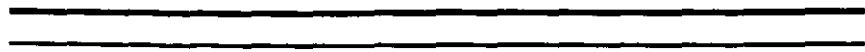


51



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO**



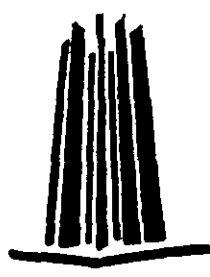
**ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES  
CAMPUS ARAGÓN**

**LA CULTURA A TRAVÉS DE LAS PANTALLAS  
TELEVISIVAS: EL CASO DEL CANAL 22**

293865

**T E S I S**  
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
LIC. EN PERIODISMO Y  
COMUNICACIÓN COLECTIVA  
**P R E S E N T A:**  
**DIEGO IBARRA GARCÍA**

ASESOR: LIC. ARMANDO LOZANO SÁNCHEZ.





Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

**Para Juanita:**

Porque ella le dio sentido a este trabajo con su tenacidad y el apoyo de todos los días. Sin su influencia, simplemente, el resultado habría sido el olvido. Esto es para recordarle a mi madre su propia grandeza.

## AGRADECIMIENTOS

Esta obra no habría llegado al final sin la ayuda de un grupo enorme de personas maravillosas, con quienes siempre estaré en deuda, en especial, las siguientes:

Lic. Armando Lozano Sánchez:

Por permitirme encontrar el camino correcto para la culminación de este trabajo. Además por ayudarme a poner los pies sobre la tierra en los momentos exactos. Su trabajo de asesoría es invaluable.

Mi familia:

Por el estar ahí todos los días a pesar de todo. Gracias a mi papá Cecilio, a mis hermanas Marina, Mireya, Carmen, Laura, Cristina (mi comadre), Alma y Olga. También mis hermanos Máximo y David. Sin olvidar a todos mis cuñados y sobrinos. Todos me han enseñado demasiado.

Varuch:

Por toda la confianza, comprensión y desinterés demostrados en mis ratos de frustración y enojo. Tú has sido la mejor jefa que he tenido y eres, con mucho, mi mejor amiga.

Ángeles:

Por la compañía y cariño.

Cristina: Por todo lo enseñado en esos dos capítulos.

Lourdes: Por acompañarme en mis años más importantes de formación académica.

Roberto: Por tu amistad a toda prueba e invaluable apoyo.

# ÍNDICE

<b>ÍNDICE</b>	<b>página</b>
	<b>iv</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>vii</b>

## **CAPÍTULO PRIMERO**

### **ANTECEDENTES**

1.1. ¿Qué es la cultura?	
1.1.1 Conceptualización clásica	11
1.1.2 Estratificación de la cultura	16
1.2 Sociedad y cultura	
1.2.1 La sociedad y su función	19
1.2.2 La sociedad contemporánea	20
1.2.3 La cultura como cohesionador social	23
1.2.4 La modernidad en la sociedad actual	26

## **CAPÍTULO SEGUNDO**

### **LA SOCIEDAD DE MASAS**

2.1 Aparición de la masa	
2.1.1 Concepto de masa	33
2.1.2 ¿Por qué surge la masa?	34
2.1.3 Psicología de las masas	34
2.2 La sociedad de masas	
2.2.1 Características	36
2.2.2 Estratificación de la sociedad de masas	38
2.3 La cultura de masas	
2.3.1 Aparición de la cultura de masas	41
2.3.2 Lo popular no es masa	44
2.3.3 Las industrias culturales	48

2.3.4 Arte y mal gusto	50
------------------------	----

### **CAPÍTULO TERCERO**

#### **LA CULTURA Y LOS MASS MEDIA EN MÉXICO**

3.1 Surgimiento de los mass media	
3.1.1 La prensa	54
3.1.2 La radio	60
3.1.3 El cine	66
3.1.4 La televisión	72
3.2 La trasculturización a través de los mass media	
3.2.1 Definición de trasculturización	77
3.2.2 El rol de las cadenas trasnacionales	80
3.2.3 El enfoque de los canales televisivos	85
3.3 Intentos culturales en las pantallas televisivas	
3.3.1 El canal 11	89
3.3.2 La televisión estatal: el canal 13	97

### **CAPÍTULO CUARTO**

#### **LA CULTURA EN NUESTROS DÍAS: EL CANAL 22**

4.1 Características del medio	
4.1.1 El canal 22, breve bosquejo	104
4.1.2 La televisión cultural ante la sociedad mexicana	109
4.1.3 Los intelectuales y la política	
a) Un poco de historia	123
b) El canal 22 ante cuestiones políticas	130
4.1.4 Aspectos económicos	137
a) Su programación	138
b) La comercialización del tiempo aire	140
c) La dependencia del presupuesto gubernamental	143

d) La dependencia de la tecnología extranjera	146
e) El dominio de las transnacionales	146
4.2 ¿Masificar la cultura a través de la televisión?	147
4.2.1 ¿Qué significa masificar?	149
4.2.2 Limitantes para la masificación	151
CONCLUSIONES	159
BIBLIOGRAFÍA	172
HEMEROGRAFÍA	176

## INTRODUCCIÓN

En pleno auge del sexenio de Carlos Salinas de Gortari se dio a conocer la venta de los medios de comunicación del estado que incluía a los canales de televisión 7, 13 en red nacional y el 22 del Distrito Federal; el diario El Nacional, La Compañía Operadora de Teatros (Cotsa), entre otros. Ante tal medida, la exigencia de la sociedad civil identificada en esos días mediante una lista de 1200 intelectuales, solicitó al presidente conservar y en su momento cederles la frecuencia del canal 22 para lanzar al aire una estación con orientación cultural. Carlos Salinas accedió ante tal petición y publicó un decreto que concretaba precisamente el deseo de aquellos intelectuales encabezados por Carlos Monsiváis y Héctor Aguilar Camín.

Cuando se conoce la decisión, se presenta el enfrentamiento entre los grupos de creadores más fuertes; grupos identificados con las revistas llamadas Vuelta y Nexos. Desde la primera, se ataca la medida tomada por Salinas de Gortari. El argumento utilizado es que Héctor Aguilar Camín es miembro del Consejo de Administración de Nexos y, además, mantiene una relación de amistad con el presidente de la República desde sus años de estudio en la UNAM.

Por tanto, Octavio Paz, líder de Vuelta, renuncia a participar en el Consejo de Planeación del 22, acusando que el grupo Nexos pretende apropiarse de todas las instancias culturales del Gobierno, es decir, se habían convertido en ideólogos gubernamentales.

Ante el hecho de contar con un canal como el 22, esta investigación desarrolla el tema de la Cultura a través de un canal de televisión y está centrado en el análisis del canal 22. Está desarrollada a partir de la presentación de las principales tendencias acerca de la Cultura e intenta hacer un análisis de las condiciones necesarias para contar con estructuras mentales mínimas, que permitan a la población asimilar los mensajes transmitidos mediante imágenes. Además de señalar las deficiencias tecnológicas,



educativas y de infraestructura que impiden la correcta manifestación de los principales aspectos culturales de la sociedad civil y ese grupo de élite llamado Intelectual.

Es importante reconocer que alcanzar la comprensión de una cultura formal por parte de nuestra sociedad ha sido un objetivo de algunos de los estudiosos del tema y fue el de varios presidentes mexicanos del siglo XX (entre ellos Luis Echeverría Álvarez). Por lo tanto, para poder determinar las características de lo que es esa Cultura en sí, iniciamos con un repaso de las definiciones clásicas acerca del tema.

Para adentrarnos al tema, es necesario contar con los conceptos básicos con referencia a la cultura y la sociedad. En ese sentido, se presentan el surgimiento de las masas, su definición y la creación de su cultura particular, la creación de los medios masivos y la cultura de masas. Señalando además las diferencias entre una cultura de masas y la cultura popular; presentando de paso las versiones catastróficas de algunos investigadores europeos en cuanto a la posible desaparición de la cultura formal, identificada con las Bellas Artes, ante la progresiva contaminación por parte de las masas y sus manifestaciones típicas del mal gusto, llamado Kitsch<sup>1</sup> por la escuela alemana.

De igual forma, presenta una explicación del por qué las clases dirigentes de nuestra época crearon una ideología que sólo ellas entendían y las causas por las cuales se tuvo que dividir la misma cultura de acuerdo a cada una de las clases sociales existentes. Presenta una crítica a lo que ha sido la cultura de masas y la importancia para los gobernantes al momento de proporcionar los elementos cognitivos básicos que faciliten una educación real a la población de México.

Este trabajo destaca dos aspectos fundamentales por comprender, que son las condiciones económicas, políticas y sociales en las cuales se encuentra el sistema de televisión cultural en el país y las consecuencias de la transculturización de nuestra

---

<sup>1</sup> Para Adorno, el Kitsch es una manifestación de mal gusto en cuanto a la cultura, pues es la degradación de las manifestaciones "formales" del Arte, para que las masas poco instruidas puedan asimilado. Consúltese: Adorno, Theodor W., *Crítica cultural y sociedad*, pp. 205-225.

sociedad mediante la asimilación de los mensajes extranjeros y la ideología incluida en cada uno de los programas que se compran.

Partiendo del análisis de las industrias culturales y como lo transnacional o globalizado ha definido la vida de los mexicanos mediante la promoción de la típica ideología norteamericana, basada en la comercialización de todo y la búsqueda de una modernización a ultranza que sólo ha ocasionado el empobrecimiento de la mayor parte de la población mexicana.

Señala el egocentrismo de los intelectuales y su búsqueda de canchales económicos mediante el acercamiento a la clase en el poder y depender del Estado, basados en la afirmación, acuñada desde los sesenta, que señala la obligación de proporcionar cultura a todo habitante del país. El recuento de los pleitos al interior de ese grupo "ilustrado" que supuestamente busca el bienestar del individuo con el apoyo de la difusión de una Cultura Formal que facilite el goce de las actividades propias del arte.

Señala también el confinamiento de la población en general hacia la compra de los productos que se anuncian en televisión que, para algunos representantes de la corriente apocalíptica, son basura causante de un mayor deterioro del nivel de asimilación de la cultura por parte de la población indefensa ante los embates de las nuevas ideologías, las cuales mencionan de manera engañosa la importancia de la cultura de masas. Esas ideologías dependientes de los deseos de los gobiernos extranjeros, en especial, los Estados Unidos.

El objetivo primordial de la investigación es presentar las posibilidades que tiene el Canal 22 para expandir sus actividades y que logre que los mexicanos mantengamos interés hacia esa Cultura importada de la civilización occidental que tiene su lugar de origen en Europa y ya no sea considerada como artículo de lujo. Para tal efecto, presenta un recuento de las cualidades de cada uno de los medios de comunicación masiva, señalando sus defectos y virtudes a partir de su aparición en nuestro país y el olvido en que el Estado mismo los mantuvo; representado por la inexistencia de una regulación

legal que fomente las actividades. Se analizan precisamente porque estos medios surgen dependientes de los planes y proyectos de las grandes cadenas norteamericanas, grandes empresas que buscan hacerse de un mercado mayor.

Presenta, asimismo, algunas características de la población mexicana y señala las opciones posibles para poder lograr un mayor desarrollo de la capacidad de abstracción de cada uno de sus integrantes. Ese desarrollo permitirá aceptar que ni la cultura de masas ni la Formal son totalmente buenas o malas. Hace de paso una crítica hacia los valores otorgados por los intelectuales a esas Bellas Artes, tan distantes del habitante común en México, aunque al mismo tiempo rescata su esencia para proponer la inversión de recursos públicos en este aspecto y lograr que nuestra población conserve lo que ya tiene como popular y acepte la complementación de sus valores, mitos y tradiciones con varias manifestaciones culturales que hasta ahora le son ajenas porque nadie se interesa por promoverlas, amparados en el argumento que la capacidad de comprensión del mexicano no lo permite.

Por último, este trabajo analiza los impedimentos legales o económicos generados por el mismo gobierno creador de la frecuencia del Canal 22 que impiden mejorar los contenidos y acrecentar el auditorio con el que cuenta el canal. Partiendo, lo mencionado, desde las tendencias hegemónicas de los países potencias para manipular y maniatar a todo proyecto independiente que busque mejorar las condiciones de la población; en este caso a través de una pantalla de televisión. Valiéndose para ello de los grupos de intelectuales nacionales con tendencias elitistas.

## CAPÍTULO PRIMERO

### ANTECEDENTES

#### 1.1. ¿QUÉ ES LA CULTURA?

##### 1.1.1 CONCEPTUALIZACIÓN CLÁSICA

En nuestros días y a causa de los procesos analíticos desarrollados por los intelectuales europeos, manejamos las estructuras que se han llamado teorías del arte. Este aspecto fue definido durante el siglo XVII, debemos señalar que los primeros interesados en establecer las diferencias y cualidades del producto artístico fueron especialmente los florentinos algunos siglos atrás, de hecho, Leonardo da Vinci (considerado el prototipo del artista) tenía enfrentamientos con los pintores en cuanto a la definición del “artista”, o sea, el productor o “hacedor” de *arte*; aunque el evento que consolidó todo aquello fue la Ilustración en Europa (establecida en Francia a partir de la Enciclopedia, encabezada por Diderot, Voltaire, Rousseau, Montesquieu, además de John Locke en Inglaterra) Así, el “Siglo de las Luces” establece los esquemas básicos de lo que será la cultura y de cómo se produce y comercializa.

Con esto, presenciamos el nacimiento de lo que ha llegado a conocerse como un culto, estructura de pensamiento que obviamente nace por (y para) la ganancia. La idea inicial de lo artístico es representar el pensamiento del hombre. En el siglo XV el objetivo es la belleza. “La obra artística es considerada en adelante como el espejo de un pensamiento individual y ya no como el de una idea superior. La forma tenderá a privar sobre el fondo. Acaba de nacer la idea de la Propiedad individual. ¡Ese interés por la obra de arte se transforma en culto, da nacimiento a una nueva religión, la del Arte!”<sup>2</sup> Es obvio que ese culto a la estética o lo bello sufrió transformaciones. Conforme los siglos avanzaron, las ideas de la sociedad acerca de lo artístico ha cambiado de tal forma que ese Arte del siglo XV se conoce en la actualidad como Cultura Superior o Bellas Artes. Actividades que, por supuesto, sufren modificaciones por los deseos de una clase especial: la Burguesía. En los siglos del Renacimiento, el Arte era considerado como representación

---

<sup>2</sup> Gimpel, Jean. *Contra el arte y los artistas*, p. 48

del alma del autor. El artista era un ser predestinado y obviamente ese mismo arte era orientado a las clases altas. Por eso decíamos que la orientación de Bellas Artes se concreta en la Ilustración, puesto que es el punto inicial para el mundo moderno, precisamente por ello, la transformación de las Bellas Artes a la noción aceptada como cultura, es mera consecuencia y llega el momento de diferenciar la Sociedad y con ello su cultura.

Por tanto, hablar de cultura es tocar un punto que ha despertado desde siempre el interés de estudiosos contemporáneos, pero desde hace por lo menos tres siglos ha llamado la atención a un sinnúmero de pensadores sociales. El tema fue el punto de partida de los fundadores de algunas corrientes sociológicas más importantes e, inclusive, de intelectuales de gran importancia para las nuevas generaciones. Tenemos como ejemplo a los naturalistas y racionalistas que participaron en la Ilustración o a los filósofos importantes como Hegel, Kant o Freud.

En un principio, los estudios formales de la cultura se centraban en analizar sociedades primitivas que estaban al alcance de los estudiosos de ella, para tal efecto se realizaban expediciones y los científicos se mantenían en contacto con los pueblos elegidos durante varios meses. Por lo general, se sumaban o integraban a los pobladores.

Así, varios investigadores observaron pueblos africanos, asiáticos o latinoamericanos considerados atrasados con relación a las sociedades europeas, en ese entonces llamadas metrópolis. En éstas, ellos publicaban sus estudios, destacando el caso de Bronislaw Malinowsky. Con todo lo anterior, se dio paso a conceptos en cierta forma semejantes, independientemente del pensador que se trate. En algunas ocasiones podían presentarse algunos desacuerdos en cuanto a las teorías de cada uno de los estudios. Otras, se cuestionaban las formas de investigación o los métodos, no obstante, la conclusión siempre era la misma: la cultura europea era superior al resto, dejando a libre arbitrio la definición de lo que es la cultura en sí y originando un sinnúmero de conceptos reiterativos en lo general.

Uno de los primeros y más importantes estudiosos de la cultura fue Boas, quien mediante todas sus observaciones a los hábitos de las tribus o pueblos, llegó a la conclusión de que “la cultura incluye todas las manifestaciones de los hábitos sociales de una comunidad, las reacciones del individuo en la medida en que se verán afectadas por las costumbres del grupo en que se ven determinadas por dichas costumbres”.<sup>3</sup> Aunque de acuerdo con lo anterior las definiciones estaban basadas en un sentido antropológico o etnográfico que, si bien, eran bastante adelantadas para la época en que se generaron, para el año 2000 suenan algo insuficientes, quizás fuera de lugar. Principalmente por la sofisticación de la vida actual, aunque no dejan de proveernos de los fundamentos para que se pueda analizar la cultura del siglo XX por lo tanto, aún con todos los elementos técnicos con los que contamos en la actualidad, con los medios de comunicación tan adelantados y con toda la influencia ejercida por éstos sobre la sociedad de cualquier país, tenemos que remitirnos a lo establecido hace muchos años.

Debemos decir que la “cultura o civilización... es aquel complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de una sociedad”.<sup>4</sup> Lo cual concuerda con lo expuesto por el seguidor y complementador de toda la teoría de Boas: Edward B. Taylor, quien consideraba a la cultura como toda manifestación del ser humano dentro de la sociedad determinada en la cual se desenvuelva, no importando la clase social a la que pertenezca el individuo o el grado de instrucción con que cuente.

Ya que la cultura aparece para satisfacer las necesidades biológicas y, por lo tanto, caracterizan al hombre de distinta manera a los animales; “la cultura incluye los artefactos, bienes, procedimientos técnicos, ideas, hábitos y valores heredados... consta de la masa de bienes corporales o mentales que funcionan directa o indirectamente para satisfacer las necesidades humanas. Todos los elementos de la cultura deben estar funcionando, ser activos, eficaces”.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> Kahn, J.S. *El concepto de cultura*, p. 14.

<sup>4</sup> *ibid* p. 29

<sup>5</sup> Bronislaw, Malinowsky. *Una teoría científica de la cultura*, p. 127.

Con base en lo anterior, se nos aclara que la cultura es el medio que le permite al hombre sentirse y saberse parte de una sociedad. Además, le permite adaptarse al ambiente que lo rodea y predispone, al tiempo que, finalmente, lo determina como ser pensante. Puesto que la cultura es, por decir algo, el medio facilitador de la convivencia de las personas integrantes de un grupo. Por eso, “la cultura capacita al hombre con una ampliación adicional de su aparato anatómico, con una coraza protectora de defensas y seguridades, con movilidad y velocidad a través de los medios en que el equipo corporal le hubiera defraudado por completo”.<sup>6</sup>

Para el pensador Malinowsky, la cultura es la constancia del adelanto que presentan los hombres con respecto a las demás especies animales, a la vez que los hace más eficaces comparativamente a los seres irracionales, los cuales no tienen la facultad o facilidad de la imaginación. Principalmente la diferencia radica en el cerebro subdesarrollado con el que cuentan estos últimos.

Asimismo, debemos establecer que la cultura es un ente en constante evolución, depende de cada etapa en que se vive, ya que las costumbres son distintas en cada generación. Con esto, establecemos que la cultura está en constante cambio. Por eso la cultura, “es el sistema de ideas vivas que cada tiempo posee... el hombre vive siempre desde unas ideas determinadas que constituyen el suelo donde se apoya su existencia... son ni más ni menos, el repertorio de nuestras efectivas convicciones sobre lo que es el mundo y son los prójimos, sobre la jerarquía de los valores que tienen las cosas y las acciones”.<sup>7</sup>

Un español famoso a principios de siglo XX, José Ortega y Gasset, disfrutaba de gran prestigio en los círculos intelectuales y considerado en los aspectos sociales, en particular la división social, un verdadero radical y nostálgico de los estados antiguos totalmente elitistas y cerrados, expuso que la cultura no es producto del hombre, sino que la recibe de su medio y de su tiempo. La consideró a su vez un sistema que es totalmente actual para cada época, por lo tanto, todos los individuos deben vivir al día

---

<sup>6</sup> *ibid* p. 62.

con las costumbres, puesto que al estancarse en las ideas del pasado, es condenarse a vivir una vida más difícil. Dentro de esto, podemos encontrar las sociedades del tercer mundo en su conjunto. Esta es la razón por la que encontramos a pueblos totalmente anacrónicos, que viven con y por sus tradiciones que datan de varias generaciones, tradiciones que han sido el orgullo de sus dirigentes a pesar de todo lo negativo que puedan entrañar.

La cultura determina a cada pueblo o raza, es como ya lo analizamos, la vía de integración, compenetración e identificación del hombre, es similar en cada uno de los integrantes del grupo “es un proceso continuo de sustentación de una identidad mediante la coherencia lograda por un consiguiente punto de vista estético, una concepción moral del yo y un estilo de vida que exhibe esas concepciones en los objetos que adornan nuestro hogar y a nosotros mismos y en el gusto que expresa esos puntos de vista”.<sup>8</sup>

De la misma forma, todos los elementos que dan vida a una cultura, se encuentran organizados de tal forma que cada uno de ellos tiene una finalidad dentro del modelo como un todo. “Una cultura es la configuración de la cultura aprendida y de los resultados de la conducta, cuyos elementos comparten y transmiten los miembros de una sociedad”.<sup>9</sup>

Debemos afirmar que la cultura es valiosa, porque en primer instancia, además de los bienes benefactores que nos provee, y enseguida, por los medios que nos proporciona y con las cuales nos permite asimilar nuestro entorno, es decir, la racionalización de nuestros actos, necesidades o deseos para el futuro. Contrariamente a lo pensado, es independiente de las salas de concierto o exposiciones. O sea, “la cultura proporciona significado a la experiencia humana, seleccionándola y organizándola. Se refiere con amplitud a las formas por las que la gente da sentido a su vida, y no a la ópera o a los museos de arte.”<sup>10</sup>

---

<sup>7</sup> Ortega y Gasset, José. *Misión de la Universidad*, p. 57.

<sup>8</sup> Bell, Daniel. *Las contradicciones culturales del capitalismo*, p. 47.

<sup>9</sup> Linton, Ralph. *Cultura y personalidad*, p. 45.



Como hemos visto, la definición para la cultura en general, es el conjunto de todas y cada una de las costumbres, hábitos, creencias y organización. Aunque todo lo que ya expusimos son teorías basadas en una idea general, abarcando o incluyendo todo, desde las piruetas del ballet clásico hasta el más brutal de los actos, la conducta humana es medida por la cultura. La cultura abarca lo cotidiano y lo esotérico, lo mundano y lo exaltado, lo ridículo y lo sublime. En cualquier nivel, la cultura penetra en todo aspecto de la vida del hombre.

### **1.1.2 ESTRATIFICACIÓN DE LA CULTURA**

En los inicios no se hacía ninguna distinción dentro de la cultura, puesto que se consideraba unidad válida para toda la población o sociedad. Conforme las sociedades adquirieron una sofisticación mayor, se comenzó a separarla en dos partes; principalmente por la necesidad (o necesidad) de los llamados artistas (hoy intelectuales), a diferenciar perfectamente los productos resultantes de cada uno de los segmentos que integraban una población. En realidad, desde siempre se intentó delimitar las actividades de los “artistas”. Con esto apareció la cultura intelectual y cultura material o instrumental. La mayor parte de los auto-denominados “creadores” de cultura han deseado sobresalir del resto o, en última instancia, los mismos pensadores sociales iniciaron la división del concepto.

Así, identificaron a la cultura intelectual con las creaciones que son básicamente las obras de teatro, poesía, literatura; en conjunto todas las Bellas Artes de la actualidad. Añadiéndole todas las actividades de la ciencia (Naturales o Sociales). En suma, toda manifestación caracterizada por el trabajo mental o relacionada con el análisis del mundo. La cultura Material o Instrumental se aprecia por los productos que han sido creados para satisfacer los requerimientos diarios de la vida del hombre, como pueden ser las camas ortopédicas, los automóviles, los cubiertos para comer, la ropa de algodón o seda, las herramientas de trabajo, etcétera.

