

revista mexicana de

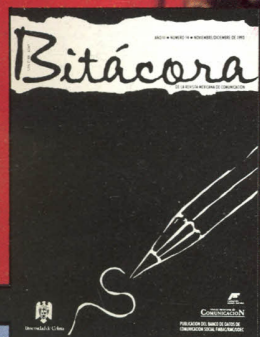
COMUNICACIÓN

ISSN 0187-8190

AÑO SEIS ■ NÚMERO TREINTA Y DOS ■ NOVIEMBRE-DICIEMBRE DE 1993 ■ SEIS NUEVOS PESOS

**MIGUEL ÁNGEL
GRANADOS CHAPA:
SU VIDA, SU IDEARIO
PERIODÍSTICO**

**LA RADIO
DE SORDO
NORIEGA**



CASO BUENDÍA: ¿CERRADO SIN RESOLVER?

- Primeros pasos del periodismo cultural
- Violencia en la pantalla
- La publicidad hoy
- La generación del videojuego
- La era del hombre máquina
- Televisión y elecciones



7 52435 03400 5

revista mexicana de COMUNICACION

Director Fundador

Miguel Angel Sánchez de Armas

Director

Omar Raúl Martínez

Consejo Editorial

Pablo Arredondo, Gerardo Arreola de Dios, Guillermina Baena Paz, Alberto Barranco Chavarría, José Luis Becerra López, Virgilio Caballero, José Carreño Carlón, Víctor Manuel de Santiago, Javier Esteinou Madrid, Fátima Fernández Christlieb, Javier González Rubio, Gabriel González Molina, Sabás Huesca Rebolledo, Miguel Angel Granados Chapa, José Luis Gutiérrez Espíndola, Ricardo G. Ocampo, Felipe López Veneroni, Humberto Musacchio, Guillermo Orozco Gómez, Raymundo Riva Palacio, Miguel Angel Sánchez de Armas, Enrique Sánchez Ruíz, Beatriz Solís Leree, Florence Tousseint Alcaraz.

Consejo Editorial Internacional

Rafael Roncagliolo (Perú), José Marques de Melo (Brasil), Miguel de Moragas (España), Joaquín Sánchez (Colombia), Marcelino Bisbal (Venezuela), Sergio Caletti (Argentina)

Producción

Fabiola N. Perafán, Clara Narváez, Carmen Narváez Perafán.

Fotografía

Ulises Castellanos, José Antonio Soto

Ilustraciones

Francisco Bernal, Del Angel

Publicidad

Pilar Ramírez Morales

Corrección

Rodolfo Rodríguez, Gabriela Granados.

La Revista Mexicana de Comunicación es el órgano oficial de la Fundación Manuel Buendía, A.C. La revista y la Fundación están integradas como observadoras al Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEEC) y a la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC). Miembro de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura, de la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP), de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIK) y del Consorcio de Investigación sobre México (PROFMEX); representada en la Asociación Internacional de Investigadores de Comunicación de Masas.

FUNDACIÓN MANUEL BUENDÍA, A.C.

Vicepresidente

Sabás Huesca Rebolledo

Banco de Datos

Sonia Chávez López, Mariana Cantú, Yeri Correa.

Unidad de Opinión Pública

Juan Antonio Barrera Méndez

Archivo y Documentación

Raúl Velázquez Martínez

Unidad de Capacitación

Esperanza Narváez Perafán

Edición de libros

Fabiola N. Perafán, Efrén Arellano

Asesor de producción

Hormisdas Cobos Horta

Auxiliares de la dirección

Jorge Jaramillo, Beatriz Arellano Trejo, Javier Jaramillo.

RMC, publicación bimestral editada por AGB Comunicación, S.A. de C.V. ESN 0187-8190. Certificado de licitud de título 3390, de contenido 3221, y de reserva de uso de título, 72-89. Raúl Martínez Sánchez, editor responsable. Dirección: Guaymas 8-408, Col. Roma, México, D.F. 06700, Tel. 208 4261. Impreso en Editorial Esfuerzo, S.A. de C.V., Esfuerzo 16-A, Naucalpan, Edo. de México. Tel. 358 3958. Distribución: En puestos de periódicos en el D.F.: despacho Enrique Gómez Corchado, Humboldt 46, México D.F.; en locales cerrados de toda la República: CITEM, Tasqueña 1798, México D.F. Permiso de SEPOMEX como publicación periódica núm. 048-0689; características 229541 409. No se responde por originales no solicitados. Los artículos firmados no reflejan necesariamente la línea editorial de la revista. Se prohíbe la reproducción del contenido salvo citas para reseñas.

Miguel Angel Granados Chapa:

Su vida, su ideario periodístico

8 Omar Raúl Martínez

Caso Buendía: ¿Cerrado sin resolver?

