



ANUARIO ININCO

4 TEMAS
DE COMUNICACION
Y CULTURA

**INSTITUTO DE INVESTIGACIONES DE LA COMUNICACION
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION.
UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA**

Depósito legal p.p. 89-0103

ANUARIO
LINGÜÍSTICO

Temas de Comunicación y Cultura

*Esta Revista se publica bajo los auspicios
del Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico
de la Universidad Central de Venezuela.*

4

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES DE LA COMUNICACIÓN
FACULTAD DE LENGUAJES Y EDUCACIÓN
UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA

Caracas, 1974

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES DE LA COMUNICACION
(ININCO)

Directora
Elizabeth Safar

Director de Publicaciones
Oscar Lucien

Investigadores:

Jesús Almella
Oswaldo Capriles
Hugo Calello
Guillermo Castro
Tulio Hernández
Gustavo Hernández
María Eugenia Esparragoza
Vilma Lehmann
Oscar Lucien
María Fernanda Madriz
Ambretta Marrosu
Elizabeth Safar

Los investigadores del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) desarrollan sus actividades organizados en las secciones de: Sistema de Información y Difusión Masiva, Cultura Popular y Alternativas Comunicacionales, Planificación Informativa y Comunicacional, y Comunicación Política.

SUMARIO

	<u>Pág.</u>
PRESENTACIÓN. <i>Oscar Lucien</i>	5
Lumière a la conquista de América (Gabriel Veyre en Caracas). <i>Ambretta Marrosu</i>	7
La radiodifusión latinoamericana. La radio-La televisión. <i>Elizabeth Safar</i> ..	63
Los Servicios Públicos de Radiodifusión (SPR) en América Latina. <i>Alejandro Alfonso</i>	73
Situación de la radiotelevisión en Venezuela, para el año 1991. <i>Gustavo Hernández Díaz</i>	85
Los cien años de Gramsci: el profeta de la comunicación política. <i>Hugo Calello</i>	105
La televisión mexicana y la pérdida del proyecto cultural del país. <i>Javier Esteinou Madrid</i>	117
Notas de lectura	141
Colaboradores	149

La Televisión Mexicana
y la Pérdida del Proyecto Cultural
del País

JAVIER ESTEINOU MADRID

1. EL DESARROLLO SIN CULTURA

Tradicionalmente la construcción del modelo de país que hemos deseado ser en las últimas cinco décadas se ha fundado, en primer término, en la instancia económica; en segundo, desde la fase política, y casi nunca se ha elaborado desde nuestro nivel cultural de sociedad. Esto debido a que "la cultura, cuando más, ha sido considerada por el Estado mexicano 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 esta noción de cultura "ha dificultado y a veces ha impedido que los propósitos declarados por la autoridad 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 gubernamentales, en los que se menciona la necesidad de atender el desarrollo cultural de la población y tomar en cuenta su propia cultura. De esta manera, la «cultura» aparece como algo suplementario".²

Con ello, al considerar la cultura como elemento de lujo se ha ignorado que "los proyectos de desarrollo nacional sólo tienen sentido, o no lo tienen, porque son expresiones de un proyecto cultural. No hay 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 el marco general en el que éste se realiza y por el cual se realiza. La «cultura» le da al proyecto nacional su razón de ser".³

Esta deformación ha sido ocasionada debido a que, por una parte, el Estado mexicano de las últimas décadas se ha guiado por criterios

pragmáticos de corto plazo y no por directrices de planificación profunda de mediano y largo plazo para diseñar el país que anhelamos ser. Por otro lado, a que la cultura que han producido los sectores dedicados a esta actividad se ha caracterizado por ser predominantemente una manifestación narcisista, ególatra e individualista de las exquisiteces sensoriales de grupos elitescos y no una cultura orgánica que vincule la productividad de nuestro intelecto 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 deformada de la acción cultural que le ha castrado su vinculación profunda con los procesos de desarrollo y le ha asignado un radio de cobertura artificial muy estrecho que abarca, principalmente, 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 elitista a las artes y las humanidades, la difusión de la música "selecta", el fenómeno al rescate y conservación de los monumentos históricos y arqueológicos, etc.⁵ Esta es la noción de cultura que hoy día se fomenta e implementa a través de los principales "suplementos culturales" periodísticos,⁶ de los "canales culturales" de radio y televisión,⁷ de los "simposios 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",¹⁵ de los programas "culturales" para los grupos marginados,¹⁶ de las semanas "culturales",¹⁷ y del nuevo Plan Nacional de Desarrollo del gobierno mexicano para 1989-1994.¹⁸

Con este enorme reduccionismo el Estado mexicano ha arrumbado su acción cultural a un quinto plano, evitando que el centro de desarrollo de la sociedad mexicana surja desde su instancia cultural, y favoreciendo que éste 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 ésta sea considerada en los planes globales de desarrollo en el mismo nivel de importancia que ocupa el deporte.¹⁹

De esta forma, la cultura no ha sido entendida como la acción orgánica de producir mayores niveles de conciencia para que la población se organice y participe en la resolución de las grandes contradicciones estructurales que cotidianamente se atraviesan en nuestras vidas y nos impiden sobrevivir, sino como una tarea aislada del proceso de crecimiento nacional y en la mayor de las veces suntuosa y secundaria.

Realidad que más que favorecer el desarrollo del país ha obrado como un elemento central de su estancamiento y atraso histórico.

2. LOS MEDIOS DE COMUNICACION Y LA CONSTRUCCION DE LAS POLITICAS CULTURALES

Derivada de la noción y práctica restringida de cultura que se ha aplicado en el país en décadas anteriores, en el mejor de los casos, cuando se han tomado en cuenta las políticas culturales en los últimos cuatro gobiernos para diseñar la naturaleza de sociedad que aspiramos ser, el proceso de elaboración de dicha realidad se ha caracterizado por considerar las problemáticas referentes al campo educativo, museográfico, arqueológico, etnográfico, operístico, dancístico, musical, humanístico, literario, poético, etc., pero sistemáticamente ha marginado la inclusión de los medios de comunicación en dicha área. El mayor acercamiento que han tenido ha sido cuando, por una parte, estos medios han sido concebidos y utilizados como instrumentos de ampliación de la educación formal, a través, por ejemplo, de la telealfabetización y la telesecundaria,²⁰ y por otra, cuando se han empleado para difundir la "cultura refinada"²¹ y con ello se ha desconocido la trascendental y profunda acción restante que permanentemente realizan sobre la conciencia de los públicos mayoritarios del país para formar una cultura cotidiana.²²

Esta grandísima omisión ha ocasionado dos grandes desviaciones históricas en nuestra sociedad. En primer lugar, ha reflejado la existencia de una laguna esencial del "sector pensante" del país sobre el área más estratégica para nuestro crecimiento intelectual interno. En segundo lugar, ha provocado una enorme contradicción entre lo que se siembra mentalmente por la mañana y lo que se destruye cognitiva y afectivamente por la tarde y noche.

Así, en primer término, al dibujar el sector intelectual del país las políticas culturales sin la incorporación de los medios de comunicación modernos, lo que ha pintado, es sólo la sombra del problema y no la esencia de la realidad que vivimos en la sociedad mexicana de 1989. Es decir, al no considerar la presencia de los canales de información en esta reflexión y acción, lo que se ha abordado es la realidad cultural del

México del siglo XIX, donde no existía la comunicación instantánea de masas y no la de finales del siglo XX, que es la que hoy vivimos, pues sabemos que si algo ha cambiado tajantemente la realidad ideológica del país después de la conquista española, la acción de la Iglesia y la intervención del aparato educativo en nuestra sociedad es la presencia de los medios electrónicos de información. Es más, podemos decir que existe con toda claridad una mentalidad, una sensibilidad y una imaginación nacional antes y después de la aparición de los medios de comunicación, particularmente de la radio y la televisión.

