

# Delfos

- El Verano del Pacífico...

- Pizarrón 3D...

- Manejo Adecuado de los Residuos Sólidos en una comunidad urbana de Mexicali.

Revista de divulgación de la ciencia y la tecnología

del Programa Interinstitucional para el Fortalecimiento de la Investigación y el Posgrado del Pacífico



Responsable del Programa Interinstitucional para el Fortalecimiento de la Investigación y el Posgrado del Pacífico ("Delfin")

Ernesto Cebreros Murillo  
Rector de la Universidad de Occidente

Coordinadora del Programa "Delfin"

Alicia G. González Luna  
Universidad de Occidente

Instituciones Miembros del Consejo General del Programa "Delfin"

Centro de Investigación Científica y de Educación Superior de Ensenada  
Instituto Tecnológico de Culiacán  
Instituto Tecnológico de Los Mochis  
Instituto Tecnológico de Tapachula  
Instituto Tecnológico de Tuxtla Gutiérrez  
Instituto Tecnológico del Mar

Red Nacional de Investigadores de la Cuenca del Pacífico  
Universidad Autónoma de Baja California Sur  
Universidad Autónoma de Cd. Juárez  
Universidad Autónoma de Chiapas  
Universidad Autónoma de Guerrero  
Universidad Autónoma de Nayarit  
Universidad Autónoma de Sinaloa  
Universidad de Colima  
Universidad de Guadalajara  
Universidad de Occidente  
Universidad de Sonora  
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

*Delfin*

**DIRECTOR**

Alicia Graciela González Luna

**EDITOR**

Ruth Norma Hamasaki Gálvez

**COMITÉ EDITORIAL**

Javier Esteinou Madrid  
Leobardo Cornejo Murga  
Emigdio Urrea Moreno  
Anajilda Mondaca

**JEFE DE REDACCIÓN**

Adolfo Lizárraga Patrón

**ASISTENTE EDITORIAL**

Rosa del Carmen Amador Meza  
Carlos César Avena Angulo

**DISEÑO GRÁFICO**

Jesús Antonio García Vidales

**IMPRESIÓN**

Debate, Los Mochis

Es una publicación interna y periódica del programa DELFIN editada con la finalidad de vincular e intercambiar información de proyectos de investigación científica y tecnológica entre las instituciones que pertenecen a dicho programa. Los artículos firmados son responsabilidad exclusiva de su autor en su contenido. Se autoriza la reproducción parcial o total siempre y cuando se cite explícitamente la fuente. Editor responsable: Lic. Alicia G. González Luna, Universidad de Occidente, carretera a Culiacancito Km. 1.5 Culiacán, Sinaloa. Tel: (67) 54-0495 E-mail: agonzale@culiacan.uo.mx

Esta revista fue hecha con los apoyos del fondo concursable de la Asociación Nacional de Instituciones de Educación Superior (ANUIES)

# CONTENIDO

## Editorial

### Ciencia para... todos.

- 3 Programa Interinstitucional para el Fortalecimiento de la Investigación y el Posgrado del Pacífico.
- 5 Segundo Congreso del Verano del Pacífico.
- 5 Malinalco.

### La ecología y la naturaleza.

- 8 Contribución al estudio de la estructura poblacional de la almeja china Chione S.P. En el estero del Tobari, Municipio de Etchojoa, Sonora, México.
- 12 El Cultivo del Trigo en el valle de San Luis Río Colorado, Sonora.
- 15 La Tierra, víctima de nuestra educación incompleta.
- 20 Manejo adecuado de los residuos sólidos en una comunidad urbana de Mexicali.

### Nuevos valores en la investigación.

- 22 Polimorfismos de apolipoproteína E y toxicidad retiniana inducida por cloroquina en pacientes con enfermedades reumáticas generalizadas.

### Avances científicos en ingeniería.

- 26 Instrumentación: Inteligente Vs. Virtual.
- 31 Pizarrón Tridimensional.

### Avances científicos en ciencias socio-económicas

- 33 El conocimiento como ventaja competitiva con el apoyo de sistemas de decisión: La necesidad de una estrategia de aplicación.
- 35 Medios de comunicación: Periodismo cultural y desarrollo de las Mega Urbes.

# MEDIOS DE COMUNICACIÓN PERIODISMO CULTURAL Y DESARROLLO DE LAS MEGA URBES



## I. EL CONCEPTO DE "CULTURA ARISTOCRÁTICA" Y LA PRÁCTICA DEL PERIODISMO CULTURAL.

El periodismo contemporáneo en México es una práctica comunicativa que presenta muchas facetas versátiles, especialmente, en la etapa de la modernidad nacional con la presencia de las nuevas tecnologías aplicadas a potenciar el quehacer informativo. Dentro de la gama de múltiples acciones periodísticas que existen en el amplísimo campo de la cultura de masas contemporáneas, una de las vertientes que ha sobresalido por marcar, cada vez más, su específica personalidad, ha sido el periodismo cultural. Así, la práctica del periodismo cultural en nuestro país se ha desarrollado, poco a poco, a lo largo de los años, tomando elementos de todas las áreas del conocimiento, especialmente humanístico, y de todos los géneros periodísticos existentes hasta alcanzar una personalidad, más o menos, ya definida que le ha permitido poseer una legitimidad profesional. Sin embargo, el largo, difícil y silencioso proceso de adquirir su propia identidad ha ocasionado que la tradición de pensamiento y práctica del periodismo cultural en México, haya ubicado a este quehacer informativo dentro de un terreno tan particular y autónomo que en ocasiones lo ha convertido en una acción autista desvinculada en un alto porcentaje del resto de los procesos sociales fundamentales que se experimentan en el interior de nuestra sociedad. Esto se ha debido a que, cuando más, la