12 Russell H. Bartley

En busca de la noticia

18 Raymundo Riva Palacio

Ética e información

19 Joaquín Estefanía Moretra

Primeros pasos del periodismo cultural

22 Humberto Musacchio

La XEX de Alonso Sordo Noriega

24 Gabriel Sosa

Videojuegos y nueva generación

30 Lino Santacruz

Publicidad Hoy

34 Alejandro Strozzi

Violencia en la pantalla

38 Alma Rosa Alva de la Selva

TV y elecciones

41 Francisco de Jesús Aceves

El Nacional: nueva venta

45 Gabriela Granados

La era del hombre máquina

46 Javier Esteinou Madrid

El día que me dieron la noticia

48 Francisco Barradas

SECCIONES Y COLUMNAS

LECTORES

OIP/IECY

4 Vera / Rodríguez

AUDIENCIAS

La democratización es deseable y posible

23 Guillermo Orozco Gómez

¿COMUNICAQUÉÉÉ?

¡Ah el idioma!

32 Sabás Huesca Rebolledo

MEDIOSCOPIO

Los destinos de la intolerancia

50 Raúl Velázquez

OPCIONES DE LECTURA

TLC / Radio regional / prensa y poder

55 Beatriz Solís Leree

SECCIÓN HUÉSPED

OIP / FELAP / CNR / AMIC



PORTADA: FERNANDO RODRÍGUEZ / ANTONIO SOTO



TIRAJE DE ESTE NÚMERO: 6000 EJEMPLARES

Certificado ante Notario Público.

La era del hombre máquina

Javier Esteinou Madrid

La nueva fase del crecimiento modernizador en que ha entrado la sociedad mexicana a partir de 1982, ha exigido que se produzcan cambios radicales en las estructuras económicas, políticas, jurídicas, tecnológicas, comerciales, laborales, financieras y ecológicas, entre otras, para poderse integrar en forma armónica a las exigencias de los procesos de globalización internacional, especialmente, ante el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá.

Tales modificaciones, sin embargo, no sólo afectan a las infraestructuras e instituciones formales de nuestra comunidad nacional, sino también a la mentalidad y a la vida cotidiana de los mexicanos, pues las exigencias de la globalización demandan el surgimiento de un ser humano más funcional para la dinámica de integración mundial. Para ello, no sólo ha sido necesario transformar las estructuras sociales anteriores, sino también los sistemas de valores psíquico-morales que articulan a la población.

Para que el modelo de desarrollo neoliberal pueda realizarse en México es indispensable la existencia de nuevas condiciones de infraestructura material, pero además exige la presencia insustituible de una nueva conciencia masiva neoliberal que respalde y afiance las acciones anteriores. Dicha conciencia, intenta producir, a través de las principales instituciones culturales y de los medios electrónicos de comunicación, las condiciones subjetivas necesarias para alcanzar el óptimo funcionamiento de nuestra sociedad den-

tro de las nuevas relaciones competitivas del mercado mundial.

Para consolidarse en su etapa neoliberal de apertura de fronteras, el "capitalismo modernizador" 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 y la aceleración.

Desde este horizonte, 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 un segundo sincretismo cerebral con la cultura estadounidense a partir del Tratado de Libre Comercio y la presencia intensiva de la ideología de la modernidad.

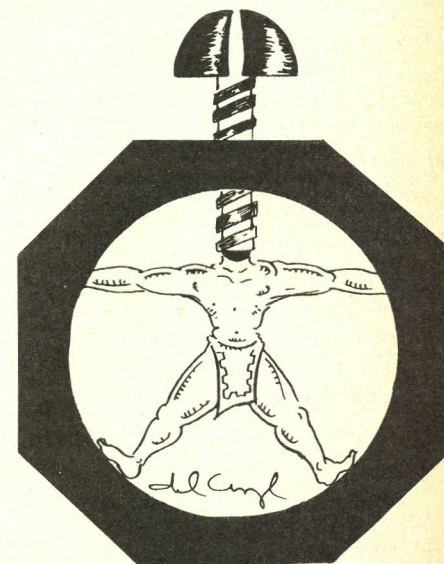
Con los procesos de globalización internacional se inicia en nuestra sociedad, a través de las industrias culturales, y en particular de la televisión, una nueva fase de inversión de valores nacionales mediante la circulación de nuevas ideologías y prácticas sociales para apuntalar el fortalecimiento del sistema productivo y la distribución desregulada de mercancías que exige el moderno programa de crecimiento neoliberal elegido por el sector cúpula del Estado mexicano.

De esta manera, con el proceso de globalización se intensifica la proliferación de diversos órdenes y expectativas pragmáticas del conocimiento y de la vida. En particular, "se da un mayor énfasis científico y tecnológico en

nuestra tradición intelectual; que hasta el momento ha sido más propicia a la influencia de la cultura humanista y jurídica"¹.

Identidad psíquica y cultural

Si proyectamos sobre el campo de la conciencia colectiva las nuevas determinantes estructurales, que gradualmente impone el programa de crecimiento neoliberal catalizado por el TLC, encontramos que la moderna subjetividad que producen la estructura cultural y los medios electrónicos se caracteriza, en parte, por acentuar la competitividad por sobre el trabajo compartido (*tequio*); por fomentar el individualismo por sobre las relaciones solidarias; el canibalismo salvaje por encima de la fraternidad; la marcada admiración por lo extranjero en demérito de lo nacional; el interés no por la planificación colectiva sino por la altamente privatizada; la lucha por la libertad y felicidad



Profesor e investigador del Departamento de Educación y Comunicación de la UAM Xochimilco.