En segundo término, al pasar por alto la existencia de esta realidad elemental, se ha permitido flagrantemente que la sensibilidad que el Estado mexicano con muchísimos esfuerzos, a través de la Secretaría de Educación Pública, la Red Nacional de Bibliotecas, el Sistema Global de Museos, el Programa Cultural de las Fronteras, la cobertura del Instituto Nacional de Bellas Artes, los circuitos de muestras teatrales, los Festivales Musicales de Primavera, el trabajo de los profesores normalistas, las casas de la cultura, el conjunto de zonas arqueológicas, la acción del Libro de Texto Gratuito, el Instituto Nacional del Consumidor, etc., siembran por la mañana en las conciencias de los niños, jóvenes y adultos, ésta sea borrada en el atardecer a través de los avanzados canales de comunicación, particularmente de la televisión. Es decir, lo que nace y se construye por la mañana se destruye y entierra por la noche.

Con ello, el sector "intelectual crítico" del campo cultural paradójicamente ha ignorado que la emergencia de los medios de comunicación dentro de la esfera ideológica de la sociedad mexicana no sólo ha representado la radical transformación del interior de la estructura de nuestra sociedad civil, sino que el fenómeno más relevante que se ha producido es la creación de una nueva dimensión ideológica del Estado nacional, vía la moderna extensión cultural de éste a través de los aparatos de información. Es decir, con la presencia de los medios de comunicación, y en particular de la televisión, el Estado mexicano ha sufrido una gran mutación en el interior de su esqueleto cultural, pues las tareas de construcción, dirección y cohesión ideológica que realiza éste han entrado en una fase de extensión geométrica que han dado origen a una nueva faceta del poder nacional: la existencia del Estado Ampliado Mexicano.

La especificidad de este flamante Estado Ampliado en nuestra República se ha caracterizado porque, a través de los apoyos tecnológicos que le brindan los canales de información, éste ha conquistado una nueva capacidad orgánica para realizar de manera más competente las funcio-

nes culturales que debe ejecutar como instancia rectora de la sociedad. Por ello, el nacimiento y la expansión de esta nueva zona del Estado Ampliado Mexicano se encuentran en íntima correspondencia con la evolución y organización que adopta cada nuevo sistema y proceso de comunicación que aparece en nuestro territorio.

La presencia de este moderno Estado Ampliado ha producido en los últimos setenta años un silencioso cambio drástico en la correlación de fuerzas culturales que han delineado el proyecto ideológico del país, pues ha posibilitado la rápida y fuerte acción de nuevos grupos en la esfera cultural: el sector monopólico comercial y el sector transnacional. Así, las fracciones privadas y supranacionales, en el menor tiempo ocupado en toda la historia de México para propiciar un cambio mental, han construido e internalizado en la población otro proyecto cultural de sociedad diferente al que durante décadas ha planeado el tradicional Estado nacional.

De esta forma, la capacidad de educación y de dirección ideológica de la sociedad que ganó el Estado mexicano a través de las armas en la Revolución de 1910, hoy la ha perdido aceleradamente por la falta de aplicación de un control cultural sobre los medios electrónicos de comunicación. Esto es, el espíritu, la utopía y la visión del hombre nuevo que creó el movimiento insurgente de principios de siglo se perdió rápidamente por la institucionalización que el Partido Revolucionario Institucional (PRI) hizo de éste, y porque el proceso de industrialización que surgió en el país desde 1920 creó primero a través de la radio y después de la televisión, una nueva esperanza que se denominó "consumo" y que con el tiempo se convirtió en la moderna religión que hoy vivimos compulsivamente.²³

Así, por una parte, al incorporarse el Estado mexicano de manera muy tardía a la orientación de los medios de comunicación electrónicos; por otra, al permitir que éstos fueran dirigidos desde su origen por los fenicios de las ondas hertzianas, y finalmente por otra, al conceder que éstos se desarrollaran con autonomía ideológica casi absoluta, el propio gobierno "autorizó" que se perdiera nuestro proyecto cultural que es el único que le sirve de base para gobernar como Estado nacional. Ello debido a que el funcionamiento mayoritariamente mercantil de los medios de comunicación ha corrido y anulado con gran rapidez nuestra frontera ideológica de país que es nuestro principal dique mental para sobrevivir como nación, especialmente en la fase de internacionalización planetaria que ahora vivimos y hoy hemos adquirido otra forma de ver al ser humano, al mundo, al universo y la vida, que no son las bases culturales que requiere nuestra sociedad para avanzar y crecer.

El espectro ideológico que produce la televisión mexicana a través de su programación es sumamente amplio, pues abarca desde la gama de géneros financieros, políticos, noticiosos, hasta los deportes, los espectáculos, las telenovelas, la ficción, los comerciales, las caricaturas, etc. De estas modalidades se deriva la producción de muchos fenómenos sociales, cada uno de los cuales produce un peso muy específico en nuestra sociedad. Sin embargo, dentro de este universo tan amplio existen algunos proyectos ideológicos que son los que le dan forma al proyecto audiovisual y determinan sus características esenciales. En el conjunto de estos proyectos dominantes sobresalen en la actualidad la propuesta cultural consumista y la admiración por lo norteamericano, que promueve notoriamente con distintos grados la televisión tanto pública como privada en el país.

Por ello podemos decir que por el retroceso intelectual que hemos heredado de los regímenes anteriores, hoy el Estado mexicano está profundamente extraviado en su proyecto cultural, pues a través de un condicionamiento pavloviano aplicado por lustros ha permitido la construcción de un programa mental a través de la televisión que está formando generaciones de hombres enanos, inseguros e infelices, ya que preferencialmente se ha esforzado para desplegar todos sus recursos tecnológicos visuales, artísticos, humanos, etc., para conducirnos, entre otras, a las dos siguientes trampas ideológicas: el credo del consumo y el debilitamiento de la identidad nacional.

A) *La sociedad de consumo*

En primer lugar, derivado de las necesidades del modelo de industrialización nacional, la televisión nos ha inducido a creer que lo más importante en la vida es depositar la fuerza y la energía de los seres humanos alrededor de los valores intrascendentes de la frivolidad y el consumo, y no del reconocimiento, autoestima y aceptación personal y colectiva. Esto es, la televisión ha insistido mayoritariamente en que el mérito del individuo se deriva de la capacidad que se tiene para adquirir y acumular bienes y no de la facultad para desarrollar nuestro interior de personas para ser más universales e incrementar nuestra capacidad de amar. Este modelo cultural plantea que la fuerza y el éxito del individuo se da en la medida en que cuenta con apoyos materiales exteriores y no en la medida que fortalece su interior e identidad particular. Por lo tanto, la filosofía de funcionamiento de la televisión parte de la

premisa de que la vitalidad y el alimento de la existencia proviene de adquirir y concentrar pertenencias y no de *ser* lo que cada uno tiene que *ser* en el cosmos, porque lo que propone, en última instancia, no es la libertad e independencia interior, sino una nueva esclavitud hacia las cosas externas: consumo, acumulo, luego existo.

Horizonte mental que a través de la sociedad de consumo busca reproducir en nuestra sociedad la aspiración del "sueño americano" que plantea alcanzar la felicidad a través de obtener un nivel económico creciente para que los hijos vivan mejor, tengan educación superior, nuevas oportunidades, trabajo, hogar, ingresos y esparcimientos óptimos que los que alcanzaron padres y abuelos.²⁴ Cosmovisión industrializada que ya ha comprobado ampliamente su fracaso filosófico y psíquico en los Estados Unidos y otros países del primer mundo, cuando la principal utopía de estas civilizaciones que es la "sociedad del consumo" no ha hecho más felices y plenos a sus ciudadanos, sino que los ha dejado humanamente más vacíos y espiritualmente más devastados, pero rodeados del confort tecnológico más avanzado que se ha logrado en toda la historia de la evolución de la especie humana.²⁵ Vacuidad interior que ha provocado en los últimos años el resurgimiento de algunos movimientos religiosos hasta el grado de llegar, algunos de ellos, al fundamentalismo fanático.

