



ULTURA NACIONAL, COMUNICACIÓN Y LIBERACIÓN COMERCIAL*

89

Javier Esteinou Madrid**

El proceso de transformación moderna que ha experimentado México desde 1982 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. Éstos a su vez están modificando profundamente los sistemas de vida, organización, trabajo, educación, producción, competencia, etcétera, de la población nacional.

* Esta es una versión sintética de un trabajo más amplio que ganó el primer lugar en el certamen denominado "Primer Concurso Nacional de Investigación sobre Televisión", convocado por la Revista TELEMUNDO y la Dirección de Radio Televisión y Cinematografía (RTC) de la Secretaría de Gobernación en octubre de 1992, en la Ciudad de México, D.F.

** Profesor-Investigador del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F.

Pero dichas modificaciones no sólo están impactando en la base económica y política de la sociedad mexicana, sino sobre todo están repercutiendo en la estructura cultural e informativa de nuestra República. En este sentido, podemos decir que el proceso de modernización que está experimentando el país está produciendo otra estructura de comunicación y cultura nacionales.

Es por ello que, frente a este reciente panorama histórico de formación de nuevas zonas hegemónicas y de modificación de las dinámicas básicas de nuestra sociedad, creemos que es central y urgente preguntarnos que, si con el proceso de industrialización que se generó con la sustitución de importaciones de 1930 en adelante, la estructura cultural de la sociedad mexicana fue transformada rápidamente por radio y televisión para crear una mentalidad consumista, desparticipativa y una erosión de nuestra identidad nacional, ahora ¿qué nos sucederá espiritualmente como sociedad y como individuos al entrar a la fase de integración mundial y vincularnos de forma acelerada al mercado internacional sin planificar el uso de nuestros medios de comunicación, especialmente de la televisión? ¿Qué acontecerá con nuestras estructuras de pensamiento y sentimientos cuando el país vive una etapa de retroceso cultural, de pérdida de memoria histórica y de inmadurez cerebral; y ahora, con el Tratado de Libre Comercio, se incrementará la saturación ideológica de nuestra base cultural por medio de la acción de las redes de televisión y del complejo del video de los nuevos bloques comerciales que actuarán sobre nuestra sociedad? ¿Cómo conservar el proyecto cultural independiente del Estado-Nación Mexicano en una atmósfera de creciente globalización comunicativa, de apertura de fronteras mentales y de formación de culturas supranacionales? ¿Qué va a ganar y qué va a perder culturalmente México con la firma del Tratado de Libre Comercio? ¿Qué tanto la nueva estructura cultural e informativa que está creando la modernidad, sirve para que nuestra sociedad verdaderamente se desarrolle y crezca material y espiritualmente? ¿Qué aspectos de la cultura nacional deben ser negociados y cuáles no ante el Acuerdo Trilateral de Libre Comercio?

De aquí la necesidad urgente de reflexionar sobre nuestra cultura y la acción de los medios de comunicación, particularmente de la televisión, para conservar su esencia nacional 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 lo contrario, 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.

Ante esta realidad, pensamos que por la irresponsabilidad que se mostró al no planificar el uso de los medios electrónicos en las últimas tres décadas, la falta de voluntad política para formar desde los canales masivos una cultura para el desarrollo, la debilidad de los gobiernos poscardenistas para defender la cultura nacional y la complicidad de las autoridades públicas ante la penetración del proyecto transnacional en el terreno psíquico, hoy el Estado Mexicano ha perdido un enorme terreno para formar, a través de las industrias electrónicas, un fuerte nacionalismo, una sólida identidad y cohesión nacional que sirvieran como punto de despegue para el proyecto de crecimiento interno. Esto a menos que sucedan en nuestro país profundos cambios políticos que renueven la

posibilidad de retomar los intentos de desarrollo autónomo, independiente y democrático que hoy parece que se han pospuesto.

Es decir, sin conocer y asimilar todavía a fondo las alteraciones culturales que nos produjo la Conquista Española hace 480 años, y las mutaciones mentales que nos ocasionó desde la década de los años cincuentas la presencia de la sociedad de consumo con el proyecto de sustitución de importaciones durante la industrialización nacional; ahora, de nuevo sin estar preparados culturalmente, nos sorprende la profunda dinámica de la reestructuración económica, política e ideológica mundial con la “ola modernizante”, y nuestra sociedad una vez más se incorpora a ese proceso sin la creación de un proyecto cerebral propio. Así, sin haber terminado de definir su proyecto nacional y sin haber resuelto sus conflictos de país subdesarrollado, la sociedad mexicana es arrastrada por la dinámica del capitalismo altamente avanzado para construir otro modelo de desarrollo internacional y encajarse en los huecos marginales que deja esta profundísima transformación planetaria.