---

<sup>10</sup> Rosaldo, Renato. *Cultura y Verdad*, p. 35.

Cuando la estratificación de los pueblos comienza a ser más marcada, cuando los intereses de clase se ven magnificados, surge la clasificación de la Cultura Alta y Cultura Baja. Al principio, únicamente se consideraban esas dos clases. La Cultura Alta se relacionaba con todas las manifestaciones sublimes, las Bellas Artes fueron el blanco principal. Los propietarios de grandes extensiones de tierra, lo nobles, la alta burguesía, los miembros de la iglesia, eran los detentadores, productores y asimiladores de aquella. Por ello, es muy común en las primeras fases encontrar casos de poetas, pintores o cualquier creador de “arte” protegidos y apoyados por reyes, papas o burgueses. A su vez, la clase baja (campesinos, obreros explotados), se conformaba con acudir a sus bailes, a leer literatura barata (en el caso de saber leer) o la música popular.

Posteriormente, apareció una división que contempla primero una Cultura Superior, llamada así por otros autores. “Hight” o Alta, conocida por “dos características del producto:

- a) Una élite cultural que actúa dentro de cierta tradición estética, literaria o científica y que crea un producto o supervisa su creación.
- b) La aplicación sistemática al producto de pautas críticas independientes del consumidor”.<sup>11</sup>

Esta cultura es sobre todo tradicional y responde a necesidades creadas dentro de cierto grupo reducido y además es considerada como la “intelligentzia” superior. Es obvio que la sociedad occidental busca establecer parámetros y sus orígenes los encontramos a partir del fin de la Edad Media. La Historia nos dice que con la caída de Constantinopla ante los moros en el siglo XV, los sabios de aquellos días que se interesaron por mantener la tradición greco – latina y todos sus adelantos científicos emigraron hacia la Europa recién liberada. El estrato más antiguo de la sociedad occidental era una diferenciada “intelligentzia” creadora... Este estrato existe aún “más amplio que nunca mucho más extendido y con vínculos internacionales”.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> McQuail, Denis, *Sociología de los medios de comunicación*, p. 34.

<sup>12</sup> Bell, Daniel et al. *Industria cultural y sociedad de masas*, p. 156.

Hacia abajo, la Cultura Media o mediocre, caracterizada por sus pretensiones (supuestas o reales) de imitar a la Cultura Alta y alejarse de las clases bajas. Se pretendía que la Midcult tenía la finalidad de “agradar a la multitud por cualquier medio. Como lo decía Dwight MacDonald, otro escritor radical, “la Midcult esconde una doble trampa: finge respetar los modelos de la Cultura Superior, cuando en realidad los rebaja y vulgariza”.<sup>13</sup> Aunque en primera instancia podemos apreciar o pensar que la Midcult es el paso intermedio entre la Highcult y la Masscult, es en realidad “una corrupción de la Superior que presenta... una enorme ventaja: a pesar de estar también ella *totalmente sometida al espectador* -digámoslo con la frase de Malraux-, es capaz de hacerse pasar por verdadera cultura”.<sup>14</sup>

Al final, la Cultura Baja (el estrato más bajo), es consumida por la mayoría de las poblaciones. Los receptores son por lo general analfabetas o gente de poca instrucción u oportunidades de estudiar. Se supone que es poco demandante y su nivel de conocimientos es casi nulo. Los productos de este segmento son de facturación tan simple que el truco no necesita esconderse; y la noción primaria es que se debe gustar a la multitud a cualquier precio no importando si con ello se olvide siempre la calidad ofrecida.

Actualmente, la mayoría de los autores manejan sólo Cultura Alta y Baja; Cultura Formal y Cultura de Masas. Contrapuestas entre sí y, de alguna forma, recelosas una de otra. La Formal, intentando no ser contaminada por productos de mala calidad y la de masas procurando llevar distracción a los consumidores. Uno de los escritores más lúcidos del siglo XX, el italiano Umberto Eco, manifestó que sí existe una cultura media y antepone sus definiciones. Para él, la Alta Cultura comprendería todas las expresiones artísticas, como son las Bellas Artes. La Media, engloba todas las personas que han leído algunas obras literarias importantes, escuchado piezas de compositores famosos o han acudido a varias exposiciones plásticas.

---

<sup>13</sup> *Ibid*, p. 94.

<sup>14</sup> *Ibid*, p. 45.

A su vez, la Cultura Baja, comprende las historietas de aventuras, policiacas, películas del Oeste de baja calidad, fotonovelas, etcétera. Si bien los autores mencionados se empeñan en diferenciar los estratos sociales y su cultura, las nuevas generaciones prefieren hablar de una constante interrelación y dependencia de los tres bloques, todo gracias a la tendencia capitalista. “Esta distinción es en cierto modo formal. Quedaría incompleta si no aclarásemos que los tres niveles no funcionan en forma separada, con total autonomía; se influyen recíprocamente por la relativa intercomunicación que existe entre las clases sociales modernas y también por que tanto el arte para las masas como para las élites pertenecen a la misma industria cultural”.<sup>15</sup>

## 1.2 SOCIEDAD Y CULTURA

### 1.2.1 LA SOCIEDAD Y SU FUNCIÓN

¿Qué es la sociedad? Desde tiempos antiguos se le ha definido como un grupo de personas quienes comparten un territorio y mantienen lazos comunes, respetan reglas y leyes establecidas de común acuerdo. Esto es, “toda sociedad es un grupo organizado de individuos y toda (su) cultura no consta más que de las repetidas reacciones organizadas de los miembros”.<sup>16</sup>

..

Toda sociedad tiene como fin mantener viva su organización y sus costumbres. Su función es mantenerse como grupo, darle razón de ser a cada uno de los elementos nuevos que ingresan a ella. Por eso, todo niño recién nacido, desde sus primeros momentos dentro del grupo, adquiere hábitos o modos de comportamiento que le permitirán desenvolverse con mayor soltura entre sus semejantes. “Las sociedades se perpetúan enseñando a los individuos de cada generación las pautas culturales referentes a la situación que es de esperar que tengan”.<sup>17</sup>

Como se vio en el capítulo anterior, la cultura es indispensable para mantener una buena relación con los vecinos o compañeros de grupo. Por eso, es primordial para todo grupo

---

<sup>15</sup> García Canclini Néstor. *Arte popular y sociedad en América Latina*, pp. 74-75.

<sup>16</sup> Linton, Ralph, *op cit*, p. 21.

<sup>17</sup> *ibid* p. 36

ya que “sin la cultura no podría haber sistema social alguno de tipo humano ni la posibilidad de ajustar a él a los nuevos miembros del grupo”<sup>18</sup>

La mayoría de los intelectuales contemporáneos coinciden en señalar que las sociedades han surgido básicamente por las necesidades características de cada uno de los grupos. Dichas necesidades son determinadas por la inexistencia de controles que garanticen la convivencia pacífica entre los elementos. Con la aparición de la moral y la ética se intentó mantener formas de comportamiento. Sin embargo, la insuficiencia que caracteriza el dejar al arbitrio personal el comportamiento dentro del grupo de ahí que se impulsara la creación y aplicación de diferentes leyes que basaron su existencia en la aparición del Estado. Se recomienda al mismo tiempo que las Instituciones encargadas de vigilar el cumplimiento de las normas y leyes no caigan en el abuso y por ello es importante que “todas las sociedades, para conservarse y prosperar, necesitan limitar el uso de las leyes civiles que se tienen que imponer de forma coercitiva y (...) dejar que se desarrollen todo lo posible las leyes naturales que no necesitan de la coerción para su aplicación”.<sup>19</sup>

### **1.2.2 LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA**

Una vez que aparece una sociedad, se hace hasta lo imposible por mantenerla vigente. Para lo cual, se adecuan constantemente las normas, leyes y su aplicación correcta. La evolución de las relaciones sociales internas, han ocasionado que en momentos determinados, la vida social sea punto menos que imposible. Sobre todo, a causa de entre otras, la explosión demográfica y la aceleración de la vida diaria.

En los siglos anteriores, los Estados eran necesariamente autoritarios ya que se veían amenazados por la aparición de las teorías sociales que propugnaban por la igualación de todos los integrantes de la sociedad, cuando se abogaba por la desaparición de las clases sociales. Por el contrario, en la actualidad la sociedad moderna ha facilitado que casi la totalidad de los satisfactores estén al alcance de las mayorías. Por esa causa las

---

<sup>18</sup> *Idem.*

relaciones interpersonales se aprecian más relajadas y, además, una vez que se conoció el fracaso de las sociedades auto-nombradas socialistas, se mantiene en el presente la idea la supremacía del capitalismo, a pesar de todas las contradicciones inherentes a ese modo de producción.

Precisamente, la sociedad actual es fundamentalmente productora. La modernidad ha privilegiado por el consumo generalizado. La puesta en boga del liberalismo del siglo XIX, pero llevado a sus últimas consecuencias el *Laisser faire*, ha ocasionado que los controles sociales exijan la abrumadora necesidad de producir y consumir el despilfarro, la necesidad de un trabajo embrutecedor cuando ha dejado de ser una verdadera necesidad: la necesidad de modos de descanso que alivian y prolongan ese embrutecimiento”.<sup>20</sup>

Es así como observamos que la tensión existente entre las capas sociales menospreciadas o ignoradas porque a simple vista es inapreciable, se nos impone una idea de total satisfacción, sin confrontaciones. La igualdad, al ser promulgada, propalada, aprobada y festejada por todos los medios con que cuenta el Estado, facilita el convencimiento de ello. Pero “si todos leen el mismo periódico, ésta asimilación indica, no la desaparición de las clases, sino la medida en que las necesidades y satisfacciones que sirven para la preservación del ‘sistema establecido’ son compartidas por la población subyacente”.<sup>21</sup>

La evolución de los controles implementados para conservar la sociedad en forma adecuada, con el paso del tiempo se hacen a la vez más efectivos e imperceptibles. Por el hecho de haber dejado la aplicación o utilización de la violencia para los casos de mayor dificultad. Ahora “las formas predominantes de control social son tecnológicas en el nuevo sentido. Es claro que la estructura técnica y la eficacia del aparato productivo y destructivo creados por el hombre han sido instrumentos decisivos para sujetar a la población a la división del trabajo establecido a lo largo de la época moderna y como fruto final de la revolución industrial.

---

<sup>19</sup> Bobbio, Norberto. *Estado, Gobierno, Sociedad*, p. 41.

<sup>20</sup> Marcuse, Herbert. *El hombre unidimensional*, p. 37.

<sup>21</sup> *Ibid.* p. 38.

Esto se da mediante la relación e interacción de los individuos con sus contrapartes sociales. El intercambio de experiencias y “a través de la instrucción e imitación, el individuo desarrolla hábitos que lo llevan a desempeñar su papel social, no sólo con eficacia, sino también de una manera inconsciente”.<sup>22</sup> En el desarrollo de los hábitos (en su adaptación o aceptación), se encuentra la base del pensamiento ligado a la realidad aparente.

El raciocinio producido o utilizado a partir de este momento facilita el confrontamiento soslayado por las altas esferas de la sociedad e ignorado por los estratos mayoritarios del conglomerado social. Obteniendo una “razón (que) contradice el orden establecido de los hombres y las cosas, en nombre de las fuerzas sociales existentes que revelan el carácter irracional de este orden”.<sup>23</sup> Es soslayado o, mejor dicho, menospreciado por la clase dirigente por la simple razón que, así como la sociedad debe preservarse, los gobernantes y la clase política determinada quieren mantener las condiciones imperantes hasta ese momento, por qué intrínsecamente, debemos considerar que lo “‘racional’ es una forma de elaborar pensamientos y toda acción que se encaja para reducir la ignorancia, la destrucción, la brutalidad y la opresión.

Con todo, se obtiene una forma de pensamiento y conducta que nos sirve para aclararnos que es nuestra sociedad; hacia donde va y que es lo que depara. Pero al mismo tiempo nos impide darnos cuenta cabal de la injusticia o del orden disfuncional del entorno, ya que esa forma de pensamiento y conducta inculcada o formada en el individuo es de alguna manera inmune a otro orden que no sea el establecido. Descartando de esta manera cualquier posibilidad de cambio social y pre-juiciando cualquier idea ‘extraña’; puesto que pensamiento y conducta expresan regularmente una falsa conciencia, respondiendo y contribuyendo a la preservación de un falso orden de los hechos y que por desgracia han llegado a estar incorporados en el aparato técnico dominante que a su vez reproduce.

---

<sup>22</sup> Linton, Ralph, *op cit*, p. 39.

<sup>23</sup> Marcuse, Herbert, *op cit*, p. 169.

Una vez que se tiene conciencia en las altas esferas de la utilidad de los mecanismos de coerción y control de las poblaciones, cobran vitalidad los deseos elitistas de los 'científicos' u 'hombres de cultura'. Varios nostálgicos plantearon la necesidad de la estratificación e, incluso, consideraron natural la división social. Determinando de inicio que durante la mayor parte de los siglos XVIII, XIX y XX, se ha considerado "que la sociedad es siempre una unidad dinámica de 2 factores: minorías y masas. Las minorías son individuos o grupos de individuos especialmente calificados. La masa es el conjunto de personas no especialmente calificados".<sup>24</sup>

Por último, vale la pena recalcar el hecho de que ahora las sociedades son más vastas, incluyen a todos los miembros. Antes, sociedad "designaba a un grupo de personas bien nacidas, de maneras refinadas, quienes basaban su prestigio en títulos nobles y la alcurnia"

### 1.2.3 LA CULTURA COMO COHESIONADORA SOCIAL

Hemos visto lo que es la cultura y su significado para cada época. A su vez, analizamos la función de toda sociedad. Ahora, el paso necesario es establecer de que forma la primera da vida y auxilia a la sociedad a mantener la unidad inicial. El fin esencial de ésta es, dijimos, preservarse, para lograrlo utiliza medios creados para ello. La única forma de concretar los deseos sociales es que el individuo como punto clave, como unidad y como miembro social, "tiene que asumir ciertas formas de conducta estereotipadas... tiene que ajustarse a las pautas culturales... estas pautas tienden al mantenimiento de la sociedad más que a satisfacer las necesidades propias"<sup>25</sup>

En primer instancia, se percibe una tendencia hacia el mantenimiento del hombre dentro de papeles rígidos que le impiden desenvolverse de una forma satisfactoria para él. Sin embargo, para conservarse y defenderse de sociedades diferentes, el hombre es tan versátil y generoso que sacrifica algo para obtener más, logrando que aquéllas sean aptas

---

<sup>24</sup> Ortega y Gasset, José. *La rebelión de las masas*, p. 39.

<sup>25</sup> Linton, Ralph, *op cit*, p. 38.



“para reunir en una sola configuración elementos de conducta que satisfacen las necesidades individuales y las sociedades”<sup>26</sup>

Para la actualidad, debido a un mayor número de contradicciones que están apareciendo, las necesidades diferentes y de más difícil satisfacción, la cultura que antes era suficiente o correspondía a los anhelos de la misma sociedad, entra en una etapa desconocida. A pesar de que “amplía el campo de la eficiencia individual y del poder de acción, proporciona una profundidad de pensamiento y una amplitud de visión con las que no pudo soñar ninguna especie animal”,<sup>27</sup> la realidad es que culturalmente se presencia la debacle cultural de todas las sociedades occidentales debido al “resquebrajamiento causado por el creciente aislamiento de la familia y la comunidad con respecto a los procesos políticos y culturales fundamentales”,<sup>28</sup>

Antiguamente, la familia era el primer paso para lo posterior socialización. El clan familiar proveía al individuo de las reglas aceptadas socialmente, aprendía como debía comportarse en los grupos sociales. Adquiría una educación acorde a los parámetros aceptables, aprendía la forma de comportarse como marido, jefe o artesano, y haciéndolo así perpetúan estas posiciones y con ellas el sistema social. Es decir, se le proveía de la cultura que le permitía integrarse, ser parte de algo; esa cultura que unificaba las ideas predominantes dentro de la sociedad, la cohesionaba.

De Tocqueville afirmaba que la antigua aristocracia hacía una cadena de todos los miembros de la comunidad, desde el rey hasta el campesino; por el contrario, la democracia rompe esa cadena y separa los eslabones. Como resultado de esto, la democracia provoca que todo hombre olvide a sus antepasados, borrando las huellas de las generaciones. Esto es, con la llegada del liberalismo y las teorías económicas posteriores (Estado Benefactor, Economía Planificada, entre otras), se expande la desorganización de los clanes.

---

<sup>26</sup> *Ibid.*, p. 39.

<sup>27</sup> Malinowsky, Bronislaw, *op. cit.* p. 126.

<sup>28</sup> Bimbaum, Norman. *La crisis de la ciudad industrial*, p. 36.

Con ello, asistimos a una individualización del hombre, generando un egoísmo concentrado, la propagación de la idea del “American way of life” en todos los confines del mundo, la contradicción intrínseca de esa individualización que busca al mismo tiempo su “sujeción... a un proceso continuado de socialización, el bombardeo de directivas que sufre la persona humana, ha modificado drásticamente el hecho así como el concepto de personalidad”<sup>29</sup> que se enfrenta a un entorno diferente al esperado.

De esa manera nos damos cuenta que la cultura como catalizador o facilitador se ha rezagado, ya no responde a las necesidades sociales imperantes. Antes de la industrialización, existía una cultura común, la estratificación que aparece al mismo tiempo como resultado de la polarización cada vez más aguda de las clases sociales no impide la interacción de la población de una manera un tanto cordial con las ideas de modernización o modernidad en las sociedades contemporáneas, la ideología ya no es una sola. Ahora, cada clase social tiene una particular forma de pensar y unos objetivos propios que ocasionan la confrontación entre las mismas. En momentos aparece una contradicción entre la realidad del país pobre y los discursos basados en la aparente modernidad de las estructuras sociales.

En efecto, antes del siglo XIX, la cultura imperante consideraba adecuada la división social y, por lo tanto, la gente se sentía bien, satisfacía los requerimientos mínimos de auto-preservación. Par el siglo XXI, ya se afirma la igualdad entre los miembros de una sociedad aunque esto se contradiga en los hechos marcados por las diferencias de ingresos y/o posesión de benefactores entre las clases alta y baja.

Debemos tomar en cuenta que en los siglos anteriores se contaba con la ayuda de la religión de forma dominante, pero a partir del siglo XV se da inicio a la renovación del pensamiento, facilitado y promovido por el auge creciente de la burguesía urbana; basando esa renovación en el pensamiento humanista. Las características primordiales de este cambio son: la reforma religiosa, política, educativa y cultural.

---

<sup>29</sup> *Ibid*, p. 134.

Si lo anterior es importante, es la masificación de la sociedad la causante de la contradicción entre Sociedad y Cultura Actual. La masa como generadora de enfrentamientos sociales y transformadora de las relaciones y roles que aún se encuentran en plena metamorfosis. La mayor parte de esas confrontaciones sociales son causadas por la imposición de las ideas modernizadoras en grupos predominantemente tradicionalistas.

#### **1.2.4. LA MODERNIDAD EN LA SOCIEDAD MEXICANA**

El modernismo es una corriente de pensamiento que apareció como tal en Francia a fines del siglo XIX, dio origen a variadas concepciones políticas tales como el socialismo y el anarquismo; causantes de variados análisis y apoyos por parte de varios filósofos. Esta corriente, (concuerdan algunos autores), tiene sus bases teóricas en la Enciclopedia Francesa, en sus inicios, intentó racionalizar los dogmas de la iglesia católica, inoperantes es ese tiempo, en una exégesis más crítica de los textos bíblicos, considerados propiedad de las ordenes religiosas de la época. Razón por la cual el Papa Pío X condenó esas ideas hasta el año de 1907.

De hecho, la noción de modernidad se establece como: “los proyectos económicos, políticos, sociales y culturales, que innovan las prácticas simbólicas con un sentido experimental o crítico”.<sup>30</sup> A partir de ello necesitamos diferenciar la modernización de una sociedad con el concepto de Modernidad, definiendo ésta última como una simple etapa histórica iniciada con en el siglo XVIII y hasta la primera mitad del XX.

A partir de la década de 1980 se inició el auge en nuestro país con relación a la idea de la modernidad. Las clases dirigentes no han resistido el impulso de hablar de la necesidad de que México sea un país moderno. Durante el régimen de Miguel de la Madrid Hurtado, y a raíz del ingreso de Carlos Salinas de Gortari a la Secretaria de Programación y Presupuesto, los intentos de transformar la nación se vieron cada vez más en los medios de comunicación. Por vez primera se habla acerca de la necesidad de

---

<sup>30</sup> García Canclini, Néstor. *Culturas Híbridas*, p. 135.

transformar y mejorar cada una de las estructuras nacionales. Se nos dice que el sueño por hacer realidad es el ingreso al primer mundo. El bienestar está como fin de todas las reformas económicas, aunque los resultados hayan sido catastróficos para todos.

Para lograr lo anterior se dio inicio a una serie de medidas que tenían el objetivo de transformar las estructuras nacionales. La primera y más importante, fue el cambio en el esquema económico. Dando como resultado el abandono a las políticas proteccionistas tan características del Estado Benefactor, el cual se basaba en los postulados de la Revolución Mexicana. Fue así como se ingresó al Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT, por sus siglas en inglés) el cual, con Carlos Salinas de Gortari se transforma en la Organización Mundial de Comercio. El ingreso tiene como fin eliminar las barreras arancelarias para los productos extranjeros.

Esto es, los integrantes de ese acuerdo se comprometen a permitir la libre entrada de los productos de otros países con el mínimo de impuestos. Aunque en la realidad las naciones industrializadas mantengan obstáculos para importar artículos de otras naciones, especialmente las subdesarrolladas. La intención de modernizarnos, se llevó hasta sus últimas consecuencias. El abrir las fronteras nacionales a toda clase de productos chatarra fue el primer paso. El segundo fue el poner a la venta casi la totalidad de las empresas paraestatales, bajo pretexto de la obsolescencia y la poca viabilidad o conveniencia económica para mantenerlas.

En realidad se manejó la idea de que la modernidad sólo se alcanza mediante la aplicación del liberalismo a ultranza. El resultado de todas aquellas medidas aplicadas a partir de aquello, es ir de tumbo en tumbo; de una crisis económica fuerte a otra peor. Pero, ¿qué es lo que falló? ¿Cómo es una nación moderna?

Una de las características esenciales de lo moderno, “es la negación del pasado o al menos el olvido. A pesar de los problemas inherentes a lo anterior, pues cuando nos cortamos del pasado, no podemos eludir la sensación final de vaciedad que entonces

despierta el futuro”.<sup>31</sup> Para acceder a un nuevo estadio, es necesario cambiar de tajo todo lo que nos caracteriza como Nación-Estado. Y, como ya lo apreciamos en apartados anteriores, la Cultura es el medio por el cual los mexicanos nos expresamos y nos afirmamos como tales. Si observamos detenida y críticamente, nos damos cuenta que en plena década de 1990, seguíamos siendo tradicionalistas, las costumbres y hábitos, creencias, ritos y mitos ancestrales están en muchos lugares más que en los museos de historia Natural o Antropología. La llegada del siglo XXI no ha cambiado nada.

Por lo tanto, el iniciar o anunciar al México Moderno por decreto es tan alejado de la realidad que la contradicción no se hace esperar. La industrialización necesaria para introducirnos en lo moderno es inexistente a causa de décadas de complacencias gubernamentales hacia los pomposamente llamados “industriales nacionales”.

Cuando se requiere del industrialismo basado “en los principios de la economía y el economizar, los costos mínimos, la optimización y racionalidad funciona no se tiene a la mano en tiempo y forma”.<sup>32</sup> Incluso cuando la industrialización incipiente aparece, se enfrenta a la cultura imperante. En este punto, el problema es mayor, pues la cultura paternalista que nos caracteriza hay que cambiarla por una modernista. Por tanto, “la Cultura Moderna ha sido compartida por una minoría (mucho más amplia, es evidente, que si no hubiera habido Revolución) y que las culturas étnicas o locales no se fusionaron plenamente en un sistema simbólico nacional, aunque tampoco pueden ser ajenas a él”<sup>33</sup>

Esto ya trae una contradicción, la cultura modernista de hecho exalta los medios anti-cognoscitivos y anti-intelectuales que aspiran al retorno a todas las fuentes instintivas de la expresión y destaca las ideas apocalípticas y los modos irracionales de conducta presentes en todo individuo. Lo cual querría decir que nos encaminamos al fin mismo de la sociedad.

