

plural

\$10,000
REVISTA CULTURAL
DE **EXCELSIOR**
EL PERIÓDICO DE LA VIDA NACIONAL
AGOSTO DE 1992

251

ISSN-0185-4925

POESÍA:

JOSÉ LEONEL TORRES / MALIYEL BEVERIDO / ROLANDO ROSAS GALICIA

CUENTO:

MARIO MONTEFORTE TOLEDO / JOSÉ ANTONIO ASPE / MARIO JULIO DEL CAMPO

ENSAYO:

**BERTÍN ORTEGA / CARLOS FERNÁNDEZ COLLADO / RENATO PRADA OROPEZA /
JAVIER ESTEINOU MADRID / SAÚL IBARGOYEN / JAIME CARDEÑA**

COLOR:

DIDIER ANZIEU SOBRE FRANCIS BACON



Plural es una publicación de

EXCELSIOR

Compañía Editorial, S.C.L.

Director General:

REGINO DÍAZ REDONDO

Gerente General:

JUVENTINO OLIVERA LÓPEZ

Subdirector General:

JOSÉ ANDRÉS

BARRENECHEA ALVAREZ

Subgerente General:

RODOLFO FLORES RIVERA

SEGUNDA ÉPOCA

VOL. XXI-XI

AGOSTO DE 1992

NÚM. 251

plural

Director:

Jaime Labastida

Subdirector:

Lazlo Mousong

Coordinador:

Victor Guerrero G.

Jefe de redacción:

Saúl Ibarгойen

Secretario de redacción:

Carlos David Malfavón

Diseño:

Pablo Labastida

Literatura: Juan Baulélos /

Elva Macías

Teoría: Antonio Marquet / Françoise

Perus / Gabriel Vargas Lozano / Marcos

Winocur / Antonio Juárez Villalbaz

Artes Plásticas: Jesús Martínez

Música: Graciela Phillips

Entrevistas: Mauricio Ciechanower

Libros: Federico Álvarez

Teatro: Armando Partida

Consejo Editorial:

Ricardo Aguilar / Fernando Alegria / Sergio

Bagü / José Luis Balcárcel / Jorge A. Bocciana /

Juan Bosch / Ernesto Cardenal / Eduardo Casar /

José Antonio Cadrón / Agustín Cueva (+) / Néstor

García Canclini / Javier García Méndez / José

Arthur Giannotti / José Luis González / José

Agustín Goytisolo / Rubén López Recendez /

Juan Manuel Marcos / Francisco Moreno

Caplevilla / Ariel Muñoz / Gérard Pierre-

Charles / Renato Prada Oropeza / Wenceslao

Roces (+) / Alejandro Romualdo / David Vinas /

Alejandro Wüher / Rubén Yáñez.

Redacción: María Eugenia García Barragán,

Margarita Martínez Duarte, Seren Moreno

Formación: Arturo González

Publicidad: Arturo Leis Veloz,

teléfono: 566-93-60

Oficina: Guillemina Guenara, Martha

Unzueta II

Dirección: Reforma No. 18, 1er. Piso, Centro,

Delegación Cuauhtémoc, 06600, México, D.F.