Esto significa que por haber cedido el uso de los medios de comunicación electrónicos a los intereses eminentemente mercantiles, hoy día la fuente del proyecto cultural mayoritario desde el cual se construye y reproduce cotidianamente la conciencia y el espíritu de los individuos y los grupos de la sociedad mexicana, especialmente en las ciudades, parte de las necesidades de la acumulación de capital y no de los requerimientos de la creciente humanización de las personas y de nuestra comunidad nacional. Ello quiere decir que la imagen, los deseos, la sensibilidad, la belleza, los sueños, las utopías, etc., en una idea, nuestro espíritu colectivo con el que diariamente el mexicano se ve y se reproduce a sí mismo, no nace de la motivación de hacer más plenos y superiores a los hombres, sino de las exigencias de concentración de riqueza que demandan los propietarios de las industrias culturales y las redes de poder que operan detrás de ellos. Esto ha contribuido a que, cada vez más rápido, adquiramos en las urbes nacionales una noción cosificada del *ser* del mexicano y no una visión de la plenitud existencial del hombre.²⁶ Realidad que es sumamente relevante analizar, pues al vivir en la actualidad casi el 60 por ciento de la población en las ciudades y para el año 2000 el 70 por ciento, el retroceso del proyecto cultural se dará cada vez más sobre la mayoría de los habitantes del país.

Así, por ejemplo, para obtener rápidas ganancias el capital a través de la televisión, nos ha conducido a pensar que lo central en la vida es el poseer todo tipo de propiedades y no el expandir nuestras facultades naturales hasta el infinito. Para incrementar sus ventas en la rama de licores, nos ha hecho creer que la satisfacción sexual se da con la "caza" de la rubia de categoría y no con el encuentro y crecimiento de las almas de la pareja. Para legitimar su imagen monopólica, nos ha conducido a aceptar que el valor de las personas proviene de la forma de vestir como ejecutivo trasnacional y no del grado de generosidad que despliegan los individuos. Para elevar su *rating*, y por consiguiente, su fuerza económica, la televisión nos ha llevado a imaginar que lo básico para interactuar socialmente es vivir pegado a la pantalla para estar informado y no dialogando emotivamente con los seres que nos rodean. Para lanzar nuevas marcas de productos al mercado nos ha inducido a creer que la forma de obtener afecto de los círculos que nos rodean es la adquisición permanente de la mercancía más moderna. Con el fin de agotar sus inventarios en el campo textil, el capital vía la televisión nos ha persuadido de que el gozo se alcanza a través de la compra permanente de diferentes vestimentas según los caprichos del cambio de la moda en cada estación y no intensificando al máximo nuestra sensibilidad para disfrutar profundamente cualquier realidad o momento que nos circunda. Para unificar sus mercados, nos ha conducido a sentir que para triunfar en la vida el lenguaje que hay que dominar es el inglés y no el idioma del amor, etc.

B) *El debilitamiento de la identidad nacional*

En segundo lugar, la televisión ha construido prioritariamente un "espíritu nacional" cada vez más débil, pues nos ha llevado como sociedad a anhelar profundamente lo ajeno y a negar y avergonzarnos de lo propio. Es decir, si sabemos que un espíritu fuerte se construye a partir del grado de aceptación profunda que una comunidad o individuo tiene de sí mismo. Si la aceptación intensa de un grupo depende del grado de orgullo existencial que tenga de su ser, esto es, del nivel en que esté satisfecho con su color de piel, con su tonalidad de lengua, con el olor de su cuerpo, con la proporción de su estatura, con la armonía de sus facciones, con la decoración de su vestimenta, con el origen de sus padres, con los llamados de su música, con las sombras de su pintura, con el aroma de su comida, con los recuerdos de sus abuelos, etc., en una idea, con el origen de sus raíces, de su visión del mundo y de la vida. Si la aceptación y el orgullo se produce en la medida en que el núcleo se conoce a sí mismo. Si el porcentaje de su identidad se deriva del grado

de información que se tenga de sí mismo. Si la información que se recibe depende del contacto que se tiene con las redes de comunicación. Si en la actualidad la televisión se ha convertido en el principal medio de difusión en la sociedad mexicana de finales del siglo xx, particularmente en las metrópolis. Si la conciencia que ha producido el modelo de televisión nacional en las últimas décadas se ha dedicado a reforzar la actitud de acaparar bienes y no de promover el *ser* de los ciudadanos. Si para acentuar esta mentalidad consumista contrariamente a lo que racial, genética e históricamente somos, la televisión ha creado en el país un ideal de "yo" anglosajón y europeo al cual aspiramos acceder desde nuestras profundidades psíquicas para ser aceptados triunfalmente en nuestra sociedad, podemos concluir que la televisión niega nuestra esencia mayoritaria de nación y con ello actúa como obstáculo silencioso para que el país se ame a sí mismo y avance. Esto es a través de este modelo ideológico; la televisión ha elaborado un espíritu colectivo cada vez más débil donde germinan crecientemente, con más fuerza, las semillas cotidianas de nuestra esclavitud interior.

Avasallamiento íntimo que velozmente nos ha llevado a sustituir, especialmente en las urbes, las raíces milenarias y naturalmente sabias de nuestras culturas nacionales originarias para ser suplidas por las propuestas culturales tecnolizantes, materialistas, individualistas y competitivas de la cultura occidental que han sido sazonadas con las aportaciones efímeras, bélicas, prepotentes, insípidas e incultas de la visión de la vida norteamericana. Es decir, la televisión nos ha llevado a elegir como cristal e ideal mental para vernos a nosotros mismos como individuos y como país a la cultura norteamericana, que paradójicamente, es el modelo ideológico que en la práctica nos desprecia, nos ve inferiores, nos explota y nos subordina. Situación que nos ha hecho vivir en las metrópolis mexicanas el síndrome del masoquismo nacional, pues deseamos profundamente convertirnos en aquel prototipo imaginario que en la vida real nos niega en nuestra esencia elemental y básicamente nos reconoce como materia prima y mano de obra barata para usufructuarnos.²⁷

Esta pérdida de dirección cultural ha cuarteado nuestra fortaleza interna como sociedad al grado que, por ejemplo, hoy admiramos más el *status* de vida norteamericano que el nacional, la "verdad occidental" que la aportación del noble conocimiento indígena, el color blanco que el moreno de nuestra raza, la estatura del conquistador que nuestra dimensión física más pequeña, el código anglosajón que el universo riquísimo del Náhuatl, el dólar gringo que el peso mexicano, nuestra libido sueña con la mujer güera y no con la morena, etc. Así, observamos que a través del funcionamiento de los "canales modernos de información",

y en especial, mediante la televisión se ha tejido una nueva lógica, una nueva estética, una nueva libido y una nueva cosmovisión que parten de las demandas mercantiles de los grandes centros de poder y de acumulación material, que nada tienen que ver con el mexicano mayoritario que compone los cimientos de este país.

De esta forma podemos decir que en la actualidad, los medios electrónicos de comunicación han producido un nuevo mestizaje cultural que ha generado el corrimiento de nuestras fronteras ideológicas nacionales y han sembrado las bases de la desnacionalización mental de la República, al grado que han edificado a nivel psíquico, emotivo y cognitivo de la población una nación contraria al espíritu de nuestras raíces, de nuestras etnias, de nuestra Revolución, de nuestra Constitución, en una idea, de nuestra historia y de nuestro ser nacional.