---

<sup>31</sup> Bell, Daniel, *op cit*, p. 61.

<sup>32</sup> *Ibid*, p. 89.

<sup>33</sup> García Canclini, Néstor, *op cit*, p. 146.

Es claro que la modernización se alcanza después de un largo periodo, por decirlo así, es un proceso evolutivo de toda sociedad. Proceso que cuenta con sus propios propulsores que, en nuestro caso, han sido inhibidos por cada uno de los gobiernos en turno; “dicho de otro modo: no llegamos a *una* modernidad, sino a varios procesos desiguales y combinados de modernización”.<sup>34</sup>

De igual forma, el adoptar modelos extraños (norteamericanos, por lo general) que no se adaptan totalmente a la idiosincrasia o cultura nacionales de la noche a la mañana, crea más problemas que soluciones debido a la transformación cultural de la sociedad moderna. Lo anterior se debe, sobre todo al ascenso del consumo masivo; o sea, a la difusión de los que antaño eran considerados lujos a las clases media y baja de la sociedad. En este proceso, los lujos del pasado son constantemente redefinidos como necesidades básicas de la población en su conjunto.

En la disyuntiva, nos enfrentamos a una sociedad arcaica con una cultura acorde a las estructuras sociales, tal como lo afirmó Ortega y Gasset. Por eso los individuos deben vivir al día con sus costumbres, pues al estancarse en las ideas del pasado, es condenarse a vivir una vida paradójica. En el caso de nuestro país, seguimos atorados a pesar de los discursos alentadores de cada uno de los gobiernos posteriores a Lázaro Cárdenas. Orgullosamente se anuncia la entrada de México a una etapa de modernización, cuando las naciones desarrolladas ya están dejando atrás el período denominado pos-modernismo.

Si México desea realmente ingresar a la modernidad, tendría que dejar todo en el pasado. Precisamente por ello, encontramos una contradicción básica: no se puede ser moderno y, al mismo tiempo, venerar ideas, teorías y/o civilizaciones antiguas (aztecas, mayas, toltecas, etc.) porque una sociedad moderna, con estructuras y cultura modernas, tiene “un problema real... es el de la creencia... es una crisis espiritual, pues los nuevos asideros han demostrado ser ilusorios y los viejos han quedado sumergidos.

---

<sup>34</sup> *Ibid*, p. 89.

La anterior, es una situación que nos lleva al nihilismo: a falta de un pasado o un futuro, sólo hay un vacío: “El nihilismo fue antaño una filosofía temeraria... cuando había algo que destruir y algo que poner en su lugar: Pero hoy, qué queda por destruir del pasado y quién tiene esperanza en un futuro”.<sup>35</sup> Los mexicanos en la práctica, en las esferas populares preferimos quedarnos en lo ancestral; ya que *todo tiempo pasado fue mejor*. Necesitamos pensar en todo lo glorioso que fue nuestro país, un país de grandes culturas.

Obviamente, es difícil adoptar una filosofía como la anterior. En nuestro caso, el modelo norteamericano se nos presenta inadecuado; precisamente por que si contamos con una vasta historia, un pasado que inexplicablemente se mantiene a pesar de los constantes ataques de los “intelectuales” y de los detentores de los monopolios y el poder en México. Es decir, aunque se exaltan las raíces de la Nación en los discursos, en la práctica se menosprecian los residuos de esas mismas raíces. Casos paradigmáticos, existen etnias chiapanecas, tarahumaras, otomíes y un largo etcétera con sus propias estructuras y formas de vida.

Más aún, el catolicismo acendrado del mexicano, quien basa su existencia en esa religión que permite la continuidad de las generaciones, desarrolladas en circunstancias existenciales que son fundamento de la humanidad y el interés por los otros, hace imposible que esa crisis espiritual de la que se habla en los países primer mundistas, se presente. En consecuencia, la base de la modernidad que se persigue en las clases altas (la cultura) no está fincada en la realidad, ocasionando que aquella no se concrete.

Por su parte, el Laissez-faire deseado como apoyo, al presentarse en el aspecto económico exclusivamente, es insuficiente y deja en entredicho lo moderno. Los conflictos políticos que aparecen al transformarse la economía (del proteccionismo al libre mercado) y no la vida social y política, demuestran que lo buscado es beneficiar a unos cuantos “modernos”. La protección al sistema político antiguo es contradictorio con respecto al liberalismo económico que se implanta.

---

<sup>35</sup> Bell, Daniel, *op cit.* p. 39

Es cierto que cuando hablamos de una 'cultura clásica' pensamos inmediatamente en un conjunto de creencias, tradiciones, rituales y mandamientos largamente eslabonados, que en el curso de la historia han alcanzado cierta homogeneidad de estilo. Los cuales se encuentran presentes y no pueden ser borrados de la noche a la mañana. Menos aún cuando los favorecidos del cambio son unas cuantas familias. Inclusive ahora que el modernismo se ha agotado sin convencer totalmente al individuo afectado por él; individuo que presencia los intentos para descomponer su "yo", como un esfuerzo para borrar el ego individual y socializarlo a toda costa.

Un aspecto importante de la sociedad moderna, es la masificación; aunque en nuestro caso no ha seguido a la industrialización y urbanización. Negando de antemano con ello la idea de que "en las sociedades técnicamente retardadas - o, más generalmente, en los grandes espacios que tienen una reducida densidad de población- la falta de masificación aparece ya como un obstáculo a la liquidación del subdesarrollo ulterior".<sup>36</sup> La sociedad mexicana es de masas, sufre amontonamiento, promiscuidad; pero esto ha sido el generador de una urbanización a medias. Una industrialización mal planeada que ha favorecido a tres zonas principalmente. En consecuencia, encontramos al Distrito Federal, Monterrey y Guadalajara con sus zonas conurbadas o Metropolitanas que son mayores con respecto a las mismas capitales. Mientras que algunos estados se encuentran semi-poblados o marginados (los casos de Baja California Sur y Chiapas, respectivamente). Un caso característico es el D. F. que se rodea por cinturones de miseria que cada día ponen en mayor riesgo la sobrevivencia, pues la población aumenta progresivamente. El centralismo de México ha ocasionado que este lugar sea el más poblado, contaminado y conflictivo, además de ser la ciudad más grande del mundo.

El movimiento modernista, por lo tanto, nos enfrenta a un enigma sociológico y descalifica los argumentos declarados por la clase dirigente. Justifica, al mismo tiempo, el rechazo de la opinión pública nacional. La razón de lo anterior es que este movimiento cultural, por naturaleza ha persistido durante más de un siglo y cuarto, llevando a cabo renovados y sostenidos ataques contra la estructura social. Asimismo,

---

<sup>36</sup> Cohen-Séat, Gilbert -Fougeyrollas, Pierre. *La influencia del cine y la tv*, p. 141



representa el obstinado esfuerzo de un estilo y una sensibilidad por permanecer en el frente de una 'conciencia en avance' o vanguardia. Es un cambio total que no admite medias tintas, no se puede tener una economía moderna con sistemas políticos y sociales anacrónicos.

Es así como, al desarrollarse toda ciudad industrial causa "la desaparición de las antiguas comunidades, ha tendido a hacer desaparecer, por eso mismo, los nexos comunitarios que existían entre los individuos. El estado-masa tiende ahora a integrar esos individuos a una comunidad indivisible, planetaria y uniforme de la que casi nunca tiene conciencia".<sup>37</sup>

El Modernismo, clásico, llegó a la conclusión que la cultura enfrentaba un serio problema cristalizado en las obras de arte, era al aburguesamiento creciente del arte; que tiene como resultado el llevar a la industrialización y mercantilización de toda obra artística. Dicho de otra forma, determinar los valores de las obras de acuerdo a la demanda del público receptor, un liberalismo artístico; *dejar hacer, dejar pasar* cuanta pintura, escultura, obra musical o literatura sean producidas. Dando por terminado el romanticismo imperante de los artistas quienes creían que el único objetivo del arte es sublimar los sentidos de sus seguidores.

El liberalismo artístico, político, económico, favorece, por convenirle a las clases dirigentes, la masificación de la sociedad y de la cultura pues tiene como punta de lanza a los medios de comunicación, llamados *mass media*. Tal como se menciona en el siguiente apartado.

---

<sup>37</sup> *ibid*, p. 100.

## CAPÍTULO SEGUNDO

### LA SOCIEDAD DE MASAS

#### 2.1 APARICIÓN DE LA MASA

##### 2.1.1 CONCEPTO DE MASA

Las primeras nociones acerca del concepto masa se encuentran en la edad media. Es dentro de la sociedad feudal, cuando se consideró que un Estado era integrado por minorías (llamadas élites) y masas. Estas últimas se consideraban una amenaza para esas minorías económicas, culturales o sociales. La masa era considerada por Tocqueville<sup>38</sup> como una horda salvaje que amenazaba la tranquilidad de las clases dominantes, erosionaba la sociedad y degradaba la Cultura, él creía que su ignorancia hacía que sacrificara la libertad por la igualdad.

La masa es el conjunto de personas de bajos recursos, personas no especializadas. Se considera una horda atenta y lista para aprovechar el momento propicio que les facilite irrumpir en la alta esfera de la sociedad. Aclaremos que como Sociedad se consideraba a los integrantes de esas minorías educadas en colegios de prestigio pertenecientes a las familias de "abolengo". Ellos constituían la sociedad, las clases bajas eran los salvajes ignorantes e incapaces de generar riqueza para ellos mismos; ya que los primeros pensadores consideraban que los obreros y campesinos eran pobres no por la explotación de la que eran objeto, sino de su incapacidad intelectual y a que eran bastante flojos.

La masa o muchedumbre, además se caracterizaba por ser totalmente pasiva y dócil gracias al apoyo de la Iglesia como pacificador y a los mismos alcances que se le concedían las minorías o hacia donde los dirigían. En las primeras épocas de la masificación se decía que era "el hombre no-hombre, o sea, el hombre colocado en una situación de relación con los otros hombres que le impide actuar como hombre. Una de las funciones humanas es la creación y el goce de la obra de arte. El *hombre masa...* es

---

<sup>38</sup> Tocqueville, Alexis. *La cultura en América*, FCE, México, 1971

una construcción técnica, un extremo hacia el que ya se tiende, pero al que no se llegará nunca.”<sup>39</sup>

Como distinguir a la masa dentro de un conjunto social si ya no hay, aparentemente, distinción de clases debido a la homogeneización de la cultura, si ya no es suficiente la escasa o nula preparación. Ortega y Gasset consideraba que “masa es todo aquel individuo que no se valore a sí mismo -en bien o mal- por razones especiales, sino que se siente como “todo el mundo” y, sin embargo, no se angustia, se siente a sabor al sentirse idéntico a los demás”.<sup>40</sup>

Por lo tanto, se viven condiciones diferentes, la sociedad antigua inicia un periodo de cambios importantes para el conjunto. A causa de la misma masa, que en sentido riguroso “designa el modo como las clases populares viven las nuevas condiciones de existencia, tanto en lo que ellas tienen opresión como en lo que las nuevas relaciones contienen de demanda y aspiración de democratización social”<sup>41</sup>

### 2.1.2 SURGIMIENTO DE LA MASA

La aparición de las muchedumbres o, mejor dicho, la integración de las masas a la “Sociedad” antigua, se dio a raíz de la industrialización incipiente. Cuando aparecieron las primeras máquinas, dando inicio a lo que sería una transformación de gran trascendencia para la humanidad, cuando surge la burguesía que trata de acotar el poder de la aristocracia, aparece la masa como base de ese despertar burgués. Los primeros industriales tenían como plataforma el liberalismo económico, *Laissez-faire* significaba más productos y por lo tanto más mercado. Es así como ante la necesidad de vender toda mercancía excedente, los industriales enfrentan la necesidad de unir a la masa a su órbita como compradores potenciales.

---

<sup>39</sup> Bell, Daniel et al, *op cit*, p. 67.

<sup>40</sup> Ortega y Gasset, José, *op cit*, p. 40

<sup>41</sup> Martín Barbero, Jesús. *De los medios a las mediaciones*, p. 135.

Este impulso comercial, “fue acompañado por una difusión de la nueva cultura dentro y más allá de las ciudades. Para lograrlo se presenta un nuevo tipo de revolución, encarnada por la invención de la imprenta hacia fines del siglo XV, consecuentemente, trajo la posibilidad de atravesar las barreras de familia, comunidad y estado para unificar segmentos mucho más vastos de la sociedad en un público ilustrado”.<sup>42</sup>

### 2.1.3 PSICOLOGÍA DE LAS MASAS

A primera vista, el ingreso de la masa a un entorno anteriormente vedado en forma terminante, le trajo consecuencias benéficas. Sin embargo, podemos decir que con esa circunstancia ha hipotecado la mayor parte de esos mismos beneficios que tenía. Debido que las nuevas necesidades implicadas en la masificación de todo, de los conocimientos principalmente, le proporcionan gran cantidad de información. Pero a la vez, “la acción de la nueva información le ha hecho perder sus antiguos medios de control intelectual, a beneficio de comunicaciones afectivas, dejándolos casi desarmados frente a nuevas fuerzas sociales de estructuración”.<sup>43</sup>

No obstante, ese aspecto permite que la masa se muestre en ocasiones agresiva hacia las élites. Cuentan con una capacidad mayor en su estructura conceptual. “Pero esa capacidad no le sirve de nada, en rigor, la vaga sensación de poseerla le sirve sólo para Ocerrarse más en sí y no usarlo”.<sup>44</sup> El hombre masa enfrenta y sobrevive ante la igualación de sus congéneres. Masa es todo aquel que, al mismo tiempo, es igual y diferente a sus vecinos, compañeros de trabajo o de “club deportivo”.

La estandarización o uniformidad de los gustos, hábitos y costumbres, característica de una sociedad masificada, contrariamente a lo que se piensa no se manifiesta esencialmente entre los individuos más cercanos entre sí y en contacto los unos con los otros. Se establece entre millones de individuos que se desconocen y que sin embargo, están sometidos al mismo poder estructurador.

---

<sup>42</sup> Birnbaum, Norman. *op cit*, p. 121.

<sup>43</sup> Cohen-Seat, Gilbert, *op cit* p. 73.

<sup>44</sup> Ortega y Gasset, José, *op cit*, p. 77.

Del temor que despertaba a los pensadores del siglo XIX, la muchedumbre ha adquirido en la presente centuria una pasividad asombrosa en ciertas ocasiones. Es verdad que en los albores del siglo XVIII, en plena decadencia de la Monarquía, la masa de comportaba como verdaderos desquiciados. Pero tomemos en cuenta que esa misma agrupación salvaje fue el factor definitivo en la consolidación de la burguesía. La irrupción de las hordas a la esfera social, se realiza con base en nuevas necesidades, o mejor dicho, a circunstancias distintas. Inclusive, los cambios aparecen intelectualmente. Técnicas nuevas que estudian la psique humana manifiestan las causas: la masa se rige por la liberación de los instintos, sin riesgo a ser considerado delincuente.

Al encontrarse inmerso en un grupo en el cual todos reaccionan de forma semejante, la distinción es imposible. De igual forma, “añaden un valor absurdamente alto al genio personal, al carisma del ejecutante, pero exigen al mismo tiempo una secreta revancha: ha de estar en el juego -su juego- y debe distorsionar su personalidad para adaptarse a sus gustos”.<sup>45</sup>

## **2.2 LA SOCIEDAD DE MASAS**

### **2.2.1 CARACTERÍSTICAS**

Una vez que la población semi-instruida, inculta, ignorante; salvaje, es asimilada en la sociedad. Cuando es víctima de fines diferentes a la guerra, se desarrolla una estandarización de la Cultura y las diferencias son matizadas por el “bien” común para lograr una sola agrupación. La masificación le añade algo a la sociedad: Es notorio que la mayor parte de las aportaciones son en lo económico, la expansión de los mercados ocasiona que la misma industria crezca.

En este sentido, “la sociedad de masas crea mayor diversidad y variedad y un hombre agudizado de experiencias, a medida que más y más aspectos del mundo entran en la

---

<sup>45</sup> Bell, Daniel et al, *op cit.* p. 83.

visión de los hombres y las mujeres comunes”.<sup>46</sup> Se puede hablar del advenimiento de una nueva sociedad, con otras características, con otros horizontes y con un sinfín de posibilidades.

El acceso de la muchedumbre en una sociedad, ocasiona que dentro de esta misma masa, aparezcan más y más minorías. La contradicción inmediatamente se torna en problemas sociales. ¿Cómo es posible que al masificarse los productos, actitudes, deseos, como un solo ente; dirigido a esas grandes cantidades de gente, se creen a su vez infinidad de grupos? Una sociedad caracterizada por infinidad de individuos, quienes, en teoría, cuentan con anhelos distintos y características de su entorno familiar o comunitario; crea mayores diferencias y variedades y una aguda sed de experiencias a medida que un número cada vez más grande de aspectos del mundo -geográficas, políticas, culturales- se ponen al alcance.

En cierta forma, contrariamente a lo que se percibe a simple vista, una sociedad de masas, no es en sí un ente eterno y determinado de antemano, tampoco es la eliminación de variables lógicas -tantas como sea posible- que podemos encontrar en un conglomerado de individuos, cultos o no. Como lo expone Eco: “La sociedad de masas es tan rica en determinaciones y posibilidades, que se establece en ella un juego de mediaciones o rebotes entre cultura de descubrimientos, cultura de estricto consumo y cultura de divulgación y mediación, difícilmente reducible a las definiciones”.<sup>47</sup>

De acuerdo a la mayoría de las teorías nos referimos a la relación existente entre los individuos y el orden social que los circunda. Se supone que esos individuos están aislados psicológicamente frente a sus contrapartes. En sus relaciones con los otros prevalece la impersonalidad y están relativamente libres de las exigencias planteadas por cualquier obligación social o informal que se relacione con él.

Se establece que ha surgido una vasta masa de individuos segregados y aislados que son

---

<sup>46</sup> Bell, Daniel, *op cit.*, p. 103.

<sup>47</sup> Eco, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*, p. 101.

interdependientes en varios tipos de formas especializadas, pero que carecen de todo valor o propósito central que los unifique “han creado sociedades compuestas por individuos que sólo poseen endebles lazos entre sí. En este sentido, la palabra *masa* sugiere algo más cercano a una suma que a un grupo social fuertemente unido”<sup>48</sup>

Así, la suma de esta gente genera varias especializaciones. Como ya se mencionó, la necesidad de gustar a todos, de englobar el mayor número de gente, ocasiona la aparición de grupos, asociaciones, clubes, logias, bandas; dando lugar a lo que De Fleur ha estudiado varios años las sub-culturas. Estas si dan forma al conglomerado llamado Sociedad de Masas, en la que varias o la mayor parte de las instituciones principales están organizadas para tratar con las personas como totalidad y donde la similitud entre las actitudes y la conducta de los individuos tienden a considerarse más importantes que sus diferencias.

### **2.2.2 ESTRATIFICACIÓN DE LA SOCIEDAD DE MASAS**

De acuerdo a la historia, hemos presenciado la existencia de Tiranías, Monarquías, Repúblicas (para analizar algunas variantes) independientes una u otra. En esas sociedades podemos ver 2 partes significativas: Élites y Masas. En la Monarquía tenemos al rey, este se encuentra rodeado y apoyado por un grupo relativamente pequeño: la nobleza. Por su parte, en la república tenemos al Presidente, secretarios de gobierno, la clase política y los profesionistas relacionados. La élite dirigente es por lo general la misma en ambos: es poseedora de los mayores bienes materiales (empezando por el Gobierno), los mayores beneficios y, por consiguiente, su cultura característica definida como Alta Cultura, Cultura Formal o seria, como ya lo dijimos.

Por eso la Alta Cultura se reconoce a sí misma como la única poseedora de la verdad y se considera capaz de saber qué necesita en realidad la sociedad. Para poder mantener lo anterior, se ha creado condiciones propicias; así: “Para las élites están las grandes escuelas... (que) brindan una educación más especializada y técnica, y seleccionan más

---

<sup>48</sup> De Fleur, M. L.- Ball-Rockeach, S. J. *Teorías de la comunicación de masas*, p. 65.

explícita y exclusivamente según criterio de mérito intelectual que las demás instituciones”<sup>49</sup>

El abolengo tan demandado por la clase alta, llámese como se quiera, da pauta para la reproducción de las condiciones imperantes. Es aquí cuando la “Educación” adquiere una verdadera importancia. Puesto que las diferencias educacionales corresponden a todas las diferencias sociales, la educación constituye el modo de acceso a posiciones superiores. Las familias “de bien” acaparan todo; ya que toda posibilidad de aprovechar las oportunidades educacionales dentro de un estrato superior, depende en gran medida de los antecedentes familiares.

Toda élite, a pesar de mantenerse a la vanguardia, no puede proveerse ella misma de su cultura, para ello, necesita dividirse en dirigentes e Intelectuales. Esta última la élite cultural es creadora de los productos consumidos por su contraparte. Por lo tanto, goza de beneficios palpables. En algunos periodos se conocían como científicos, sabedores de las tendencias y delimitadores del “buen gusto” de su clase; recuérdese para este caso la etapa porfirista en nuestro país a principios del siglo XX. En sus inicios, los intelectuales se conformaban con las prebendas que recibían de los poderosos.

Sin embargo, conforme la sociedad evoluciona, la misma existencia del intelectual y su función fue perfeccionándose. Al principio él se limitaba a producir artículos de consumo de la élite, como eran: la literatura, música, teatro. Al masificarse las sociedades, el intelectual se transforma. A raíz de la introducción de la Ciencia propiamente a “su” Cultura, ésta empezó a fraccionarse, estableció una distribución del trabajo intelectual, de consecuencias mucho más divisionistas que las existentes.

El fraccionamiento generó nuevas expectativas para un sector intelectual. Pues si la sociedad nueva se caracterizó por estar basada en la ciencia, el intelectual se consideró como portador de ella misma. Con esto, se facilita la exigencia de este sector a acceder a ciertos puestos de dirección. Ya no se conformó con ser simples productores de cultura

---

<sup>49</sup> Birnbaum, Norman, *op. cit.*, p. 17.



(primero) o asesores de los poderosos (después). Pues si el intelectual rige la Cultura de la Sociedad, es justo que también pueda regir a la sociedad en conjunto. Como portador de ciencia, “lo único que se deduce es la legitimidad de los intelectuales a aspirar a un papel de dirección. Dicha aspiración es fuente imperativa, ya que se basa en mecanismos más generales de legitimación de la sociedad”<sup>50</sup>

De esta forma la élite se enfrenta a una disyuntiva: dar cabida al intelectual de la cultura o humanista dentro de los puestos directivos o afrontar las críticas de ese mismo intelectual resentido. Es cuando dentro de aquella élite surgen las disidencias, dando vida a la Izquierda. El intelectual como mero generador de actividad testimonial, quien califica la labor de su igual dentro del poder como desposeído de valores, evidentemente, pre-científica, alejada de lo posible y deseable para el grupo.

Destaca un aspecto dentro de las relaciones de la Élite: el estar dentro del Estado genera poder para el intelectual. Pero, a diferencia de esto, encontrarse fuera y mantener una actitud crítica hacia el mismo poder y el Estado, genera una dosis de prestigio ante el resto de la Sociedad. Estos dos aspectos se encuentran para bien de aquella, en constante enfrentamiento y roce. Claro, esta es la idea romántica. Y en este punto retomemos lo que dijo Thomas Paine: “Nuestras necesidades crearon la sociedad y nuestra maldad el Estado”.