cultura ha sido considerada por el Estado Mexicano y los profesionales como un campo del quehacer humano y gubernamental con contenidos específicos que poco o nada tienen que ver con los ámbitos principales de la realidad nacional (1). La estrechez de asimilación de esta noción de cultura "ha dificultado y a veces ha impedido que los propósitos declarados por las autoridades se reflejen consistentemente en las decisiones fundamentales que definen la orientación de las grandes líneas del desarrollo económico, social, y finalmente, cultural del país. A lo más que se ha llegado, en el mejor de los casos, ha sido a incluir un buen apartado, de escasa significación en el contexto general de los planes de acción gubernamentales, en los que se menciona la necesidad de atender el desarrollo mental de la población y tomar en cuenta su propia cultura. De esta manera, la "cultura" aparece como algo suplementario dentro de la dinámica social" (2).

Con ello, al contemplar la cultura como un elemento de flujo se ha ignorado por el Estado y los profesionales culturales que "los proyectos de desarrollo nacional sólo tienen sentido, o no lo tienen, si son expresiones de un proyecto cultural. Hay que considerar que no existe desarrollo en abstracto. El crecimiento y la transformación de los grupos humanos concretos siempre se da en función de una historia, un presente y un futuro deseable, a partir de su propia y peculiar visión del mundo, de su sistema de valores, de sus conocimientos y formas de organización, de sus deseos y esperanzas; en fin, de su cultura. Por ello, la "cultura" no es una dimensión o un elemento más del desarrollo sino que es el marco general en el que el programa de crecimiento se ejecuta, y por el cual, se realiza. En síntesis, la "cultura" le da al proyecto nacional su razón de ser".(3). La concepción restringida y deformada de la realidad cultural es debido a diversas causas, entre las cuales, sobresalen las dos siguientes. Por una parte, debido a que el Estado Mexicano de las últimas décadas ha guiado su dirección por criterios altamente pragmáticos de corto plazo y no por a

directrices de planificación profunda de mediano y largo plazo para diseñar el país que anhelamos y necesitamos ser. Por otro lado, a que la cultura que han producido los sectores especializados dedicados a esta actividad se ha caracterizado por ser predominantemente una manifestación-narcisista ególatra e individualista de las exquisiteces sensoriales de grupos éliticos, y no una cultura orgánica que vincule la productividad de nuestros intelectos y sensibilidades colectivas con la resolución de los grandes conflictos estructurales que nos impiden crecer como país.(4).

Esta tradición nos ha llevado a adoptar en casi todos los niveles y sectores sociales de nuestra república un concepto recortado y una práctica muy deformada de la acción cultural que le ha castrado su vinculación profunda con los procesos de desarrollo y la ha asignado un radio de cobertura artificial muy estrecho que abarca, principalmente, la promoción de las bellas artes, la extensión de la infraestructura física de las escuelas, el incremento de la matrícula escolar, la ampliación del conjunto de museos, la inauguración de casas para la juventud, el aumento de la alfabetización, el apoyo privilegiado a las humanidades, la difusión de la música "selecta", La promoción del folklore, el fomento al rescate y conservación de los monumentos históricos y arqueológicos, etc.(5).

Esta es la noción de cultura que hoy día domina, se fomenta e implementa a través de los principales "suplementos culturales" periodísticos (6), de los "canales culturales" de radio y televisión (7), de los "Simpósiums Culturales" que proponen las universidades (8), de los consejos, Comisiones y Fondos Culturales" del Estado (9), de los "Acuerdos de concertación Cultural" a nivel internacional (10), de los "cursos de especialización Cultural" que alienta la sociedad civil (11), de los "festivales culturales" que organizan las Federaciones (12), de las "Comisiones culturales" de los sindicatos (13), de las normatividades "culturales" de la ley (14), de los concursos "culturales" que convocan las autoridades

Para mayor información sobre este artículo y referencias bibliográficas comunicarse con el autor:  
Investigador Titular del Depto de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F.



públicas (15), de los programas "culturales" para los grupos marginados (16), de las semanas "culturales" (17), y de los diversos planes Nacionales de Desarrollo del Gobierno Mexicano (18).

Con este enorme reduccionismo del concepto y la práctica cultural por parte de los sectores culturales se ha arrumbado la acción cultural a un quinto plano, evitando que el centro del desarrollo de la sociedad mexicana surja desde su instancia cerebral; favoreciendo, con ello, que el crecimiento social emerja desde otros polos de intereses económico políticos restringidos y viciados. Es decir, la pérdida del verdadero contenido y sentido que debe abarcar la acción cultural ha sido tal, que ha ocasionado, en términos de prioridades estructurales, que esta sea considerada en los planes globales de desarrollo al mismo nivel de importancia que ocupa el deporte (19).