Los medios de comunicación ante la apertura y la globalización nacional

Dentro del modelo de desarrollo moderno que ha adoptado nuestro país a través del establecimiento del Tratado de Libre Comercio, debemos tener presente que para que éste se consolide no sólo se requiere, a nivel infraestructural, la transformación de los procesos productivos y la modificación de la estructura de las vías materiales de transporte, sino que también demanda, a nivel supraestructural, la adecuación profunda de los medios de comunicación simbólicos a las nuevas condiciones económicas que han surgido. Esto significa que la apertura de fronteras nacionales a los nuevos mercados mundiales no sólo exige, en primer término, producir las mercancías y servicios con competitividad; en segundo término, transportarlos con eficiencia del lugar de su manufactura a su zona de venta; sino que, obligatoriamente, también necesita, en tercer término, anunciarlas masivamente para que puedan ser consumidas.

Vinculando este horizonte con los medios de comunicación, encontramos que aunque en términos de hechos (no de discurso) los canales de información, y en particular la televisión, se encuentran aún muy desfasados del proyecto modernizador, pues éste se ha dado ampliamente en el campo económico normativo, un poco en el político-cultural y casi nada en el terreno comunicativo; sabemos que para que el modelo de desarrollo neoliberal se pueda realizar en México, es indispensable la presencia de nuevas condiciones legales, productivas, tecnológicas, laborales, jurídicas, etcétera, pero además exige la presencia insustituible de una nueva conciencia masiva neoliberal que respalde y afiance las acciones anteriores. Dicha conciencia intentará producir, a través de los medios electrónicos de comunicación, las condiciones subjetivas necesarias para el funcionamiento de nuestra sociedad dentro de las nuevas relaciones competitivas del mercado mundial.

De esta forma, así como el capitalismo mexicano, para afianzarse en su fase de industrialización, creó a mediados del siglo XX un tejido cultural consumista que con el tiempo se convirtió en la religión de las ciudades, desde las cuales los individuos construimos gran parte de nuestro sentido más profundo para vivir y apoyamos el modelo de acumulación material; ahora, el “capitalismo modernizador”, para consolidarse en su etapa

neoliberal de apertura de fronteras, requiere producir otros rasgos de la identidad nacional a través de una nueva estructura de valores, algunos de cuyos puntales son la eficiencia, la tecnificación, el pragmatismo, la supercompetencia, la privatización, la obsolescencia, la desregulación, la desestatalización, la internacionalización, la globalización, etcétera.

Nueva estructura axiológica que se distinguirá por cancelar los valores del antiguo “estado del bienestar” nacional generado a partir de la Revolución de 1910, e introducir los valores del moderno “estado neoliberal” que mantiene como centro de gravedad el “laissez faire” del proyecto de acumulación ampliada en el campo de la comunicación, la cultura, la ciencia y el espíritu.

En este sentido, podemos decir que sobre las bases del primer sincretismo cultural que realizó nuestro país en el siglo XX con la sociedad norteamericana después de la Segunda Guerra Mundial, ahora iniciamos un segundo sincretismo con la cultura norteamericana a partir de la formación del Tratado de Libre Comercio y la presencia intensiva de la ideología de la modernidad en nuestra sociedad. Es decir, con la incorporación de nuestra sociedad a los procesos de globalización internacional no comienza la penetración cultural, la pérdida de identidad nacional y la instauración de los principios capitalistas en el campo de nuestra conciencia colectiva, pero sí se inicia a través de las industrias culturales, y en particular de la televisión, una nueva fase acelerada de inversión de valores nacionales, mediante la circulación de nuevas ideologías para apuntalar el fortalecimiento del sistema productivo y la distribución desregulada de mercancías que exige el moderno programa de crecimiento neoliberal, elegido por el sector cúpula del Estado Mexicano para las próximas décadas.