Bajo las élites y como último, encontramos a la masa. Un conglomerado, como ya lo vimos, carente de los medios necesarios para cambiar de status. Es privada de la posibilidad de acceder a la cultura, deben atender los patrones que le son impuestos como parte de su cultura. Siendo al final despojada de la capacidad de decidir lo que puede producir o generar. La educación clasista, obstruye de hecho la promoción (posible) del hombre-masa. La imposibilidad de pagarse una educación “*de excelencia*” crea un coto al entendimiento, por parte de la masa de “toda una serie de “juegos de palabras”, todo un conjunto léxico que sirviera para hablar de algo denominado “arte”

---

<sup>50</sup> Rositi, Franco. *Historia y Teoría de la Cultura de Masas*, p. 247.

mediante el cual se mostrarán de status objetivamente superior los elementos característicos de la vida aristocrática”<sup>51</sup>

Aunque el respeto que se le confiere a la Alta Cultura o Arte, sea en verdad irracional, se le asigna un valor que permite entrar a una forma de vida que es el equivalente a ocuparse de algo elevado o superior. En realidad esto no es rigurosamente la realidad, pero la ideología imperante pretende que si lo sea. Siendo, en consecuencia, aceptado. En contraparte, tendremos siempre a la masa aislada, consumiendo productos que le son provistos por la élite, incapaz de generar ideas o movimientos propios. Puesto que la subcultura popular estaría caracterizada fundamentalmente por el bajísimo y escaso nivel de conceptualización de su realidad; por tanto, es incapaz de generar intelectuales que puedan dotar de objetivación y formalización a las evidencias culturales de su sociedad para poder aspirar algún día a mejores condiciones.

Estamos en una sociedad de masas, pero no de una sociedad de las masas. Ya que si bien la primera es protagonista, sigue siendo manipulada y llevada hacia donde las elites culturales quieren que vayan. Puesto que sobre todas las cosas, la sociedad de masas está estratificada en dominantes y dominadas. Además, que la masa es “lo que no actúa, por sí sola, tal es su misión. Ha venido al mundo para ser dirigida, influida, representada, organizada -hasta para dejar de ser masa, por lo menos, aspirar a ello-... necesita referir a su vida a la instancia superior, constituida por las minorías excelentes”<sup>52</sup>

## **2.3 CULTURA DE MASAS**

### **2.3.1 APARICIÓN DE LA CULTURA DE MASAS**

A partir del triunfo de la revolución francesa se permite (o no se puede evitar) la irrupción de la masa como protagonista en una nueva sociedad. Es el momento del rescate de los beneficios a los cuales tienen derecho y de la fase contestataria de esa gente ignorada, explotada y sojuzgada. Ante la necesidad de encontrar las respuestas a

---

<sup>51</sup> Taylor Roger L, *El Arte, enemigo del pueblo*, p. 44.

<sup>52</sup> Ortega y Gasset, *op cit*, p. 107.

todo lo ocurrido en el nuevo entorno y de conceptualizar los hechos que se presentan ante los grandes teóricos, es cuando el concepto “Cultura de Masas” hace su aparición en los trabajos de los círculos intelectuales. Con esto, se tiene en apariencia la respuesta a esos grandes acontecimientos. La conclusión hasta ese momento es que ahora la clase baja tiene aparentemente su propia cultura, su propia forma de ver la vida, de divertirse y entenderse con mayor facilidad y mayor cantidad de referentes comunes.

Las *minorías excelentes* de las que habló Ortega y Gasset, en contrapartida, se han reservado las manifestaciones culturales formales para evitar que sea contaminada pues como lo analizamos anteriormente, la cultura propia de las clases ignorantes es una deformación de lo “sublime”. Es aquí donde el apartado de la Alta Cultura adquiere mayor importancia pues estaba reservada para las élites. A partir de este momento esa cultura formal se aleja aún más. El resultado final de aquello es olvidar, dejar de lado las verdades restantes (también válidas) de la masa y las cuales representan un viento de renovación constante para las nuevas representaciones formales.

En los años del clasicismo, la cultura era predominantemente escrita; es decir, basada en la literatura. Lo común era transmitir aspectos culturales mediante libros, obras de teatro. Todavía en la actualidad, según algunos escritores, la educación y propiamente la cultura se transmite en primer instancia mediante la palabra escrita. Por el contrario, una de las características básicas de la cultura de masas es su sentido visual; de ahí la importancia que ha adquirido el cine y la televisión.

La primera consecuencia, es la aparición de un sinnúmero de revistas ilustradas, podemos encontrar libros con fotografías llamativas en extremo. En opinión de los críticos, ésta última es sólo una imitación, una parodia de la “Cultura Superior” y está hecha para y por el mercado. A diferencia de la formal, la cultura de masas depende siempre de las exigencias de la gente. Los gustos aparentes y los deseos fantásticos. Encontrando una característica útil para ese grupo: “la masa es una matriz de lo que actualmente surge, como vuelto a nacer todo comportamiento consabido frente a las obras artísticas”.<sup>53</sup>

---

<sup>53</sup> Curran, James et al. *Sociedad y comunicación de masas*, p. 455.

Dentro de lo propio de la cultura de masas o “Masscult” como lo llamó Dwight MacDonald, es su fácil manufacturación y sus grandes cantidades. Pero, de igual forma, “es una fuerza dinámica, revolucionaria, que rompe las antiguas barreras de clase, de tradición y de gusto, y destruye cualquier distinción cultural”.<sup>54</sup> En apariencia, los inicios de la cultura de masas logra realizar varios cambios en la esfera cultural, la élite se reserva las más “grandes manifestaciones del hombre” y se pretende afirmar que a esa élite no le importa las expresiones de la masa. Sin embargo, la cultura de masas constantemente está siendo criticada por los artistas, las obras o las reacciones de la “plebe”. Con un sentido más propio a las masas que al mismo grupo social que representa en apariencia y al cual le debe su encumbramiento o fama.

Formalmente, la cultura de masas se refiere a toda una serie de actividades y objetos, tales como los entretenimientos, los espectáculos, la música, los libros, las películas y siempre se distingue por dos características fundamentales: amplia popularidad entre la gente y un especial atractivo para las clases trabajadoras en las sociedades industriales y la producción y difusión masivas de cada uno de sus productos

Producción y difusión en una sociedad de masas, significa que, contrariamente a la Cultura Superior, las masas prefieren o, mejor dicho, facilitan la expansión del mercado. La producción de los bienes culturales para la masa, en ocasiones muestran dirigirse hacia un común denominador en cuanto al campo de los entretenimientos. Contribuyendo a que las modas surjan y desaparezcan con una facilidad sorprendente y en tiempos mínimos. La idea o fin primordial es producir en escalas mayores. Con esto, apreciamos que “la cantidad se ha convertido en calidad: el crecimiento masivo del número de participantes ha modificado la índole de su participación.”<sup>55</sup>

Considerada como una falsificación de la Alta, la cultura de masas se encuentra con un desprecio total por parte de los intelectuales. A decir de éstos, la estandarización es

---

<sup>54</sup> Bell, Daniel, et al, *op cit*, p. 68

<sup>55</sup> Curran, James *op cit*, p. 455.

buscada para facilitar el consumo por las personas con poca instrucción. Además, a decir de los mismos críticos, en ella se sabe de antemano lo que va a suceder. Cuenta, no obstante lo anterior, con aspectos más sutiles, a los que se podrían llamar reacciones controladas. Por eso incluye las reacciones del espectador dentro de la misma obra, en lugar de obligarlo a encontrar las respuestas por sí mismo.

Con todo, cultura de masas presupone, por parte de quienes controlan el mercado cultural, capacidad material para tratar vastos públicos como compuestos por consumidores de cultura, incapaces de organizarse por sí solos según sus propios intereses.

A pesar de la denostación que se hace contra la cultura de masas por parte de los “pensadores sociales”, el abandono aparente por parte de los hacedores de cultura y de las élites, la cultura de masas tiene lugar en el momento histórico en que las masas entran como protagonistas en la vida social y participan en las cuestiones públicas. Pero paradójicamente, su modo de divertirse, de pensar, de imaginar, no nace de abajo, todo ello viene propuesto en forma de mensajes formulados según el código de la clase hegemónica.

Al final, quiere decir que las masas siempre son de hecho privadas de la posibilidad de acceder a la Alta Cultura por su incapacidad para entender esas manifestaciones. Al final son despojadas de la capacidad de decidir la cultura que desean consumir. Aclaremos además que la incapacidad de la cual se habla, no es otra que la falta de una educación que enfatice toda manifestación artística, al no permitirle a los pobres el acceso desde temprana edad al arte, es obvio que al ser adultos ló van a rechazar por lo general.

### **2.3.2 LO POPULAR NO ES MASA**

Una constante en el estudio sociológico, es el error presente durante muchos años y que no todos los *expertos* han detectado con relación a lo masivo. En un principio se consideró a la Cultura de Masas como la única manifestación de las clases desposeídas.

La identificación de la “Masscult” con la Cultura Popular es errónea. Como lo hemos visto, la Cultura de Masas se identifica con la producción estandarizada y masiva de bienes y/o satisfactores para la población con una sola idea: la igualación de los gustos. Además, es formulado por las clases altas por el bloque ya mencionado.

Por otro lado, en cierta forma la cultura de masas puede ser la continuación del arte popular, por tener el mismo origen, que es la clase baja. Pero tienen varias diferencias: “el arte popular crece desde abajo, como producto autóctono, salido del pueblo para satisfacer sus propias exigencias, aún cuando muchas veces padezca la influencia de la Cultura Superior. La Masscult la fabrican técnicos puestos al servicio de hombres de negocios”.

A diferencia de la Masscult -que basa su existencia en las modas, unas cortas otras largas, lo popular persiste gracias a manifestaciones ancestrales. Está más identificada con las tradiciones. De ahí que sufra de negaciones e intentos por socavarla. En realidad, muchas de las manifestaciones de la masa, son tomadas de la Cultura Popular. La Masscult selecciona algún aspecto interesante (según ellos) y lo extrae del grupo de origen. Con ello se otorga mayor énfasis a la comercialización, difusión y reiteración de los aspectos, relacionándolos con el mayor número de gente y aparentando que es lo “nuevo”.

Debemos mencionar el principio de la elaboración, lo popular por ser producto del artesano, es “tradicional pero no histórico, atado al pasado pero libre de fechas, el objeto artesanal nos enseña a desconfiar de los espejismos de la historia y las ilusiones del futuro. A través de repeticiones que son asimismo imperceptibles pero reales variaciones, sus obras persisten. Así sobreviven al objeto *up to date*”<sup>56</sup> caracterizado por el producto industrial clásico en la cultura de masas.

La ventaja de lo popular, es su originalidad, “(pues) residiría esencialmente en su autonomía, en la ausencia de contaminación y de comercio (a gran escala) con la cultura

---

<sup>56</sup> Paz, Octavio. *Inmediaciones*, p. 17.

oficial, hegemónica”.<sup>57</sup> Entonces, tenemos que a pesar de su autonomía, en la actualidad, nada puede permanecer realmente aislado. Así, la Masscult toma una manifestación popular -entiéndase por esto los productores culturales- y la convierte en “masa”. Dejando que el resto permanezca en el pasado. El salvar lo popular de la masificación, ocasiona que lo “rescatado acaba siendo una cultura que no puede mirar hacia el pasado, cultura-patrimonio, folklore de archivo o de museo en los que conservar la pureza original de un pueblo-niño, primitivo”<sup>58</sup>

Justo por sus connotaciones del pasado, lo popular es permanentemente marginado; lo antiguo es malo, aburrido. Con la llegada de la “Modernidad”, para usos románticos, popular encuentra sus raíces en lo que se denomina *Folk* (palabra alemana que dio origen al término folklore) y capta ante todo, un movimiento de separación y coexistencia entre dos “mundos” culturales: el rural, configurado por la oralidad, las creencias y el arte ingenuo, y el urbano, configurado por la escritura, la sectarización y el arte refinado; es decir, nombra la dimensión del tiempo de la cultura, la relación en el orden de *las prácticas* entre tradición y modernidad, su posición y a veces su mezcla.

Lo cual, puede significar que folk es ante todo una presencia acosante, a la vez que ambigua, de la tradición en la modernidad pregonada, que se basa en la masificación de productos. Por consiguiente, la intención es convertir en masa la cultura popular. La finalidad es transformar las condiciones prevalecientes en un grupo social y obtener con ello, su ingreso a la era del mercado. Cuando las clases bajas sufren una existencia con esas nuevas condiciones, “en ese momento, en que la cultura popular tiende a convertirse en cultura *de clase*, será esa misma cultura la minada desde dentro y transformada en cultura *de masa*”.<sup>59</sup>

Después de todo, analizando las condiciones que predominan en cada una de las manifestaciones culturales (popular y de masa), podemos decir que sólo unos pocos pensadores han sabido diferenciar cada una de ellas. Las causas principales son: la

---

<sup>57</sup> Martín Barbero, Jesús, *op cit.*, p. 20.

<sup>58</sup> *Idem.*

<sup>59</sup> *Idem.*

preferencia de la Masscult en cuanto el deseo de englobar a todas las actividades culturales y todos los integrantes de la sociedad encontrando otra contradicción inherente a todo lo dicho hasta ahora; el considerar masa y pueblo como lo mismo. Otorgarle características y deseos iguales donde no se tiene posibilidad de hallarles. De hecho, “el *folk* es... o podría ser... una expresión del *pueblo*, similar al arte popular, cuando en efecto,... es una expresión de las *masas*, que es algo muy diferente”.<sup>60</sup>

El inicio de la cultura de masa lo encontramos en todo género tradicional, el pueblo es generador de una vasta gama de condicionantes; aunque, al final como ya lo vimos, lo popular termina perdiendo en ese enfrentamiento. Pues la Masscult “se constituye *activando y deformando* al mismo tiempo señas de identidad de la vieja cultura popular, e integrando al mercado las nuevas demandas de las masas... Lo masivo se ha gestado desde lo popular”.<sup>61</sup>

Contrariamente a lo pregonado por los productores o los críticos de la masa, la masificación conlleva mayores desventajas para el mismo mercado, desmintiendo, de paso, las aseveraciones de las industrias de la cultura: “la masa, superadas las diferencias de clase, es ya la protagonista de la historia y por tanto su cultura, la cultura producida por ella y por ella consumida es un hecho positivo”.<sup>62</sup>

Pero si positiva es la producción en serie y a gran escala, realmente no son positivos los resultados de esa igualación supuesta de la sociedad. Esa igualación es ficticia porque la cultura de masas “tiende a la impersonalidad. Está sometido (el diseño industrial) a la tiranía de la función y su belleza radica en esa sumisión”.<sup>63</sup> El objetivo de las industrias culturales es mantener estándares de producción que permitan la igualación de la sociedad y, a pesar de todo, “en lugar de homogeneizar las expresiones, aísla y divide estratifica a la cultura, haciendo una verdadera estratificación entre cultos y masas”.<sup>64</sup>

---

<sup>60</sup> Bell, Daniel, *op cit.* p. 60.

<sup>61</sup> Martín Barbero, *op cit.* p. 135.

<sup>62</sup> Eco Umberto, *op cit.* p. 23.

<sup>63</sup> Paz, Octavio, *op cit.* p. 17.

<sup>64</sup> Martín Barbero, Jesús, *op cit.* p. 135.



Finalmente, para rescatar los valores de los productos populares como representación de ese sector confrontado a los productos masa y “Artísticos”, debemos acotar que la importancia de lo popular estriba en su pertenencia, puesto que “la artesanía ni siquiera es nacional; es local. Los artesanos nos defienden de la unificación de la técnica y de sus desiertos geométricos. al preservar las diferencias, preservan la fecundidad de la historia”.<sup>65</sup>

### 2.3.3 LAS INDUSTRIAS CULTURALES

Todo aspecto social en una comunidad, tiene un generador que permite adquirir una gran importancia. El generador de la Cultura de Masas son las Instituciones dedicadas a la producción de los beneficios relacionados con la cultura destinada a los mercados específicos. Estas, se denominan Industrias Culturales. El principal argumento de la Industria Cultural, es la superación de los estratos sociales.

El vivir en una sociedad común, donde el magnate observa, viste, come, siente; lo mismo que un obrero -aunque no sea más que una falacia; ocasiona que los productos sean, de hecho, una mentira. Lo sorprendente de todo es que los consumidores tengan plena conciencia de la manipulación de la cual son objeto. Los productos generados por esta industria, son caracterizados por una semejanza mínima, logrando con eso que a las grandes cantidades de consumidores se vean satisfechos en sus expectativas. O mejor dicho, sean confirmadas sus preferencias.

Los productos masificados, plena cultura de masas, son principalmente de fácil asimilación. Dentro de las grandes corporaciones, se tiene conciencia plena de la orientación y manufacturación de lo ofrecido al público. Esto tiene que ser forzosamente, en cierto sentido, igualador y con el objetivo de moldear a hombres de varios tipos y estratos sociales. Los cuales, al final de todo proceso se ven reproducidos de manera fiel y exacta en cada uno de los productos adquiridos.

---

<sup>65</sup> Paz, Octavio, *op cit*, p. 19.

Por supuesto, los generadores de toda mercancía cultural intentan de que lo anterior se asimile en una forma imperceptible por la gente. “Todos los agentes de este proceso, desde los productores hasta los clubes femeninos, se cuidan muy bien de que la reproducción de estas condiciones intelectuales no se matice o entienda de ninguna manera”<sup>66</sup>

La Cultura de Masas genera un lenguaje acorde a sus necesidades y condiciones, que incluye un vocabulario “técnico” y una sintaxis mínima. Además lo cuida sobremanera. Es así como su industria tiene un apremio constante por producir nuevas mercancías que contengan nuevos efectos. Éstos, cabe decirlo, deben conformarse partiendo del modelo antiguo. Es decir, cada producto a pesar de ser nuevo, tiene dentro de su estructura varios aspectos contenidos en el antiguo. Esta premisa es necesaria para satisfacer al gran mercado, como una regla que permite aumentar ese convencionalismo existente y protege al mismo tiempo el mercado en el momento en que un artículo presente algunos efectos aislados (no presentes en el artículo anterior) poniendo en peligro los moldes preestablecidos.

La Industria Cultural propugna y enaltece ante su público el imperativo hacia la distinción; exalta la idea de ser “diferente” al resto. Para eso presenta artículos, modas superfluas, que conllevan ese fin. Con esto, el consumidor tiene la idea de adquirir un producto de “distinción”, será diferente al resto; sin pensar, a su vez, en las miles de personas compradoras de lo mismo. Así, la distinción se convierte en realidad en uniformidad.

Una de las características de la Industria (lo que facilita el engaño) es disfrazar las clases sociales, pues tanto una “dama de sociedad” como una empleada de bajo nivel, gustan del mismo perfume. Gracias a la industria cultural, Giorgio Armani, Oscar de la Renta, Carolina Herrera, Benneton, etc. están al alcance del mundo entero. Claro que esto significa la posibilidad de adquirirlos, muy diferente a contar con los medios suficientes para hacerlo.

---

<sup>66</sup> Curram, James, *op. cit.* p. 399.

Con todo, “apreciamos que el individuo sólo es una idea. Pues la falsa individualidad es corriente. Desde la improvisación de Jazz hasta la estrella cinematográfica poseedora de un cabello rizado sobre un ojo para demostrar originalidad. Lo individual no es más que el poder de la colectividad de sellar tan firmemente el deleite accidental que sea aceptado como tal.”<sup>67</sup>

Con el poder de la Industria Cultural se logra de hecho, que las ideas preconcebidas no guarden la mínima relación con todos los valores reales e, incluso, con el sentido de los productos comercializados por ella misma. Todo muestra una tendencia hacia la uniformidad, no importando el resultado de esto último. Hasta ahora, los artículos, orientados hacia personas que no tienen un marco conceptual con el cual entender la complejidad de la vida cultural especializada, están obligados a contener “efectos ya confeccionados, a prescribir con el producto condiciones de utilización, con el mensaje las reacciones que este debe provocar.”<sup>68</sup>

El soporte de la Cultura de Masas, es la Industria Cultural, productora de artículos y mensajes comestibles y consumibles sin fatiga (palabras de Umberto Eco), contrariamente a lo establecido. Intensifica en forma rigurosa el empobrecimiento de la materia estética que en un futuro próximo la identidad mal disimulada de los productos de toda industria saldrá triunfalmente a la luz.

#### 2.3.4 ARTE Y MAL GUSTO

De acuerdo a los críticos de la Cultura de Masas, de la Industria Cultural; el arte verdadero o, mejor dicho, *el arte*, se encuentra en peligro. Para identificar lo que ellos llaman *arte superior*, *arte de vanguardia*, lo encuentran en verdaderas élites, grupos que consideran deben mantener esas expresiones artísticas aisladas del contacto de las masas. En realidad, este tipo de arte se mantiene orientado a un mercado restringido. Por

---

<sup>67</sup> Curram, James, et al, *op cit*, p. 421.

<sup>68</sup> Eco, Umberto, *op cit*, p. 88.

lo general las manifestaciones se producen por y para un segmento social identificado con la clase alta. La idea predominante establece que el arte está reservado para los potentados. Como lo vimos con anterioridad, las clases bajas son incapaces de comprender lo intrincado que es.

¿Qué es el arte?. “De acuerdo a la experiencia vivida en nuestra sociedad contemporánea, el arte es una forma de vida, un sistema conceptual que vivimos... De tal escenario surge un movimiento artístico y los efectos existencialistas de su marejada no van nunca más allá de los intereses de la clase dominante”.<sup>69</sup> Obteniendo con el paso del tiempo un significado nuevo, elevando parte de la vieja forma de vida y convirtiendo en objeto de respeto irracional. Se ha considerado, en forma errónea, al “hombre de cultura” a quien se mantiene en contacto permanente con todas aquéllas representaciones culturales.

Ante el dominio de los productos masa, se observa un embotamiento de los sentidos de los receptores de esas manifestaciones. Ante la necesidad de mejores y variados objetos culturales que la Industria Cultural –y, de paso, las clases media y alta- genera en su diario contacto con los mercados, los productores se ven en la necesidad de echar mano de cualquier aspecto que se genera en los estratos superiores para realizar ciertas adaptaciones a las mercancías y dirigirlas hacia un mercado más suave. Realizando con esto una especie de aniquilamiento del mismo arte.

Desde el inicio de la dominación de las grandes esferas políticas por parte de la burguesía, la apropiación del arte se acelera y su independencia característica se pierde por completo. Así, el producto pasa en realidad a segundo plano puesto que a partir de ese momento es el mismo medio en donde se genera la producción artística el que determina si es arte o no lo es. Es de esta forma que variados aspectos clásicos considerados artísticos, en sus orígenes tenía otra clasificación. Por tanto, “es el entorno social en que se absorbe cada caso, lo que le confiere el rango de arte al caso. Una vez aceptado o institucionalizado permanece como muestra artística porque ha sido decidido

---

<sup>69</sup> Taylor, Roger L, *op cit*, p. 47.

así oficialmente, debido a que constituye parte de las tradiciones de la categoría de arte”<sup>70</sup>

Las nociones propias para establecer una conceptualización del arte la encontramos en el siglo XV con la llegada de la burguesía a las esferas de la sociedad. A pesar de no contar con gran poder de decisión en las cuestiones políticas, es necesario citar que en el mismo período surge como una religión. Idea producto de algunos pintores relacionados con reyes o príncipes que en ciertos momentos desean la independencia. Lo malo es que “desde su nacimiento la religión del arte es una religión de la ganancia. Los burgueses se atropellan para organiza la explotación de ese mercado de obras del que se aprovecharán en primer lugar de los artistas y en segundo lugar los grandes de ese mundo”.<sup>71</sup>

La relación existente entre arte y lo demás (llámese Masscult, Midcult, o lo que sea), es tan cercana y tan estrecha, que en momento determinados, llega a existir una confusión. Por eso precisamente Humberto Eco establece: “el arte se integra de modo tan profundo en la vida cotidiana que su función primaria consiste en articular determinadas reacciones lúdicas, religiosas, eróticas y en estimularlas bien”.<sup>72</sup>

En otras palabras, el arte verdadero llega a formar parte de la persona que en verdad se cultiva. El arte se consume por los productos o las manifestaciones artísticas en sí. Por su parte, la Masscult o cultura del mal gusto o Kitsch, se caracteriza por enfocarse a estimular el sentimentalismo. Por regla general, El Kitsch hace gala de sus enfoques que tienden a despertar tristeza, la compasión, el amor, etcétera. Es decir, son productos tendientes a la provocación de efectos, no importando el producto. Supuestamente es el sentido inverso del arte, aunque otorga prioridad a los efectos causados y como no cuenta con artículos suficientes para considerarse otra cosa, “para poder justificar su acción estimulante de efectos, se recurre a despojos de otras experiencias y se vende como arte sin reservas... A veces, el Kitsch se halla en el mensaje, a veces en la

---

<sup>70</sup> *Idem.*

<sup>71</sup> Gimpel, Jean. *Contra el arte y los artistas*, p. 48.