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.

De esta manera, nos enfrentamos a la redefinición y cambio profundo de nuestra identidad psíquica, cultural y humana como nación pluriétnica y pluricultural, para incorporar ahora otros marcos de cosmovisión y de prácticas de la existencia, desde las premisas de la "modernidad". Bases de visión de la vida y del espíritu que mayoritariamente tienden a ser la mirada de la reproducción ampliada del capital a escala planetaria.

En las entrañas de nuestra vida cotidiana estamos ante un silencioso embate de nuestras culturas y diferencias ideológicas tradicionales para reacomodarlas o destruirlas dentro del nuevo esquema de división del mundo por modernos bloques hegemónicos. Composición mental que gradual y silenciosamente está unificando los campos imaginarios, las aspiraciones profundas y las cosmovisiones de los seres a través de la construcción de un nuevo concepto de relaciones humanas, de placer, de triunfo, de trabajo, de felicidad, de moral, de religión, en una idea: de un nuevo sentido y estilo de vida determinados por las exigencias de maduración del comercio mundial.

Esta situación se condensa en la creación del nuevo "México imaginario de la fase de la globalización mundial", que se opone al "México profundo" y real de fines del siglo XX. Realidad imaginaria que se concretiza, entre otros aspectos, en los valores que difunden la programación y la publicidad de los medios de comunicación electrónicos nacionales. Se trata de nuevos valores que se distinguen por ejemplo, en la exaltación de un alto pragmatismo por encima de otras cualidades humanas superiores; la promoción del *futuro funny* en lugar de la participación creciente

en nuestro proceso histórico; el impulso del "culto a la juventud" por ser la etapa más productiva del individuo, despreciándose así a los improductivos viejos; la predilección por la modernidad entendida como el estilo de vida que permanentemente se ajusta a la adquisición de la última novedad y el rechazo a lo tradicional y lo antiguo; la invasión compulsiva de la vida privada por las industrias culturales y no el incremento de la "vida interior"; la invención de una nueva identidad basada en la mayor asimilación de las culturas externas y no en el enriquecimiento del "México profundo"; el aprendizaje del idioma inglés, por sobre la asimilación del castellano y otras lenguas indígenas propias, para expandir el código lingüístico de la ampliación del capital; la realización del principio de ganancia salvaje a costa de lo que sea y no la obtención racional de la riqueza respetando los órdenes naturales de la vida; la acelerada *norteamericanización* de nuestra cosmovisión y no el regreso a las formas milenarias de sabiduría de nuestras "culturas negadas"; la construcción de la "alegría" a partir de la adquisición de lo ajeno y no del dominio creciente de lo propio, en fin.

Es posible pensar ahora 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.

Hacia otra mirada del hombre

Así pues, la aplicación del proyecto de desarrollo neoliberal en el campo cultural de nuestro país está creando silenciosa y lentamente en la población mayoritaria una creciente acumulación de malestar psíquico-espiritual que atenúa su estallido a través de las fugas del consumo, el incremento de la inconsciencia personal y la adopción de otros espejismos que propone la modernidad. Es por ello que, independientemente de las crisis periódicas que se presentan a nivel material en la sociedad mexicana (por

los ajustes recurrentes que requiere el proyecto de acumulación de capital a escala nacional y mundial), una de las próximas grandes crisis radicales que surgirán en México y en las sociedades occidentales que han seguido el proyecto neoliberal como base de su desarrollo, será de carácter psíquico y espiritual, es decir, profundamente humanista.

La resolución de esta crisis no se logrará sólo con ajustes materiales y políticos, sino sobre todo con una nueva revisión profunda de la concepción del hombre y de la vida que tanto ha simplificado, atomizado, materializado y encadenado la cosmovisión occidental de la modernidad.

Por esta razón, ante la cada vez más avasallante penetración de la concepción y propuesta occidental de lo que es y debe ser el individuo, hoy tenemos que producir urgentemente una *Nueva cultura del renacimiento del hombre* la cual permita que el ser humano se reencuentre, reconozca, reintegre y reconstruya a sí mismo desde su esencia profunda, para que descubra que dentro de sí lleva los gérmenes del universo infinito que lo convierten en Especie Superior, y evite los encuadres alienantes que sólo lo ubican como un pieza desechable de la gigantesca maquinaria económica y social.

De aquí la importancia estratégica de rescatar y reforzar nuestra base de identidad desde el Estado y la sociedad civil para incorporarnos de manera firme a los inevitables nuevos cambios que plantea el reordenamiento económico, político y cultural del mundo contemporáneo. De lo contrario, si no fortalecemos la vinculación con nuestras milenarias raíces y cosmovisiones pluriculturales, quedaremos atrapados, una vez más, en el arco iris de los nuevos espejismos baratos que, a corto plazo, prometen conquistar el proyecto de desarrollo modernizador que impera en Occidente. ■

NOTA:

1) "Las culturas aisladas perecen; sólo las comunicadas sobreviven", *La Jornada*, 20 de julio de 1991.