

Hacia la creación de un nuevo estado comunicativo para la sobrevivencia social en México

JAVIER ESTEINOU MADRID

El modelo de desarrollo modernizador que gradualmente adoptó México en sus estructuras económicas y sociales al final del siglo xx y principios del XXI con el Tratado de Libre Comercio y otros acuerdos globalizadores para incorporarse al nuevo orden mundial surgido después de la guerra fría, basado en el supuesto del mágico poder regulatorio de la Mano Invisible del mercado para dirigir la participación social; comprobó en dos décadas sus enormes limitaciones y las bárbaras deformaciones humanas que produjo. Ejemplo de ello, fueron la drástica devaluación del peso, la brutal fuga de capitales, el colapso agropecuario, la bárbara destrucción ecológica en todo el territorio nacional, la incontenible corrupción a todos los niveles, el desamparo de las generaciones de la tercera edad, el sensible avance de la violencia, la penetración del narco poder, el agudo desempleo, la marcada reducción de nuestro nivel de calidad de vida, el aumento de la incredulidad institucional, la crisis de esperanza de la juventud, el aumento de la violencia urbana, el vacío colectivo de sentido de la vida, etcétera.

Pero el deterioro estructural no sólo se dio a nivel económico, político, ecológico y humano, sino que también se dio en la esfera cultural o en el nivel de la conciencia colectiva de la sociedad. Así, desde el punto de

vista de la sobrevivencia social, el modelo de comunicación-mercado regido por la Mano Invisible de la Competencia Perfecta que adoptaron las industrias culturales durante el siglo xx e inicios del XXI en México, demostró en tres décadas las profundas carencias culturales que generó. De esta forma, demostró históricamente, con creces, su incapacidad fundamental para crear los valores y las mentalidades indispensables para resolver los antagonismos de nuestra compleja sociedad globalizada de principios de nuevo milenio para poder existir.

De ésta forma, las industrias culturales, especialmente las electrónicas, impulsaron una atmósfera cultural que se distinguió por promover en grandes dimensiones la difusión intensiva de la información secundaria; la violencia temática; el consumo exacerbado; la invasión de la privacidad; la banalización de la realidad; la comunicación alarmante, morbosa y sensacionalista; la transmisión saturante de los contenidos publicitarios; la imposición mental del principio de la ganancia a toda costa; la frivolidad informativa; el show como anteojos para ver la vida; el entretenimiento vulgar y estrafalario; la cosmovisión hollywoodense de la vida, etcétera, con tal obtener ratings y vender; en detrimento de la calidad de los contenidos y de las necesidades de comunicar los mensajes estratégicos que requerimos asimilar colectivamente como pueblos para transformar nuestras conciencias y lograr sobrevivir.

Con ello, el saldo acumulado por décadas ha sido la presencia de una sociedad extraviada, devastada, desorganizada, empobrecida y debilitada culturalmente por la aplicación del modelo de comunicación salvaje durante un largo ciclo cultural (cognitivo-energético-emocional) de varias décadas en nuestra República.

Por ello, después del fracaso de dicho modelo ahora es Razón de la Existencia del Estado la creación de un Nuevo Modelo de Comunicación Sustentable que permita la participación de todos los sectores sociales para nutrir el espacio público con la multiculturalidad, la apertura, la pluralidad y la practica de la comunicación para contribuir, a resolver las agudas contradicciones mentales que limitan el crecimiento equilibrado de nuestra nación¹.

En este sentido, es fundamental sustituir dentro del contexto de la modernidad y la globalización la idea

de crear un Estado Mínimo o Ultra Mínimo en el área cultural y comunicativa de México, a través de la adopción indiscriminada de la política del laissez faire informativo; para ahora introducir la concepción estratégica del Nuevo Estado Comunicativo para la Supervivencia Social, sin el cual no podrán construirse un orden civilizatorio superior que mantenga las condiciones elementales de la convivencia en comunidad y en equilibrio con la naturaleza, especialmente, en la medida en que en el país somos crecientemente sociedades de masas cada vez mayores². Nuevo Estado Básico para la Supervivencia Social que no se limite a ejercer la simple labor de vigilancia policiaca, de atención a las urgencias inmediatas, de cubrir el servicio de recolección de basura, de asistencia de los bomberos, del cobro de impuestos, de la administración burocrática, etcétera., sino sobretodo que posibilite la participación democrática de la pobla-



Alberto Calzada

ción en los procesos de creación de comunicación y cultura colectivos. Es decir, una comunicación de Estado al servicio del hombre y no el hombre al servicio de la burocracia, del poder y del mercado, vía la información.