Así, por ejemplo, la pérdida de la identidad nacional ha sido tan grave que en los últimos años el Estado ha tenido que implantar un programa cultural de defensa ideológica de la frontera norte y sur para rescatar y consolidar ideológicamente estas dos regiones estratégicas del país. También, ante la acción fuertemente mercantil de los medios de comunicación, se ha requerido crear una empresa gubernamental llamada Instituto Nacional de Protección al Consumidor, dedicada expresamente a la defensa de los adquirentes, la cual nos tiene que recordar sistemáticamente que lo importante en las relaciones humanas no es el obsequiar un regalo sino el afecto que se entrega a las personas.

De igual manera, el gobierno ha tenido que emprender una acción paternalista para que ante el voraz ciclo consumista que todos los años desatan en Navidad los canales de información, el aguinaldo no sea entregado a los burócratas y otros trabajadores en un solo pago, sino en dos: uno en diciembre y otro en enero, para racionalizar y proteger su gasto familiar. En los mismos términos, el deterioro de uso del idioma español en nuestro país a través de los medios electrónicos y otras entidades ha obligado a que la Cámara de Diputados formara a finales del sexenio del presidente López Portillo la Comisión de Defensa del Idioma Español, pues éste se encontraba cada vez más desplazado por el inglés a través de la acción publicitaria de la televisión. Por ejemplo, en 1986, esta actividad provocó que la difusión de anuncios con nombres extranjeros ascendiera a 33 por ciento. Que los escolares de primaria tuvieran más facilidad para pronunciar la fonética inglesa como *Buble Gumers* que términos como Popócatepetl e Iztaccihuatl. Que la banca nacionalizada participara activamente en la difusión de conceptos extranjerizantes como *Factoring Serfin*, *Master Card Classic*, *National Hard-*

ware Show. Que de 650 estudiantes mexicanos examinados por dicha comisión sobre qué idioma les gustaba más, el 46 por ciento respondió que el inglés, el 23 por ciento otros idiomas y sólo el 31 por ciento el español. Agravándose esta situación fuera de nuestras fronteras, constatamos que el gobierno norteamericano ha suprimido el castellano como lengua básica en las escuelas del sur de ese país, que es la zona donde más se concentra la población latina y chicana y donde se requiere manejar más esta lengua.

De igual manera, otro análisis realizado en 1981 sobre el perfil de la formación de la identidad cultural de los estudiantes de telesecundaria, mostró que de 480 alumnos expuestos permanentemente a la televisión mexicana, el 61 por ciento de los adolescentes mantenían como fuerte aspiración el vivir en una ciudad norteamericana como Nueva York o Los Angeles antes que en una metrópoli del país como Ciudad de México o Querétaro.²⁸ En los mismos términos, otra investigación realizada por el Instituto Nacional del Consumidor, revela que los niños mayores de seis años conocen más cierta información que difunde la televisión que la que les trasmite la escuela primaria y la sociedad en general. Por ejemplo, en el terreno de la asimilación de la realidad nacional, un 77 por ciento de los pequeños retienen más frases como "La Chispa de la Vida" o "Recuérdame" y sólo un 45 por ciento conserva otras como "Viva la independencia", "La Solución somos Todos" o "El Respeto al Derecho Ajeno es la Paz". De igual forma, mientras que casi lo totalidad de los niños (92%) retiene la imagen del Gansito Marinela, menos de dos terceras partes (64%) identifica la columna de nuestra independencia o a Hidalgo. El 63 por ciento de los niños asocia fácilmente el tema de la tarjeta de crédito Carnet y sólo el 43 por ciento ubica la frase del principal prócer de nuestra libertad "El respeto al derecho ajeno es la paz". En resumen, observamos que de cada diez personajes que reconocen los niños, sólo tres son de la historia de México, lo que provoca que las figuras de las caricaturas sean más reconocidas que los protagonistas de la conquista de México.

En el campo de la historia, un 67 por ciento de los niños identifican más los días y horarios en que se transmiten sus programas de televisión favoritos, mientras que sólo un 19 por ciento describe las fechas en que ocurrieron los acontecimientos más significativos de nuestra historia nacional. Los superhéroes de la televisión como la Mujer Maravilla son más conocidos por los pequeños (98%) que los héroes de la Revolución mexicana (33%). El Chapulín Colorado es más evocado por los infantes (96%) que los niños héroes de Chapultepec (82%). Superman aparece más presente en la mente de los pequeños (97%) que Don

Benito Juárez. En materia religiosa, no obstante que nuestra sociedad es acentuadamente católica, más de la mitad de los niños (56%) conoce el día en que se transmite "Hogar, Dulce Hogar", mientras que sólo poco más de la tercera parte (36%) recuerda el día en que se celebra la Navidad. Mientras el 55 por ciento de los niños ubica el día en que se difunde el programa "Mis Huéspedes", sólo el 32 por ciento sabe el día que se celebra el día de la Virgen de Guadalupe. Los pequeños tienen más conocimiento del logotipo de Sabritas (86%), y menos de la mitad de éstos (46%) identifican lo que es una hostia.

En el área de lo cívico, el 87 por ciento de los infantes conocen la fecha en que pasan los programas cómicos y sólo el 13 por ciento ubica la fecha en que toma posesión el Presidente de la República. Sólo el 8 por ciento conoce la fecha en que el primer mandatario rinde su informe anual de gobierno, mientras que el 61 por ciento de ellos sí ubica el día y la hora en que aparecen las series de fantasías. El 83 por ciento de los niños identifica el logotipo de los pastelitos rellenos y sólo el 63 por ciento conoce el Calendario Azteca; mientras que el 81 por ciento de los pequeños evoca el logotipo de los productos Marinela, sólo el 66 por ciento identifica el escudo nacional. Las tres cuartas partes (77%) de los niños identifican la imagen de chiclét's Adams y menos de una quinta parte (17%) reconoce el Monumento a la Revolución. Finalmente, el logotipo de los chocolates Carlos V es más reconocido (77%) que el Monumento al Ángel de la Independencia (40%).²⁹

Panorama ideológico que está por agravarse otro tanto más por la enorme apertura desregulada de nuestra economía, al incorporarse de forma acelerada al mercado mundial y al abrir nuestras fronteras culturales a través de las nuevas tecnologías de información mediante la transmisión directa de los satélites de comunicación vía antenas parabólicas.³⁰

En este sentido, constatamos que "ni la Reforma ni el Porfiriato destruyeron el pasado, como ocurre en los tiempos de nuestra burguesía, que ha elegido el incierto porvenir de la clase media norteamericana y ha difundido su ideal a través de los medios de comunicación electrónicos, preferencialmente vía la televisión en nuestra República".³¹

Realidad que es trascendente para nuestra sociedad y nuestras vidas, pues hay que considerar que el espíritu no es un "Fantasma", un "Chamán", un "Ente Inmaterial" o una "Materia Superior" que llevamos por dentro y nos guía con su mano invisible como nos han enseñado las religiones tradicionales, sino que es la energía vital que producimos sobre nosotros mismos y el mundo que nos rodea a partir de la múltiple percepción racional, emotiva y extrasensorial que adquirimos de éstos. Es

decir, es la dimensión del conocimiento desde la cual el ser humano se ve y se siente a sí mismo y a su exterior y adquiere la imagen de lo que es. En una idea de la reproducción espiritual que se da se deriva el sentido que se tiene de la vida. Por consiguiente, de ese conocimiento de lo que somos se desprende el grado de fortaleza o debilidad de nuestros seres y de las acciones que emprendemos: a mayor conocimiento profundo de nosotros mismos, mayor solidez de nuestro espíritu e intensidad para vivir y participar socialmente; y a menor conocimiento de nosotros mayor debilidad del mismo y fragilidad por la vida.