De esta forma, la cultura no ha sido entendida como la acción orgánica entre gobierno y sociedad para producir mayores

niveles de conciencia para que la población se conozca, organice y participe en la resolución de las grandes contradicciones estructurales que cotidianamente nos impiden sobrevivir; sino como una tarea aislada del proceso de crecimiento nacional, y en la mayor de las veces, suntuosa, elitista y secundaria.

Realidad que más que favorecer el desarrollo del país ha obrado como un elemento central de su estancamiento y atraso histórico, pues se ha intentado impulsar el avance material de nuestra sociedad sin fomentar la superación cerebral de la misma.

## II. HACIA OTRA CONCEPCIÓN Y PRÁCTICA DEL PERIODISMO CULTURAL.

Para poder comprender con mayor profundidad cual debe ser el papel del periodismo cultural, en las grandes ciudades mexicanas de finales del siglo XX debemos examinar esta realidad dentro de una amplia óptica de reflexión y no en la tradicional y restringida visión instrumental e inmediateista de esta que sólo nos proporcionaría una visión muy superficial del mismo: la visión de su sombra y no de su esencia.

Es este motivo, considerando que debido a que la teoría amplia del periodismo cultural ha sido abandonada noblemente por la reflexión mexicana en el campo de la información y la cultura, actualmente no se puede presentar una teoría acabada o madura sobre la relación que se establece entre periodismo cultural y ciudad; sino sólo una visión aproximada al problema. Es decir, no obstante que en diversos momentos se han desarrollado diversas reuniones sobre el periodismo cultural en nuestra república, desde una dimensión orgánica, a mitad de la década de los noventa, sólo podemos decir que nos encontramos en una fase embrionaria de estudio y comprensión de dicha realidad.

Es por ello, que para poderlo abordar desde esta dimensión amplia de comprensión requerimos considerar por lo menos las siguientes 12 mega tendencias culturales que

se dan en las grandes ciudades del país, y que conforman el marco histórico-cultural-espacial básico donde naturalmente actúa el periodismo cultural contemporáneo en la República Mexicana: el México urbano de finales de siglo XX, la ciudad como marco del periodismo cultural, el capital como arquitecto de las urbes mexicanas, la concentración de las comunicaciones, el periodismo cultural más mediatizado, la comunicación urbana como negocio, la deshumanización de las ciudades, el derrumbe de las relaciones humanas, el surgimiento de la "video-vida, la mentalidad tecnificada de los "profesionales" de la comunicación, el hombre ausente del estudio de los procesos de comunicación urbanos y la reproducción espiritual urbana vía los medios de comunicación colectivos.

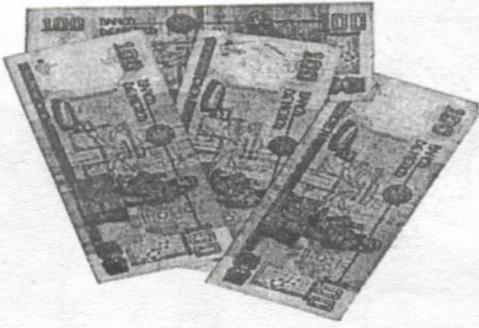
### 1. EL MÉXICO URBANO DE FINALES DE SIGLO XX Y EL PERIODISMO CULTURAL.

Siendo que el final del siglo XX el principal espacio donde se concentra la población de México y del resto del planeta es en las ciudades, ya que tres de cada cuatro habitantes mexicanos y mundiales viven en las urbes y ya no en el campo (20); ahora estamos obligados a retomar en nuestro país la reflexión sobre la naturaleza y dirección del periodismo cultural alrededor del marco de las ciudades, especialmente, mega urbes, y no dentro de los simples marcos institucionales abstractos, aislados o etéreos como tradicionalmente se ha abordado. Esto significa, que sin ser excluyentes en un México eminentemente urbano debemos de desarrollar prioritariamente, desde los medios de comunicación colectivos, políticas y proyectos de periodismo cultural urbanos, ya no rurales.

### 2. LA CIUDAD COMO MARCO DEL PERIODISMO CULTURAL.

Al concluir el siglo XX en México los marcos de recepción de la práctica del periodismo cultural, no son espacios vacíos o neutros, sino que ahora son claros entornos n

urbanos que previamente cargan de significación y límites la información cultural que se difunde, vía los medios de información, y recibe por los públicos. Esto significa, que en México, en nuestras vidas cotidianas de finales de milenio, existen otras grandes fuerzas o espacios comunicativos, tan o más importantes, que los canales electrónicos de difusión colectivos que determinan constantemente nuestra comunicación y nos imponen, para bien o para mal, un estilo distinto de vida y de humanización cotidiana. Así debemos de reconocer que la ciudad y sus derivados urbanos son una poderosísima fuerza que actúa sobre nuestro acontecer diario influyendo en nuestra forma de pensar, sentir, actuar, imaginar, vestir, trabajar, gozar, descansar, vincularnos con la naturaleza, divertirnos, etc., es decir, sobre nuestra forma y calidad de vida. De esta manera, la ciudad aparece como algo más que un simple espacio geográfico-territorial que cobija a los ciudadanos dentro de sus fronteras urbanas, y se convierte en el contexto desde el cual se descodifica toda la



información que difunde el periodismo cultural.