Debemos recordar que ya en el siglo XIX las profundas alteraciones que produjo el funcionamiento autónomo del mercado autorregulado en México generaron tantas contradicciones sociales que dieron origen al capitalismo salvaje e hicieron indispensable el surgimiento del Estado Benefactor para corregir dichos antagonismos insostenibles. Por ello, desde principios del siglo XX se intentó sustituir la lógica de la supremacía del mercado desregulado, por otra lógica más profunda, sensible y humana de justicia y participación social³.

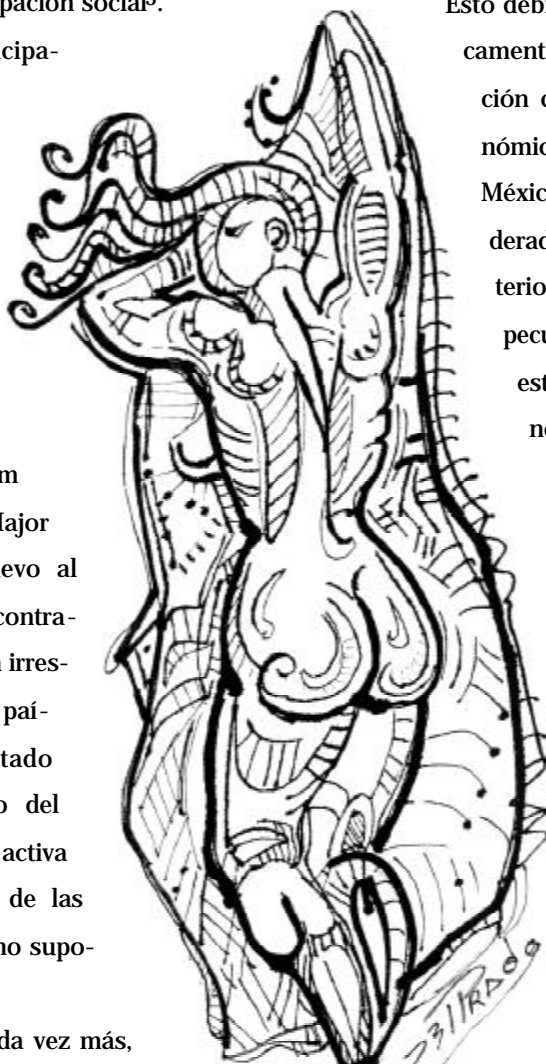
Incluso, constatamos que las principales naciones que impulsaron el modelo neoliberal del Estado Mínimo en los años 80 como fueron los gobiernos de Ronald Reagan en Estados Unidos y de Margaret Thatcher en la Gran Bretaña, a mediados de la década de los 90 fueron corregidos drásticamente por los respectivos gobiernos de William Clinton en Norteamérica y de John Major en Inglaterra para fortalecer de nuevo al Estado Rector y resolver las grandes contradicciones que produjeron la aplicación irrestricta de las leyes del mercado en estos países. Dicha neointervención del Estado planteó ajustar el rumbo autónomo del mercado a través de una acción más activa y selectiva de éste en la gestación de las macro políticas de crecimiento, pero no supone suprimirlo⁴.

Es por esto, que ante el nivel, cada vez más, límite de evolución en el que nos encontramos como

civilización nacional y frente al proyecto de continuar estableciendo intensivamente la Iniciativa del Mercado en el campo de la cultura y la comunicación colectiva del país, debemos considerar que así como una cantidad de actividades estratégicas para el desarrollo del Estado Mexicano no pueden dejarse en manos del sector mercantil, a riesgo de que desaparezcan, como es el caso de la medicina preventiva, la generación del transporte urbano público, el impulso a la ciencia básica, la educación pública, la producción de infraestructura urbana⁵, etcétera; así tampoco puede delegarse a éste la construcción de una Cultura y Proceso de Comunicación Social para la Sobrevivencia Nacional.