Por ello, contrariamente a los sistemas de pensamiento materialista de acumulación de la fase de la industrialización o de las propuestas de la ideología de modernidad que plantean que la fuerza del ser humano y de la sociedad provienen del grado de tecnologización avanzada que se logre, creemos que la verdadera fuerza motriz de una sociedad o de un individuo no parte de su nivel de expansión material por sí mismo, sino de su solidez espiritual, que no es otra cosa que el conocimiento profundo de uno y del mundo que lo rodea. Lo anterior se observa con mayor claridad cuando constatamos que la única fuerza que logró hacer sobrevivir a los prisioneros de guerra de los campos de concentración de la primera y segunda guerras mundiales, a las culturas indígenas mexicana y latinoamericana o al pueblo vietnamita ante las brutales agresiones norteamericanas, no fueron la presencia de sofisticados recursos materiales o técnicos de los que carecieron hasta el extremo de enfrentar la sobrevivencia, sino su poder espiritual que renovó superlativamente el coraje y el amor por sí mismos y desde el cual subordinaron las adversidades externas.³²

Por ello, podemos afirmar que una nación pierde su fuerza cuando se debilita o anula su proyecto cultural, pues lo que se mata en última instancia es su dimensión espiritual que no es otra cosa que la pérdida del conocimiento, la autoestima y el coraje más intenso por sí mismo.

De esta forma podemos aseverar que así como existe una relación directa entre el tipo de imagen profunda que el individuo adquiere de sí mismo y los actos que ejecuta, también podemos decir que se da una vinculación muy estrecha entre el espíritu que inculca la televisión y las aspiraciones y comportamientos que se generan en la sociedad mexicana, pues es desde esta institución desde donde se ofrece cotidianamente una versión simbólica e imaginaria de lo que somos como colectividad. Por ello, así como durante la colonia la Iglesia feudal fue centro de la reproducción espiritual de la sociedad mexicana, pues fue desde esta institución desde donde emanaban los principales valores, normas, costumbres,

ideologías, en una idea, la cosmovisión fundamental de los individuos de ese período histórico,³³ ahora debido a las conquistas tecnológicas que ha alcanzado la industria audiovisual y a los cambios urbanos que ha experimentado el receptor, la televisión se ha transformado en el vértice de la cotidiana reproducción espiritual del hombre de las ciudades de finales de siglo xx.

Con este modelo mental que se ha introducido mediante el desarrollo tecnológico de la radio y televisión, se ha acelerado el rompimiento de la reproducción del árbol genealógico cultural con lo nacional. Es decir, la continuidad ideológica de la familia trigeracional compuesta por la relación que se establecía entre hijos-padres-abuelos, que ha sido uno de los principales sostenes psíquicos y humanos de este país en los últimos 400 años, acelera su rompimiento interno al atravesarse los medios electrónicos de comunicación como nueva variable cerebral y afectiva que interfiere con las relaciones humanas que se entablaban libremente entre abuelos-padres-hijos. De esta forma, por ejemplo, con el uso cotidiano básicamente mercantilista, que se le ha dado a la televisión, las clases medias urbanas en veinte años hemos pasado de una cultura católica de la celebración dominical, la atracción por las figuras religiosas, la práctica de ritos litúrgicos, la creencia en símbolos cristianos, etc., a la cultura trasnacional de Superman, la Mujer Maravilla, la Guerra de las Galaxias, Batman y Robin, Walt Disney, el Agente 007. Así, en menos de una generación se han sembrado masivamente en nuestras conciencias las raíces de lo trasnacional norteamericano, al grado de que hoy podemos decir que en el territorio mexicano ya nació la primera generación de norteamericanos.³⁴ Esto es, en nuestro interior hoy ya hondean como deseos gran parte de las estrellas y barras de la bandera norteamericana, pues se ha perdido fuertemente la memoria con nuestro proceso histórico. La amnesia se ha dado en forma sumamente amplia, pues abarca no sólo la cancelación social con nuestra memoria originaria, sino también con la ecología y el universo. Así, presenciamos que la sociedad mexicana ha entrado en la fase de ruptura con nuestro pasado histórico, con nuestra vinculación armónica con el medio ambiente, con la conservación de nuestro patrimonio artístico y arqueológico, con la convivencia con las especies animales, con la tradición religiosa, con el campo para producir los alimentos que requiere nuestra sobrevivencia, con la base de conocimientos educativos y científicos que exige la competitividad mundial, con el acercamiento entre los seres humanos, etc. Esta pérdida cada día más acelerada de nuestro proyecto cultural ha creado las mejores condiciones para nuestra devastación como nación en todos los órdenes.

En este sentido, así como podemos decir que por la severa crisis económica que hemos experimentado en los últimos tiempos nuestra sociedad ha perdido en los años ochenta una década de crecimiento económico,³⁵ de igual forma, por el abandono del proyecto cultural de la República, es necesario expresar que nuestro país ha perdido treinta años de desarrollo cerebral, o lo que es lo mismo, ha desperdiciado tres generaciones de pensamiento y de autoestima colectiva, pues las bases mentales sembradas hace tres décadas ya no existen en el centro de nuestra conciencia y las nuevas que tendrían que haberse producido para enfrentar la drástica realidad nacional que nos ha devastado no se generaron, sino que fueron sustituidas por las ideologías parasitarias que inculcaron las industrias culturales para catalizar su proyecto de acumulación de capital.

Por lo mismo, en la actualidad, podemos afirmar que en el terreno cultural, en el mejor de los casos, México vive a la defensiva, pues no va a la vanguardia de la formación de las creencias y valores que necesitamos para desarrollarnos sino que cuando más, marginalmente, sólo intenta deficientemente conservar el patrimonio mental que se posee. Por ello, hoy día somos una nación con un cuerpo social disociado, pues mientras nuestras necesidades de desarrollo son más agudas y lacerantes, nuestra cultura colectiva producida por la televisión y otros medios electrónicos es progresivamente más trasnacional, y por consiguiente, más ajena de nuestras necesidades apremiantes de crecimiento.

En este sentido, se puede pensar que el Estado mexicano ha entrado en una fase de anemia cultural, pues ha dado muestras recurrentes de que está incapacitado para crear los soportes de valores y normas culturales colectivos que requiere para gobernar a la nación. De esta manera, al casi finalizar el siglo xx podemos decir que la televisión está reproduciendo a colores en nuestra sociedad una nueva versión de "los Vencedores".

Esta doble mentalidad es la que "ha creado la actual *física de nuestras almas*, contra lo que es indispensable que se revele la moral del nuevo tercer milenio que está próximo a iniciarse si queremos constituir un hombre que sea, si no más feliz, por lo menos más digno del que ha habitado los seis o siete milenios anteriores".³⁶

Esta realidad significa que sin que el aparato escolar del país haya anulado su acción, la principal fuerza educativa que guía a nuestra sociedad ha sido desplazada del tradicional sistema educativo a la red de los medios de comunicación de masas. Por ello, hoy día, la verdadera dirección ideológica de nuestra sociedad, fundamentalmente, ya no se cons-

truye cotidianamente desde el aula, sino desde los canales de información colectivos, y particularmente desde la televisión.

Por ello, aunque nuestro Estado nacional cada día se esfuerza por ser más Estado en el terreno de las relaciones económicas, internacionales, políticas, ecológicas, laborales, productivas, etc., en realidad en última instancia, cada vez más, es menos Estado, porque ha perdido la capacidad de conducción moral de nuestra sociedad. Es decir, por renunciar a su obligación de planificar el uso de los medios de comunicación electrónicos para el desarrollo del país y permitir su funcionamiento en base a las leyes de la acumulación de capital, el Estado abdicó de su principal recurso educativo a través de los canales de información colectivos y delegó ésta a la dinámica de acumulación de capital. En este sentido, en términos culturales el sector privado del país controlador de los medios de comunicación cada día es más el verdadero Estado mexicano y el Estado formal, progresivamente, es menos rector nacional. Por ello, en las últimas décadas las corporaciones comerciales de medios de comunicación y las agencias de publicidad han sido las verdaderas secretarías de Estado que han producido el principal intelecto y la emoción colectiva que ha cohesionado al país y no el aparato cultural de gobierno. Desde esta perspectiva, podemos afirmar que hoy el verdadero ministerio de orientación mental de la República ya no es la Secretaría de Educación Pública (SEP), sino TELEvisa, por el enorme poder espiritual que ha alcanzado sobre la mayoría de la población nacional para que los espectadores conozcan la realidad desde la ventana privada que abre el consorcio televisivo.