Teléfonos: 566-93-60, 535-63-90 y 566-22-00

ext. 112, 115 y 223

JOSÉ LEONEL TORRES

Poemas

4

MALIYEL BEVERIDO

El minuto que pasa

6

MARIO MONTEFORTE TOLEDO

El extraño vientre de los dioses

10

BERTÍN ORTEGA

Navegaciones: en busca de la identidad perdida

13

ROLANDO ROSAS GALICIA

Espejos

23

CARLOS FERNÁNDEZ COLLADO

Marshall McLuhan: el explorador solitario

27

SAÚL IBARGOYEN

"Un" escritor y "su" mundo

36

DIDIER ANZIEU

Francis Bacon: la piel, la madre y el espejo

39

JOSÉ ANTONIO ASPE

Cuentos taurinos

46



Muestra gráfica
Masha Zeped

RENATO PRADA OROPEZA

Lazlo Moussong: una escritura irreverente

JAVIER ESTEINOU MADRID

Telecomunicaciones y globalización mental

MARIO JULIO DEL CAMPO

La cena

JAIME CARDEÑA

El descenso al infierno

ARCA DE NOÉ

Gabriel Vargas Lozano: *La filosofía en Cuba*

Armando Partida: *Matar a la muerte*

Graciela Phillips: *Música y estética alemana*

Jesús Martínez: *La Diana reubicada*

Mauricio Ciechanower: *Un trío bien actualizado*

Patricia Vázquez Hall: *Entrevista a Alejandra Llorente*

Silvia Yáñez: *Luciérnagas y rupturas*

Fabrizio Prada: *La mujer de Benjamín*

Irene Selser: *Radio Martí y Cuba*

Marcos Winocur: *Sade recuperado e irresuelto*

48

55

59

61

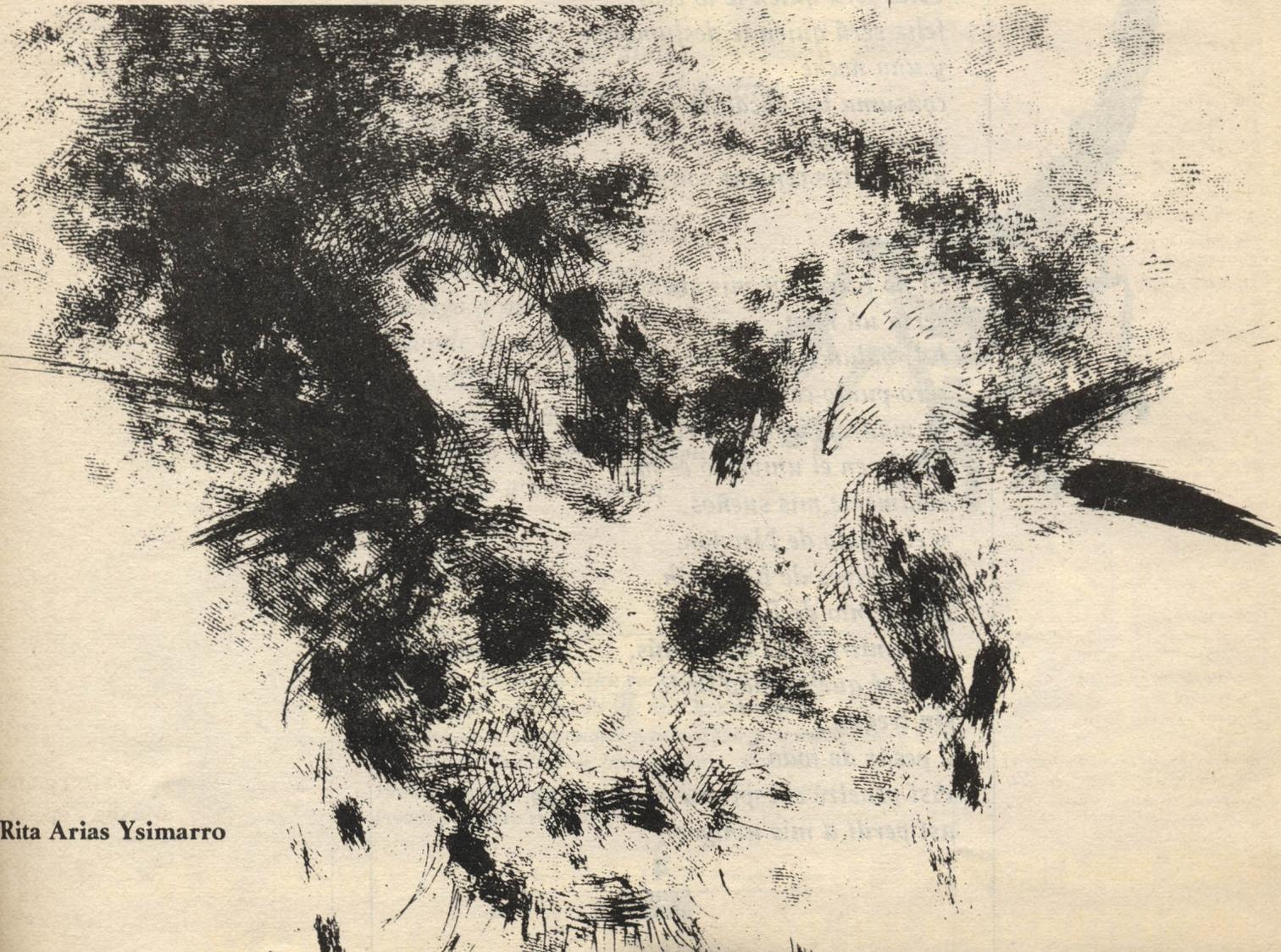
66

Portada:

Andrea Labastida Mora

Autorizada como correspondencia de segunda clase por la Dirección General de Correos con fecha 14 de diciembre de 1971, número de control 1461 ISSN 0185-4925. Los artículos firmados son de responsabilidad exclusiva de sus autores. No se devuelven originales ni se responde por colaboraciones no solicitadas. Para la reproducción de materiales aquí publicados solicítense la autorización de la Dirección. Todos los derechos reservados por PLURAL. Reserva Especial Dirección General del Derecho de Autor, septiembre de 1975. Ejemplar \$10,000.

Suscripciones: un año \$100,000 en la República Mexicana; Estados Unidos, Canadá, América Central y el Caribe: Dls. 30.00; América del Sur: Dls. 33.00; Europa: Dls. 43.00; África y Oriente Medio: Dls. 55.00; Asia y Oceanía: Dls. 60.00, correo aéreo. Distribución en locales cerrados; Distribuidora de Fondos Editoriales, S.A. de C.V., Amado Paniagua Núm. 47-bis, colonia Moctezuma, 1a. Sección. Teléfono: 784-67-22. Distribución en puestos de periódicos del Distrito Federal: Unión de Expendedores.



TELECOMUNICACIONES Y GLOBALIZACIÓN MENTAL

El proceso de transformación moderna que ha experimentado México, en particular con los preparativos para consolidar el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá, está produciendo profundos cambios en las estructuras económicas, políticas, ecológicas, sociales, agrícolas, tecnológicas, mentales, legales, etcétera, de nuestro país. Éstas, a su vez, modifican los sistemas de vida, organización, trabajo, educación, producción, competencia... de la mayoría de la población nacional.

Por ello, frente a este reciente panorama histórico de formación de nuevas zonas hegemónicas, y ante el proceso de industrialización generado por la sustitución de importaciones de 1930 en adelante, por el cual la estructura cultural de la sociedad mexicana fue transformada rápidamente por la radio y la televisión para crear una mentalidad consumista y desparticipativa, así como una erosión de nuestra identidad nacional, consideramos urgente preguntarnos ¿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 nuestras telecomunicaciones y de los 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 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 formación de culturas supranacionales? ¿Qué va a ganar o 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 a través de la expansión de las telecomunicaciones sirve para que nuestra sociedad verdaderamente se desarrolle y crezca material y espiritualmente? ¿Qué aspectos de la cultura nacional deben ser negociados y cuáles no ante el Acuerdo Trilateral de Libre Comercio?

De aquí la necesidad urgente de reflexionar sobre la situación de nuestra cultura, las telecomunicaciones 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. El proceso de globalización mundial 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 corre 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 los últimos tres decenios, 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 el consentimiento de las autoridades 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 producto de la Conquista española hace 480 años y las mutaciones mentales que nos ocasionó desde los años cincuenta de este siglo la presencia de la sociedad de consumo con el proyecto de sustitución de importaciones durante la industrialización nacional; ahora, sin estar preparados culturalmente, nos sorprende de nuevo 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 un proyecto cerebral propio. Así, sin terminar 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.

Al vincular este horizonte con los medios de comunicación y las telecomunicaciones, encontramos que, aunque en términos de hechos (no de discurso), los me-