Esto debido, a que aunque, paradójicamente, a largo plazo, la planificación cultural es la inversión económica más rentable que existe en México, a corto plazo, no es considerada lucrativa dentro de los criterios dominantes de la ganancia pecuniaria y de corto plazo que establece la actual concepción neoliberal de la vida.

Por ejemplo, en el campo de la física el descubrimiento del “Boscon de Higgs” o el invento del acelerador de partículas más costoso del mundo “SSC”, no pudieron desarrollarse sin la aportación multimillonaria de los Estados de la Comunidad Económica Europea y del Estado Americano⁶. De igual forma, la formación de



Del Prado

una cultura ecológica, de una cultura de conservación de las especies que componen la conservación de las cadenas de reproducción de la vida, de una cultura de la defensa de los ancianos, de una cultura del cuidado del Planeta Tierra, de una cultura de la rehumanización de las ciudades, de una cultura de la convivencia civil, de una cultura de revaloración de lo nacional, de una cultura de recomposición del tejido social, de una cultura de la promoción de la vida, etc. que son niveles de cerebralidad mínimos que requerimos construir y conservar para sobrevivir en sociedad de masas cada vez mayores; tendrán que ser creadas por el Estado y la sociedad civil, ya que para el sector mercantil son rentables efectuarlas.

Ante este panorama de creciente desigualdad comunicativa y espiritual que se establece con la aplicación del modelo de mercado del Tratado de Libre Comercio en nuestra República, es necesario que el Estado mexicano cree las condiciones de otro equilibrio cultural a través de la elaboración de una Nueva Política de Cultura y Comunicación Social para la Sobrevivencia Nacional, que actualmente no existe y se requiere urgentemente para coexistir. Para ello, hay que considerar que así como en el campo económico el Estado reprivatizó la banca estatal y paralelamente impulsó la banca de desarrollo para apoyar a los sectores más desfavorecidos, o que así como vendió empresas públicas para destinar fondos a los proyectos de equilibrio social vía el Programa Nacional de Solidaridad⁷; ahora, es necesario que así como ha permitido crecientemente el juego de los principios del mercado en el área cultural, se apoye la dinámica de Equilibrio de la Comunicación Social que surge desde las necesidades de expresión y participación ideológica más apremiantes de los pluri grupos del país.

No debemos olvidar que la aplicación de la lógica del mercado en el terreno cultural sin un programa social que lo guíe y complemente, se convertirá en una dinámica de abuso de los mas dotados sobre los menos

favorecidos; y la implementación de la racionalidad del mercado en el área informativa con justicia comunicativa creará las bases de la Política de Comunicación Social de Mercado que será la médula del Nuevo Orden Mental que se requiere construir en México, el continente y el mundo para sobrevivir⁸.

Con ello, se podrán rescatar los aspectos positivos que ofrece la economía de mercado en el campo cultural, como son la eficiencia, la incorporación de tecnologías de punta, la competitividad, la libertad individual, la apertura de mercados, la adopción de nuevos financiamientos, la rápida creatividad, etcétera; y al mismo tiempo se aplicarán los contrapesos culturales de nivelación mental necesarios para sobrevivir que no están incluidos en el frío cálculo económico neoliberal. Frente a esto es imprescindible considerar que la práctica del libre juego de las fuerzas culturales y comunicativas, no generan automáticamente un proceso de comunicación superior; sino que para lograrlo se requiere la presencia y la acción de procesos sociales planificadores, con alto nivel de participación orgánica de la sociedad civil⁹. Contrapesos planificadores que no sean burocráticos, autoritarios, estatistas, paternalistas o populistas; sino que si vinculen globalmente los principales requerimientos de desarrollo social con la dinámica de producción cultural e informativa.