De esta forma, podemos afirmar que con la globalización se intensificará la proliferación de diversos órdenes y expectativas pragmáticas del conocimiento y de la vida. En particular, “se da un mayor énfasis científico y tecnológico en nuestra tradición intelectual; que hasta el momento ha sido más propicia a la influencia de la cultura humanista y jurídica”.¹

Así, proyectando sobre el campo de la conciencia colectiva las determinantes estructurales que gradualmente impondrá el nuevo programa de crecimiento nacional, catalizado por el Tratado Trilateral de Libre Comercio, observamos que la moderna subjetividad que producirán los medios electrónicos en el futuro estará caracterizada, en parte, por fomentar el individualismo sobre las relaciones solidarias; acentuar la competitividad sobre el trabajo compartido (“Tequio”); el canibalismo salvaje sobre la fraternidad; el interés por la no planificación colectiva sino altamente privatizada; la lucha por la libertad y felicidad aislada y no por la grupal; el valor supremo de la “eficiencia” sobre otras metas humanas superiores; el abandono de los valores tradicionales para asimilar los “modernos”; el dinero como base del reconocimiento y la valoración social; el hedonismo y la “cultura del Yo”, como nuevo cristal para mirar la vida; la tecnificación extrema como sentido del éxito y no el diálogo y acercamiento humanos; etcétera.

De esta manera, a partir de la presencia del proyecto neoliberal en la sociedad mexicana, nos enfrentamos a la redefinición y cambio profundo de nuestra identidad psíquica, cultural y humana como sociedad pluriétni-

¹ “Las culturas aisladas perecen; sólo las comunicadas sobreviven: Fuentes”, *La Jornada*, 20 de julio de 1991.

ca y pluricultural, para incorporar otros marcos de cosmovisión y de prácticas de la existencia desde las premisas de la “modernidad”; bases de visión de la vida que no son otra realidad que la mirada de la reproducción ampliada del capital a escala planetaria.

Ello debido a que las leyes internacionales del nuevo patrón de acumulación de capital que se está gestando y que permea todos los niveles de la sociedad, están exigiendo, en la esfera cultural, que el alma colectiva que se construya en el país a través de los canales electrónicos de información, se base en una visión de la vida más cosificada y transnacionalizada que nos lleve a saber cada vez más del gran mundo externo y cada día menos de nosotros como República y como personas. En una idea, se busca producir culturalmente a los “hombres universales” y a los “ciudadanos del mundo”, capaces de consumir cualquier mercancía producida por los acuerdos comerciales de los nuevos bloques hegemónicos. No debemos olvidar que la expansión de la economía multinacional obliga crecientemente a crear un supermercado global (*global supermarket*) para reproducirse a escala ampliada en todo el planeta, ante lo cual la existencia de estados nacionales y políticas culturales regionales, aparecen como un fuerte estorbo que hay que superar”.²

En este sentido, nuestra sociedad vive hoy una profunda contradicción en su alma cultural, pues mientras en el fondo el México profundo o nuestra “civilización negada”, compuesta por una milenaria realidad pluriétnica y pluricultural, silenciosamente lucha por reafirmarse y expresarse; el México de la modernidad o “imaginario” que se incorpora a la dinámica de la globalización oligopólica, pretende homogeneizar, estandarizar y masificar las manifestaciones culturales y los gustos en la comida, las expresiones, la música, los bailes, el vestido, las tradiciones, los afectos, los valores (en una idea, el universo de la vida cotidiana) para crear condiciones más propicias para la expansión del mercado supertransnacional en nuestra sociedad.³

Por otra parte, reforzando la misma orientación encontramos que en la superficie simbólica de la sociedad mexicana los discursos oficiales del gobierno y de los grandes empresarios señalan que “la firma del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá no menguarán la soberanía ideológica”.⁴ Sin embargo, pese a que en la fachada de nuestra sociedad se presentan las declaraciones oficiales anteriores sobre la intrascendencia del Tratado de Libre Comercio en nuestra cultura nacional, lo cierto es que en realidad, en las entrañas de nuestra vida cotidiana,

² “Nuestro retraso social, no tecnológico”; *Excelsior*, 30 de mayo de 1989.

³ “Reto: incorporar modernidad con identidad étnica”, *Excelsior*, 4 de julio de 1991.

⁴ “Los atrasos económicos y tecnológicos provocan la pérdida de soberanía e identidad”, *El Financiero*, 20 de junio de 1991; “No menguará el TLC soberanía ni cultura: Serra Pucho”, *El Financiero*, 21 de junio de 1991.

