

**uia**

SANTA FE  
CIUDAD DE  
MEXICO

PERIODICO  
SEMANAL DE LA  
UNIVERSIDAD  
IBEROAMERICANA  
MAYO 4 DE 1992  
NUMERO 93

# Subtilo

PARA CONSTRUIR LA COMUNIDAD



## COMUNICACIÓN, MERCADO Y SOCIEDAD

“Si la creación de los procesos culturales del país es regida básicamente por los principios de la economía de mercado y no por otras racionalidades sociales más equilibradas, corremos el gran riesgo como país de ser conducidos a un sistema de comunicación salvaje... 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”.

El proceso de transformación moderna que ha experimentado México desde 1992 a la fecha, en particular, con los preparativos que se han realizado para consolidar el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá, está 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 y competencia de la mayoría de la población nacional.

Estas modificaciones no sólo están impactando en la base económica y política de la sociedad mexicana, sino sobre todo en la estructura cultural e informativa de nuestro país. Por ello, hoy es sumamente importante analizar cómo la aplicación de las leyes del mercado en la etapa de la globalización cultural transformará el esqueleto y la dinámica de nuestra comunicación y cultura nacional.

Reflexionando sobre esta realidad, observamos que para que el modelo de desarrollo modernizador se pueda realizar en México, es indispensable la presencia de nuevas condiciones legislativas, productivas, técnicas, laborales y jurídicas, pero además exige la presencia insustituible de una nueva conciencia masiva modernizadora que respalde y afiance las acciones anteriores. Dicha conciencia percibimos que intentará producir, a nivel masivo, 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.

La presencia de dicha conciencia modernizadora implica que hoy entramos en la etapa de desarrollo nacional que nos obliga a aceptar la propuesta de asimilar indiscriminadamente los principios del *laissez faire*, o lo que es lo mismo “lo que no deja dinero a nivel cultural, no sirve” en todos los órdenes, especialmente, en el terreno espiritual y comunicacional, para ser eficientes ante la nueva globalidad internacional. Bases que en la práctica real provocan que en vez de fortalecer nuestro espíritu nacional frente a este período de apertura cultural, éste flexibilice más sus valores para incorporarnos eficientemente como sociedad y sin restricción alguna a la nueva estructura de competencia y de acumulación de los mercados mundiales.

Es decir, ante el florecimiento en nuestro país de las tesis modernizadoras que sostienen el adelgazamiento, la privatización, el repliegue, la desregulación, la globalización y la transnacionalización de todos los campos de lo público, hoy se formula, cada vez con mayor convencimiento, que la rectoría cultural de la sociedad mexicana no debe conducirse por la acción interventora del Estado, sino por el equilibrio “natural” y perfecto que produce el juego de las libres reglas del mercado entre productores y consumidores. De esta forma, para adecuar el espacio cultural de la sociedad mexicana a las nuevas necesidades del mercado, se altera la concepción tradicional de la actividad comunicativa que la comprendía como un producto social y se pasa, ahora, con mayor velocidad, a entenderla como una simple mercancía más que debe estar regida por los principios de la oferta y la demanda.

Esto es, si la creación de los procesos culturales del país es regida básicamente por los principios de la economía de mercado y no por otras racionalidades sociales más equilibradas, corremos el gran riesgo como país de ser conducidos a un sistema de comunicación salvaje. Proceso de comunicación que se caracterizará por privilegiar lo superfluo por sobre lo básico, el espectáculo por sobre el pensamiento profundo, la evasión de la realidad por sobre el incremento de nuestros niveles de conciencia, la acumulación de capital por sobre la participación ciudadana, el financiamiento de los proyectos eminentemente lucrativos por sobre los humanistas, etcétera.

Bajo esta perspectiva, debemos considerar que así como una cantidad de actividades el Estado no puede dejarlas en manos del sector mercantil, a riesgo de que desaparezcan, como es el caso de la medicina preventiva, el transporte urbano público o la creación de ciencia básica; así tampoco puede delegarse a éste la construcción de una “Cultura social para la sobrevivencia nacional”, pues aunque, paradójicamente, a largo plazo es la inversión más rentable que existe en una sociedad, a

corto plazo no es lucrativa dentro de los criterios de "ganancia pecuniaria" y de corto plazo que establece la concepción modernizadora de la vida.

Ante este panorama de creciente desigualdad comunicativa y espiritual que tiende a establecerse en la República con la acción de las leyes de mercado, es necesario que el Estado mexicano cree las condiciones de otro equilibrio cultural a través de la elaboración de un nuevo "Liberalismo social en el terreno comunicativo". Para ello, hay que considerar que así como en el campo económico el Estado reprivatizó la banca comercial y paralelamente impulsó la banca de desarrollo para apoyar a los sectores más desfavorecidos, o que así como vendió empresas públicas para destinar fondos a los proyectos de equilibrio social; es necesario que así como ha permitido crecientemente el juego de los principios del mercado en el área cultural, ahora apoye la dinámica de la "Comunicación social" que surge desde las necesidades de expresión y participación ideológica más apremiantes de los grupos mayoritarios del país.

De lo contrario, los grandes límites naturales que fija la economía de mercado sobre las dinámicas comunicativas generarán más contradicciones culturales que las que pretende resolver por la acción de la oferta y la demanda; y que sólo podrán ser resueltas con la introducción de la "Racionalidad de la comunicación social" en el campo de lo público.

En este sentido, por nuestro propio bien como República, hoy estamos obligados a preguntarnos con todo rigor: ¿hasta dónde a mediano y largo plazo este modelo de desarrollo creará una cultura que propicie el verdadero crecimiento de nuestra sociedad o producirá un retroceso del avance del hombre?, ¿qué acciones culturales debemos realizar para reforzar nuestra identidad nacional dentro de los marcos de los principios del mercado?, ¿cómo producir una cultura del desarrollo social dentro de la dinámica de la oferta y la demanda?

De no hacemos estos cuestionamientos, y otros más, con honradez y severidad, encontraremos que en plena fase de modernización nacional, se habrán modificado las estructuras económicas, políticas, jurídicas, tecnológicas, etcétera, de nuestra sociedad, pero no se habrán transformado las estructuras mentales profundas que, en última instancia, son las que sostienen y le dan vida a nuestra comunidad. Bajo estas circunstancias la sociedad mexicana estará avanzando con los "ojos vendados" por un precipicio muy peligroso, y dentro de algunos años veremos y sufriremos las consecuencias que dejó sobre nuestra conciencia y comportamientos colectivos la presencia de la lógica de mercado en el terreno cultural y espiritual de nuestro país.

De aquí la necesidad urgente de reflexionar sobre nuestra cultura y la acción social que deben ejercer los medios de comunicación, para conservar su esencia nacional orientada hacia el desarrollo de nuestra conciencia dentro de la dinámica de acelerado cambio modernizador que vive el país; pues el proceso de la 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 no efectuarse esto, 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.

*Dr. Javier Esteinou Madrid  
Centro de Servicio y Promoción Social*