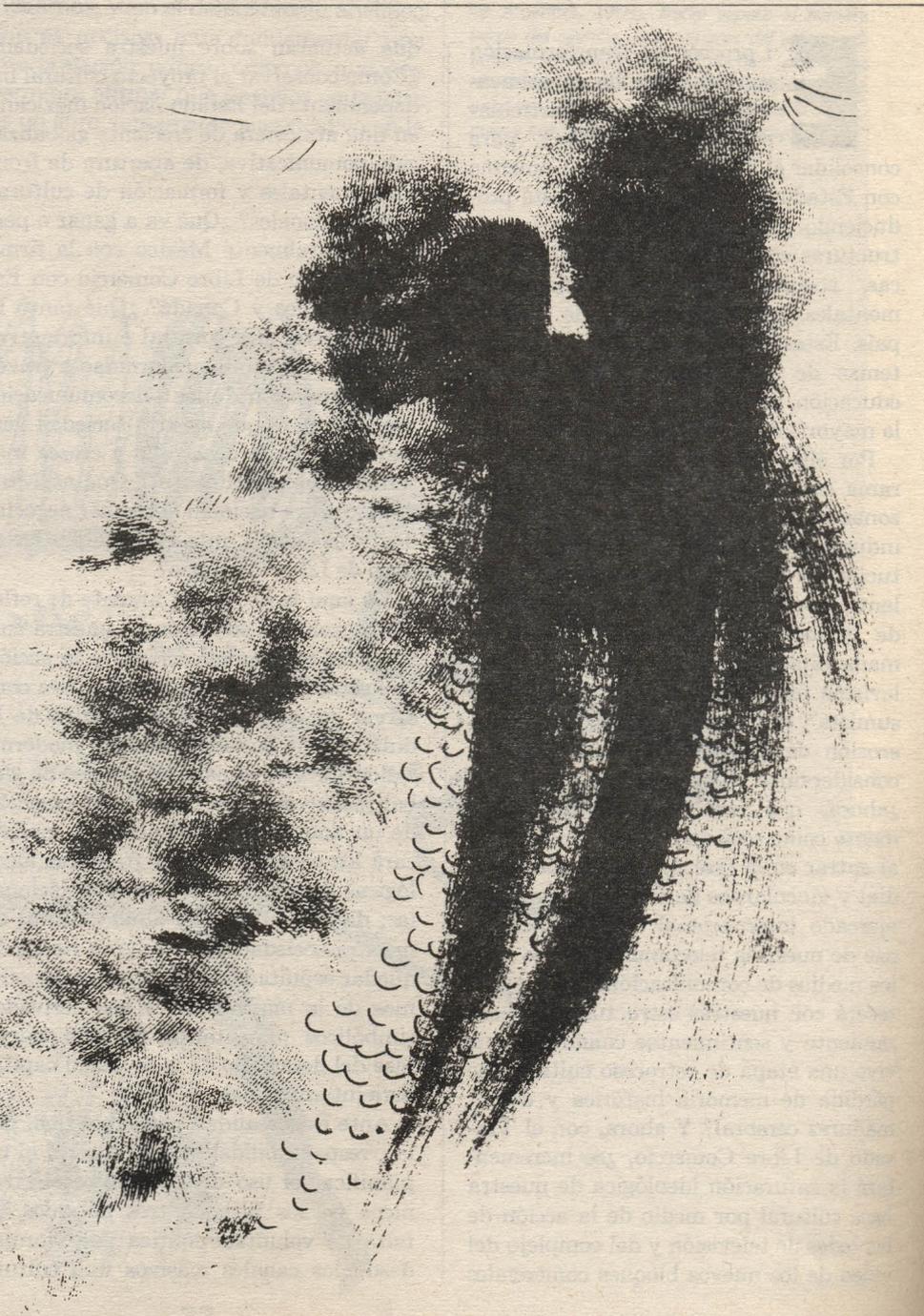
dios de información y particularmente la televisión se encuentran todavía muy desfasados del proyecto modernizador, pues éste se ha manifestado ampliamente en el campo económico normativo, un poco en el político-cultural y casi nada en el terreno comunicativo; se sabe que para que el modelo de desarrollo neoliberal pueda realizarse en México es indispensable la presencia de nuevas condiciones legales, productivas, tecnológicas, laborales, jurídicas..., 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 a mediados del siglo XX, creó 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 tecnifica-

ción, el pragmatismo, la supercompetencia, la privatización, la obsolescencia, la desregulación, la internacionalización, la desestatalización, la globalización.