De esta manera, podemos pensar que el proyecto cultural del Estado vía canales de información ha surgido de un "sistema cuya meta es simplemente la supervivencia, no la fidelidad a un proyecto original del país. Hoy subsiste a base de lograr en el tiempo el menor desgaste posible, pero erosión al fin y al cabo. Siguiendo esta tendencia, sabemos que se puede sobrevivir cincuenta, sesenta o setenta años, pero cada vez en peores condiciones, más precariamente, más famélico. Esta realidad se ve clara y se ha convertido en consenso hasta dentro del propio sistema, mientras no se regrese al proyecto originario de 1910 y 1917".³⁷

En este sentido, es posible afirmar que al descuidar el proyecto mental de la nación y permitir a través de los medios electrónicos la construcción de otro antagónico a las necesidades de nuestro desarrollo, "el Estado mexicano está peleando en reversa y todo el que combate en reversa siempre pierde terreno, le cede espacio al enemigo. Por eso es que el Estado ya perdió estatura y eficacia y se encuentra muy endeble

para enfrentar masivamente este poder devastador sobre nuestra conciencia colectiva y poco a poco el adversario le pedirá más y más hasta que, finalmente, le intime a la rendición. De eso se trata, ni más ni menos, ese es el proyecto de la contrarrevolución en este país".³⁸

Por lo anterior, podemos decir que mientras los esfuerzos administrativos, financieros, organizativos del Estado intentan sacar a flote algunas áreas de nuestro modelo de desarrollo, la liberalización progresiva de los medios de comunicación a las fuerzas del mercado provoca que éste nuevamente se hunda. Es más, podemos decir que por la internacionalización de la programación televisiva cada vez más se abre un mayor boquete de penetración foránea en la cultura mexicana, y por consiguiente, crecientemente se vulnera la seguridad nacional.

Es por ello, que en este contexto "modernizador" de transformación profunda de nuestro país hoy es muy importante que el Estado y la sociedad civil, abran espacios constantes de reflexión y análisis sobre el papel y el impacto que están provocando los medios de comunicación sobre nuestro proyecto de desarrollo. De no hacerlo, se podrá seguir modificando los reglamentos jurídicos, los planteamientos económicos, las reformas electorales, las aperturas económicas, etc., que sólo se habrá cambiado el maquillaje de nuestra sociedad, y por consiguiente, en el fondo todo quedará igual, hasta que se transforme la esencia de nuestro espíritu colectivo, especialmente a través de la "cultura" que transmiten los canales electrónicos de información, pues ésta es cada vez más una fuerza superior que influye en la reproducción cotidiana de nuestra nación.

NOTAS

1. 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, DF.
2. *Ibid.*
3. *Ibid.*
4. Esta situación no es propia de México sino extensiva a América Latina, pues según el pensador Uslar Pietri, "la intelectualidad de la región ha abandonado parcialmente su tradicional función de maestra y conductora y por un afán imitativo de modas ideológicas europeas, ha perdido rango y audiencia en la vida latinoamericana y ahora tiene muchísimo menos peso del que tuvo memoria. Por ello, los latinoamericanos necesitamos una gran cura de realidad y revisar a fondo nuestros ideales, objetivos y posibilidades para lograr la consolidación de una democracia verdadera". La intelectualidad regional pierde rango y audiencia. *Excelsior*, 1º de julio de 1989.

5. Al respecto, consultar el papel que ha desempeñado la cultura en los últimos cuatro gobiernos: "Primer informe de Gustavo Díaz Ordaz (1965)", *El Financiero*, 3 de octubre de 1988; "Tercer informe de Gustavo Díaz Ordaz (1967)", *El Financiero*, 5 de octubre de 1988; "Cuarto informe de Gustavo Díaz Ordaz (1968)", *El Financiero*, 6 de octubre de 1988; "Quinto informe de Gustavo Díaz Ordaz (1969)", *El Financiero*, 7 de octubre de 1988; "Último informe de Gustavo Díaz Ordaz (1970)", *El Financiero*, 8 de octubre de 1988; "Primer informe de Luis Echeverría Álvarez (1971)", *El Financiero*, 11 de octubre de 1988; "Segundo informe de Luis Echeverría Álvarez (1972)", *El Financiero*, 12 de octubre de 1988; "Tercer informe de Luis Echeverría Álvarez (1973)", *El Financiero*, 13 de octubre de 1988; "Cuarto informe de Luis Echeverría Álvarez (1974)", *El Financiero*, 14 de octubre de 1988; "Quinto informe de Luis Echeverría Álvarez (1975)", *El Financiero*, 15 de octubre de 1988; "Último informe de Luis Echeverría Álvarez (1976)", *El Financiero*, 16 de octubre de 1988; "Primer informe de José López Portillo (1977)", *El Financiero*, 19 de octubre de 1988; "Segundo informe de José López Portillo (1978)", *El Financiero*, 20 de octubre de 1988; "Tercer informe de José López Portillo (1979)", *El Financiero*, 20 de octubre de 1988; "Cuarto informe de José López Portillo (1980)", *El Financiero*, 21 de octubre de 1988; "Último informe de José López Portillo (1981)", *El Financiero*, 22 de octubre de 1989; "Primer informe de Miguel de la Madrid (1983)", *El Financiero*, 23 de octubre de 1988; "Segundo informe de Miguel de la Madrid (1984)", *El Financiero*, 23 de octubre de 1988; "Tercer informe de Miguel de la Madrid (1985)", *El Financiero*, 24 de octubre de 1988; "Cuarto informe de Miguel de la Madrid (1986)", *El Financiero*, 25 de octubre de 1988; "Quinto informe de Miguel de la Madrid (1987)", *El Financiero*, 26 de octubre de 1988; "Último informe de Miguel de la Madrid (1988)", *El Financiero*, 27 de octubre de 1988.
6. Ver los principales suplementos culturales de los diarios metropolitanos.
7. Uno de los ejemplos que mejor ilustran dicha realidad es la propuesta de programación "cultural" del canal 9 de Televisa.
8. Ver las temáticas de las reuniones académicas sobre dicho aspecto. "Reunión sobre el patrimonio y política cultural". *Uno Más Uno*, 30 de marzo de 1989.
9. Revisar los objetivos culturales que pretende alcanzar el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, la Comisión Nacional para la Preservación del Patrimonio Cultural y Fondo Nacional para la Cultura y las Artes. "Por primera vez intelectuales y artistas podrán decidir el destino de los recursos", *Uno Más Uno*, 3 de marzo de 1989; "Instaló CSG el Fondo Nacional para la Cultura y las Artes", *La Jornada*, 3 de marzo de 1989; "La gente. Mal consejo", *Excelsior*, 28 de junio de 1989; "Defender el patrimonio histórico es defender la patria", *Excelsior*, 29 de junio de 1989; "Las obras culturales aumentan nuestra visión y dan sentido a un futuro propio", *Uno Más Uno*, 29 de junio de 1989; "Comisión para preservar el patrimonio cultural", *El Nacional*, 29 de junio de 1989; "Anunció el FNCA las becas de este año para teatro, música y danza", *Uno Más Uno*, 30 de junio de 1989; "Nuevas becas", *Excelsior*, 30 de junio de 1989; "Organización cultural al fin", *Excelsior*, 30 de junio de 1989.
10. Nos referimos a los acuerdos de concertación política para la integración cultural de América Latina que firmaron en agosto de 1978 los ministros de Educación y Cultura de Argentina, Brasil, Colombia, México, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela, donde la acción cultural se comprende en los mismos términos restringidos. Situación que se deriva de la agenda de discusión de los ocho ministros y que sólo abarcó los siguientes puntos:
 - Desafíos de la educación superior para el año 2000 en virtud de la crisis por la que atraviesan las universidades de América Latina en *curricula*, matrícula y financiamiento.
 - Educación permanente de los adultos, no sólo en cuanto al proceso indispensable de alfabetización, sino para llegar a su educación básica y la capacitación para el trabajo.
 - Enseñanza de las ciencias en la educación básica, imprescindibles para incorporar el dinámico desarrollo científico y tecnológico que hay en el mundo.

