el proyecto cultural independiente del Estado Nación Mexicano en una atmósfera de creciente globalización comunicativa, de apertura de fronteras mentales y de formación de culturas supranacionales? ¿Qué va a ganar y qué va a perder culturalmente México con la firma del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá? ¿Qué tanto la nueva estructura cultural e informativa que está creando la modernidad, sirve para que nuestra sociedad de verdad se desarrolle y crezca material y espiritualmente? ¿Qué aspectos de la cultura nacional sí deben ser negociados y cuáles no ante el Acuerdo Trilateral de Libre Comercio?

De aquí, la necesidad urgente de reflexionar sobre nuestra cultura y la acción de los medios de comunicación, para conservar su esencia nacional dentro de la dinámica de acelerado cambio modernizador que vive el país; pues el proceso de globalización mundial nos lleva a la creación de un nuevo orden cultural que modificará los contenidos y las fronteras ideológicas de los actuales Estados nacionales. De lo contrario, el alma cultural de nuestra sociedad correrá el gran riesgo de quedar sepultada por los nuevos espejismos de la modernidad y sus derivados simbólicos parasitarios de esta nueva fase del desarrollo de la sociedad capitalista internacional.

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, 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 cohesión nacional que sirvieran como punto de despegue para el proyecto de crecimiento interno.

Es decir, sin conocer y asimilar todavía a fondo las alteraciones culturales que nos produjo la Conquista Española hace 480 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. Así, sin haber terminado de definir su proyecto nacional y sin haber resuelto sus conflictos de país subdesarrollado; la sociedad mexicana de nuevo es arrastrada por la dinámica del capitalismo altamente avanzado para construir otro modelo de desarrollo internacional y encajarse en los huecos marginales que deja esta profundísima transformación planetaria.

Vinculando dicho horizonte con los medios de comunicación, encontramos que aunque en términos de hechos (no de discurso), los medios de información y en particular la televisión se encuentran todavía muy desfasados del proyecto modernizador, pues este 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 insustituible 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 y apoyamos el modelo de acumulación material; ahora, el “capitalismo modernizador” para consolidarse en su etapa neoliberal de apertura de fronteras 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, el pragmatismo, la supercompetencia, la privatización, la obsolescencia, la desregulación, la desestatización, la internacionalización, la globalización, etcétera.

Nueva estructura axiológica que se distinguirá por cancelar los valores del antiguo “Estado del Bienestar” nacional generado a partir de

la Revolución de 1910, e introducir los valores del moderno "Estado Neoliberal" que mantiene como centro de gravedad el *laisse faire* del proyecto de acumulación ampliada en el campo de la comunicación, la cultura, la conciencia y el espíritu.

En este sentido, podemos decir que sobre las bases del primer sincretismo cultural que realizó nuestro país en el siglo XX con la sociedad norteamericana después de la Segunda Guerra Mundial, ahora iniciamos otro segundo sincretismo con la cultura norteamericana a partir de la formación del Tratado de Libre Comercio y la presencia intensiva de la ideología de la modernidad en nuestra sociedad. Es decir, con la incorporación de nuestra sociedad a los procesos de globalización internacional no comienza la penetración cultural, la pérdida de identidad nacional y la instauración de los principios capitalistas en el campo de nuestra conciencia colectiva; pero sí se inicia a través de las industrias culturales, y en particular de la televisión, una nueva fase acelerada 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 impondrá el nuevo programa de crecimiento nacional, catalizado por el Tratado Trilateral de Libre Comercio observamos que la moderna subjetividad que producirán los medios electrónicos en el futuro estará caracterizada, en parte, por fomentar el individualismo por sobre las relaciones solidarias; acentuar la competitividad por sobre el trabajo compartido ("Tequio"); el canibalismo salvaje por sobre la fraternidad; la marcada admiración por lo extranjero que por lo nacional; el interés por la no planificación colectiva sino por la altamente privatizada; la lucha por la libertad y felicidad aislada y no por la grupal; el valor supremo de la "eficiencia" por sobre otras metas humanas superiores; el abandono de los valores tradicionales para asimilar los "modernos"; el dinero como base del reconocimiento y la valoración social; el hedonismo y la "Cultura del Yo", como nuevo cristal para mirar la vida; la tecnificación extrema como sentido del éxito y no el diálogo y el acercamiento humano, etcétera.