Bajo esta perspectiva, podemos decir que "la ciudad nos da que sentir, y lo que sentimos es una cierta organización del espacio, espacios llenos o vacíos. El aspecto formal es su manera de expresión, la forma como se nos manifiesta está intrínsecamente unida a la materialidad del lugar. Pero sin duda todos estos espacios dan que sentir gracias a nuestra corporalidad. La simbólica de la ciudad está íntimamente ligada a nuestro cuerpo. El cuerpo es "lugar" primordial de comunicación, de apertura al mundo, a los otros, a la historia, y a la cultura. Gracias al cuerpo el sentido de la ciudad se nos descubre al transitar por ésta, que no es otra cosa que la apropiación del código urbano para producir en él una anunciación" (21).

Este entorno urbano es el contexto de decodificación básico de los contenidos que irradia el periodismo cultural a los receptores.

### **3. EL CAPITAL COMO ARQUITECTO DE LAS URBES MEXICANAS**

El diseño y construcción de las grandes y modernas ciudades mexicanas desde mediados del siglo XIX y hasta finales del siglo XX, ha sido realizado fundamentalmente en base a la operatividad de las dinámicas económicas de acumulación de capital, pero nunca han sido planificadas centralmente como espacios de comunicación humana. Los criterios de funcionalidad económica al más bajo costo, no sólo han producido fenómenos de carácter financiero, político, social, demográfico, ecológico, energéticos, etc., en las urbes, sino también comunicativos, desde el momento en que la construcción de los entornos físicos edificados no sólo tienen un impacto material, sobre los seres humanos que los habitan, sino también fuertemente cultural. Es decir, los contextos espaciales elaborados no únicamente nos determinan de manera económica y social sino también mental, desde el momento en que los individuos nos relacionamos, pensamos, sentimos, imaginamos, movemos, amamos,

interactuamos, etc., humanamente dentro de estas coberturas físicas. Por lo tanto, en gran parte la naturaleza y calidad de pensamientos, imaginación, esparcimiento, emotividades, desplazamientos, interrelaciones, psiquismos, etc, que producimos en las urbes, dependen, directa o indirectamente, de la forma como están construidas las ciudades. Por ejemplo, no son iguales los procesos de comunicación humana que se desarrollan en departamentos habitacionales de 160 m<sup>2</sup>, con alta privacidad, vista a jardines o áreas verdes, varias recámaras y suficiente seguridad; que en departamentos de 40 m<sup>2</sup> con una sola recámara, vista a la pared de enfrente con cemento o asfalto, ruido de vecinos, hacinamiento habitacional y baja seguridad. En este sentido, lo urbano puede entenderse como un conglomerado humano en medio del cual funciona de manera permanente un complejo sistema de comunicación e información" (22).

Es dentro de este contexto de determinaciones del espacio urbano por los intereses concentrados del gran capital donde el periodismo cultural ocupa un lugar central para humanizar a los individuos.

### **4- LA CONCENTRACIÓN DE LAS COMUNICACIONES**

Debido a la forma centralizada como han evolucionado las concentraciones humanas en México, la ciudad se ha convertido en un espacio muy privilegiado del cruce y concentración de las comunicaciones tecnológicas. Así observamos, por ejemplo, que en las metrópolis nacionales se encuentran reunidos el mayor porcentaje de teléfonos, faxes, telecomunicaciones, fibras ópticas, terminales satelitales, bases de datos, redes de computadoras, conexiones coaxiales, accesos a Internet, medios interactivos, etc.

Esta realidad ha convertido a las zonas urbanas de México en territorios de mayor concentración de comunicaciones tecnológicas instrumental que otras regiones rurales de nuestro país. Es decir, por la mayor concentración de redes de información, las

ciudades mexicanas se han transformado en grandes y estratégicos centros nerviosos para el funcionamiento de nuestra sociedad. Esto dentro de este amplio sistema nervioso de concentración de medios de difusión colectivos y de nuevas tecnologías de información a través del cual actúa el periodismo cultural.

### 5. EL PERIODISMO CULTURAL MAS MEDIATIZADO

Debido a la amplia proliferación y concentración de los medios de comunicación colectivos en las urbes del país, la práctica más amplia que se ejerce del periodismo cultural en el México de finales del siglo XX, proviene de los medios de difusión de masas y ya no de otros espacios culturales muy importantes como pueden ser las casas de cultura, organizaciones culturales, las bibliotecas, los kioscos, etc. En este sentido, hoy vivimos un periodismo cultural, cada vez más, realizado y mediatizado por los medios de información colectivos.

### 6. LA COMUNICACIÓN URBANA COMO NEGOCIO

La dinámica de expansión del capital a todas las áreas de la vida ha introducido en nuestras estructuras mentales de países en vías de crecimiento, la concepción mercantilista de que, por encima de todo, la comunicación urbana debe ser un negocio. En consecuencia ha ocasionado que los espacios de comunicación pública se privaticen para convertirlos en zonas de lucrativas ganancias económicas.