De lo contrario, los grandes límites naturales, que por sí misma, fija la economía de mercado sobre las dinámicas comunicativas, generarán más contradicciones culturales que las que pretende resolver por la acción de la oferta y la demanda; y que sólo podrán ser resueltas con la introducción de una nueva Racionalidad de la Comunicación Social en el campo de lo público. De no construirse esta política de equilibrio en el área comunicativa y cultural, cada vez más, se vivirá el profundo divorcio existente entre necesidades materiales y espirituales de crecimiento social y la formación de la cerebralidad colectiva básica para resolverlas.

En este sentido, por nuestro propio bien como República, hoy estamos obligados a preguntarnos con todo rigor: En la etapa de la apertura de fronteras ¿Cuál debe ser la función rectora del Estado en el campo de la comunicación colectiva? ¿Hasta dónde a mediano y largo plazo este modelo de desarrollo modernizador creará una cultura que propicie el verdadero crecimiento de nuestra sociedad o producirá un retroceso del avance del Hombre? ¿Qué acciones culturales debemos de realizar para reforzar nuestra identidad nacional dentro de los marcos de los principios del mercado? ¿Cómo producir una cultura del desarrollo social dentro de la dinámica de la oferta y la demanda? ¿Cómo conciliar las presiones de un modelo económico que deforma la estructura cultural para incrementar sus niveles de acumulación material, con la necesidad urgente de formar una cultura global para la sobrevivencia humana y el respeto a la vida? En la fase de globalización del país ¿Cuáles deben ser los contenidos culturales de una política nacional de comunicación social que propicie que se eleven los niveles de calidad de vida material, comunitaria y espiritual en el México de principios del siglo XXI?

Sin embargo, ninguno de estas reflexiones y reclamos básicos de la sociedad civil fueron contemplados durante la realización del proyecto comunicativo de mercado y de poder durante el siglo XX y comienzos del XXI en México. Así, el tercer milenio mexicano volvió a nacer con el viejo espíritu opaco, discrecional, cerrado, vertical, viciado y autoritario del modelo de comunicación nacional, que dominó en las últimas décadas del siglo XX en México.

Es por ello, que ahora es necesario repensar que hacer en términos políticos para crear otro proyecto colectivo de comunicación social que si rescate el espíritu de estos planteamientos esenciales para equilibrar a la sociedad mexicana. De lo contrario, los actuales marcos normativos que definen el papel y la responsabilidad

social de la radio y la TV, continuarán conservando, reforzando y actualizando para las próximas décadas el viejo modelo de información colectiva que ha durado mas de 50 años en el país y que contribuirá a aumentar la tremenda decadencia material, mental, psíquica y espiritual que experimenta nuestra sociedad. Con la renovación maquillada del viejo modelo de comunicación se continuará difundiendo en el país más cultura salvaje para las próximas décadas, con su respectivo triunfo de la cultura idiota; y no la creación de una cultura y comunicación sustentables que nos permitan sobrevivir en el siglo XXI en nuestra República.

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

Por todo ello, en el nuevo gobierno de transición política a la democracia es necesario que los grupos civiles repensemos que hacer en términos políticos para crear otro proyecto colectivo de democratización de la comunicación social que permita que los medios de información se orienten hacia el desarrollo de nuestra conciencia colectiva para resolver nuestros conflictos de crecimiento; pues el proceso de la globalización mundial nos lleva a la creación de un nuevo orden cultural que modifica los contenidos y las fronteras ideológicas del