Esta posición ha llegado a tal extremo, que el titular de la Secretaría de Comercio, el Lic. Serra Pucho, ha declarado que en las negociaciones del Tratado de Libre Comercio el caso de la cultura no es importante. Es más, se indica que dentro de este contexto trilateral “no hablamos del problema de la cultura, sino de que haya programas. Tenemos nuestras restricciones y los americanos y canadienses las suyas. Lo que es cierto es que el cambio tecnológico está ocurriendo a una velocidad tal que será muy difícil detener programaciones porque van a llegar por medio de antenas parabólicas. Entonces eso es cosa de sentarnos a ver este asunto con una actitud moderna”. “México no acepta un TLC con sólo buenas intenciones”, *Excelsior*, 12 de septiembre de 1991.

hoy estamos ante el silencioso embate de nuestras culturas y diferencias ideológicas tradicionales para destruirlas o reacomodarlas dentro del nuevo esquema de división del mundo por modernos bloques hegemónicos. Recomposición mental que gradual y silenciosamente está unificando los campos imaginarios, las aspiraciones profundas y las cosmovisiones de los seres a través de la construcción de un nuevo concepto de relaciones humanas, de placer, de triunfo, de trabajo, de felicidad, de moral, de religión, de etnia, etcétera, en una idea: de un nuevo sentido y estilo de vida determinado por las nuevas exigencias de maduración del comercio mundial. Situación que se condensa en la creación del nuevo "México imaginario de la fase de la globalización mundial", que se opone al México profundo y real de finales del siglo XX.

Ante ello, es conveniente considerar que si la historia de la publicidad en México, a lo largo de los últimos 40 años, ha demostrado que con tal de vender las mercancías para acelerar el proceso de circulación del capital, ésta estuvo dispuesta a banalizar e incluso prostituir finamente la imagen de la mujer para presentarla fundamentalmente como un objeto de uso sexual, a añadirle cualidades falsas o "fetichizar" los productos para hacerlos más atractivos, a crear necesidades artificiales en los consumidores para alentar la compra, a hacer creer que el valor de las personas se deriva de la marca que eligen y no en el porcentaje en que se conocen a sí mismos, a impulsar que el éxito de los individuos se da en la medida en que se acumulan pertenencias y no en el grado en que se es humano, a modificar la identidad nacional para revalorarse socialmente a través de las industrias culturales, una visión del hombre y de la vida cada vez más condicionada por los requerimientos de expansión y fortalecimiento del mercado universal y no de la humanización de los individuos.

El surgimiento del neoconsumo nacional

Motivado por la necesidad de movilizar el enorme flujo de mercancías que acceden al país, por la apertura de fronteras comerciales a través de la incorporación de nuestra sociedad al Sistema General de Aranceles y Comercio (GATT) y de la firma del Tratado de Libre Comercio, se produce en nuestra República, mediante la televisión, una nueva mentalidad neoconsumista que actúa como elemento de identidad que articula a las clases sociales. Dicha ideología se caracteriza por introducir la propuesta de que para ser modernos, estar al día y mantenerse adaptados a la permanente dinámica de cambio que se vive en el mundo, hay que consumir constantemente los nuevos productos, especialmente extranjeros, que produce la modernidad: consumo igual a progreso social.

De esta forma, la apertura económica del mercado mexicano produce una acelerada modernización del consumo nacional, ya que la sociedad mexicana, sin estar preparada, ahora genera muchos productos que se venden en otras latitudes. Así, comparando la vinculación que se da entre producción, innovación y consumo, observamos que en relación al consumo se ha dado un disparo brutal en la velocidad de reacción de los consumidores que se han lanzado a la adquisición de los productos importados; mientras que la velocidad de reacción de las empresas nacionales para producir los bienes que se requieren, es 100 veces menor, y la velocidad de la industria para introducir innovaciones es 1 000 veces menor. De esta manera, con la introducción del proyecto neoliberal en el

país, se configura un mercado moderno de consumo, antes que una infraestructura de producción e innovación industrial.⁵

Esta realidad plantea la seria posibilidad de que nuestra sociedad se convierta en una “simple bodega” o un “mega supermercado transnacional” receptor de los productos, especialmente chatarras, elaborados fuera del país, con nula o reducidísima capacidad de producción propia; panorama que puede sintetizarse precisando que, ante la apertura, México tiende a convertirse, cada vez más, en un país consumidor, y a dejar de ser una nación productora de bienes, con la consecuente disminución o desaparición de la planta productiva frente a la salvaje competencia mundial.⁶

Ante este contexto psíquico colectivo, parecería como si las nuevas mercancías que nos vienen del exterior estuvieran actuando otra vez, sobre nuestra conciencia, como las lentejuelas y las cuentas de vidrio que utilizaron los primeros conquistadores para cambiar nuestros metales preciosos por baratijas extrañas.