<sup>72</sup> Eco, Umberto, *op cit*, p. 85.

intención del que lo recibe o lo que lo ofrece como producto distinto de aquello que realmente es”.<sup>73</sup>

No obstante, después de haber analizado las características de las distintas culturas (alta, media, baja), después de notar diferencia existente (de acuerdo a los teóricos) entre los estratos, de observar el desprecio hacia todo producto masa; aún queda algo que preserva la esperanza: la necesidad de los polos contrarios a una adecuación e interrelación entre ellos.

La Alta Cultura no existirá de no existir el Kitsch y viceversa porque “en el panorama de la cultura de masas, no se puede afirmar, sin embargo, que la secuencia de las mediaciones y de los préstamos sea de sentido único. No solamente el Kitsch toma prestados estilemas de una cultura de propuesta para incluirlos en sus propios frágiles contextos. Hoy es la cultura de Vanguardia la que reaccionando ante una situación masiva y agobiante de la cultura de masas, toma prestados del Kitsch sus propios estilemas”.<sup>74</sup>

Todo lo anterior, parte de las teorías europeas, considerando las características modernas de esas sociedades, ahora veamos como se aplican en un economía dependiente como la mexicana.

---

<sup>73</sup> *Ibid.* p. 132.

<sup>74</sup> *Ibid.* p. 156.

## **CAPÍTULO TERCERO**

### **LA CULTURA Y LOS MASS MEDIA EN MÉXICO**

#### **3.1 SURGIMIENTO DE LOS MASS MEDIA**

##### **3.1.1 LA PRENSA**

Si tomamos como base el tiempo que los medios de comunicación llegan a nuestro país y el grado de desarrollo que han logrado hasta ahora, podemos darnos cuenta que la fragilidad y dependencia de los mismos son asombrosas. La prensa es el único medio en el cual México fue el primer país en utilizarlo en América. En efecto, a raíz de la conquista de la México- Tenochtitlan en 1521 y la instauración de la Colonia se impone un nuevo sistema de escritura basado en la imprenta en 1539. Muy pocos años después a la conquista y que contribuyó a la dominación de las conciencias indígenas gracias a lo inalcanzable que resultó aprender a leer y escribir el español para los nativos

Por eso el uso que se le dio no fue del todo positivo. Los mensajes transmitidos por medio de textos impresos durante ese período fueron la mera copia de textos religiosos en su mayoría. Además, el nivel de analfabetismo en el país era casi total. Aunado a lo anterior ubicamos la prohibición que se impuso sobre la lectura de los textos doctrinarios.

Con lo anterior tenemos que la prensa como medio de comunicación no existía en forma, pues se orientaba a la impresión de volantes y folletines que informaban de hechos lejanos en tiempo. De hecho, el primer impreso informativo anunciaba los efectos de un terremoto ocurrido en Guatemala años atrás. Es hasta la época de la Reforma cuando encontramos un aumento de los impresos informativos.

El periodismo escrito inicia un crecimiento gracias a los esfuerzos de Guillermo Prieto, Francisco Zarco, entre otros, quienes buscan transmitir los ideales de su grupo los liberales. Aunque la etapa se caracteriza por la impresión de mayores tirajes, la llegada

de Porfirio Díaz al poder frena un poco el movimiento al principio por los estrictos controles sobre la sociedad, aunque al final provoca una expansión y surgimiento de muchos periódicos poco formales, todos contrarios a la Dictadura. La ventaja para las clases dirigentes es aún la población semi-ignorante que caracteriza a la sociedad mexicana. Ni la llegada del positivismo a nuestro país -importado por Gabino Barreda, en su momento discípulo de Augusto Comte- logra reducir el analfabetismo ni impulsar la creación de verdaderos medios impresos populares. Principalmente por que eran ideas modernas provenientes de hombres modernos (producto de la ilustración europea). Así, “en Hispanoamérica las ideas eran máscaras; los hombres y las clases que gesticulaban detrás de ellas eran herederos directos de la sociedad jerárquica española”<sup>75</sup>

A fines del Siglo XIX surge un periódico: El Imparcial, creado el 9 de noviembre de 1898 por Rafael Reyes Spindola para cubrir el hueco existente por la escasa presencia de algún medio impreso. Desde un principio es planeado como un diario enfocado a las masas. Se importa maquinaria y se proyecta como un Diario verdadero. A partir de entonces el medio periodístico ubica sus objetivos en el público. Para vender más ejemplares publican en secciones y noticias de interés y pretender llevarlo a todo el país. Pero los buenos propósitos se ven opacados por la cruel realidad: el mexicano de esos días se enfrenta a 2 problemas fundamentales:

1. No cuenta con dinero para comprarlo.
2. No sabía leer.

El Imparcial apoyado por el gobierno enfrenta la disyuntiva de ser popular y seguir publicando o ser simplemente un portavoz de élites gobernantes. Al vencer el tono mercantilista de toda actividad humana, el diario tiene que cerrar las puertas y dormir el sueño de los justos. Antes de su entierro dejó huella para los continuadores. Mostró que la idea de imprimir un diario para las masas sólo es viable con mayores apoyos, especialmente gubernamentales. La vida (metafóricamente) le alcanzó para hacer las primeras crónicas de la debacle porfirista y estimuló la fundación de más impresos combativos.

---

<sup>75</sup> Paz, Octavio, *op cit*, p. 47.



Precisamente por lo anterior, en 1917 surge El Universal, el primer diario para las masas que pudo consolidarse. Desde sus inicios cuenta con un proyecto determinado en su eslogan: "El gran diario de México". Se piensa llegar a todo el país. Se vive la última parte de la Revolución. Carranza y Obregón han derrotado a los Convencionalistas y se cuenta con una Constitución Política de avanzada. Los artículos 6º y 7º consagran el derecho a la Libertad de Opinión, de Imprenta, con lo cual se augura prosperidad. Posteriormente Carranza da paso a Obregón (obligado por la fuerza de las armas obregonistas en Tlaxcalantongo) y este último funda lo que hoy es la Secretaría de Educación, apoyado por José Vasconcelos como Secretario del ramo. Iniciando la marcha de la cruzada educativa nacional que busca mejorar la instrucción básica apoyados en el artículo 3º de la Constitución.

La realidad se impone nuevamente. El Universal con apuros económicos, no hay lectores en número suficiente. La gente no puede atender un medio que le es extraño. La lectura sigue siendo un objetivo muy lejano para la mayoría. El periodismo a gran escala es aún objetivo de largo plazo.

Paradójicamente, se presenta el "boom" del diarismo. Por doquier surgen periódicos en pos de lectores. Encontramos Excélsior, El Diario de México, medios que estaban encabezados por bandos definidos en pos de ascenso social o al menos para recuperar lo perdido en la revolución.<sup>76</sup> De los diarios más recientes y que permanecen hasta ahora, tenemos El Diario de México, EL Día, La Prensa y la Cadena García Valseca (hoy Organización Editorial Mexicana, propiedad de Mario Vázquez Raña, única con presencia en casi toda la República merced a las ediciones regionales) cuya cabeza es El Sol de México, edición capitalina. La década de los 70 nos trajo consigo la fundación de revistas importantes. Entre ellas Proceso (tras la expulsión de Julio Scherer García y su grupo de Excélsior), Vuelta, con Octavio Paz a la cabeza; Nexos, con Héctor Aguilar Camín. Revistas que apoyaron la labor de Siempre! Presencia de México, como grito de guerra, semanario de gran quehacer periodístico para esos días,

---

<sup>76</sup> Fernández Cristlieb, Fátima, Los Medios de Difusión Masiva en México, p. 162.

Otro diario de resonancia a fines de esa década llamado Unomásuno dio la pelea por analizar la realidad mexicana. Manuel Becerra Acosta, su director, impuso el diarismo característico de Scherer: irreverente para con la clase política. El éxito de Unomásuno de la primera etapa se vio opacado por los problemas financieros y la separación de una parte del grupo quienes fundaron un nuevo diario ya en la década de los 80: La Jornada, con Carlos Payán Verver y Miguel Ángel Granados Chapa, tribuna desde donde se combatió las formas clásicas de los periódicos tradicionales como Universal y Excélsior. Apoyados obviamente por un grupo de intelectuales ya consagrados dentro de las clases medias; facilitando la consagración dentro de públicos cada vez mayores y ávidos de escuchar un nuevo discurso.

Los diarios más recientes y de mayor resonancia en el ámbito nacional son. El Norte (Monterrey), Siglo XXI (Guadalajara), Reforma (filial de El Norte), La Crónica de Hoy (acusado de ser portavoz del ex-presidente Carlos Salinas de Gortari), México Hoy y el bebé del gremio: Milenio.

En cuanto a las revistas: en estos días se nos facilita obtener el ya Clásico Siempre!, Proceso, Nexos, Metrópolis, Quehacer Político (con su amarillismo inherente) y las nuevecitas: Letras Libres (cuyo antecesor fue Vuelta y que a la muerte de Octavio Paz se transformó en orientación y nombre) y Milenio (vinculada con el Grupo Vázquez Raña):

Una vez realizado el recuento de las publicaciones más representativas, digamos que históricamente no se considera un medio masivo en sentido estricto. La prensa en nuestro país se presenta como un instrumento para el diálogo de los poderosos (políticos y empresarios) con la clase intelectual del país.

Todo medio impreso, es considerado defensor de una posición que le proporciona ventajas económicas. La idea de la objetividad en cuanto al tratamiento de la información es mera utopía. Todos los periódicos diarios responden a un objetivo particular en primer instancia: el bienestar económico de la fuente de trabajo a través de

las subvenciones o apoyos mediante la publicidad presentada en sus páginas. Ni en sueños vivir de la venta de ejemplares.

Según algunos especialistas en la materia, el promedio de ejemplares impresos diariamente considerando el total de las empresas periodísticas ubicadas en la Ciudad de México no cubre el total de la posible audiencia. Los datos son ilustradores: dos millones de ejemplares en circulación aproximadamente. Para una población superior a los 8 millones de habitantes se antoja insuficiente. Si a lo anterior le agregamos la inexistencia del hábito de la lectura en el mexicano, tenemos las razones para buscar el beneplácito de los poderosos. En concreto ningún diario vive de las ventas al público.

Por otro lado, como no existe una costumbre al análisis crítico a los contenidos publicados por parte de la audiencia, tenemos la mayoría de las ocasiones, simples monólogos de los llamados “formadores de opinión”. La falacia de la “Opinión Pública” queda descubierta de inmediato ante una observación rigurosa. Pues al final esa misma Opinión Pública es algo demasiado ambiguo en el país y sus representantes se descubre como políticos, académicos o profesionistas que utilizan los espacios como meras trincheras con las cuales obtener privilegios o nuevas posiciones.

De igual forma, cada medio tiene delimitado su público a quien dirige los mensajes que a éste le gusta. Mencionemos dos ejemplos paradigmáticos: La Prensa, enfocado a las clases populares o con bajo nivel de instrucción. Presenta las primeras planas netamente amarillistas y/o afines al Gobierno en turno. En su última página siempre destaca la *nota roja* con un muerto por arma de fuego, punzo-cortante o atropellado; mientras más sangre o sesos fuera del cuerpo, mayores son las ventas.

Por su parte, La Jornada se dirige a los “intelectuales independientes” y a los estudiantes (universitarios en primer lugar). La forma en que se desarrollan las noticias destacan por su sobriedad. Es hasta ahora el diario progresista para las clases ilustradas y, al menos al parecer de los lectores, el más objetivo en el tratamiento de las notas.

A lo anterior debemos sumar los nexos que cada uno de los diarios tiene para su protección. Señalemos algunos más visibles:

- a) El Norte y Reforma, apoyados por la clase empresarial de Monterrey.
- b) El Día y Unomásuno, propiedad del Estado y que cubren el vacío dejado por El Nacional como vocero de la clase gobernante en turno.
- c) Excélsior, sociedad cooperativa todavía con inversiones gubernamentales.
- d) El Universal, tiene como sustento económico a un grupo de empresarios de la capital de la República y el aparente prestigio de su presidente Ortiz Healy.
- e) La Crónica de hoy. Empresarios y políticos pro salinistas (ambas franjas acusadas de ser prestanombres del ex mandatario) y algunos intelectuales salidos de La Jornada..
- f) La Jornada, en su mayor parte intelectuales, formados desde el movimiento estudiantil del 68 y personajes vinculados con la izquierda política, aunque también podemos encontrar representantes o miembros de los partidos políticos importantes. Además de los nombres de algunos personajes de la vida política del país.

Tenemos en medio de las minorías que se empeñan en presentarse como masivo. Pues tirar 130, 000 ejemplares diarios como mayor cifra podrá aparecer "super" sólo si se toma en cuenta que para el total de la población no representa nada. Menos aún si se pretende tener presencia en el ámbito nacional. La prensa debe ser masiva por convenir a sus intereses propios y a los grupos de poder.

El objetivo primordial de todos los medios impresos es llegar a un gran número de gente para asegurar publicidad y procurar posiciones políticas para los protectores pertenecientes a la clase política. Lo anterior aún a costa del compromiso que se tiene con el lector con relación a la objetividad mencionada al principio y la obligación de ser formadores de opinión. Resultando con lo anterior un medio caracterizado por los chantajes publicados con el nombre de noticias.

Por último, digamos algo a favor de la prensa: Desde hace una década se inició un camino nuevo para el periodismo con el objetivo de dignificar al periodista y aplicar los postulados de Francisco Zarco. El trayecto se antoja largo y al paso demasiado lento para la corrupción inherente de la educación de nuestro pueblo. A pesar de esto, el momento de cambio inicia con grandes promesas que están por concretarse.

### 3.1.2 EL CINE

La idea que dio vida al cine en nuestro mundo se encuentra en la necesidad del hombre por representar su realidad y guardar un registro de ella. La época moderna cuenta con innumerables técnicas, pero si regresamos algunos siglos, en la historia de la humanidad, encontramos un gran número de muestras de cómo el hombre se acercó al anhelado registro fiel. La pintura, la escultura, la arquitectura y el grabado son una gama de técnicas eficaces, el realismo posterior al renacimiento nos reservó bastantes ejemplares de la historia.

Al llegar la Revolución Industrial con la consecuente expansión de la técnica y la aplicación de la ciencia se dio un cambio a la vida de la población y el surgimiento de nuevas necesidades aceleraron la aparición de objetos útiles para el objetivo de perpetuar una época. El inicio del cine lo encontramos en 1640 con la "Linterna Mágica" creada por Kirchner en Roma, a mediados del siglo XIX, Ritter von Shampfer creó el "Estroboscopio" basado en imágenes plasmadas en un disco en movimiento, el cual sólo podía verse por una persona a través de una ranura. Aunque para esa época (alrededor de 1869) ya se contaba con un proceso de fotografía rústico: obra prodigiosa en ese entonces de Louis Daguerre: El daguerrotipo. La fotografía como proceso no contó con muchos adeptos en un inicio precisamente por la necesidad de permanecer inmóvil durante periodos de tiempo bastante extensos. No obstante, la creación permitió encontrar los principios básicos para el desarrollo posterior del cine.

El problema inicial para los inventores de aquella época era como captar objetos o personas en movimiento, es decir, la realidad tal cual. Se intentó de todo, desde cambiar

de posición en cada toma hasta utilizar varias cámaras sincronizadas para tomas progresivas; pasando por una máquina basada en el funcionamiento circular de un revólver. La forma de pensar de los habitantes de fines del siglo XIX, inició, a partir de estos eventos, una rápida transformación. Surge el ansia por algo nuevo. Las clases altas iniciaron el patrocinio de productores independientes, favoreciendo el giro hacia las mejoras en la técnica cinematográfica.

Para esos años algunos inventores ya con prestigio probado tenían un interés muy ligero por ello. Otros tenían una visión más corta con referencia a los alcances del nuevo invento y dejaron pasar el tiempo sin otorgarle mucha importancia. Ejemplo de lo mencionado: Thomas Alva Edison, quien siempre pensó en el cine incipiente como un simple complemento a su invento anterior llamado "Fonógrafo"; es decir, idear un instrumento que fuera lo mismo para el ojo como lo había sido el fonógrafo para el oído, actitudes que permitieron un avance somero a la cinematografía.

Por tanto William Kennedy Dickson y los hermanos Lumière fueron quienes lograron cristalizar el sueño de observar la reproducción de la vida casi con sus mismas características. El primero fue el más exitoso por su aplicación de la película de celuloide, apoyado por George Eastman con relación a las mejoras a las películas, materia prima para toda cinta, las dotó de mayor flexibilidad apoyando el uso de las cámaras silenciosas. A lo anterior se le dio el nombre de Kinetógrafo y posteriormente Kinetoscopio.

Fue hasta 1894 cuando se ideó las primeras salas de proyección especiales para la nueva actividad. Famosas son las reuniones de los hermanos Lumière para proyectar sus primeras cintas acerca de las labores sencillas de personas comunes (salida de obreros, bebé comiendo, entre otras) estamos en mayo de 1895. Hasta ese momento, el cine era simplemente algo novedoso y, precisamente por ello, atraía a la gente. Una vez pasada la novedad de tales acontecimientos, llegaron las omisiones. La población ya no se conformaba con lo simple y cotidiano. Además para algunos estratos sociales el cine no estaba al alcance del bolsillo del todo.

El sentido unificador que se le establece al cine fue apreciado desde sus primeros años. Rompe con los patrones culturales predeterminados en esa época. Las novelas formales en esos años estaban reservadas para la clase alta y, para los pobres, las novelas rosas más parecidos a los folletines o revistas de ínfima calidad, en contenidos y presentación. El cine como algo nuevo se considera un pasatiempo para todo público a pesar de no serlo en la realidad.

No obstante, cuando la necesidad de representar algo más que la simple vida y su proyección en película es el aspecto que lo convierte en un medio masivo. Aunque antes de masivo era popular por los tipos de contenido. Al dotar a la actividad cinematográfica de ficción y fantasía se le convierte en actividad artística, “se dirigía no a un grupo de inteligencias especialmente entrenadas, sino a todo el mundo, a cultos e incultos por igual; la apelación al mismo común denominador - y a los instintos y deseos comunes que yacen incluso en los más cultivados de nosotros- fue parte de la naturaleza misma del cinematógrafo”<sup>77</sup>

Dentro de los impulsores del género, podemos encontrar al precursor y maestro de muchos: Méliès. Los efectos visuales utilizados en sus películas sorprendieron en ese momento y a otros siguen sorprendiéndose por la capacidad e inventiva mostradas por él en esos años. Méliès fue quien permitió los cambios de escena y tiempo, que modificaron la visión en la producción de películas. Le siguió el norteamericano Edwin Porter, quien introdujo en sus cintas el primer héroe de la pantalla y quien caracterizó por vez primera a las cintas con un realismo asombroso.

Una vez llegado a este momento, inicia la etapa de “creación” artística propiamente dicha, acompañada por una época en donde se logra hacer realmente popular al cine. Sin embargo la proliferación y el cine masivo inician el despegue en 1907. Este año marca la consolidación de las salas de proyección cinematográficas a partir de las antiguas salas de teatro. Obviamente resultaba más fácil (y barato) realizar proyecciones que preparar

---

<sup>77</sup> Schickel, Richard, *Cine y cultura de masas*, p. 67.

cualquier representación dramática. Es famoso el primer nombre con el que se conoció a lo que hoy llamamos cines: Nickelodeon.

El cine masivo en sus inicios era interpretado literalmente. El concepto masa cobra importancia por las condiciones deplorables en las cuales se verificaban las funciones de cine (cortometrajes de 15 minutos en promedio): Salas oscuras, sin ventilación, sin normas de etiqueta ni lugares para reservar a la “gente bien” de la “plebe”. La clase media de aquel entonces era incipiente y no tenía su lugar asegurado por los problemas que implicaban una expansión industrial boyante en el mundo. Obviamente las clases medias procuraban acudir a lugares más adecuados a sus deseos: los Teatros u Ópera, lugares frecuentados por los burgueses de entonces.

Después de dos años de existencia, los cines rústicos de principios de siglo estaban en su apogeo y era necesario proveerlo de material gráfico. Para ello, se forman las compañías de cineastas. La primera fue la “Motion Pictures”. Encabezada en EE UU por Edison. A partir de ello, la expansión de la industria se ve favorecida por la participación de algunos personajes considerados como genios, entre estos últimos: Griffith y Chaplin.

Debemos decir que el cine se desarrolla como una industria netamente popular debido a que los temas presentados en sus inicios son típicos del hombre de escasos recursos. Cuestión que le permitirá competir exitosamente con la cantidad, teatros y la misma iglesia en cuanto a concurrencia. Se trataba de retratar y presentar la realidad dolorosa. No obstante, lo mencionado acarrió el desdén de las clases medias y altas en ciertos momentos. Pues la crítica hacia la calidad y coherencia de los filmes era avasalladora. Debemos tomar en cuenta que es una época donde la moral obtiene su lugar principal dentro de las relaciones sociales. Con ello “el realismo de esos primeros esfuerzos por describir las crisis comunes de los hombres corrientes fue generalmente malogrado por algunas conclusiones morales baratas, aunque su buena disposición para asir temas polémicos de aquellos tiempos permiten ser encomiados sus esfuerzos”<sup>78</sup>

---

<sup>78</sup> *Ibid.*, p. 69.



Como todo medio de comunicación de masas, el cine es enfocado a explotar las condiciones de las clases desprotegidas con el único deseo de maximizar las ganancias gracias al auditorio masivo. Pero en su favor encontramos posturas positivas (aunque sólo en sus inicios) ya que “ansiaban encontrar una causa primaria de las condiciones inferiores y con frecuencia la hallaban en el nexo monetario de la sociedad”.<sup>79</sup>

A partir de la creación de Hollywood, la masificación de los productos cinematográficos va en serio. Debemos considerar las características inherentes a cada uno de los segmentos de producción que aparecen y de los objetivos que se pretenden. Por un lado, los Estados Unidos buscan la generación de las ganancias a toda costa; para ello se realizan producciones impresionantes que consideran una inversión enorme, es el típico cine comercial que más atraerá a los norteamericanos.

Por su parte, en Europa se busca más bien la creación artística mediante la generación de películas estéticas y de mensajes formadores de una visión propia de la mentalidad creadora de las clases altas continentales, más enfocadas a la preservación y proliferación de las Bellas Artes, es famoso en el mundo el cine alemán, danés, francés, italiano, sueco y ruso. En América Latina los intentos por la creación se enfrentan a la dificultad que implica una producción que requiere de costos imposibles de cubrir en algunos casos y de políticas gubernamentales inoperantes que dejan en la indefensión a los cineastas que intentan preservar tal actividad.

Con la Segunda Gran Guerra y la destrucción de Europa, el cine comercial de EE UU inicia a descollar y dominar el mercado, acarreado además a las producciones mexicanas. Al ingreso de nuestro vecino del norte a la conflagración, México marca el ritmo de las producciones, aunque el crédito se lo debiera llevar las productoras norteamericanas debido al apoyo prestado a un país sin guerra y con la infraestructura necesaria para poder cubrir la demanda de cintas.

---

<sup>79</sup> *Idem*, p. 69.

Figuras de la primera etapa del cine en México tiene personajes que han matizado de una y mil formas lo que se considera el “Séptimo Arte”. El cine sonoro explotó los temas melodramáticos y dramáticos, el folklore musical y la vida del campo. Destacan directores de renombre mundial como Emilio Fernández, Chano Urueta, Luis Buñuel (español radicado en México pero fue con los trabajos realizados aquí que logró su consolidación). Actores como, Dolores del Río, Pedro Armendáriz, María Félix, Jorge Negrete, Pedro Infante (los dos últimos, ídolos del pueblo mexicano). Mención aparte merece Gabriel Figueroa, quien como fotógrafo gozó de prestigio en Hollywood.

Una vez terminada la guerra y los estímulos, nuestro cine entra en un bache que trae como consecuencia un ciclo de películas juveniles y musicales, que darán paso a las famosas de “ficheras”. Retratar el mundo de los cabarets representó el abandono de la calidad en las producciones. La idea fue presentar temas que llamen la atención del auditorio ante la imposibilidad de obtener apoyos gubernamentales. Le sigue la temática del narcotráfico y la llegada de personajes que representan o aparentan ser todo, menos actores.

Las décadas de los ochenta (finales) y noventa traen consigo el giro que estamos presenciando: “El nuevo cine mexicano”, familiarizado más con la calidad que con los temas de moda. Aunque en algunas cintas se intenta combinar ambos aspectos.