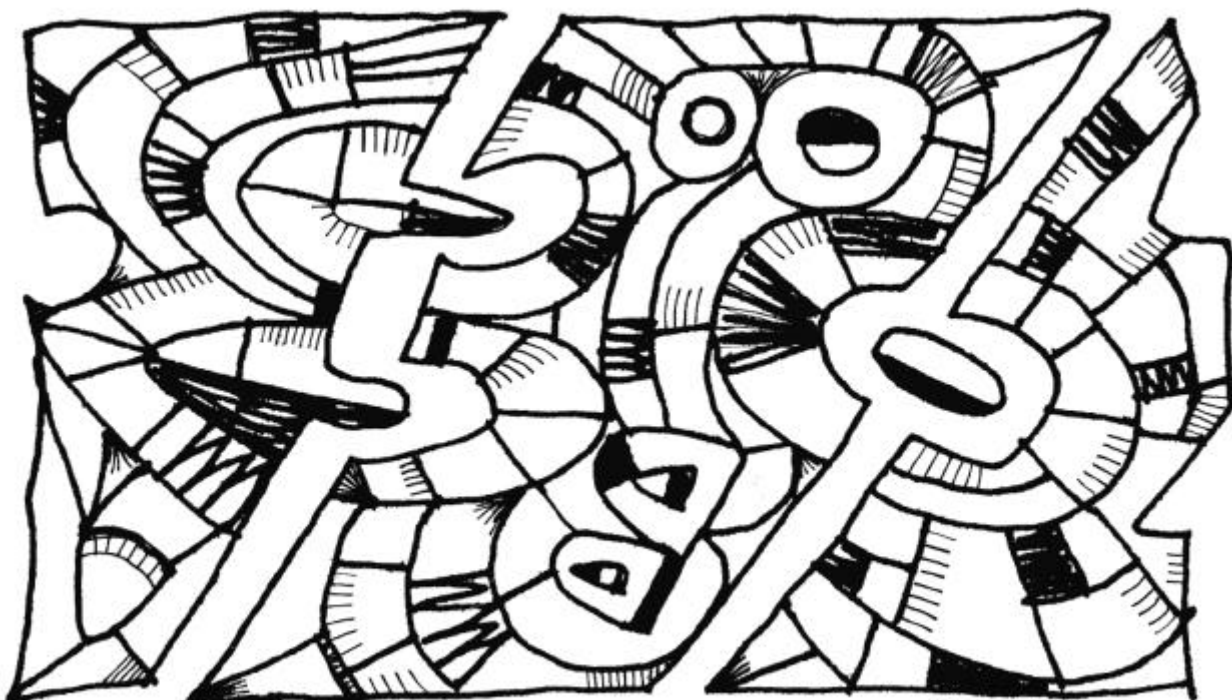
Estado nacional, sin atender las necesidades prioritarias de crecimiento. De no efectuar esto, el alma cultural de nuestra sociedad correrá el gran riesgo de quedar sepultada por los nuevos espejismos de la modernidad y sus derivados simbólicos parasitarios de ésta nueva fase del desarrollo de la sociedad capitalista internacional.

Históricamente, la realización de éste proceso no debe retrasarse más, pues ya ha esperado más de 30 años para alcanzar su vida y de no efectuarse ahora en el ambiente de la frágil democracia incipiente y la raquítica pluralidad que hemos construido; el viejo autoritarismo que disfrazado de "renovación" volverá a resurgir en el horizonte político, con sus graves vicios tradicionales de autoritarismo, verticalidad, discrecionalidad, desinformación y descontextualización de la comunicación, impidiendo la transición de nuestra sociedad a la democracia.

De aquí, la enorme importancia que la sociedad civil realice como mínimo las siguientes 2 estrategias de política para intentar superar dicha herencia comunicativa

de retroceso humano. Primero, que los ciudadanos exijan firmemente a los diversos partidos políticos representados en el Congreso de la Unión, que legislen con gran equilibrio, justicia, pluralidad, transparencia y democracia la operación de dichos medios de comunicación. Segundo, que el Congreso de la Unión asuma virilmente su enorme responsabilidad de reaccionar, prepositivamente, ante tales retrocesos históricos para elaborar una nueva Ley Federal de Radio y Televisión que, por una parte, establezca un nuevo pacto social entre el Estado, los concesionarios y la sociedad para el uso democrático de los medios de difusión colectivos en el país; y por otra, atienda las demandas históricas comunicativas abandonadas que la sociedad mexicana ha exigido desde la mitad del siglo xx. De lo contrario, la transición política a la democracia no avanzará y esta será una causa estratégica para su retroceso histórico.

Debemos reconocer, que la Reforma del Estado en materia de comunicación, no es una reforma jurídica mas para modernizar al Estado mexicano; sino que por



Jorge López

JORGE LOPEZ.

su naturaleza vertebral que cruza todos los ámbitos de la vida comunitaria y cotidiana, es la reforma más importante de la sociedad mexicana de principios del siglo XXI, pues es a partir de esta renovación como se determinarán las vías que modificarán o no los procesos para construir la conciencia colectiva nacional de principios de milenio. De ello dependerá si se crean las bases político-sociales para generar una conciencia para el avance de la República o para su retroceso mental, social y civilizatorio en el nuevo siglo.