En este sentido, nuestra sociedad hoy vive una profunda contradicción en su alma cultural, pues mientras en el fondo el "México Profundo" o nuestra "Civilización Negada" compuesta por una milenaria realidad pluriétnica y pluricultural, silenciosamente, lucha por reafirmarse y expresarse; el México de la modernidad o el "México Imaginario" que se incorpora a la dinámica de la globalización oligopólica, pretende homogeneizar, estandarizar y masificar las manifestaciones culturales y los gustos en la comida, las expresiones, la música, los bailes, el vestido, las tradiciones, los efectos, los valores, en una idea, el universo de la vida cotidiana, para crear condiciones más propicias para la expansión del mercado super transnacional en nuestra sociedad.

Es por ello que, considerando el retiro progresivo del modelo público de televisión en el país y de los proyectos culturales de asistencia social, 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 a la economía norteamericana y canadiense a través 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 crecientemente 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.

Apertura cultural a la dinámica de la globalización mundial que no sería preocupante si en México contáramos con una sólida estructura de reconocimiento, promoción y defensa de nuestra cultura nacional. Sin embargo, al no existir esta infraestructura de reforzamiento del proyecto cultural propio, y contrariamente, producirse una erosión creciente del mismo a través de la penetración de sectas religiosas extranjeras, la intromisión creciente de mensajes transnacionales vía los medios de comunicación, la incorporación progresiva de la "lógica del mercado" a los procesos culturales, la destrucción acelerada de nuestro patrimonio artístico y arqueológico, la caída vertical del sistema educativo público, el abandono de la antigua fisonomía urbana de las calles del país para

convertirse en malas copias del estilo arquitectónico norteamericano, el incremento del inglés en detrimento del español, la pérdida creciente de las bases de la cosmovisión indígena, etcétera; es vital que la sociedad mexicana, a través de la sociedad civil, produzca una dinámica de rescate y defensa de nuestra milenaria cultura nacional.

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 Nación que se desarrolle que no tenga una conciencia nacional fuerte; y en ese sentido, detrás del nacionalismo mexicano hoy existe un debilitamiento del orgullo y de la conciencia nacional.

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 elites 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 tecnolozante y civilizado” que nos ofrece el *glamour* de la “modernidad”, es requisito indispensable profundizar en el conocimiento de quiénes somos como sociedad, qué riqueza tenemos, 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 atrapará una vez más.

Sin embargo, no obstante la inminencia del panorama anterior, hasta el momento el Estado y las instituciones privadas nacionales, no han analizado el impacto que tendrá el Tratado de Libre Comercio sobre la cultura y los medios de comunicación mexicanos. Es por ello, que consideramos urgente que se realice un estudio exploratorio que analice esta situación y plantee diversas alternativas de acción de lo que debe realizar el Estado y la sociedad civil para encarar maduramente esta realidad.

Comunicación y Sociedad

Publicación cuatrimestral

Comunicación y Sociedad es una de las escasas publicaciones periódicas académicas, de difusión del conocimiento sobre la problemática de la comunicación social, que circulan regularmente en México. Se trata de un medio de divulgación de avances y resultados de investigación, así como de las teorías que predominan en este campo y sus disciplinas afines.

Ejemplar: N\$ 12.00 (México) \$8.50 U.S. Dlls.
Suscripción (3 números): N\$ 30.00 (México)
\$25.00 U.S. Dlls.

Redacción, informes y ventas:

Pasco Poniente # 2093, Jardines del Country.
C. P. 44210 Guadalajara, Jal., México. (Apdo.
Postal 6-216). Fax: (3) 623-75-05 Teléfonos:
(3) 623-75-05, (3) 623-76-31.

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