Así, con la introducción en México de la ideología neoliberal del mercado que postula el "Dejar Hacer, Dejar Pasar", cada vez más, las zonas de lo público se han privatizado-comercializado para hacerlos "espacios modernos" de éxito. De esta forma, el mercado define más el sentido, la dinámica y la forma de las ciudades y no las necesidades mayoritarias del desarrollo social. Con ello, el espacio de encuentro público crecientemente se convierte en un ámbito comercial, como sucede con los

centros comerciales, los super mercados, etc., y no como un espacio de reencuentro con lo público, con lo colectivo o con lo social.

Es dentro de este contexto de fuertes condicionamientos comerciales de la comunicación colectiva por el mercado donde actúa el periodismo cultural en México.

### 7. LA DESHUMANIZACIÓN DE LAS CIUDADES

Al no ser diseñados los entornos urbanos mexicanos para satisfacer los requisitos de una calidad de vida superior, sino de consolidación de los procesos industriales para fortalecer el flujo de macro concentración de capital, a costa de lo que sea; ha sido mayoritariamente la dinámica de la acumulación material la que ha definido la naturaleza de nuestras ciudades. Así, en el terreno espiritual de las urbes hemos observado el surgimiento de un paisaje urbano-comunicativo cada vez más inhóspito e inhumano, pues los espacios de vida y convivencia son planeados básicamente para generar productividad rápida, abundante, eficiente y competitiva; y no para incitar la convivencia, en encuentro, el diálogo, el compartir, el contacto, la relación con la naturaleza, el acercamiento, etc., En una idea, para comunicarnos y humanizarnos.

Es dentro de esta realidad de creciente deterioro de la calidad de vida donde actúa la práctica del periodismo cultural contemporáneo en la República Mexicana y donde puede cobrar un sentido muy estratégico para rehumanizar a las ciudades.

### 8. EL DERRUMBE DE LAS RELACIONES HUMANAS

Derivado de los procesos de modernización industrial y de las crisis urbanas en las ciudades mexicanas, especialmente en las macro urbes, se ha producido un derrumbe de las relaciones humanas de comunión y un debilitamiento de los canales interpersonales de comunicación, generando una fuerte erosión de la relación social más

fundamental que es el encuentro personal con los otros.

Así, observamos que el ritmo de sobrevivencia urbana nos ha llevado a subsistir cada vez más nuestra familia sanguínea de origen por los lazos de una débil familia ampliada proveniente del mundo del trabajo. Que cada vez más el nivel de aislamiento humano que se incrementa, en las ciudades ha provocado que vía los anuncios oportunos de los principales periódicos y revistas aparezcan solicitudes de personas que expresan sus medidas corporales, características físicas, modos de pensar, datos personales, etc., para solicitar encontrar "amigos", "esposos" o "compañeros" que mitiguen su soledad. Que cada vez más tenemos en las metrópolis menos parques, jardines, banquitas, rinconcitos, calles empedradas, fuentes, etc. Donde podamos dialogar para descubrirlos los unos a los otros, y éstas son substituidas por carpetas de asfalto, avenidas de cemento y ejes viales para los automóviles.

Que cada vez más la relación elemental del juego corporal entre padres e hijos que se daba mediante el retozo en las generaciones anteriores; ahora crecientemente es substituida por la vinculación electrónica que se da entre éstos a través de la pantalla con el Nintendo, el Atari y las nuevas generaciones de video juegos que se introducen con las modernas tecnologías de información. Que cada vez más nuestros ancianos estorban al mundo moderno del "progreso urbano" al ya no ser eficientes o productivos, y por lo consiguiente, son intensivamente abandonados frente al televisor o en los asilos. Que cada vez más las personas comunes y corrientes de esta generación morimos más solos en los panteones, pues la vida "desarrollada" y "productiva" de las urbes modernas ya no nos da tiempo para acompañar a nuestros muertos a su último adiós, etc.

En este sentido, observamos que "mientras más grande es una ciudad, se vuelve más fragmentada, compleja e incomunicada, dificultando el encuentro entre amigos y familiares. La familia misma pierde hoy su de

poder de convocatoria y se refuerza en su núcleo central: padres e hijos, manteniéndose estos últimos hasta la edad de separación. Así, se diseña en las ciudades mexicanas la familia-individuo que deja ver y visitar a los otros miembros (abuelos, tíos, primos), y a otros amigos queridos. Las grandes distancias, las dificultades del transporte, el cansancio y el agotamiento de la jornada diaria en el trabajo o en el estudio ayudan a aumentar la necesidad de aislamiento en una casa o en un pequeño apartamento de concentraciones de edificios donde se atrinchera hoy la clase media, la popular y buena parte de la alta con una inmensa antena parabólica como modelo de vida urbana" (23). Es en esta atmósfera de creciente deterioro humano de las relaciones humanas donde el periodismo cultural puede cobrar un nuevo sentido de rehumanización de los hombres.