En este sentido, podemos afirmar que a unos meses de festejar el “aniversario de los 500 años del descubrimiento y la evangelización de México” por los españoles, especialmente después de la firma de los preparativos para el “Acuerdo del Libre Comercio con Norteamérica”; hoy vivimos en el campo de nuestra identidad, una “evangelización comercial” silenciosa a través de los medios de comunicación electrónicos y de otras infraestructuras culturales, para convertirnos, desde las leyes del mercado en MEX-USA, y subordinarnos ya no al orden español, sino a la propuesta del “destino manifiesto Norteamericano”.

La cultura en los tiempos del Tratado de Libre Comercio

La obscuridad ante el retroceso del proceso de comunicación que vivimos en el país, no sólo es responsabilidad de nuestro gremio profesional, sino ante todo del Estado Mexicano, quien ante el panorama cada vez más aniquilador del nivel de calidad de vida, en lugar de producir con los medios electrónicos y otras infraestructuras mentales una cultura profundamente humana (una de las demandas más intensas que se palpa en las necesidades de los grupos sociales después de un largo periodo de derrumbe al interior de nuestra comunidad), hoy entramos en la salvaje propuesta de aceptar indiscriminadamente los principios de la cultura neoliberal; bases que en la práctica real plantean que en vez de fortalecer nuestro espíritu nacional frente a este periodo de apertura cultural, éste erosione más sus valores para incorporarnos eficientemente y sin restricción alguna a la nueva estructura de competencia de los mercados mundiales.

Es decir, ante el florecimiento en nuestro país de las tesis neoliberales que sostienen el adelgazamiento, la privatización, el retiro, 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

⁵ “La apertura comercial sólo trajo modernización en el consumo, aseguran varias instituciones”, *El Financiero*, 15 de octubre de 1991.

⁶ “Grave proceso consumista en México por la apertura comercial: SIPPE”, *Uno Más Uno*, 15 de octubre de 1990; “Con eso de la apertura comercial hay que comprar de todo”, *Excelsior*, 7 de mayo de 1991; “Riesgo de que México sea una bodega de productos extranjeros”, *El Financiero*, 12 de junio de 1991.

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, comprendida como producto social, y se pasa, con mayor velocidad, a entenderla como una simple mercancía más que debe estar regida por los principios de la oferta y la demanda.

Dentro del nuevo contexto de cambio nacional que vive la sociedad mexicana, que se caracteriza por ser dirigida por las leyes del mercado y sobre otros principios de desarrollo, se argumenta que para conducir culturalmente al país primero hay que modernizar a los medios de comunicación, y en particular a la televisión, volviéndolos eficientes. Nueva eficacia que se entiende no como el acto de producir un crecimiento en la conciencia social de la población frente a las trabas que le impiden avanzar, sino como la tarea de alcanzar el simple grado de autosuficiencia económica en los medios gubernamentales, a costa del precio cultural que sea.

Realidad que, con tal de lograr el autofinanciamiento económico que exige el nuevo modelo neoliberal, ha renunciado al contenido más elemental de la comunicación, para ahora trasladar los modelos productivistas a su campo y concebirla "modernamente" en el sentido más instrumental posible, como un simple intercambio de relaciones entre máquinas y no como la gestación de procesos creativos que generen la participación, el acercamiento, el descubrimiento, la aceptación, la colaboración y la transformación de los individuos y de los grupos entre sí, para humanizarse más y trascender. Así, el proyecto "modernizador" ha entendido y practicado, superficial y autoritariamente, la comunicación como un mero traslado de información de un sector a otro y no como un fenómeno de crecimiento de la conciencia colectiva para descubrir con claridad qué significa ser humano. Por consiguiente, se piensa que mientras más datos se transfieran de un área a otra, a través de cerebros electrónicos, bancos de datos, satélites, fibras ópticas, videoconferencias, teléfonos, microondas, etcétera, se será una persona, un grupo o un país más "moderno".