Las películas más representativas y que han dado brillo a México en el contexto internacional por mencionar algunas son: Los olvidados, El ángel exterminador, María Candelaria, Santa, El castillo de la pureza, Tizóc, Allá en el Rancho Grande, Canoa, El gallo de oro, ¡Vámonos con Pancho Villa!. De las más recientes, La sombra del caudillo, El Apando, Rojo Amanecer, Salón México, Sólo con tu pareja, Como agua para chocolate, la recientemente galardonada en el Festival de Cannes: Amores perros, entre muchas otras.

Con todo, podemos decir que el cine mexicano se ve envuelto en movimientos ajenos que le permean la vida al mismo espectador. Una característica inherente (como todo

medio masivo en nuestro país), es la dependencia hacia el posicionamiento de la potencia llamada Estados Unidos de Norteamérica. País que posterior a la Segunda Guerra Mundial, impone ritmos y modos mediante la salud de su economía y de sus estudios de cine ubicados en “La Meca”: Hollywood. Los EEUU se mantienen a la vanguardia sin competencia alguna, pues los europeos están más preocupados en reconstruir sus ciudades y economías, que en hacer otra cosa. A partir de la década de los 50, inicia la invasión del cine norteamericano en el mundo.

Las quejas en muchas naciones son las mismas en realidad. Nosotros tenemos un mercado invadido por cintas manufacturadas en el vecino país. El Instituto Mexicano del Cine (IMCINE) da giros sin una orientación fija mientras los productores, directores y actores se quejan a su vez: casi el 90% de las salas en México presentan trabajos hechos en EE UU. La fortaleza de éstos, “no sólo acompañó la primera era del consumidor, sino que fue incentivo, anuncio y mercancía capital... el modo de vida norteamericano se exportó a todo el orbe en latas que contenían rollos de película”<sup>80</sup>

Apoyados por la bonanza económica, las producciones transmitirán una ideología triunfante en un mundo lleno de crisis. Hasta observar el caso de México, que tiene una cartelera llena de películas norteamericanas. Hollywood es el origen y fin del cine y, como tal, la meta para productores, directores y actores.

Los géneros explotados desde siempre han sido la comedia, el “western” (o películas del Oeste), plagadas de pistoleros, gambusinos y campesinos pioneros de la colonización del territorio indio en América del Norte; posteriormente el cine de guerra. Precisamente por esa influencia norteamericana a nivel mundial, EE UU es el verdadero ganador de las dos Grandes Guerras.

### **3.1.3 LA RADIO**

Los primeros pasos de la industria de la radio tienen su origen el 27 de septiembre de 1921. El encargado es el Dr. Adolfo Gómez Fernández en la Ciudad de México. El dato

---

<sup>80</sup> Mc Luhan, Marshall. *La Aldea Global*, p. 43.

anterior fue oficializado hasta hace poco tiempo ya que se tenía como oficial la primera transmisión en Monterrey a cargo del Ingeniero Constantino de Tárnava hijo.

La incipiente carrera de la radio en nuestro país no puede comprenderse si antes no mencionamos que la capacidad para producir, difundir y /o consumir del mexicano siempre ha sido dependiente. Si bien en sus inicios la radio fue un medio de expansión y experimentación (de ahí que la primera organización fundada por aquellos años 20, fue la Liga Nacional de Radio, conformada por aficionados), el modelo norteamericano se impone desde temprano y los “empresarios” nacionales no hacen más que seguir el camino trazado por las grandes cadenas norteamericanas.

Los primeros concesionarios de una estación se caracterizan por ser los beneficiarios de la Revolución Mexicana. Si no beneficiarios, al menos son personajes de las clases terratenientes, industriales y gobernantes que no vieron mermadas sus condiciones económicas ya que “el grupo sonorense (encabezado por Obregón) se ocupa por una parte de legitimar la muerte de Carranza e iniciar la reconstrucción económica del país, estableciendo alianzas con la burguesía financiera del porfiriato, así como con las potencias extranjeras afectadas por la Carta Magna”.<sup>81</sup> Ejemplo de lo anterior, Raúl Azcárraga Vidaurreta funda la Casa del Radio asociado con Félix Palavicini (dueño de El Universal) una estación experimental; Martín Luis Guzmán (director en esos momentos del diario El Mundo) funda otra el 14 de septiembre de 1923.

Una de las estaciones destacadas de aquellos años fue la JH, fundada por la Cigarrera El Buen Tono. Estación creada para lograr la promoción de los cigarros y, por supuesto, contaba con capital extranjero pues la casa era propiedad de franceses. Esta estación posteriormente cambio sus siglas por la CYB y en la actualidad transmite bajo XEB “La B grande de México” propiedad del Estado.

En esos primeros años también se dieron los primeros intentos gubernamentales por participar en las actividades radiofónicas. Así, bajo el gobierno de Álvaro Obregón, el

---

<sup>81</sup> Fernández Christlieb, Fátima. *Los medios de difusión masiva en México*, p. 19.

Secretario de Relaciones Internacionales, Alberto J. Pani funda una estación de onda corta de escasa vida. También en 1924, la Secretaría de Educación Pública funda la CZE que transmite hasta 1940, décadas después vuelve al espectro como la XEEP, Radio Educación.

El grado de dependencia de México hacia los EE UU se observa de inmediato pues a diferencia de ellos, cuando contamos con tres estaciones experimentales, ellos tienen en funcionamiento 400 aparatos receptores, varias estaciones comerciales y una lista de 254 permisos para transmitir.

El paso grande en cuestión de consolidación y masificación de la radio se presenta en la década de los 30 con la aparición de la XEW, propiedad en apariencia de Emilio Azcárraga Vidaurreta pero en la práctica, de la National Broadcasting Corporation (NBC, 1931) y la posterior aparición de la XEQ (vinculada con la Columbia Broadcasting System, CBS), es el año de 1938. Los pasos para convertir este medio de comunicación en el prototipo de promoción, publicidad y control de las conciencias tienen un apoyo enorme por parte de la clase empresarial de nuestro país.

El dominio de la clase económica con fuerte nexos con la clase política se aprecia en el uso que se le otorga a la radio. A diferencia de las naciones europeas, en México se opta por el camino fácil: dejar que los inversionistas norteamericanos dominen las actividades de "interés público" nacional. Nunca se intenta en realidad moderar las actividades de la Industria de Radiodifusión. Prueba de ello es la conformación de Radio Programas de México, la primer cadena que engloba al medio de comunicación más importante, unificando administrativamente a las estaciones más influyentes: la XEW y la XEQ. Dependientes de las cadenas estadounidenses ya mencionadas.

La vida en México da otro vuelco y la idiosincrasia del mexicano es modificada por el simple hecho de que "la hegemonía del capital privado en la radiodifusión y la coyuntura política en esta industria surge, aunadas al hecho de que el avance tecnológico rebasa con mucho a la elaboración de contenidos, han desembocado en la creencia

generalizada de que las funciones de la radio son: informar, entretener y divertir como lo indica la fuerza de la costumbre”<sup>82</sup>

La participación del Estado en la radio ha mostrado severas limitantes y un desinterés claro desde la aparición de este medio en la vida nacional. Además de estar más preocupado en el desarrollo de la economía y el asentamiento de la política, los gobernantes en turno han procurado una imagen de progresistas y la defensa de los postulados de la Revolución Mexicana. Aún si los hechos desmienten la importancia de que representa la defensa de las mayorías nacionales. La incapacidad del mismo Estado ante los cambios mundiales y su reflejo en la vida pública del país ha ocasionado la apropiación por parte de la iniciativa privada de los principales canales de comunicación y el instrumento de vinculación con la población. Precisamente por lo expuesto, “la incapacidad del Estado en esta área tiene su origen en el Estado mismo. Mientras no se establezca una política de información masiva sólida y congruente con las necesidades del país, no se podrá ganar terreno en la tarea ideologizada que hace décadas se dejó en manos del capital monopólico internacional”.<sup>83</sup>

La vida para los concesionarios de la radio en nuestro país, se ha visto permeado por excesivas facilidades para operar. Aunque a partir de la década de los 50 inicia una serie de protestas contra su actividad misma y los mensajes emitidos a partir de la visión mercantilista de los dueños de cada una de las cadenas. En ese entonces, el Estado inicia el análisis de la efervescencia académica y de los deseos de algunos sectores de la sociedad en cuanto a la vigilancia y cambio de orientación de las estaciones de radio. El mismo titular del Ejecutivo siente la necesidad de mejorar las condiciones del espectro magnético y orillado por las presiones políticas se ve en la necesidad de regular la industria radiofónica.

A pesar de todo, no es sino hasta el año de 1960 cuando surge al fin la Ley Federal de

---

<sup>82</sup> *Ibid.*, p. 128.

<sup>83</sup> *Ibid.*, p. 175.

Radio y Televisión. Consecuencia más bien por la inconformidad hacia los mensajes transmitidos por televisión que por la misma radio. La Ley mencionada es publicada el 19 de enero del año establecido y lleva a cabo la vigilancia y normatividad junto con otras disposiciones legales. Entre ellas se encuentran El Reglamento de la Ley Federal de Radio y la Ley de la Industria Cinematográfica; el reglamento de Publicidad para Alimentos, Bebidas y medicamentos (19 de diciembre de 1974); Ley Federal de Protección al Consumidor (5 de febrero de 1976), Ley federal de Derechos de autor (21 de diciembre de 1963).

El desarrollo de la radio desgraciadamente pasa por el encuentro de los intereses de la clase dominante mismos, los estira y afloja de los industriales de la radio y los políticos han modificado la estructura de las cadenas pero no han logrado cambiar el discurso transmitido a través del medio. De hecho, las actividades de los radio-difusores se vieron favorecidas por las mismas reglamentaciones impuestas mediante las leyes mencionadas.

Cuando la Frecuencia Modulada hace su aparición en los 60, los industriales tienen sus intereses enfocados principalmente en el desarrollo de la televisión. La asignación de una frecuencia depende todavía en esos momentos se rige por las políticas establecidas de manera ambigua y arbitraria.

Hasta ahora, existen dos formas para poder transmitir señales vía radio: La Concesión; que protege las transmisiones de las estaciones comerciales con la condición de tener equilibrio entre publicidad, música y otros mensajes. Claro que se debe cuidar siempre de no afectar los derechos de terceros y de no "atentar contra la moral" (entiéndase por lo anterior lo que uno pueda a bien estructurar porque nunca se ha establecido a ciencia cierta). Por otro lado están los Permisos. Otorgados bajo condiciones de inferioridad ante las comerciales, precisamente porque cualquier estación de este tipo está imposibilitada para poder comercializar el tiempo de transmisión. Lo cual obliga en la práctica a depender de los exiguos recursos asignados vía subvenciones o apoyos de alguna institución cultural o empresa comercial con afanes culturales.

En nuestros días, la radio comercial tiene el dominio casi total del espectro. Encontramos algunas cadenas que lo único que pueden hacer es disfrazar el monopolio que han formado. Las más importantes: Organización Radio Centro, inició con la estación del mismo nombre: Radio Centro; Núcleo Radio Mil, su primera estación también lleva el mismo nombre; ACIR, auto-nombrada líder nacional en radio por sus estaciones filiales y repetidoras en la República; RASA; cadena más bien estructurada en provincia y con presencia en los últimos años en la capital de manera más notoria; Radio Programas de México, la pionera en este rubro y con vínculos con Televisa.

Mención aparte merece la Radiodifusión Estatal. De hecho la primera estación formal fue la que fundó la Secretaría de Guerra y Marina bajo el gobierno de Obregón aunque de vida efímera. Los objetivos de ese tipo de estaciones estaban difusos, el único vínculo eran los objetivos planteados para ellas: “Integrar a los mexicanos llevándoles información, educación y diversión a través de las ondas hertzianas”.<sup>84</sup>

En la actualidad, esos objetivos nunca totalmente cumplidos se llevan a cabo mediante el Instituto Mexicano de la Radio. El IMER fue creado el 23 de marzo de 1983 para operar de manera integrada las diversas entidades estatales que se encuentran integradas y relacionadas con la actividad radiofónica perteneciente al Estado o, como ellos prefieren llamarle, Poder Ejecutivo Federal. El IMER es un organismo descentralizado y cuenta con una patrimonio o presupuesto propio, además de un estatuto legal.

El primer problema enfrentado por la institución es que depende de la Secretaría de Gobernación y varios académicos (entre ellos Florence Toussaint y Miguel Ángel Granados Chapa) opinan que debiera depender del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. También el considerarse como Reserva Federal obliga al análisis de su mismo estado. Es decir, no son ni concesionadas ni permisionadas. En consecuencia, para ellas

---

<sup>84</sup> Romo, Cristina. *Ondas, Canales y Mensajes*, p. 85.



“pueden establecer una política de comercialización en el entendido de que el gobierno no está dispuesto subsidiar totalmente la radiodifusión estatal”<sup>85</sup>

El centro de operaciones del IMER se encuentra en Ciudad de México, donde tiene ubicadas siete estaciones en operación. Tenemos la XERMX (Onda Corta), conocida como Radio México Internacional, se enfoca a transmitir los mensajes oficiales del país hacia el mundo; la XHOF-FM, que transmite música típica para los jóvenes ( rock, pop, etcétera); la XHIMER-FM, es la única que ha sido creada directamente por el Instituto y transmite música clásica además de programas vinculadas con las Bellas Artes; XEMP, Radio Información; la famosísima XEQK, la estación que proporciona la hora exacta y que lo dice minuto a minuto; la XEB, “La B grande de México”, con una orientación familiar y hacia la preservación de la música tradicional mexicana; la XERIN, en su momento Radio Infantil, atendía a ese segmento de la población más difícil, ahora transmite música comercial con segmentos orientados a todas las edades.

Sin embargo, la orientación general de las políticas gubernamentales relacionadas con la administración de las emisoras muestra un severo desconocimiento de las necesidades de la población a la cual pretende atender. Si lo tiene la situación es más grave por que lo está omitiendo y descuidando esferas que son presas fácil para las estaciones comerciales. “A veces parece que la venta del tiempo es lo único que interesa, ya que la documentación o folletería de presentación va dirigida a los anunciantes”<sup>86</sup>

### 3.1.4 LA TELEVISIÓN

La combinación de cine y teatro, hace de este medio el de mayor atención, por tener características bien específicas y por ser el medio de mayor penetración entre la población. Es el que ha sufrido o experimentado mayores y frecuentes adecuaciones a las etapas específicas en que se ha visto envuelto. No obstante su importancia, la tv no

---

<sup>85</sup> *Ibid.* P 87.

<sup>86</sup> *Ibid.* p. 88.

está enfocada a cuestiones que eleven el nivel de instrucción de la población. Es decir, sus inicios en México se dan gracias a sus posibilidades como medio comercial, La viabilidad como una herramienta de ventas, aún antes del “boom” de la mercadotecnia y los estudios de mercado (tan indispensables hoy en día). ¿Cuáles son las consecuencias de la comercialización de todos y cada unos de los espacios televisivos? A partir de la década de los 50, infinidad documentos, libros y un larguísimo etcétera se han realizado (y siguen realizando), manifiestan lo nefasto que resulta el mensaje de esa caja tan querida por la población, las voces exigen la modificación a las formas en que se ha establecido en el país.

Sin embargo, “los concesionarios” tienen el mensaje mejor estructurado. Cuando nos encontramos en un mar de proposiciones, sugerencias o propuestas por parte de los críticos, para mejorar los contenidos, es notable el que no se cuente con una opción real para poder cambiar radicalmente a la Televisión. Los dueños del medio, que no gustan de hablar de mejoras culturales o en su defecto no pueden; sí conocen otro tema: “la importancia de la cobertura ya efectiva, el impacto causado al individuo, en el cliente potencial observador del mensaje comercial... utilizando los elementos fundamentales de la imagen y el sonido, aunados a la motivación aplicada por el publicista”<sup>87</sup>

Aún mejor, los inicios de la televisión mexicana se presentan en los años dorados de la economía mexicana. En la etapa del primer milagro mexicano. Cuando podíamos contar con una estabilidad económica, sueldos maravillosos, clase media fuerte, clase baja estable. En estos años, el sueño americano se traslada a nuestro país. El “american way of life” es adaptado directamente por los mexicanos; los medios de comunicación norteamericanos son adoptados por nosotros y para nosotros a través de los convenios establecidos por las principales cadenas comerciales (NBC, CBS).

Es un secreto a voces de todos, los mass media “mexicanos” caminan tras éstas, cuando ellos corren, siempre estamos a la zaga. Entonces, la economía de mercado inicia a tener

---

<sup>87</sup> Cremoux, Raúl. *¿Televisión o prisión electrónica*, p. 63

mayor importancia en el fondo, que no en la forma. En la sociedad mexicana, “mixta en su economía, la actividad lucrativa se ampara y toma forma productora de mercancía, de bienes intercambiables, en el mercado gigantesco donde todos estamos inmersos. En el hecho de ser intercambiables o vendibles estriba el denominador común de todas las actividades y de todos los productos: de esta manera, la distancia que separa al emisor de su auditorio receptivo es semejante a la que existe entre productor y consumidor”.<sup>88</sup>

Por lo anterior, los llamados Industriales de la Televisión no tienen empacho en manifestar su beneplácito ante el uso que se ha hecho del medio. Para ellos, la diversión y entretenimiento son importantes “además de cumplir la misión soñada, ha dado bienestar económico a miles de familias y verdaderas fortunas a no pocos señores concesionarios”.<sup>89</sup>

Obtenemos que mientras las clases altas se sientan bien con su labor, el mensaje es lo de menos. Puesto que, como lo hemos observado con anterioridad, la cultura es para pocos. a través de la televisión se nos presentan programas insulsos. A pesar de lo estipulado en la Ley Federal de Radio y Televisión (promulgada el 19 de enero de 1960), en relación a las funciones como medio, específicamente, el artículo 5, la orientación ha sido siempre otra. Porque así como nuestra economía va persiguiendo a la norteamericana, las Leyes hacen otro tanto con las actividades que pretenden regular. El artículo mencionado anteriormente, dice en sus partes medulares lo siguiente:

La radio y televisión tiene la función social de contribuir al fortalecimiento de la inteligencia nacional y al mejoramiento de las formas de convivencia humana. Al efecto, a través de sus transmisiones, procurarán... contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad.<sup>90</sup>

---

<sup>88</sup> Bell, Daniel, *op cit.*, p. 76.

<sup>89</sup> Cremoux, Raúl. *Legislación Mexicana de Radio y Televisión*, p. 103.

<sup>90</sup> *Legislación Mexicana de Radio y Televisión*.

¿Qué se cumple muy poco de todo eso? No importa. Puesto que la tv, en sí, no es para los pobres; sólo sus productos. Mucho menos para la cultura. Puesto que si queremos diversión, entretenimiento, ahí están las cadenas comerciales, si queremos dormir a la audiencia, tenemos los canales culturales. Una cuestión olvidada por lo general por parte de los críticos, es la publicidad. Si quiero una televisión educativa o cultural, debo eliminar los comerciales, pues no se ha llegado a generar un mercado que incluya a la cultura. Los “comunicadores” relacionados con el medio, por su parte, tienen una visión tendenciosa de lo anterior. Ya lo dijo Zabudowsky: “La verdad de las cosas es que, los países con buenos propósitos de hacer televisión educativa, los países donde no hay anuncios comerciales, tienen los programas más aburridos del mundo”.<sup>91</sup>

Por lo tanto, existe una confusión desde el inicio, que aspecto es más vistoso e interesante para captar la atención del espectador. ¿Son los mensajes publicitarios? ¿Los programas? Es cierto que para los publicistas es su trabajo, pero para el espectador es el mensaje transmitido -que no sea comercial, por supuesto. De ahí que los programas pseudo-culturales no sea otra cosa que simple desperdicio de tiempo la mayoría de las veces en apariencia. Pues no se cuenta con un proyecto bien estructurado que permita difundir las expresiones propias de las Bellas Artes

Precisamente porque el hombre dedicado a la televisión, los dueños de las cadenas, han querido ver sólo el beneficio económico propio, en detrimento del espectador. Los anunciantes han explotado “el gran valor atencional que tiene la diversión la televisión, dado el estado de animo que el televidente mantiene en la intimidad del hogar... para lograr la magnificación del mensaje comercial”.<sup>92</sup>

El principal papel de este medio es aprovechar los ratos de ocio y lograr la diversión del espectador. Por lo tanto, primero se debe definir qué es el entretenimiento y desde que punto de vista, puesto que para los empresarios televisivos, “significa estar de acuerdo,

---

<sup>91</sup> Caemoux, Raúl, *op cit*, p. 97.

<sup>92</sup> *idem*.

olvidar la penuria del día de trabajo para entregarse a un entendido: la pantalla va a regalarnos algo a todos por igual; proporciona sonrisas, atractivos, encantos".<sup>93</sup>

A partir de la llegada de este medio a nuestro país, contribución hecha por México en algún momento para su puesta en marcha o desarrollo, el enfoque dado a ella fue bien claro para sus dueños: el objetivo es vender y vender más rápido y en mayores cantidades. Por eso mismo, se intenta unificar a los espectadores para enfocar el mensaje hacia un solo público. La masificación del mensaje es la igualación de la población, "si bien existen mayorías y minorías, desde diversos puntos de vista sociológicos no existe ya fuera de ella una *élite* que esté en condiciones de considerar la masa como totalmente diferente a ella"<sup>94</sup>

Por lo tanto, en nuestro país surge primero una teoría de mercado, una cultura de masas y después una *élite* cultural los primeros concesionarios fueron empresarios ligados a la vieja clase aristocrática del Porfirismo: Rómulo O'Farril, con el Canal 4; Emilio Azcárraga Vidaurreta y el Canal 2; Guillermo González Camarena, con el canal 5. Todos con la única idea de ganar más.

Dentro del ámbito de la cultura, el presidente Adolfo Ruíz Cortines otorgó una licencia al Instituto Politécnico Nacional para lanzar al aire el Canal 11, inaugurado el 2 de marzo de 1959, sin objetivos ni parámetros legales en donde sustentarlo. El único objetivo de lo anterior fue participar en las actividades televisivas como un experimento. Causa extrañeza porque posteriormente a este permiso, el gobierno mexicano no otorgue otro a la Universidad Nacional que tiene décadas solicitándolo.

La creación de Telesistema Mexicano, con la fusión de los canales 2, 4 y 5 el 26 de marzo de 1955 y concretado el primero de mayo de ese año origina el dominio del mercado por una sola empresa. Para hacer contrapeso, en 1968 se otorgó una concesión al Grupo Monterrey con la familia Garza Sada, propietarias de Televisión Independiente

---

<sup>93</sup> *Ibid.*, p 99.

<sup>94</sup> *Idem.*

de México que nunca llegó a ser competencia verdadera. Otra fue para inaugurar el canal 13 en red nacional con Francisco Aguirre a la cabeza, propietario en esos días de una cadena de cines y promotor de espectáculos.

## **3.2 LA TRASCULTURIZACIÓN A TRAVÉS DE LOS MASS MEDIA**

### **3.2.1 DEFINICIÓN DE TRASCULTURIZACIÓN**

A partir del inicio de las políticas globalizadoras y el establecimiento de industrias culturales transnacionales, se habla de la modificación de patrones culturales propios de una nación o pueblo. Aunque en realidad el proceso se mantiene a través de los siglos. Lo que Armand Mattelart llamó en su momento “la colonización de las conciencias” está basado en la apropiación de ideas culturales nuevas por parte de los pueblos dominados por su atraso tecnológico.

La apropiación de nuevos parámetros y/o la concepción por una parte de la sociedad de nuevas nociones culturales, no son producto del avance o cambio de estructuras sociales. Sino más bien de la adopción de prototipos extranjeros por parte de esa misma comunidad.

Para el caso de México, debemos notar que por ser zona de influencia norteamericana, la adopción del “American way of life” ha sido más fácil aunque no más rápida de lo que quisieran. Puesto que transculturización es la imposición de una cultura externa aplastando los conceptos nacionales. Parte de este punto podemos basarlo en la preocupación de las clases “intelectuales” o dirigentes de cada uno de los periodos históricos de nuestro país.