## 9. EL SURGIMIENTO DE LA "VIDEO-VIDA"

Dentro de la tendencia urbano-mercantil que ha seguido el proceso de producción y reproducción de la sociedad mexicana se ha difundido rápidamente la mentalidad de que para que todo espacio público de comunicación sea moderno debe de estar atravesado por el complejo audiovisual, pues de lo contrario será atrasado o anacrónico. Así, ha surgido en las principales ciudades de la República el fenómeno de la "Video-Vida" como realidad cultural que ha atravesado todas las actividades de nuestra existencia. Dicho fenómeno de video-vida se caracteriza por producir un frívolo consenso que plantea que todos los espacios de la vida pública o privada de los ciudadanos tienen que estar atravesados y hasta invadidos por el funcionamiento de las tecnologías de información más moderna.

Así, no obstante, la realidad de profunda regresión humana que se presenta en nuestras ciudades a finales del siglo XX, en los pocos espacios de diálogo, reunión y encuentro y discusión colectiva que quedan en nuestras deshumanizadas urbes.

La propuesta modernizante de los "video



"comunicadores profesionales" ha sido dar el tiro de gracia a estos requisitos de vida para introducir la dinámica de la "video-vida" y convertirlas en zonas de pasatiempo posmodernas, donde literalmente se "mata el tiempo". Así, se constata que las políticas "modernas" de comunicación han transformado la taquería en "video taco", el bar en "video bar", la pizzería en "video pizza", la discoteque en "video discoteque", el restaurant en "video gourmet", la sala de espera en "video sala", el camión en "video bus", el metro en "video metro", el avión en "aero video", la caseta telefónica en "video teléfono", la conferencia en "video conferencia", la recámara en "video recámara", las campañas políticas en "video campañas", la reunión del domingo en "video domingo", el ejercicio de compra en "video compra", (sólo falta el "video sanitario" que no debe de tardar de surgir), etc., propiciando una vez más la distancia y el desencuentro entre las personas con su consecuente estado decreciente de obscuridad humana. Incluso, esta concepción "moderna" de la comunicación ha avanzado tanto, que por ejemplo, en México, algunos de los principales jardines del Distrito Federal se han convertido en video jardines para ver a través de pantallas gigantes de televisión eventos como la pelea del Macho Camacho, el Concurso Miss México, los debates políticos entre los diversos candidatos a la presidencia de la República, los informes presidenciales, los campeonatos de futbol, las olimpiadas, etc., respetándoles su carácter de zonas de tranquilidad y de armonía con la naturaleza. De esta forma, la relación con el complejo del video en las ciudades substituye el espacio de encuentro y contacto con la plaza pública, con el jardín, con la alameda, con el kiosco, etc. produciendo extensivamente el fenómeno de la "Video Vida" a todos los rincones de la acción humana. Paradójicamente, intentando producir dinámicas de comunicación con el inmenso arsenal de tecnologías informativas con que contamos al terminar el siglo XX, esta

práctica urbana pos moderna, ha transformado progresivamente dichos espacios, y otros más, en áreas de profunda incomunicación humana, al suprimirles su ambiente de privacidad y de individuación que le son propios, para convertirlos en otras más de la ideologización del dinero y del poder. Es dentro de esta nueva "videoatmósfera" cotidiana de la vida urbana donde tenuemente actúa el periodismo cultural y donde debe alcanzar un nuevo sentido al humanizar la "video atmósfera".

### 10.-LA MENTALIDAD TECNIFICADA DE LOS "PROFESIONALES" DE LA COMUNICACIÓN

No obstante el peso dramático de esta realidad sobre la vida urbana, los "comunicólogos profesionales" no nos hemos sensibilizado de la necesidad de construir otras formas de comunicación más humanas, y siguiendo los marcos de la modernidad, permanentemente planteamos que lo importante de nuestro campo de actividad es comunicarnos a través de las tecnologías de información. Así, constantemente promovemos la adquisición de más redes de comunicación celulares, ordenadores autoprogramables, más servicios de cable a domicilio, pantalla estereofónicas, televisiones de alta definición, "Walk Man's" con equalizadores, teletextos, compactdisks teléfonos celulares, radio localizadores automáticos, redes de Internet, etc. Y no el simplemente hecho de escucharnos y acercarnos para conocernos e impulsarnos como seres humanos. Incluso, constatamos que los "especialistas de la comunicación" para reproducir profesionalmente en las escuelas de información a los nuevos cuadros que dirijan el futuro de esta realidad urbana, construimos currículos académicos que estudian la teoría de mercado, las campañas políticas, las culturas populares, las nuevas tecnologías, los métodos de investigación, las técnicas publicitarias, la producción de contenidos televisivos, los lenguajes de la radio, la estética cinematográfica, la

información del siglo XXI, las herramientas semiológicas, la realidad virtual, etc.; pero nunca abordamos el proceso humano de la comunicación, especialmente interpersonal, que es la base central de donde parte y en donde aterriza todo el fenómeno anterior. De aquí la necesidad de que la teoría del periodismo cultural desarrolle otras bases conceptuales que permitan concebir a éste desde el proceso elemental de la comunicación humana.