De esta forma, en lugar de reflexionar y proponer cómo los medios estatales de comunicación pueden colaborar a impulsar el desarrollo del país, a través de la producción de los nuevos niveles de conciencia colectiva que requiere el urgente proyecto de crecimiento de la sociedad mexicana, la propuesta neoliberal anula la raquítica función social de promoción de la cultura, impulso a la educación, alicientes a la participación democrática, fomento a la concientización, apertura a la pluralidad, etcétera, que de forma débil diariamente desempeñaron estos en años anteriores, y ahora los convierte, bajo el velo de la "modernidad", en medios de realización intensiva del proceso de circulación capital al volverlos prioritariamente aceleradores del circuito de venta de las mercancías. Por lo tanto, al permitir que cada vez más los medios estatales sean gobernados por las leyes del mercado y no por las directrices de la planificación nacional, del crecimiento cerebral, emotivo y espiritual de la población, el Estado Mexicano abandona paulatina y silenciosamente su obligación social de crear las condiciones subjetivas para el crecimiento equilibrado, que anímicamente ejerció en el pasado vía los medios, para ahora dar paso libre a la acción de las primitivas leyes del capital en el campo de la cultura y la conciencia.

En este sentido, podemos decir que con la modernización neoliberal el Estado Mexicano renuncia cualitativamente a la conservación de su alma

cultural, propiciando el fin ideológico del Estado-Nación y entregando nuestro proyecto cultural y comunicativo a los intereses del mercado salvaje que crean los monopolios nacionales y transnacionales, con el fin de incorporarse ágilmente al proyecto mundial de la nueva acumulación y concentración de la riqueza por bloques económicos planetarios.

No debemos olvidar que las enseñanzas de la historia mental del país han mostrado que a todo profundo cambio económico, ocurrido en nuestra sociedad, le ha seguido la realización de una paralela transformación cultural. Por ello, pensamos que para que se pueda realizar el paso acelerado de la creciente liberalización de nuestra economía, tarde o temprano se exigirá la liberación igualmente progresiva de nuestras fronteras culturales a través de los avanzados medios electrónicos, especialmente de la televisión: una sociedad abierta a la globalización internacional en el campo económico, necesariamente requiere contar con una apertura cultural del mismo grado para poder funcionar armónicamente.

¿Qué hacer?: Hacia la formación de una nueva política nacional de cultura y comunicación

Considerando el retiro progresivo del modelo público en el campo de la televisión, de otros medios de comunicación estatales en el país y de los proyectos culturales de asistencia social, creemos que ante la anéxion cada vez más acelerada de nuestra sociedad a las leyes culturales del mercado internacional (que se está dando a través de nuestra vinculación al GATT, de la apertura a los países de la Cuenca del Pacífico, de la integración muy dinámica a la economía norteamericana y canadiense a través de la firma del "Tratado de Libre Comercio" y de la relación con el nuevo Mercado Común Europeo para 1992), si el Estado Mexicano no construye un proyecto cultural nacional crecientemente más sólido, a través del empleo racional de los medios de comunicación electrónicos, y en particular de la televisión, estará cavando su propia tumba, de forma cada vez más profunda. Esto, debido a que permitirá que se destruyan en la conciencia de la población las bases mentales que requiere mantener para existir como Estado Nacional.

Destrucción que rápidamente tiende a acentuarse, pues el proyecto neoliberal de Estado presiona para que los medios de comunicación funcionen como negocios y no como servicio público; especialmente cuando en esta fase de "modernización" las leyes del mercado atraviesan de manera más profunda la estructura de los canales de información, y por consiguiente son las "fuerzas de la libre competencia" las que ascendentemente gobiernan el proyecto cultural de las industrias audiovisuales y no el proyecto de desarrollo social y humano de la población.

De aquí la importancia estratégica de reactivar prioritariamente el liderazgo del Estado desde su avanzada cultural y no desde las simples trincheras económicas tradicionales, que lo que hacen es subordinar la vocación de expansión universal del espíritu nacional a las necesidades coyunturales de reproducción del capital. No podemos olvidar que no hay nación en desarrollo que no tenga una conciencia nacional fuerte, y en ese sentido detrás del nacionalismo mexicano existe hoy una ausencia de integración nacional.