- Planificación de la educación, por lo que hace el intercambio de experiencias.
- Educación tecnológica, en cuanto al ajuste de los sistemas educativos a un desenvolvimiento tecnológico cada vez más acelerado y complejo.
- Industrias culturales en lo relativo a la preservación de la identidad cultural y por ende al fortalecimiento de la soberanía.

—Los indicadores culturales, respecto a contar con parámetros para observar y comprar el desarrollo cultural de los países de la región.

—Protección y restauración del patrimonio cultural, en virtud de la carencia de personal especializado.

—Formación de promotores culturales, sobre todo a nivel de la comunidad.

—Un seminario permanente latinoamericano de cultura popular, con el fin de estimular la creación artística entre los grupos populares y afirmar así las raíces comunes de nuestros pueblos.

En suma, también se plantearon la actividad editorial, el intercambio de series culturales para los medios de comunicación masiva, el financiamiento y los mecanismos de concentración, a fin de alcanzar los objetivos del compromiso acordado.

Guzmán Ferrer, Martín Luis: "Integración cultural", *Excelsior*, 2 de agosto de 1988.

De igual forma, este panorama volvió a repetirse en junio de 1989 en el primer Encuentro de Ministros de Cultura de América Latina y el Caribe, celebrado en Río de Janeiro, Brasil. En dicho evento se planteó a los ministros examinar, entre otras, las siguientes tres propuestas:

1) Crear un foro permanente de ministros de cultura que se reuniría anualmente, realizando su próximo evento en 1990 en la ciudad de México.

2) Crear un comité de expertos que se reúna con la ALADI para poner en práctica el acuerdo de alcance parcial sobre la libre circulación en comercialización de bienes culturales.

3) Exhortar a los países latinoamericanos que aún no se han adherido, a suscribir el acuerdo de alcance parcial de la ALADI.

Entre los proyectos que se discutieron y aprobaron figuran los siguientes:

1) Creación de un consejo latinoamericano de cultura.

2) Establecimiento de un fondo de protección de bienes culturales.

3) Creación de un mercado latinoamericano de cine y video.

4) Divulgación de la herencia cultural africana y latinoamericana.

5) Poner en práctica los acuerdos del Grupo de los Ocho para la supresión de tarifas a la circulación de obras de arte.

6) Participar en los festejos de los 500 años de la llegada a América de los españoles, que arrasaron hasta los vestigios las grandes culturas de los pueblos que vivían desde México hasta la frontera sur del Incanto, en la parte norte de Chile y Argentina ("Valiente manera de profundizar en el encuentro de nuestras raíces culturales". "La cultura en América Latina, sinónimo de soberanía y lucha por la democracia", *Excelsior*, 12 de agosto de 1989).

11. Ver las temáticas de los cursos que se organizan sobre este punto: "Licenciatura para la administración del tiempo libre". Revista *Tiempo Libre*, 29 de junio-5 de julio, México, DF, 1989; "Capacita el ISSSTE a más de 300 promotores del área cultural", *Uno Más Uno*, 30 de junio de 1989.

12. Ver el Festival Cervantino, el Festival de la Ciudad de México, el Festival Internacional de Cultura del Caribe, "Gran festival de la Ciudad de México", *Excelsior*, 21 de julio de 1989; "El primer gran festival significa cultura y humanización", *Excelsior*, 27 de julio de 1989; "En vez de cuestionarlo nos debería alegrar el festival", *La Jornada*, 28 de julio de 1989; "El festival de las vanidades", *El Universal*, 31 de julio de 1989; "Los festivales del poder. El Búho", *Excelsior*, 20 de agosto de 1989.

La única excepción que encontramos en este terreno corresponde al II Festival Internacional de Cultura del Caribe, organizado por el Programa Cultural de las Fronteras, donde además de tocarse los temas tradicionales como la literatura, el cine, la historia, la música y la arquitectura del Caribe, por primera vez se amplía

- el concepto de cultura y se analizan problemas ambientales, proyectos de ecodesarrollo; investigación sobre flora, fauna y acervos de información. "II Festival Internacional del Caribe", *Uno Más Uno*, 27 de julio de 1989; "Inauguran hoy el Festival del Caribe", *Excelsior*, 18 de agosto de 1989.
13. Sobre este punto, ver el trabajo de la Comisión de Cultura y Deportes del Sindicato de Trabajadores de la Universidad Iberoamericana, Comité Ejecutivo, México, DF, agosto de 1989.
 14. Nos referimos a la Ley Federal de Radio y Televisión, que en su artículo 51, inciso f), considera que "son programas culturales aquellos que contribuyen a la comprensión y al entendimiento de la literatura, la música, las bellas artes, la historia, la geografía, las ciencias sociales y naturales, preparados por o con la cooperación de las universidades, museos y otras instituciones culturales, así como en conferencias, exposiciones, conciertos, orientación vocacional y noticias sobre libros". "Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Industria Cinematográfica, relativo al contenido de las transmisiones en Radio y Televisión", *Diario Oficial de la Federación*, 4 de abril de 1973, México, DF.
 15. Revisar, por ejemplo, las convocatorias de los consensos "culturales" del Instituto Mexiquense de Cultura y los resultados de la convocatoria del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes en el ramo de artes plásticas, arquitectura, letras, música, artes escénicas y danza. "Convocatorias a los premios nacionales, 1989", *Excelsior*, 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.
 16. Nos referimos, por ejemplo, a las acciones realizadas por la Subdirección de Acción Cultural del ISSSTE frente a los ancianos. "Programa cultural para mayores de 60 años", *Excelsior*, 2 de agosto de 1989.
 17. Consultar: "Festejos por la semana cultural del anciano, organizados por el INSEN", *Excelsior*, 5 de agosto de 1989.
 18. El Plan Nacional de Desarrollo plantea que para 1989-1994 la política cultural del gobierno de la República perseguirá como primer objetivo la protección y difusión de nuestro patrimonio arqueológico, histórico y artístico. Se trata, en este sentido, de rescatar, investigar, catalogar y conservar el acervo de todos los mexicanos. Para ello se prevén, entre otros proyectos, acciones tendientes a salvaguardar zonas y monumentos prehispánicos, revitalizar los centros históricos de origen colonial, consolidar la infraestructura de la red de museos y promover el rescate y la difusión de las diversas manifestaciones de cultura popular, tanto urbanas como rurales.
Como segundo objetivo se realizará el estímulo a la creatividad artística. Con ese fin se prestará especial atención a la reestructuración de la educación artística, especialmente en el nivel profesional; se reforzarán los proyectos de capacitación de maestros como promotores culturales; se establecerán nuevos talleres y centros regionales de formación y, a través del Fondo Nacional para la Cultura y las Artes, se ofrecerán becas de alto nivel para que los artistas e intelectuales se dediquen exclusivamente, por un tiempo determinado, a la obra de creación.
Como tercer objetivo se pretende la difusión del arte y la cultura. Para alcanzarlo se prevé la consolidación y el desarrollo de la red nacional de bibliotecas públicas y la promoción de nuevas ediciones, que atiendan de manera particular a los niños y a los jóvenes, así como una más amplia distribución, a lo largo de todo el país de las publicaciones nacionales y extranjeras. *Plan Nacional de Desarrollo, 1989-1994*, Poder Ejecutivo Federal. Secretaría de Programación y Presupuesto, México, DF, mayo de 1989, pp. 116-117.
 19. Sobre este punto, es sintomático que en la organización de los Programas Nacionales de Mediano Plazo del Sistema Nacional de Planeación Democrática para el período 1989-1984, se distribuyan las diversas actividades nacionales por ramas de importancia, integrándose la cultura, la modernización educativa y el deporte en el mismo apartado. *Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994, ob. cit.*, p. 134.
 20. Consultar la información de la nota 5.
 21. Al respecto, ver la propuesta de uso cultural de los medios de comunicación para este gobierno. *Plan Nacional de Desarrollo, ob. cit.*, p. 117.