### **11.-EL HOMBRE AUSENTE DEL ESTUDIO DE LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN URBANOS**

Frente al proyecto de comunicación moderna en las ciudades, podemos decir que para el modelo central de comunicación urbana que hemos construido en estos años, en México todo ha sido importante considerar, excepto nosotros como seres humanos. Es decir, nosotros no hemos sido importantes para nosotros mismos, pues no hemos colocado al fenómeno humano en el centro de la reflexión, la discusión y la acción comunicativa; sino que nos hemos enredado en el tratamiento y la supervaloración de otras mediaciones tecnológicas más sofisticadas, situándolas como el fin último de nuestro quehacer profesional y no como meros apoyos materiales para alcanzar otras metas superiores. Mayoritariamente cuando los individuos han estado como centro de producción de la comunicación no ha sido con el fin de ser concebidos como seres humanos que tienen que desarrollarse como personas, sino como consumidores de productos y servicios que requieren movilizar el modelo de acumulación para lograr su ganancia. Esto es, el sujeto de nuestra comunicación ha sido el manejo de las técnicas informativas y no la transformación de los seres humanos. Tal parece que el proyecto de comunicación moderna que con toda energía nos hemos esforzado por construir en México, se ha fundado mayoritariamente sobre la negación misma del proceso de comunicación interna del hombre. Es decir, da la impresión de que

la relación de comunicación que los "especialistas" en esta disciplina hoy producimos entre los individuos, no es aquella que permite que los hombres se conozcan y profundicen más en sí mismos y en el núcleo social que los rodea; sino que al contrario es un mecanismo ajeno impuesto desde afuera de la interioridad más central del hombre que lo genera, es la obscuridad de los seres.

Por ello, podemos afirmar que la relación que hemos construido con nosotros mismos y con la sociedad a través de los modelos de comunicación, especialmente urbana, nos ha llevado a un estado generalizado de incomunicación; y por lo tanto, de pérdida de nosotros mismos como personas, como familia, como barrio, como comunidad, como región y como país. Esto es, la comunicación que hoy practicamos es un mero artificio más sobre la superficie de la sociedad y de nuestras existencias, pues no va al fondo de las necesidades profundas del hombre. Es una dinámica eminentemente informativa y comunicativa.

Ante ello, nos preguntamos ¿para qué queremos las máquinas de difusión de la quinta generación y los trillones de bits de información que nos ofrece la modernidad si hoy en las urbes entre los seres humanos nos es progresivamente más difícil comunicarnos de mirada a mirada, de corazón a corazón, de centro a centro? Por ello, podemos afirmar que el saldo gremial que queda después de 70 años de estudio y práctica especializada de la comunicación, es que hoy hemos perdido lo más importante por lo meramente secundario y accesorio. Es por ello, que al estar próximos a llegar al siglo XXI podemos decir que nuestra sociedad cuenta con especialistas técnicos, médicos, químicos, administradores, ingenieros, abogados, políticos, etc., pero en estricto sentido, no obstante que existimos miles de individuos preparados en el campo de la comunicación, la sociedad todavía no posee verdaderos comunicadores. Esto debido a que dichos cuadros profesionales nos dedicamos a ejercer todas las actividades

propias del quehacer informativo, excepto a construir las condiciones para que los seres humanos se conozcan a sí mismos, se encuentren, se aproximen, se humanicen y evolucionen hacia etapas superiores del Ser. De aquí, la importancia medular en la actualidad de colaborar desde el frente del periodismo cultural a crear otro proyecto de comunicación de cultura y espiritualidad urbanas que partan de las necesidades de crecimiento y humanización del hombre, y no de los simples requerimientos dominantes de la voraz y salvaje acumulación económica a nivel planetario a costa de lo que sea.

### 12.-EL PERIODISMO CULTURAL Y LA REPRODUCCIÓN ESPIRITUAL URBANA VÍA LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COLECTIVOS

Considerando la dinámica de existencia moderna, observamos que el ciclo de la vida cotidiana de la población mexicana en las ciudades está compuesta de cuatro fases rutinarias: primero, la fase del sueño, donde los individuos recuperamos todas las energías físicas perdidas durante la jornada laboral para poderlas volver a invertir al día siguiente en la esfera de la producción. Segundo, la fase del trabajo donde lo único que cuenta es que se realice la lógica de la producción, y por lo tanto lo más importante que hay que hacer es ser eficientes. Tercero, la fase de la reproducción de la infraestructura cotidiana de vida, donde lo que hay que efectuar es el arreglo del hogar, la compra de los alimentos, la realización de los servicios básicos de la vida cotidiana, etc. para sobrevivir. Y cuarto, la fase del esparcimiento, donde es el único momento que tenemos los mexicanos para descansar física y mentalmente, esto es, para vivir el esparcimiento y el placer. Es decir, para **Re-Inventarnos** como seres humanos, o lo que es igual, para **Re-Crearnos** de manera distinta, para dejar de repetirnos como lo hacemos el terreno de la producción económica. Todo lo cual, significa imaginarnos a nosotros mismos de manera

nueva y crecer.