Durante el siglo XIX, la lucha posterior a la independencia en Latinoamérica, y con ello la mexicana, estuvo centrada en la imposición de ideas externas a la noción nacional. Es decir, las diferencias entre criollos liberales y conservadores se basaron en modelos

económicos con teorías extrañas. Elegir entre una Monarquía o República fue el pretexto para pelear por el poder, el poder conlleva por consecuencia la posibilidad de implantar una nueva cultura. Por eso “las guerras de independencia propiciaron un rompimiento con las estructuras de autoridad. A consecuencia de ello, el control de las masas (la *gente del pueblo*) llegó a ser una preocupación persistente y elusiva de las élites criollas (la *gente decente*).<sup>95</sup>

Controlar las masas fue primordial. Sólo con ese control en las grandes ciudades organizadas se podía propiciar “la institucionalización de sistemas estables de comunidad, mecanismos mediante los cuales pudieran formarse vínculos capaces de controlar a un público que compartía un espacio y una herencia comunes”.<sup>96</sup>

La trasculturización en los países dependientes económicamente es constante desde el período ya mencionado, al adoptar nociones extrañas a la idiosincracia nacional. Se debe decir que esto ha mantenido un avance y que el proceso parece inacabado. En otras palabras, debiéramos afirmar que las bases están en la fundación de la Gran Tenochtitlán en el centro de nuestro país puesto que implantó una nueva concepción del mundo conocida hasta ese entonces por la fuerza de las armas.

La ideología dominante en el siglo XIX fue el liberalismo (*vid supra*, p. 26), con la creación de su propia cultura. Mejor dicho con el intento de adopción de los postulados propios de esa teoría. En lo económico el avance es en la práctica casi nulo a causa de las guerras civiles y las invasiones sufridas por nuestro país. Con la Reforma, se aplica por primera ocasión, esa teoría, intentando separar la Iglesia del Estado para jugar con las leyes del mercado y se instaura una república federal. Sin embargo, su derrota posterior ocasiona retrocesos y la implantación de un régimen dictatorial.

El primer esbozo para el desarrollo cultural del país a través de políticas de Estado, paradójicamente estuvo impregnado de trasculturización. José Vasconcelos implanta una

---

<sup>95</sup> Rowe, William y Schelling Vivian. *Memoria y modernidad*, p. 42.

<sup>96</sup> *idem*.

política educativa mediante el Ministerio de Educación, el cual dará pauta para la posterior creación de la Secretaría de Educación Pública, la desventaja de esto fue la instauración de un programa con tintes extranjeros, además “las características del programa de educación concordaban con el clasicismo y el europeísmo. Sus maestros se encargaron de “redimir” a las masas mediante el “trabajo, la virtud y el saber”, valores bien definidos en los términos de la civilización europea. Conceptualizando los valores artísticos en los mismos postulados”.<sup>97</sup>

Con lo anterior debemos mencionar que para el caso de los países latinoamericanos que siempre están a la zaga, trasculturización sería la adopción de una cultura foránea, esa adopción, claro, no es por las buenas o de manera consciente. La trasculturización se logra mediante la imposición a través de lo que Carlos Marx había llamado “Aparatos ideológicos del Estado”; esto es, en un principio, la familia, la Iglesia, la Escuela. En la actualidad todo esto se logra con los mensajes transmitidos a todo el mundo a través de los medios de Comunicación de Masas.

Al depender de las tecnologías desarrolladas en el exterior, la producción de materiales audiovisuales también dependen de allá mismo (*vid, infra*, p. 83). Por tanto, la nueva ideología, adoptada o impuesta, que formará una concepción distinta del entorno y, en consecuencia, la nueva cultura, se logra atiborrando los medios con producciones extranjeras (90% de Estados Unidos) que contienen todos los estereotipos que se enfrentan a las resistencias tradicionales. Por ello la “cultura mexicana” es el conjunto de ideas importadas cuya base se encuentra en las teorías de la modernidad y, no obstante, “nuestra modernidad ha sido y es una mascarada. En la segunda mitad del siglo XIX la “inteligencia” hispanoamericana cambió el antifaz liberal por la careta positivista y en la segunda mitad del siglo XX por la marxista-leninista. Tres formas de enajenación”.<sup>98</sup> Enajenación que cierra el círculo ahora que se adopta la teoría neoliberal.

---

<sup>97</sup> Rowe, William y Schelling Vivian, *op cit*, p. 193.

<sup>98</sup> Paz, Octavio, *op cit*, p. 48.

ESTA TESIS NO SALE  
DE LA BIBLIOTECA



La trasculturización, por tanto, se logra mediante el sometimiento de las burguesías locales (dependientes siempre) y la adopción de teorías extranjeras basadas en el libre Mercado propias del Liberalismo del siglo XVIII. La punta de lanza de esa trasculturización está en los *mass media* dependientes a su vez, medios propiedad de industriales con el único objetivo de proteger sus intereses de clase. El culto al Arte cede el paso al culto a la Técnica, esta última proveedora de mensajes y transmisora de sus principios ideológicos. La trasculturización en México basada en la técnica acelera el proceso de descomposición social y venera a la individualidad del ser humano.

La contradicción inherente del producto cultural llamado arte con la técnica es minimizado gracias al capitalismo o (¿ mejor dicho?) mercantilismo a ultranza. Contrario a lo que se afirma, la trasculturización apoyada en esa “técnica internacional”, tiene consecuencias nefastas para el mundo. “La técnica se ha convertido en el agente más poderosos de la entropía histórica. El carácter negativo de su acción puede condensarse en esta frase: uniforma sin unir. Aplana las diferencias entre las distintas culturas y estilos nacionales pero no extirpa las rivalidades y los odios entre los pueblos y los Estados”.<sup>99</sup>

### **3.2.2 EL ROL DE LAS CADENAS TRASNACIONALES**

Como vimos en el apartado anterior, la trasculturización se adopta de fuera y si bien no es forzosa, si por necesidad a causa de las ventajas que poseen las industrias culturales multinacionales sobre la nuestra. Eso les permite marcar la pauta para la explotación, exportación y apropiación de modelos únicos. En nuestro país, el nacimiento de las grandes cadenas estuvo acompañado por las grandes inversiones realizadas mediante las empresas norteamericanas.

Como sabemos, los inicios del radio y la televisión estuvieron acompañados de la NBC y CBS, grandes corporativos estadounidenses encargados de llevar a cabo la exportación

---

<sup>99</sup> *Ibid.*, p. 18.

de los valores de aquel país, la consolidación de los mass media en México sólo pudo ser posible mediante la utilización de los recursos extranjeros.

Las dos primeras cadenas nacionales de radio en México requirieron de los recursos de las transnacionales para poder desarrollar una infraestructura suficiente. A partir de lo cual, las condiciones imperantes fueron señaladas por la lógica comercial típica de nuestro vecino y la consecuencia fue que la radio y televisión serán enfocadas a la optimización de recursos y generación de riqueza. Nunca en realidad se ha tomado en cuenta la función social y los beneficios culturales que pudieran obtenerse mediante la propagación de mensajes concientizadores.

Mencionar las cadenas norteamericanas es consecuencia de su predominio en el aire, máxime en el momento de la consumación de su victoria cultural a raíz de las dos Grandes Guerras y su ascenso económico. Así, el subdesarrollo de las naciones latinoamericanas es la causa de la adopción, por la pobreza, de "sistemas comerciales que superficialmente parezcan baratos, que llegan inevitablemente a estar sujetos a la dependencia del público masivo de la atracción estandarizada y de la maquinaria creadora de necesidades que los fabricantes de productos de consumo proveen".<sup>100</sup>

Al hablar de transnacionales debemos referirnos casi en exclusiva de los medios estadounidenses, la boyante economía de ese país permite la superposición a nivel mundial del estilo de vida "americano". Aunque la colonización cultural se observa de manera más cruda en los países pobres por su incapacidad para producir una cantidad suficiente de programas que puedan hacer frente a lo extranjero. Aún cuando pudieran ser capaces de lo anterior, se tendría que enfrentar la posición de aquellas mismas transnacionales dentro del cuerpo de accionistas de la empresa nacional.

Si nuestra economía es dominada por Estados Unidos a través de las compañías extranjeras productoras de bienes (Procter & Gamble, Colgate, General Motors, Chrysler, Ford, Citibank, etcétera) los medios de comunicación no son la excepción.

---

<sup>100</sup> Schiller, Edward, *op. cit.*, p. 110.

Actualmente se habla de convenios comerciales, pero esos mismos han creado suspicacias en cuanto a la docilidad de los propietarios de las concesiones en el país. Incluso, se ha llegado a mencionar la posibilidad de la existencia de prestanombres mexicano que han servido y sirven de parapeto a los capitales externos.

El objetivo de cada una de las emisoras extranjeras es preservar el dominio sobre el país pobre de igual forma como dominan su mercado natural. El análisis de las grandes cadenas en Estados Unidos determina como la relación entre medios de difusión están imbricados con otros corporativos a través de las juntas directivas que burlan las leyes antimonopolio en un país con una cultura legal mayor que la nuestra. Según algunos autores e investigadores, se afirma que “es difícil encontrar un banco internacional o compañía de seguros o de inversiones que no esté representado en la Juntas de Directores de los medios más poderosos, que controlan la mayor parte de lo que los norteamericanos aprenden economía”.<sup>101</sup>

Si lo anterior ocurre allende nuestras fronteras, es obvio que nuestros concesionarios siguen el mismo ritmo o esquema. Allá la ABC tiene vínculos con la IBM, GM, Chase Manhattan, JP Morgan, Pan American Airlines, Gannett Co. (grupo editorial) y las industrias del petróleo. En México, Televisa tiene relaciones con TELMEX, grupo Editorial América, Banamex. Por su parte, TV Azteca tiene soporte en Electra, Salinas y Rocha y portales de Internet. Ambas cuentan con una empresa telefónica y contactos con las cadenas norteamericanas enfocadas al público latino (UNIVISIÓN, TELE MUNDO) para ensanchar vínculos entre las naciones.

Precisamente por ser dependientes del gran capital, las grandes corporaciones deben buscar la ganancia rápida y fácil, aunque en primera instancia el objetivo de esos corporativos es transmitir ideología, es decir, todo ese conjunto de conocimientos que dan vida al llamado sueño americano que se ve como anhelo por todas las naciones pobres, Tal estructura se confirma durante los primeros años de la posguerra, es el momento en el cual se funden en un sólo objetivo las grandes empresas, basadas en la

---

<sup>101</sup> Badikian, Ben H. *El monopolio de los medios masivos de difusión*, p. 41.

política de la National Security Act aprobada por el Congreso norteamericano y que dio vida a la CIA y posteriormente a la US Information Agency (USIA) entidades que marcan la pauta de que se debe y no exportar a otras naciones a través de los grandes corporativos de comunicación.

Fue en el año de 1947, en la práctica se funden la industria y el Estado norteamericano para iniciar la campaña del "Big Brother", forman en ese entonces un cóctel bastante curioso que sienta las bases para "la sinergia de las empresas privadas-Pentágono, producción industrial-investigación militar, investigación universitaria y necesidades de seguridad nacional".<sup>102</sup> Precisamente, todo trabajo de los medios masivos en México se verá orientado por las medidas que impongan las cadenas como NBC o CBS, por que ellas mismas dependen de las políticas de su gobierno. El inicio está en realidad en 1938 cuando Washington encargó reorganizar "la producción de programas de radio con vistas a su transmisión hacia el extranjero. Y prioritariamente para América Latina y en 1942 con la creación de una radio gubernamental llamada Voice of America".<sup>103</sup>

Para la década de los 70, el viraje es hacia la posible solución de problemas sociales pues la guerra fría es un evento bajo control, así que se busca influir en políticas aplicadas en los países dependientes. Aunque esa época de buenas intenciones esta caracterizada por "la fuerte creencia en su promesa de ser un *mercado portador*. Es la época en que los psicólogos, sociólogos y pedagogos trabajan de forma concertada con la gente de la televisión con vistas a encontrar una alternativa a las lógicas comerciales de las grandes *networks*. Las nuevas series educativas que saldrán de ahí serán emitidas por la cadena de televisión pública (PBS)"<sup>104</sup>, el liberalismo económico a ultranza impuesto por la administración Reagan en los ochenta se encargó de relegar esta opción.

A partir de entonces "las imágenes ideológicas que reciben los países más pobres están cada vez más en custodia de los medios informativos yanquis. Se ha debilitado la

---

<sup>102</sup> Mattelart, Armand. *La comunicación mundo*, p. 127.

<sup>103</sup> *Idem*.

<sup>104</sup> *ibid*, p. 150.

autoridad autónoma en estos países sobre la creación de actitudes y la formación de opiniones, las cuales han decidido a poderosas fuerzas externas”.<sup>105</sup>

La propagación de ideologías raras se tiene como enfoque primordial para un gobierno que es a su vez dependiente de las transnacionales, México, dependiente de Estados Unidos no tiene más que aceptar la implantación de modelos ajenos a nosotros. Crear conciencia en una población indefensa es más poco probable, cambiar la perspectiva empresarial de las cadenas nacionales se ve lejano en estos días en que la misma sociedad ya se identifica con personajes y héroes extranjeros. Se observa que “la necesidad compulsiva de los medios de comunicación de masas de reforzar el *status quo*. Las instituciones relacionadas con la radio y la televisión, por su estructura y naturaleza, son microcosmos de un organismo social mayor”.<sup>106</sup>

Dicho en otras palabras, la televisión nacional ya corresponde a los gustos y deseos de la población mexicana, es su simple reflejo; curioso que todo esto sea del agrado de nuestra gente cuando la nación del norte es vista en casi todos los ámbitos como enemiga. Las paradojas nacionales permiten que las condiciones para los concesionarios sean benéficas a pesar de que “los medios y materiales implicados en el control de la información internacional están en manos de un complejo de comunicaciones altamente centralizado situado en EU”.<sup>107</sup>

La defensa realizada en los grandes foros (Congreso, Universidades) de una cultura ya casi inexistente, ante la invasión silenciosa puede sonar a mera utopía. Básicamente por que el proceso de integración cultural de ambos países (México, EEUU) es casi completo, proceso auspiciado por la misma gente que ha atacado la política imperialista de los vecinos.

Durante largas décadas, legisladores y concesionarios han resaltado en el país la noción de “cultura rica y única” y, a pesar de ello, debemos decir que esa nación defendida “es

---

<sup>105</sup> Schiller, Edward, *op cit.* p. 141.

<sup>106</sup> *Ibid.*, p. 142.

<sup>107</sup> *Ibid.*, p. 141.

en realidad un mecanismo, entre otros, de integración de la sociedad, esta integración es vehemente partidaria de que los grupos y sus intereses respectivos se mantengan en el mismo lugar, es decir, preservando la dominación”<sup>108</sup> del extranjero.

La dominación señalada es característica de los que llamamos imperialismo, este concepto nos refiere a “formas de actividad internacional de los medios que ejemplifican la propiedad, la estructura, la distribución o el contenido de los medios en determinado país y tomados uno por uno o en su conjunto, están sometidos a considerables presiones externas”,<sup>109</sup> en especial de los Estados Unidos.

Al final somos parte de una nueva forma de vida, la idiosincracia mexicana es cada vez más diseñada, elaborada, modificada, mediante los mensajes transmitidos por nuestras cadenas; pero que responden a los intereses extranjeros. La nueva educación parte de la cuestión *Laisser Faire- Laisser Passer*, por ello, “estamos siendo testigos de una importante ofensiva comercial en la que nuestro sistema educativo está siendo engullido por la órbita ideológica de las compañías y sus realidades. “Lo que es bueno para los negocios es bueno para el país y sus gentes”. Puede que no sea una buena política educativa pero se está convirtiendo en el lema fiel de lo que está sucediendo”.<sup>110</sup>

### 3.2.3 EL ENFOQUE DE LOS CANALES TELEVISIVOS

Hemos hablado ya de la creación de canales y cadenas de televisión dependientes del capital foráneo, esta creación debe corresponder a las ideas propias el creador. Precisamente, nuestros empresarios del ramo adquirieron un discurso propio del enfoque otorgado en Estados Unidos, desde los primeros días se observó como el concesionario buscó el uso del medio para expandir una ganancia, por ello procuró vincular las grandes empresas al medio de reciente creación, son ya famosos los programas que se transmitieron como pretexto para difundir los bienes de consumo de la época.

---

<sup>108</sup> Cremoux, Raúl, *op cit.* p 105.

<sup>109</sup> Curran, James et al. *Sociedad y comunicación de masas*, p. 93.

<sup>110</sup> Apple, Michael W. *Educación y poder*, p. 12.

Las palabras de los primeros concesionarios de la televisión son ilustradores. Los más importantes hablan acerca de una mina de oro, otras voces señalan la importancia de los mensajes. En cierta forma, si la televisión transmite publicidad no es culpa de los concesionarios pues el medio fue creado al amparo de las grandes industrias bélicas norteamericanas con el objetivo de potenciar las ventas.

La defensa realizada por algunos concesionarios y empresarios es más que endeble: "Se ha culpado irreflexivamente al radio y la televisión como los contribuyentes a lograr la enajenación de las mentes, pero es tanto como tratar de ocultar intencionalmente a la faz del mundo".<sup>111</sup> La culpa persiste a pesar de todo pues no podemos soslayar todo lo dicho por la mayoría de analistas nacionales o extranjeros en contra del medio tan poderoso que es la televisión.

La crítica está enfocada en la necesidad de omitir el actual orden de cosas. La publicidad que inunda cada uno de los canales comerciales de las dos cadenas mexicanas, debe tener en cuenta que "no se trata de ver más allá de la ideologización publicitaria y estatal, de ponerla en relación a los intereses económicos y de poder que la funcionalizan, sino ver de que manera, a la luz de sus efectos en la sociedad, puede planificarse democráticamente".<sup>112</sup>

De acuerdo a la Legislación Mexicana de Radio y Televisión, en el país existen dos tipos de canales de televisión a partir de su régimen particular, se diferencian por si son concesionados o permisionados. Los primeros son comerciales y tienen la facilidad de transmitir mensajes publicitarios siempre y cuando cumplan con la normatividad expresada en la Ley Federal de Radio y Televisión promulgada el 19 de enero de 1960 y su posterior Reglamento (4 de abril de 1973). Lo anterior, como tantas otras leyes en el país, es simple letra muerta pues los mensajes que se transmiten son de suyo ofensivos para el auditorio, es decir, la Ley establece que los bienes o servicios publicitados deben estar al alcance de la mayoría de la audiencia, ejemplo de lo anterior son los automóviles

---

<sup>111</sup> Carlos Flores Álvarez, Citado en Cremoux, Raúl, *op cit*, p. 38.

<sup>112</sup> López-Pumarejo, Tomás. *Aproximación a la telenovela*, p. 23.

de lujo, las computadoras, casas-habitación, entro otros, que están al alcance de una minoría ahora que el abismo entre las clases alta y baja es mayor.

Por su parte las estaciones permisionadas están en desventaja frente a las primeras debido a la prohibición de comercializar el tiempo. El no poder transmitir anuncios publicitarios las constriñe a depender de las aportaciones que puedan hacer el Estado o las Asociaciones Civiles, el caso paradigmático es el Canal 11, dependiente del IPN, el Estado tiene, por supuesto, otros asuntos prioritarios que le "obligan" a otorgar raquíticos presupuestos a este tipo de frecuencias, un canal con permiso está obligado también a transmitir programas de índole cultural que busque cumplir lo establecido en la Ley Federal de la materia.

En realidad lo que se hace es promocionar las actividades de un bloque de concesionarios para lucrar con tiempos que además de generar inmensas ganancias son eximidas del pago de impuestos. La figura del tiempo fiscal sólo obliga a los canales a ceder tiempo de transmisión al Estado a cuenta del pago en especie. La consecuencia de la actividad primordial de los canales televisivos es lo que Salvador Novo había afirmado en 1949 después de realizar un análisis de los canales de televisión en Estados Unidos y Gran Bretaña. En ese entonces se aseguraba que en el primer país había preocupación por que el medio se había llenado sólo de mediocridad y trivialidad, característicos de la Radio que había sido dejada en manos de la iniciativa privada, con resultados desastrosos para los académicos.

La gran influencia que ejerce este medio llama la atención de los críticos, por la promoción de nuevos valores a través de la TV comercial. La nueva realidad en cuanto al entorno diario se ve siempre orientado por el medio, precisamente porque "puedes distorsionar y transformar el material que ofrece, por la forma en que lo presenta. La forma de presentación es por cierto una influencia importante en la recepción del mensaje".<sup>113</sup>

---

<sup>113</sup> Baggaley, Jon P y Duck, Steve W. *Análisis del mensaje televisivo*, p. 103.



El predominio de lo comercial en nuestras pantallas ha creado una nueva forma de vida, el televisor ha pasado a formar parte de cada una de las familias mexicanas, elemento que a su vez facilita el conformismo y desmovilización social. También “fomenta inmensamente la recepción aislada y doméstica como ritual de pasividad: la progresiva decadencia de la recepción colectiva (ha propiciado) que acudir a los diferentes eventos o espectáculos ha perdido su carácter ritual y sacro que como acto social, tenía en las comunidades pre-televisivas”,<sup>114</sup> pues en nuestros días, lo primero que se inquiere es si habrá transmisión por TV (ya sea de fútbol o cualquier espectáculo artístico) para poder presenciarlo “en familia”.

Todo canal comercial tiene la obligación de vender algo, bienes o ideología. Para ello, debe procurar la transmisión a un mayor número de personas, esto dio paso al llamado *rating* o número promedio de hogares que sintonizan un programa, noción por demás ambigua, pues las técnicas empleadas para determinarlo no son científicamente defendidas ni aceptadas en su totalidad. La idea del *rating* o audiencia, defiende a su vez otra que habla acerca de la importancia del público ante la programación realizada por los encargados de cada canal: la televisión transmite lo que gusta a la gente. La verdad es que a espectador medio “no “se le da lo que pida” sino es en sí mismo una mercancía: el programa ha de ser patrocinado y patrocinador para que “compre” al televidente en calidad de consumidor potencial, una vez que este ha sido abstraído como espectador”<sup>115</sup> y que atiende a cabalidad el mensaje al más puro estilo del personaje Homero Simpson de la serie de dibujos animados, en donde se caracteriza al típico ciudadano norteamericano.

En su momento, el prototipo del concesionario prepotente en nuestro país, señaló la nueva era a partir de la llegada de este medio: “empieza la televisión, que modifica las partes más importantes de la persona humana: política y religiosa. Es un disparador de ideas que forman una imagen a base de grises o colores”<sup>116</sup>. Ese mismo medio tiene su propio discurso y no toma en cuenta los buenos deseos de la Ley Federal, “el discurso

---

<sup>114</sup> López-Pumarejo, Tomás, *op cit*, p. 51.

<sup>115</sup> *Ibid*, p. 52.

<sup>116</sup> Emilio Ázcárraga Milmo. Citado en Cremoux, Raúl, *op cit*, p. 41.

televisual es antes que nada, espectáculo. Por una sencilla razón, el mismo fue desarrollado para el entretenimiento y la diversión por razones de grupo”.<sup>117</sup>

Por eso, todo muestra como al adoptar un modelo de televisión como el norteamericano, la televisión mexicana se llenó de trivialidad y mensajes que muestran la apología de la mediocridad. Mediocridad matizada (muy poco por cierto) por los canales culturales que existen para atender a públicos específicos y determinados también por la misma televisión comercial. La adopción misma fue mera consecuencia de la inexistencia de una clase empresarial propia e independiente en nuestra nación, en apartados anteriores ya mencionamos como las cadenas norteamericanas fueron quienes propiciaron la existencia de este medio gracias a sus inversiones (*vid supra*, p. 69).

Tenemos por tanto que clasificar a la TV comercial desde su noción de “*difusores* y *productores* de contenidos alienantes, como transmisores de una alienación socialmente determinada. No sólo *difunden* abundantemente certámenes deportivos sino que *producen* todo tipo de programaciones buscando crear ídolos/modelos donde los hombres depositen sus deseos, se identifiquen y se alejen de la realidad concreta”.<sup>118</sup> La realidad concreta sería en términos estrictos, un país pobre, saqueado y utilizado sólo en beneficio de un grupo de élite que se preocupa por aplicar medidas extranjeras que siempre le generen una ganancia extra. Mencionamos en este apartado a lo comercial dejando a un lado las estaciones culturales que ya existen en el país por dos razones fundamentales: el enfoque predominante que observamos en el país es comercial, la cultura por televisión a pesar de ser de gran calidad, es casi inexistente para la mayoría de nuestra población, además, el tema siguiente presenta el análisis más extenso de este rubro.