22. Un ejemplo muy claro de esta incompreensión se localiza en el texto preliminar del doctor Enrique Florescano, el cual revisa las políticas culturales más importantes del país y donde los medios de comunicación son marginados nuevamente a un lugar insignificante dentro de este balance. Enrique Florescano: *La política cultural en México; Seminario sobre la política cultural en México*. Universidad Nacional Autónoma de México e Instituto Nacional de Antropología e Historia, 8 de noviembre de 1988. México, DF.
23. El término religión lo empleamos en el sentido de Erich Fromm, "no referido a un sistema que necesariamente se relaciona con el concepto de Dios o de los ídolos, ni como un sistema percibido como religión, sino a cualquier sistema de pensamiento y acción compartido por un grupo que ofrece al individuo un marco de orientación y un objeto de devoción". Erich Fromm: *Ser o Tener*. Fondo de Cultura Económica. México, DF, 1987, p. 32.
24. Fuentes, Carlos: "La crisis del «sueño americano»", *Excelsior*, 18 de junio de 1989.
25. La derrota el "sueño americano" ha sido tal que una reciente encuesta realizada por el *Wall Street Journal* y la cadena de televisión CBS, revela "que hay una mayoría de norteamericanos que piensa que su nivel de vida está en descenso. Setenta y tres por ciento cree que está mejor que sus padres, pero setenta por ciento considera que sus hijos vivirán peor que ellos.
"Entre 1946 y 1973, la productividad estadounidense aumentó anualmente a razón de 3 por ciento. Hoy araña apenas el 1 por ciento y es la más baja del «primer mundo». Equivale a la mitad de la productividad de la República Federal Alemana; a una tercera parte de la inglesa, a una cuarta parte de la francesa y a otra cuarta parte de la japonesa. El trabajador estadounidense gana hoy casi 10,5 menos que en 1972, pero consume más que nunca. ¿Por qué? Para mantener un nivel de vida que amenaza descender tan vertiginosamente como la producción o los salarios..
"Esto se amplifica más cuando observamos que la crisis de hegemonía de los Estados Unidos ante el nuevo orden del mundo occidental lo han llevado a instaurar movimientos bélicos que produjeron «una deuda de consumo de 550 millones de dólares. La deuda hipotecaria al trillón y medio de dólares. La deuda federal a otros dos trillones y si los activos se disparan más, las deudas quedan y sólo se pueden corregir, a la postre, mediante la reducción de los niveles de vida del pueblo estadounidense. Lo impensable lo que más vulnera al sueño norteamericano»". Fuentes, Carlos: "La crisis del «sueño americano»", *Excelsior*, 18 de julio de 1989.
26. Para profundizar en esta realidad contemporánea, ver el libro maravilloso de Erick Fromm, *Ser o tener*. Fondo de Cultura Económica. México, DF, 1987.
27. Al respecto, es importante considerar que la visión de la cultura norteamericana que cada día se impone más sobre México es tan prepotente que "los anglosajones que escriben sobre nuestro país, pero muy en particular los norteamericanos, creen entender la mentalidad mexicana cuando dicen que por agrarios, caducos y distorsionados, México no ha sido capaz de ver con objetividad a Estados Unidos, que no ha hecho de la historia una ciencia sino una idiosincrasia, una fábrica de mitos. Su consejo favorito es que los mexicanos nos despojemos de lo que llaman nuestra obsesión por la historia y nos lancemos al futuro ciegamente, sin mirar hacia atrás". Aguilar Zinser, Adolfo: "Abismo entre México y Estados Unidos", *Excelsior*, 29 de mayo de 1989.
De igual forma, la cultura norteamericana es tan despectiva con la herencia mexicana y latinoamericana que "uno de los principales problemas con los que se enfrenta aquel que se dedica a tratar de difundir la cultura de habla hispana en Estados Unidos es la poca importancia que los norteamericanos le otorgan a todo lo que sucede al sur del Río Grande. Por ejemplo, Gastón Fernández, Chairman del Departamento de Letras de la Universidad de Arkansas, señala que cuando viaja por América Latina, al conversar con cualquier profesor hispano no pasan quince minutos cuando el tema de los Estados Unidos se hace presente en la charla. Sin embargo, los gringos, si llegan a hablar de América Latina, lo hacen quizás cada seis meses y no sólo en lo que toca a la literatura, sino en general: en lo político y lo social. La cultura latinoamericana es vista en Estados Unidos como un esqueleto que carece de profundidad". *Uno Más Uno*, 1º de junio de 1989.

28. Rebeil Corella, María Antonieta, y Montoya Martín del Campo, Alberto: "Los adolescentes frente a las representaciones de la televisión", en *Televisión y desnacionalización*. Varios autores. Editorial Universidad de Colima, Asociación Mexicana de Investigaciones de la Comunicación (AMIC), Colima, México, 1987, p. 59.
29. "La televisión y los niños, conocimiento de la realidad televisiva vs. conocimiento de la realidad nacional". *Cuadernos del Consumidor*. Instituto Nacional del Consumidor (INCO), noviembre de 1982. México, DF.
30. "En defensa del idioma", *Excélsior*, 25 de mayo de 1987; "Defender el idioma, bandera de todo el país", *Excélsior*, 20 de mayo de 1987; "Diputados. SEP, INCO, SCT, impugnaron el desplazamiento del español por el inglés", *Uno Más Uno*, 24 de julio de 1987; "Urgen leyes que eviten agresiones al idioma", *Excélsior*, 24 de julio de 1987; "Invadirán a México con productos obsoletos y miles de baratijas a costa del idioma español", *Ovaciones*, 24 de julio de 1987.
31. García Cantú, Gastón: "Defensa de la cultura", *Excélsior*, 29 de junio de 1989.
32. Dentro de otro contexto, esa misma fuerza es la que se produce en gran parte de "los verdaderos científicos", pues no son los miserables salarios que se perciben los que los incitan a continuar en su disciplinadísima labor de búsqueda e investigación, sino la pasión que le da el descubrimiento a través del conocimiento. Al respecto consultar: "Murió a los 87 años uno de los últimos pasterianos de formación y de espíritu", *Excélsior*, 25 de junio de 1989.
33. "Sobre el punto ver la conquista espiritual de México", *Excélsior*, 26 de julio de 1989.
34. Expresión de Carlos Monsiváis.
35. Para ampliar este punto, consultar "Evitar una generación perdida", *Excélsior*, 5 de octubre de 1988; "Década perdida", *Excélsior*, 31 de octubre de 1988.
36. "Creación renacentista del individuo", *Excélsior*, 1º de marzo de 1989.
37. "El Estado pelea en reversa: Buendía en 1982", *Excélsior*, 31 de junio de 1989.
38. *Ibid.*

IMPRESO EN ENERO DE 1993
EN LA IMPRENTA UNIVERSITARIA
DE LA UNIVERSIDAD CENTRAL
DE VENEZUELA