En esta última etapa de la re-creación debido a la existencia, cada vez más adversa del contexto urbano mexicano, pues se han reducido drásticamente los espacios de áreas verdes en todas las metrópolis del país, se ha estrechado el tamaño de la vivienda, se ha incrementado la inseguridad de las ciudades para salir a pasear, especialmente por las noches, se han aumentado los costos del esparcimiento extra-hogareño; los habitantes ciudadanos de la República Mexicana crecientemente tendemos a

canalizar el tiempo de nuestro esparcimiento dentro del complejo audiovisual que ofrece la televisión y no de otros sistemas culturales. Así, constatamos que, cada vez más, el tiempo de descanso de los mexicanos urbanos esta crecientemente más expuesto a la acción de la televisión y otros medios de comunicación electrónicos, se incrementa el consumo de video-homes, se eleva el tiempo de exposición a la información audiovisual, se maneja la realidad cotidiana desde la "concepción virtual de la vida" que arrojan los medios, y aumenta el porcentaje del juego familiar que cruza por la pantalla a través de los ataris, los nintendos y otros video games. Todo ello, significa, en última instancia, que cada vez más, en las ciudades la reproducción espiritual de los individuos gira alrededor del complejo de los medios audiovisuales, particularmente electrónicos. Es decir, el horizonte de imaginación desde donde se reinventan cotidianamente las personas, proviene crecientemente de los medios donde se reinventan cotidianamente las personas, proviene crecientemente de los medios de información, especialmente de la televisión, y ya no de otras fuentes culturales tradicionales o alternativas. Es aquí, dónde el periodismo cultural en las urbes desempeña una tarea muy estratégica, pues a través de la difusión de la cultura tiene la facultad de humanizar a los ciudadanos desde otras bases artísticas y humanísticas que no sean las de la feroz acumulación de capital. Es decir, al permitirnos el periodismo cultural mantener contacto con la literatura, la música, el arte, la escultura, la danza, el canto, la crítica, la pintura, la reflexión, etc, nos permite tener un panorama diferente para re-inventarnos o re-crearnos como seres humanos de manera distinta, para dejar repetirnos en el terreno de la producción económica, e imaginarnos como seres desde otros parámetros mas elevados de humanización.

**Este artículo continuará  
en la siguiente publicación.**

#### DOCUMENTACIÓN CONSULTADA.

- 1) Anunció el FNCA las becas de este año para teatro, música y danza, *Uno más Uno* 30 de junio de 1989.
- 2) Capacita el ISSSTE a más de 300 promotores de área cultural, *Uno más Uno*, 30 de junio de 1989.
- 3) Comisión para preservar el patrimonio cultural, *El Nacional*, 29 de junio de 1989.
- 4) Comunicación y Calidad de Vida en la Ciudad, Universidad de Azuay, Instituto de Estudios de Régimen seccional del Ecuador (IERSE), Municipio de Cuenca y Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia y la Cultura (UNESCO), Cuenca, Ecuador, 6 al 8 de julio de 1993.
- 5) Comunicación y ciudad, Organización de las Naciones Unidas para la ciencia y la Cultura (UNESCO), Rosario, provincia de Santa Fe, República de Argentina, 24 al 26 de agosto de 1992.
- 6) Comunicación y Ciudad, Universidad Pontificia Bolivariana, Alcaldía de Medellín y Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia y la cultura (UNESCO), Medellín, Colombia, 15 al 17 de junio de 1995.
- 7) Comunicación y Ciudad: Hacia una mejor calidad de vida Urbana, Facultad politecnica de la Universidad Nacional de Asunción y Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia y la Cultura (UNESCO), Asunción, Paraguay, 21 al 23 de septiembre de 1994.
- 8) Convocatorias a los premios nacionales 1989, *Excélsior*, 30 de julio de 1989. Resultados de la convocatoria a los creadores intelectuales y artistas de México, *Uno Más Uno*, 9 de agosto de 1989.
- 9) Cuarto informe de Gustavo Díaz Ordaz (1968), *El Financiero*, 6 de octubre de 1988.
- 10) Cuarto informe de José López Portillo (1980), *El Financiero*, 20 de octubre de 1988.
- 11) Cuarto Informe de Luis Echeverría Alvares (1974), *El Financiero*, 14 de octubre de 1988.
- 12) Cuarto Informe de Miguel de la Madrid (1986), *El Financiero*, 25 de octubre de 1988.
- 13) Declaración de Rosario por el Derecho a la Ciudad, conclusiones del Seminario Internacional sobre Comunicación y Ciudad, Fundación Solidaridad, Rosario, Provincia de Santa Fe, República de Argentina, 24 al 26 de agosto de 1992.
- 14) Defender el patrimonio histórico es defender la patria, *Excélsior*, 29 de junio de 1989.
- 15) El festival de las vanidades, *El Universal*, 31 de julio de 1989.
- 16) El primer gran festival significa cultura y humanización, *Excélsior*, 27 de julio de 1989.
- 17) En vez de cuestionarlo nos debería de alegrar el festival, *La Jornada*, 28 de julio de 1989.
- 18) Festejos por la semana cultural del anciano organizados por el INSEN, *Excélsior*, 5 de agosto de 1989.
- 19) Gran festival de la ciudad de México, *Excélsior*, 21 de julio de 1989.
- 20) Guzmán Ferrer, Martín Luis, integración cultural, *Excélsior*, 2 de agosto de 1988.
- 21) Haza Remus, Luis Armando; políticas de financiamiento de la cultura, Seminario: Política cultural en México, coordinación de humanidades: Centro de Investigaciones interdisciplinarias, Universidad Nacional Autónoma de México, 8 de noviembre de 1988, México, D.F.