Por ello, ante el sistema de contenidos de los medios de comunicación electrónicos (altamente desintegradores del país, pues no fomentan la participación democrática, ni la expresión de la pluralidad de opiniones y,

por lo tanto, la formación de una conciencia crítica), la única forma de enfrentar la vertiginosa transformación mental que se nos viene con la liberación de fronteras, es la construcción de una sólida política nacionalista de comunicación para el país.

Pensamos que la única forma de saltar sanamente hacia la modernidad que nos impone la dinámica de evolución mundial, es asimilar el cambio desde los marcos del conocimiento profundo de nuestra cultura y no desde los seductores espejismos modernizantes que en el campo del desarrollo se esfuerzan por proponernos los países avanzados y nuestras élites nacionales, para fortalecer su estructura de hegemonía y de acumulación material.

Es decir, para abrimos al exterior de manera madura y no volvernos a perder como sociedad en el mar de las opciones del "progreso tecnólogo y civilizado" que nos ofrece el *glamour* de la "modernidad", es requisito indispensable profundizar más en el conocimiento de quiénes somos como sociedad, qué riqueza tenemos, cuáles son nuestras necesidades y qué alternativas de solución tenemos frente a ellas. De lo contrario nos relacionaremos en desventaja con una dinámica que produce infinitas ilusiones sobre lo que es el desarrollo, y que por consiguiente históricamente nos atrapará una vez más.

Ante ello debemos preguntarnos ¿Qué nos sucederá como sociedad si nos vinculamos en un acuerdo de libre comercio con el exterior, con una base cultural deprimida y erosionada como hoy la tenemos? ¿Con qué actitudes y normas debemos relacionarnos a las seductoras dinámicas culturales externas, cuando somos un país que tiene una media mental



de 6 años de primaria, una deserción escolar en educación básica cercana al 45%, una inversión en ciencia y tecnología inferior al 0.52% del Producto Interno Bruto, una infraestructura nacional de sólo 2 000 bibliotecas públicas (es decir, una sala de lectura por cada 41 bares), una planta humana de 22 investigadores por cada 100 mil habitantes, una escuela por cada 10 cantinas, una creciente fuga de cerebros, un ausentismo escolar que produce una pérdida anual de 1 500 millones de dólares, etcétera?

Ante esta situación, es necesario tener presente que para que la sociedad mexicana se desarrolle a través del "Moderno Estado Mexicano", especialmente en los tiempos del Tratado de Libre Comercio, es necesario aplicar muchas acciones administrativas, legislativas, políticas, infraestructurales, organizativas, etcétera, pero además es indispensable ejecutar intensos y muy sólidos proyectos culturales orgánicos que respalden las acciones de gobierno y desarrollo nacional. Para ello es central que el Estado Mexicano abandone sus tradicionales desviaciones "aristocráticas", "folkloristas", "elitistas" y "culturalistas" que ha practicado durante varias décadas, y su entendimiento de la acción cultural, de forma restringida, como la expresión de las sensibilidades más refinadas en todos los órdenes de las artes y los conocimientos; y la replantee, ahora en un sentido amplio, como la producción de una nueva cultura orgánica que responda a las principales problemáticas cotidianas que la sociedad mexicana tiene que resolver para sobrevivir.