La sociedad mexicana espera su acción. 🗑️

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

NOTAS:

¹ Algunas de las contradicciones que se reflejan entre el nivel de conciencia y el proyecto de desarrollo nacional se manifiestan en la oposición creciente que se establece entre formación de la conciencia nacional y la difusión de los contenidos de los medios de comunicación, particularmente electrónicos, en México. En este sentido, debido a la cultura paralela que han formado los medios electrónicos de difusión en México en las últimas décadas, se observa que los niños mayores de seis años conocen más la información televisiva que la transmitida en la escuela primaria u otros órganos culturales. Por ejemplo, en el terreno de la realidad nacional el 77 por ciento de los pequeños retienen más frases como "La chispa de la vida" o "Recuérdame" y sólo el 49% conserva otras como "¡Viva la Independencia!" o "La solución somos todos" o "El respeto al derecho ajeno es la paz". De igual manera, mientras que casi la totalidad de los niños (92 por ciento) retiene la imagen del Gansito Marinela, menos de dos terceras partes (64 por ciento) identifica la Columna de nuestra Independencia o al cura Hidalgo. El 63 por ciento de los niños asocia fácilmente el tema de la tarjeta de crédito "Carnet" y sólo el 43 por ciento reconoce la frase "El respeto al derecho ajeno es la paz". En resumen, observamos que de cada diez personajes que los niños identifican, sólo tres son de la historia de México.

En el campo de la historia, el 67 por ciento de los niños identifican los días y horarios en que se transmiten sus programas favoritos de televisión, mientras que sólo el 19 por ciento enuncia las fechas en que ocurrieron los acontecimientos más significativos de la historia nacional. Los super héroes de la televisión como "La mujer maravilla", son más conocidos por los pequeños (98 por ciento) que los héroes de la Revolución mexicana (33 por ciento). "El Chapulín Colorado" es más evocado por los infantes (96 por ciento) que los Niños Héroes de Chapultepec (82 por ciento). "Superman" está más presente en la mente de los pequeños (97 por ciento) que Don Benito Juárez.

En materia religiosa, no obstante que nuestra sociedad es acentuadamente católica, más de la mitad de los niños (56 por ciento) conoce el día en que se transmitía "Hogar dulce hogar", mientras que sólo el (86 por ciento) recuerda el día en que se celebra la Navidad. Mientras el 55 por ciento de los niños puede decir qué día se difundía el programa "Mis huéspedes", sólo el 32 por ciento sabe la fecha en que se celebra la fiesta de la Virgen de Guadalupe. Los pequeños identifican mejor el logotipo de "Sabritas" (86 por ciento) que una ostia (46 por ciento).

En el área cívica, el 87 por ciento de los infantes conoce los días en que se transmiten los programas cómicos y sólo el 13 por ciento sabe 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, mientras que el 61 por ciento sí puede decir el día y la hora en que aparecen las series fantásticas. 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 por ciento) de los niños identifican la imagen de Chiclé Adams y menos de una quinta parte (17 por ciento) reconoce el Monumento a la Revolución. Finalmente, el logotipo de los chocolates "Carlos V" es más reconocido (77 por ciento) que el Monumento del Ángel o la columna de la Independencia (40 por ciento). La Televisión y los Niños. Conocimiento de la Realidad Televisiva Vs. Conocimiento de la Realidad Nacional Cuadernos del Consumidor, Instituto Nacional del Consumidor (INCO), México, D. F, noviembre de 1982.

Este problema de identidad se agrava crecientemente en la medida en que se avanza en la aplicación de los principios de mercado del Tratado de Libre Comercio sobre la comunicación colectiva nacional y se acentúa el debilitamiento de la política educativo-cultural del Estado Mexicano.