Nueva estructura axiológica que se distinguirá por cancelar los valores del antiguo “Estado de Bienestar” generado a partir de la Revolución de 1910, e introducir los valores del moderno “Estado neoliberal”, que mantiene como centro



de gravedad el *laissez 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 estadounidense después de la Segunda Guerra Mundial, ahora iniciamos un 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, la penetración cultural, la pérdida de identidad nacional y la

instauración de los principios capitalistas en el campo de nuestra conciencia colectiva no comienza con la incorporación de nuestra sociedad a los procesos de globalización internacional; pero sí se inicia a través de las industrias culturales, y en particular de la televisión, una 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 adoptado por 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 antes que por lo nacional; el interés por la no planifi-

cación colectiva sino por la altamente privatizada; la lucha por la libertad y la felicidad aislada y no 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 insaciable" como nuevo cristal para mirar la vida; la tecnificación extrema como sentido del éxito y no el diálogo y el acercamiento humano.

En este sentido, nuestra sociedad vive hoy una profunda contradicción en su alma cultural, pues mientras en el fondo el México profundo, o nuestra "civilización negada", formada por una milenaria realidad pluriétnica y pluricultural, lucha silenciosamente 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, masificar y estandarizar las manifestaciones culturales y los gustos en la comida, la música, el vestido, los bailes, las tradiciones, los afectos, los valores; en síntesis, el universo de la vida cotidiana, para crear condiciones más propicias para la expansión del mercado supertransnacional en nuestra sociedad.

Considerando el retiro progresivo del modelo público de televisión en el país y de los proyectos culturales de asistencia social; ante la anexión cada vez más acelerada de nuestra sociedad a las leyes culturales del mercado internacional 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 estadounidense y canadiense a través de la firma del Tratado de Libre Comercio y de la relación con el nuevo Mercado Común Europeo para 1992, creemos que 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, al permitir que se destruyan en la conciencia de la población las bases mentales autóctonas que requiere mantener para existir como Estado nacional.

Tal apertura a la dinámica de la globalización mundial 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 progresiva del mismo a través de la penetración de sectas religiosas extranjeras, de la intromisión creciente de mensajes transnacionales en los medios de comunicación, de la incorporación progresiva de la "lógica del mercado" a los procesos culturales, de la destrucción acelerada del acervo artístico y arqueológico, de la caída vertical del sistema educativo público, del abandono de la antigua fisonomía urbana de las calles del país para convertirse en malas copias del estilo arquitectónico estadounidense, de la erosión del idioma castellano y el incremento del inglés, de la pérdida creciente de las bases de la cosmovisión indígena, es vital que la sociedad civil mexicana 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, las cuales más bien subordinan la vocación de expansión universal del espíritu nacional a las ne-

cesidades coyunturales de reproducción del capital.

Pensamos que la única forma de saltar sanamente hacia la modernidad que nos impone la dinámica de la evolución mundial es asimilar el cambio desde los marcos del conocimiento profundo de lo que son nuestra cultura y nuestra sociedad; 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 volver a perders 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, qué riqueza tenemos, cuáles son nuestras necesidades y qué opciones de solución tenemos frente a ellas. De lo contrario, nos relacionaremos en desventaja con una dinámica aceleradísima que permanentemente produce infinitas ilusiones de desarrollo y que, por lo tanto, históricamente nos atraparé una vez más.

Sin embargo, no obstante la inminencia del panorama anterior, hasta el momento el Estado y las instituciones privadas nacionales estudian las posibles consecuencias económicas, tecnológicas, laborales, políticas, financieras, ecológicas, del Tratado de Libre Comercio sobre estas áreas, pero sin analizar el impacto que tendrá este convenio trilateral y la aplicación de las leyes del mercado sobre la cultura y los medios de comunicación mexicanos. Por lo tanto, en esta etapa de desarrollo neoliberal de la cultura nacional consideramos altamente estratégico analizar esta situación y plantear diversas propuestas de acción con las cuales el Estado y la sociedad civil encaren maduramente esta realidad. **plural**

Javier Esteinou Madrid

Mexicano. Doctor en Ciencias Políticas, licenciado en Ciencia y Técnica de la Información, maestro en Sociología. Es investigador de Medios de Comunicación de la Universidad Iberoamericana y de la Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco. Autor de cuatro libros y coautor de 22 más. Entre su obra publicada señalamos: *Los medios de comunicación en el capitalismo avanzado, Hacia la primera del espíritu nacional.*