Ello significa que el Estado Mexicano debe, fundamentalmente, canalizar la mayor parte de su energía financiera, material, artística y espiritual hacia la producción de una nueva cultura agrícola para la producción de alimentos, que disminuya las más de 9 mil toneladas de nutrientes que actualmente importamos para existir; una nueva cultura natural que evite se sigan destruyendo más especies animales y vegetales además de las 200 que se han aniquilado en lo que va de este siglo en nuestra República; una nueva cultura local que aminore la migración de más de 10 mil personas diarias a las principales ciudades del país; una nueva cultura forestal que disminuya la erosión de más de 500 mil hectáreas anuales que se destruyen en nuestra reserva territorial; una nueva cultura acuifera que permita darle un valor racional al agua, para aprovecharla civilizadamente y ahorrar ese 30% del líquido potable que hoy se desperdicia irresponsablemente en las urbes; una nueva cultura ecológica que contribuya a disminuir las más de 6 000 toneladas diarias de partículas contaminantes que se acumulan en la atmósfera del Valle de México y las principales ciudades del país, y que silenciosamente cada vez más nos suprimen la vida; una nueva cultura femenina que permita la amplia participación social de las mujeres mexicanas, que son el 50% de la población nacional; una nueva cultura energética que nos lleve a vivir lo más justamente la transición por la que atraviesa el país, al pasar de la era del petróleo a otra fase de desarrollo motriz; una nueva cultura nutricional que posibilite disminuir la inanición en más del 60% de la población nacional, especialmente infantil, que permanentemente vive sin los mínimos alimenticios requeridos para sobrevivir; una nueva cultura de la organización que integre alrededor de nuestros conflictos sociales básicos a los 85 millones de habitantes que vivimos en el país, pues todavía somos una sociedad que está por organizarse plenamente; una nueva cultura que permita valorar y amar profundamente lo mexicano para afirmar nuestra cada vez más débil identidad nacional y evitar la rapidísima pérdida de nuestro proyecto cultural de país ante la apertura de fronteras;

una nueva cultura para las emergencias nacionales, especialmente de naturaleza sísmica en el Valle de México, cuando sabemos que los especialistas sismólogos de la Universidad Nacional Autónoma de México han anticipado la presencia de fuertes movimientos de las capas telúricas para los próximos años, como ya se comprobó una vez más con el temblor de 6 grados en la escala de Richter del 25 de abril de 1989, etcétera.⁷

Hoy es indispensable considerar que la edificación del nuevo Estado Mexicano no se puede construir sobre la base de los viejos valores sociales, especialmente cuando fueron dichos principios los que nos llevaron a la profunda crisis estructural que actualmente vivimos. En esta coyuntura es indispensable reconocer que el verdadero Estado Moderno no surge de la realización de simples cambios administrativos, de las “aperturas políticas”, de las transformaciones tecnológicas, de la apertura a la inversión extranjera, del adelgazamiento gubernamental, de las modificaciones de la retórica oficial, etcétera, sino que, en última instancia, parte del cambio mental de la población.

Esto es, las verdaderas bases del Moderno Estado Mexicano tienen que surgir de la profundidad y coherencia que posea su proyecto cultural, y no de las simples respuestas coyunturales atrevidas que se pretendan implementar en el terreno económico y político. Por lo que es indispensable construir, a través de los canales de información, nuevos valores que generen una nueva visión cotidiana sobre nuestras personas, nuestras vidas, nuestra nación, nuestra historia y sobre la misión del hombre en el planeta tierra.

De lo contrario se intentará implementar un proyecto de desarrollo material de la sociedad mexicana, sin un programa racional colectivo que lo respalde. Esto implicará gobernar sin bases mentales, pues se intentará modificar el estómago, los brazos y los pulmones del país, sin transformar la cabeza social, lo cual creará un gobierno descerebrado. Esto es, el Ejecutivo gobernará en una atmósfera esquizofrénica, pues la cabeza del ente social, en el mejor de los casos, pensará en los valores de las exquisiteces sensoriales, mientras el cuerpo masivo luchará por sobrevivir en el crudo remolino de la realidad nacional.

Es por ello que, en ésta fase de acelerada integración de los procesos culturales nacionales a la dinámica de centralización y globalización de las economías mundiales más avanzadas, es una obligación prioritaria, para la existencia del Estado Mexicano, que no se abandone el uso y la creación de los procesos de comunicación y cultura a los dictados salvajes de las “libres fuerzas del mercado”, que lo que buscan, en última instancia, es la permanente acumulación de capital; sino que se planifique su funcionamiento para producir una Nueva Cultura Cotidiana que propicie el desarrollo y la sobrevivencia del país. De lo contrario, si no proyectamos el uso de los canales de difusión, y en especial de la televisión, alrededor de un proyecto de transformación mental para el crecimiento de nuestra sociedad, de nada servirá la realización del resto de las reformas modernizantes que ha impulsado el actual Estado Mexicano, pues el cerebro del país estará desvinculado de su cuerpo social; con lo cual nuestra nación tarde o temprano se volverá a desmoronar, cada vez más y con mayor intensidad.

⁷ Datos presentados en el programa radiofónico de Tomás Mojarro, “Palabras sin reposo”, *Radio UNAM*, 25 de abril de 1989.