² En el TLC el mercado fijará precios a los básicos, Excélsior, 27 de marzo de 1992; ¿De qué sirve la democracia si pervive el mercantilismo en América Latina?, Excélsior, 3 de junio de 1992; "Está en duda que el mercado solucionará mágicamente los problemas económicos", El Financiero, 26 de noviembre de 1993.

³ "La lógica del mercado", El Financiero, 4 de agosto de 1992; "Regula la existencia de la sociedad", Excélsior, 31 de mayo de 1992; "Base del Estado corporativo", Excélsior, 2 de junio de 1992; "Intervencionismo del Estado. Orígenes y modalidades del Estado", Excélsior, 3 de junio de 1992; "Izquierda y totalitarismo. Orígenes y modalidades del Estado", Excélsior, 4 de junio de 1992; "La teoría del Estado. Orígenes y modalidades del Estado", Excélsior, 5 de junio de 1992.

⁴ "El retiro del Estado impone retos capitales al neoliberalismo", Excélsior, 28 de septiembre de 1993; "El cambio debe ser garantía de justicia", Excélsior, 28 de septiembre de 1993; "La nueva cara del regulador económico", Excélsior, 28 de septiembre de 1993; "Peligro el capitalismo salvaje", Excélsior, 2 de noviembre de 1993.

⁵ "Sí al neoestatismo para guiar y no remplazar al mercado", Excélsior, 13 de abril de 1992; "Corrige J. Major a M. Thatcher y fortalece al Estado Benefactor", Excélsior, 15 de julio de 1992; "Profundo rechazo en Wall Street a Clinton. Temor a un incremento de tasas de interés e inflación", El Financiero, 13 de noviembre de 1992; "El Neointervencionismo Estatal", El Financiero, 23 de noviembre de 1992; "Clinton: ¿Un nuevo Liberalismo Social?", El Financiero, 24 de noviembre de 1992; "Clinton, intervencionista astuto si concilia Estado y mercado", Excélsior, 26 de noviembre de 1992.

La aplicación del liberalismo a ultranza en Estados Unidos durante más de 15 años provocó que una pequeña minoría se enriqueciera desproporcionadamente, mientras la mayoría social se convirtiera en más pobre, sin encontrar en el "paraíso capitalista" la felicidad prometida. De igual forma, la implementación durante varios años de la dinámica de la "mano invisible" en Inglaterra descuidó la educación pública al grado que en 1992 sólo el 34 por ciento de los jóvenes entre 16 y 18 años gozaban de un sistema de capacitación, contra 47 por ciento en Alemania y 66 % en Francia. "El Neoliberalismo continúa haciendo "agua" en Estados Unidos", El Universal, 2 de octubre de 1993.

⁶ "¿Realmente debemos confiar todo a la Iniciativa Privada?: El caso de la Física", El Financiero, 1 de noviembre de 1991.

⁷ "Liberalismo social, nuestra filosofía: Contra Estatismo y Neoliberalismo absorbente", El Financiero, 5 de marzo de 1992. "El liberalismo social", Excélsior, 7 de marzo de 1992; "El liberalismo social: Nuestro camino", Uno Más Uno, 8 de marzo de 1992; "¿Neoliberalismo social?", Uno Más Uno, 11 de marzo de 1992; "Entre la política y la economía. La condición de los serviles", Excélsior, 13 de marzo de 1992; "El liberalismo social fortalece la soberanía", Uno Más Uno, 10 de marzo de 1992; "Recursos a los marginados con mecanismos de mercado", Excélsior, 14 de marzo de 1992; "Qué del liberalismo", Uno Más Uno, 17 de marzo de 1992; "De nuevo sobre el liberalismo", Uno Más Uno, 10 de marzo de 1992; "El liberalismo social se vive con el Pronasol", Excélsior, 21 de marzo de 1992; "Ni la soberanía es obsoleta, ni existe un modelo único", Excélsior, 22 de marzo de 1992.

⁸ "Occidente debe olvidar la privatización a ultranza", Excélsior, 10 de junio de 1992; "Mercado con política social: Salinas", Excélsior, 23 de noviembre de 1993.

⁹ "Requiere la sociedad actual de una nueva revolución científica", Uno Más Uno, 31 de marzo de 1992.