### 3.3 INTENTOS CULTURALES EN LAS PANTALLAS TELEVISIVAS

#### 3.3.1 EL CANAL 11

---

<sup>117</sup> López-Pumatejo, Tomás, *op. cit.*, p. 51.

<sup>118</sup> Guinsberg, Enrique. *Control de los medios, control del hombre*, p. 125.

La creación de esta frecuencia en el espacio de la TV es muestra de la indiferencia del Estado ante la generación de conciencia, instrucción o educación del pueblo mexicano mediante el uso de sus mensajes. Es paradójico que se dote de un permiso al Instituto Politécnico Nacional que no cuenta con infraestructura real y se le niegue hasta ahora a la Máxima Casa de Estudios, que si se cuenta desde hace mucho con una unidad de televisión especializada llamada TV UNAM, con una buena capacidad de producción, al menos en 1969 contaba con mayor experiencia en tales actividades.

Los principios defendidos ante la TV, son los valores y el gusto por las manifestaciones culturales de México y el mundo. La importancia de este medio masivo de carácter público, radica en “que es un instrumento que debe ser empleado para informar y entretener a los ciudadanos... El Estado debe subsidiarla por que no es autosuficiente y jamás lo será, pues no se guía por el rating para obtener anunciantes y con ello obtener ganancias”<sup>119</sup>

Ante lo anterior surge una duda: ¿Cuál es la diferencia entre un Canal Público y uno Estatal? En apariencia no hay ninguna, en la práctica, no se sabe, si se analiza más el tema, mayor es la problemática. ¿A quién o qué se toma en cuenta para elaborar el proyecto de difusión? El Canal 11 por ley, es un permiso, esto implica que no puede comercializar sus tiempos; más aún, sólo busca la transmisión de programas que cumplan con los objetivos plasmados en la Legislación con relación a la Cultura. La duda persiste si tomamos en cuenta a la entidad que sostiene económicamente el trabajo. El Canal 11 depende del IPN y nunca ha tenido un presupuesto adecuado. ¿En que medida lo financia el Estado? De igual forma, se tiene que analizar el papel desempeñado por el mismo Estado ante la programación de contenidos y el alcance de la cobertura.

El 15 de diciembre de 1958 se realizó la primera transmisión televisiva del Canal 11 y ante lo ocurrido con la frecuencia, los intentos de incursionar en las pantallas televisivas han dejado mal parado al gobierno. Inclusive, la decisión de asignarla al IPN causó

---

<sup>119</sup> Lajous, Alejandra. proceso no. 1066, 8 de abril de 1977, p.59.

sorprende en su momento, en primer instancia por que la orientación del Politécnico no estaba en ese momento acorde con la importancia de tal proyecto. En ese entonces una minoría pudo captar la señal.

Para dotar de programación, el gobierno establece en 1968 el acuerdo señala dentro del sistema Educativo Nacional la enseñanza secundaria por televisión. Así, la telesecundaria proporciona material que difundirá por sus frecuencias. Material que por cierto pasa prácticamente desapercibido para la población abierta. A pesar de las declaraciones en el sentido de afirmar el éxito que tuvo un experimento que pretendía alfabetizar a la población mediante el circuito cerrado.

Un paso adelante, es un decir, lo constituyó el Decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación el 2 de agosto de 1969, en él "se establece que la operación técnica de esta emisora corre a cargo de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, mientras que la programación corresponde a la Secretaría de Educación Pública".<sup>120</sup> A partir de entonces, se puede apreciar las inconsistencias de cada una de las instancias implicadas en el trabajo del Canal 11 y la trascendencia de la TV. El resultado de esta idea ocasionó en ocasiones duplicidad de funciones y algunos roces entre ambas dependencias. La poca funcionalidad de esta frecuencia se moldeó a partir del control de la frecuencia y el poco conocimiento de las necesidades reales del Canal.

Años después, el IPN creó la Comisión de operación y fomento a las Actividades Académicas (COFAA), también por Decreto, era 1976 (2 de marzo). Esto origina que algunas personas tomen como año de inicio 1969, ignorando los años anteriores. El trabajo realizado en el Canal del Politécnico se caracteriza por basarse en la frase de "sólo por amor el arte"; las retribuciones son mínimas pues dependen de una parte del asignado al IPN y que, por supuesto, serían mayores si fuera independiente o hubiera voluntad política de los gobernantes. Al final del sexenio echeverrista "las percepciones económicas que vienen a través de la SEP son limitadas. Y por la misma tónica del

---

<sup>120</sup> Granados Chapa, Miguel Angel. *Examen de la Comunicación en México*, p. 41.

Canal, no se establecen contactos con el sistema de la televisión comercial. O sea que no hay ingresos”.<sup>121</sup>

Aquello define mejor que nada la situación del Canal cultural. sin dinero, independencia administrativa ni de programación ha estado a la deriva. A su favor debemos reconocer que la programación ha destacado. La promoción cultural es buena aunque sólo se atiende en círculos académicos principalmente y una pequeña parte de la población en general.

Para 1978, el Canal 11 establece la barra matutina basada en cursos de Preparatoria Abierta y programas producidos por RTC y la UNAM. La programación basada en producciones externas facilitó la transmisión mayor a causa de las cuestiones políticas mediante reportajes y noticieros, además de algunas series periodísticas.

La situación del 11 se observa como “un ghetto en el que habitan comentaristas, productores y críticos que no tienen espacios para presentarse en las otras redes de televisión”.<sup>122</sup> La causa es su cobertura reducida a la Zona Metropolitana y algunas regiones de los estados cercanos al DF, aunque puede llegar a todo el país vía cable, son pocos los estados del interior del país que consumen o transmiten sus programas.

La creación de IMEVISIÓN nunca mejoró la situación de crisis económica permanente. Incluso en algunos casos empeoró pues los presupuestos del gobierno estuvieron enfocados a las redes 7 y 13, que nunca lograron ser nacionales a pesar de todo lo afirmado por los directores en turno. El mayor problema para el 11 durante la década de los 80 y principios de los noventa fue al estar sumido en el abandono. Y a pesar de ello logró producir programas de calidad, un ejemplo: el trabajo de Verónica Ortiz en el programa Reflexiones.

Al parecer, el proyecto o idea de promoción cultural del gobierno ha sido el apoyo a la

---

<sup>121</sup> *Ibid.*, p. 56.

<sup>122</sup> Navarro Benítez, Raúl. Y TV... ¿Quién eres? p. 30.

transmisión de la cultura del “Kitsch”. El mal gusto han atacado por la escuela alemana sienta sus reales en México apoyada por la programación de las grandes cadenas norteamericanas. El objetivo es, aparentemente, embotar al público en series policíacas, caricaturas, series para adolescentes todo el día y eliminar los programas netamente benéficos para el logro de una concientización del televidente.

Así hasta llegar al sexenio salinista, el presidente creador del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, el Sistema Nacional de Creadores; el presidente que ubicó al Canal 11 bajo responsabilidad exclusiva de la SEP (vía IPN) y aquel que cedió la frecuencia del Canal 22 a la Sociedad Civil. Sexenio de demagogia cultural pues en última instancia fue el periodo en el cual “se menosprecia profundamente 2 grupos de ciudadanos, intelectuales, periodistas y miembros de diferentes tendencias políticas que semana a semana se expresaban y (que a raíz de la cancelación de programas) tendrán que buscar otras vías para plantear la solución de sus numerosos programas”<sup>123</sup>

A contra corriente de las ideas mercantilistas del gobierno, los funcionarios del Canal 11 defienden, junto con algunos intelectuales como Monsiváis, Granados Chapa, González Casanova, la importancia de la frecuencia. Afirman que “se puede llegar con el menor costo al mayor número de personas. Es un instrumento que debe ser empleado para informar y entretener a los ciudadanos”<sup>124</sup>

Para los directivos actuales del Canal 11 el ser considerado un Canal Público significa que se cuenta con un estilo, mismo que permite la identificación de la teleaudiencia con respecto a los contenidos. En el mismo tenor, el Canal 11 se distingue por buscar, “proporcionar entretenimiento e información y algo más, algo que haga reflexionar, que lo estimule a pensar. Ese algo más es lo que nos diferencia de otras emisoras”<sup>125</sup>

Qué es ese algo más, es una incógnita de los analistas de tales frecuencias. El Canal 11 se conoce como un aburrido Canal Cultural que desde siempre ha batallado ante el

---

<sup>123</sup> *Ibid.*, p. 31.

<sup>124</sup> Lajous, Alejandra, *Proceso* número 1066, 6 de abril de 1997, p. 59.

<sup>125</sup> *Idem.*

impulso comercial y la insuficiencia presupuestaria. Esta frecuencia tiene 43 años de antigüedad en nuestro país, todos enfrentando problemas del mismo tipo. Y a pesar de nadar contracorriente, el intento de este canal se orienta a la fusión de lo cultural con lo comercial. Esto es, difundir la cultura por sus pantallas y lograr la comercialización de las emisiones. El presupuesto se gasta en sueldos y algunos programas propios. No obstante la mayor parte del mismo se dedica a la compra de series producidas, en su mayoría en el extranjero. Entonces, “no debe ser una televisión lucrativa, pero eso no significa que tampoco pueda tener capacidad comercial que le ayude a operar y a ofrecer mejores contenidos”.<sup>126</sup>

Precisamente por lo anterior parece obligatorio el dotar de mejores presupuestos para la frecuencia politécnica. La misma figura legal le impide recabar dinero por la imposibilidad de transmitir spots comerciales, pues sus funciones son culturales. Tales afirmaciones pueden considerarse de cínicas, pues todo el apoyo es para la televisión comercial vía concesiones y contubernio político, desde el momento mismo de dar prioridad a los espacios de esta última para informar de las principales acciones de gobierno, olvidando sus propias frecuencias.

Lo importante de todo es rescatar la labor del Canal pues hasta ahora se observa una opinión generalizada favorable sobre la calidad de lo transmitido, esto se ha convertido en una especie de marca, su significado es la identificación de un gran número de personas, profesionistas y estudiantes para con los programas transmitidos. Indicador fehaciente por el interés sobre las cuestiones culturales.

En ese sentido, para identificar esa marca la directora Adriana Lajous lo definió como “tener productos de calidad pero accesibles al mayor número de gente. La calidad no debe ser sinónimo de sofisticación, mucho menos de dificultades. Se busca llegar a todos los públicos, llenar las necesidades de la familia, de la sociedad que tienen que resolver por sí mismas sus problemas, ser un lazo de unión entre grupos de auto-ayuda”.<sup>127</sup>

---

<sup>126</sup> *Ibid.*, p. 60.

<sup>127</sup> *Proceso* número 1067, 13 de abril 1997, p, 56.

Durante la segunda mitad del sexenio salinista el proceso de venta de las redes de IMEVISIÓN, generó al principio una esperanza para el Canal 11 ya que sería a partir de ese momento en apariencia el único canal "Estatad", se pensó que se le dotaría de mayor presupuesto. Sin embargo el problema fue la designación del Canal 22 como otra entidad cultural en esos días. Para muchos pareció una incongruencia duplicar los objetivos y actividades. Si ya existía una frecuencia cultural con problemas de presupuesto ¿para qué crear otra más? Se suponía que no había recursos disponibles y por ese motivo el 11 sufría todo el tiempo. Entonces, la creación del 22 obligó al Estado a proporcionar dinero que no tenía. Todo este proceso evidenció el doble discurso salinista ante las ideas modernizadoras.

Esas ideas modernizadoras que pugnaban por la liberación de la economía a las fuerzas del mercado fueron catalogadas muy bien por algunos intelectuales y políticos de izquierda como demagogia, podemos citar al cronista Monsiváis y a Cuauhtémoc Cárdenas como algunos de sus detractores. En la práctica, Salinas de Gortari estableció una televisión del Estado y se basó en el 11 y 22, aunque nunca permitió el liberalismo real en la TV, pues no hubo ni habrá una participación exacta de la sociedad civil

El tema de análisis según Monsiváis, es la inexistencia de una televisión pública que se diferencie de la Estatal. Esto sería una TV que permita la realización de proyectos independientes del mismo, proyectos que con seguridad tienen como principal preocupación dotar de un espacio a los grupos artísticos de vanguardia que no profesan la religión mercantilista, asociaciones civiles preocupadas por el avance del analfabetismo funcional o grupos políticos que se manifiestan por una TV que provea de cultura, educación, instrucción y entretenimiento a la población. Se refiere a la aplicación de proyectos culturales mediante la TV formal, que es totalmente contrario a la simple implantación de programas considerados como cápsulas culturales que no solucionan la problemática inherente a nuestra sociedad en conjunto.

Desde hace varios años adoptamos la idea de una televisión de Estado establecida a partir del trabajo de los canales 11 y 13, lo cual se determina por asociación "a la



confusión, el despilfarro, la copia descarada, el equipo obsoleto, los aciertos ocasionales, los aciertos institucionalizados, la censura (en especial política) y las necesidades publicitarias del régimen".<sup>128</sup> Mediante el trabajo desarrollado por el Estado con relación a la TV, podemos decir, a su vez, que el verdadero proyecto está en el monopolio comercial y su posterior consolidación y dominio de las frecuencias en México.

Bajo este perfil tenemos un Canal 11 que enfrenta todos los días mediante la integración de política y economía a los canales de TV, que se ubican en la necesidad de la ganancia *per se*. Un canal cultural que se ve obligado a trabajar bajo los postulados de eficiencia y productividad, no tiene futuro, pues la productividad se logra a través de la concretización de excedentes o plusvalía.

El Canal 11, no puede reportar ganancias por que sólo compra pues los programas que produce no cuentan con un mercado. En ese sentido, la misma cultura no es exactamente un bien que pueda intercambiarse en algún lado a cambio de monedas. Los intelectuales mexicanos (desde González Casanova hasta Octavio Paz) coinciden en que esta actividad es simplemente una inversión, cuyos frutos se verán cuando contemos con una sociedad concientizada que exija mejores contenidos en la programación de cada uno de los Canales de TV.

Para darnos una idea, el presupuesto del Canal 11 ha estado durante la década de los noventa alrededor de 100 millones de pesos, con algunas variaciones ese presupuesto contrasta con las ganancias obtenidas por la Cadena Radio Centro y su programa radial Monitor. Esto significa que con sólo 80 días del noticiero transmitiendo 10 spots diarios, la RED gana prácticamente lo asignado al Canal en un año. Paradójico que la radio y TV privadas no paguen impuestos en efectivo y el Estado no asigne recursos a la TV cultural, a pesar de su importancia.

El deshacerse de los medios de difusión masiva y no apoyar a los ya existentes por la crisis económica que privilegia a los intereses de algunos grupos de poder (políticos o

---

<sup>128</sup> Monsiváis, Carlos. Revista *Proceso* número 805, 6 de abril de 1992, p. 50.

empresariales), el Estado tuvo una decisión “que no atiende a las necesidades generalizadas de la sociedad y que puede tener como consecuencia la solidificación de un sólo modelo mercantil, alejado de las funciones de servicio social que podría alcanzar”.<sup>129</sup> Esas funciones el Canal 11 intenta poner en práctica a pesar del olvido en que se encuentra.

### **3.3.2 LA TELEVISIÓN ESTATAL: EL CANAL 13**

El Estado Mexicano nunca ha soslayado a la televisión por ser el medio de mayor influencia desde su aparición. Los industriales presta-nombres en nuestro país aprovecharon el descuido del Estado para poder incursionar y dominar el espectro televisivo con la ayuda del capital extranjero. Contrario a lo afirmado por algunos con relación a la miopía de nuestros gobernantes ante los cambios en los medios de difusión a la llegada de la TV, el Estado se ha relacionado siempre con la TV comercial, lo cual implica que en realidad el proyecto educativo, si existe bien definido, éste va en el rumbo que a los Estados Unidos conviene y que aplica mediante funcionarios formados en las grandes escuelas norteamericanas convencidos de las bondades del vecino país.

En contraste, la cuestión de la cultura por televisión ha preocupado sólo a algunos funcionarios, razón por la cual la TV estatal siempre ha estado a la deriva. Los inicios del Canal 13 están en 1968. En ese año se autorizaron dos concesiones más a las ya existentes (Canales 2, 4, 5) y aparecieron el 8 y el 13. El primero otorgado a la Televisión Independiente de México (del Grupo Monterrey) y el segundo a Francisco Aguirre.

La idea inicial del gobierno era permitir la competencia en las pantallas de televisión, montados en la idea propia del Liberalismo económico, que establece que a mayor competencia mayor calidad de los productos. La competencia al final fue sólo un sueño, pues el 13 se dedicó a transmitir programas norteamericanos y se metió pronto en

---

<sup>129</sup> Trejo Delarbre, Raúl. Citado en *Proceso* número 805, 6 de abril de 1992 p. 23.

problemas con el Gobierno. El Canal 8 por su parte se fusionó con Telesistema Mexicano y se creó el actual monopolio TELEvisa.

Los problemas del Canal 13 iniciaron a 3 años de su aparición y ocasionaron que a finales de 1971 SOMEX adquiriera el 72 % de sus acciones en un intento por mejorar la producción y poder hacer frente al otro grupo televisivo ya consolidado. El 15 de marzo de 1972 SOMEX adquirió el restante 28% y pasó a ser propiedad del Estado Mexicano. Es entonces cuando inició la aventura de la cultura a través de las pantallas. Con muy pocos buenos resultados porque si bien el gobierno “pretendía revertir el proceso de desorientación colectiva: la problemática individual es incomprensible sin el conocimiento del contexto social que lo genera”.<sup>130</sup> En los hechos el canal se mantuvo como transmisor de las producciones extranjeras, la cultura o educación planeada nunca se vio cristalizada en su frecuencia.

Precisamente para subsanar aquello, el Estado mexicano se propuso establecer una política de comunicación televisiva contraria a la aplicada en el consorcio privado. En ese sentido se aplica la noción de limitar al monopolio de Televisa hasta ese momento, para el gobierno, la cultura “es una concepción global racional, del universo; informar es inscribir los nuevos hechos en un marco de referencia socio-política”.<sup>131</sup> Esa concepción es la que se trata de apoyar mediante las transmisiones del Canal 13. En la práctica no se contó con un objetivo real y una estructura adecuada, no se diga de la normatividad legal que debe amparar cualquier actividad lucrativa.

Por eso, los objetivos para 1974 ya eran “tener capacidad de innovación más allá del reforzamiento de los valores tradicionales. Sin olvidar la importancia de la magnitud del auditorio -aspecto cuantitativo-, tampoco ha de ignorar los valores artísticos y culturales -aspecto cualitativo-”<sup>132</sup>

---

<sup>130</sup> Declaración de Jorge Alberto Lozoya, citado en Granados Chapa, Miguel Ángel, *op cit* p. 54.

<sup>131</sup> *idem*.

<sup>132</sup> *Ibid*, p. 72.

La adquisición del canal se realizó durante el sexenio de Luis Echeverría, años en que el debate acerca de este medio tuvo un auge y en los cuales varias personalidades, entre ellas intelectuales, académicos e investigadores señalaron los vicios del enfoque comercial característico del monopolio en vías de consolidación.

Ese debate acerca de la TV en México se caracterizó por la meta gubernamental que estableció que “entendemos al Canal 13 como una empresa responsable de informar, divertir y difundir la cultura para regular, complementar y promover el sistema nacional de televisión mediante la emulación y el ejemplo con la finalidad de contribuir a la integración nacional”.<sup>133</sup>

A pesar del intento de fundar una televisión que aplicara lo estipulado en la ley Federal de Radio y Televisión, el problema que presentó siempre el Canal 13 fue la mala Planeación producto de la incompetencia de sus directores. Con ello, lo que en esencia debió ser un mejoramiento de los contenidos, la década de los 70 se caracterizó “por la confección de los mensajes estatales... con los mismos ingredientes mercantiles seleccionados por el capital privado desde los años treinta, agregando solamente un cariz apolítico de tipo informativo e incrementando los llamados programas culturales”.<sup>134</sup>

A todos los problemas económicos debemos añadir los escándalos donde los directores del Canal fueron los protagonistas. Es obvio que la asignación de directores que de televisión no sabían, acarreó problemas en lugar de resolver los ya existentes. Por lo mismo, el gobierno echeverrista se “enfrenta a la necesidad de readecuar la actuación política de empresarios nacionales y extranjeros, de agudizar las formas de control político para con las clases trabajadoras y de ampliar su base social de apoyo interno”.<sup>135</sup> Esto es, en México se consolidan las nuevas ideas liberales propias de la época, la masacre del 2 de octubre del 68 abrió, a fin de cuentas, nuevas brechas en cuanto a la participación de los empresarios y los trabajadores. Por tanto, es necesario contar con un medio poderoso que permita la difusión de mensajes que, a su vez, garanticen un

---

<sup>133</sup> *Ibid.*, p. 73

<sup>134</sup> Fernández Christlieb, Fátima, *op cit.*, p. 174.

<sup>135</sup> *Ibid.*, p. 183.

control de esas mismas fuerzas en movimiento. La campaña de desprestigio impulsada por el gobierno contra la televisión comercial de esos años, fue una simple cortina de humo. La compra del Canal 13 fue un acto más de promoción de la figura presidencial que el rescate de manos privadas de un medio dominado por los intereses privados en pos de la ganancia rápida y fácil.

El discurso oficial habla de la necesidad de una orientación nueva en los medios masivos de aquellos días, son numerosos los discursos que señalan la distorsión generada a través de sus mensajes. El presidente Echeverría menciona además la indefensión de los niños ante lo transmitido en las pantallas. A partir de ese discurso surgen programas diferentes, aunque no hacen más que reafirmar las nociones empresariales persistentes hasta el momento.

De hecho, el primer paso en la participación del Estado mexicano en la TV fue el aprovechamiento del 12.5% del tiempo fiscal al que tenía derecho en cada uno de los canales concesionados. La realidad para el Canal 13 fue desde un principio una lucha entre las inconsistencias administrativas y el enfoque otorgado ante la necesidad de la transmisión de ideología estatal, Enrique González Pedrero, director durante ese sexenio, sólo se dedicó a las cuestiones estructurales por sobre lo cultural. Es decir, se preocupó por contar con instalaciones adecuadas para las transmisiones, minimizando la producción de los mensajes mismos.

La parte final de ese período trajo buenas y malas noticias. Una buena: el 14 de julio de 1976 se inauguraron las nuevas instalaciones del Canal y se cubrían 26 estados de la República mediante repetidoras. No obstante, las declaraciones de la nueva administración serán la mala: el director del 13, González Pedrero, había gastado todo el presupuesto del año 76 con tal de terminar dichas instalaciones. A partir de entonces, se presentó una discusión entre ambas administraciones para culparse mutuamente de la insolvencia financiera.

El desenlace de ese problema fue la bancarrota de la emisora. Así, lo declaró en su momento Pablo Marentes, integrante de la nueva administración. Según él, “la administración de González Pedrero -obligado a construir las nuevas instalaciones en las faldas del Ajusco para que fueran inauguradas por el entonces presidente Echeverría- destinó a los gastos de construcción todo el capital del ejercicio de 1976. Esto provocó que a partir del 7 de agosto de ese año se suspendieran los pagos a los proveedores”.<sup>136</sup>

Ante ese panorama las quejas fueron mayores debido a la falta de un proyecto cultural de verdad, el mismo Marentes fue el promotor de una televisión estatal comercial, buscando la recaudación de ganancias para equilibrar las finanzas sobre los beneficios intangibles de la promoción de la cultura. A pesar de todo, la duda sobre el Proyecto se vislumbra a partir de un dato revelador: en sólo dos sexenios el Canal tuvo 13 directores.

Para el sexenio de José López Portillo, las pugnas dentro del mismo gabinete fueron mayores, especialmente por la problemática del Canal en materia administrativa. Si bien es nombrado un director, el Consejo Nacional de Radio y Televisión tiene presencia también en la toma de decisiones.

La oportunidad que representó el Canal para la promoción real de los valores y la difusión de la cultura fue además bloqueada por Televisa que propagaba a diestra y siniestro la incapacidad del Estado a través de sus principales representantes. En el sexenio de López Portillo, la TV estuvo caracterizada por la indefinición y abandono del gobierno y un aspecto en contra fue la participación negativa de Margarita López Portillo (hermana del presidente y responsable de Radio, Televisión y Cinematografía) en la toma de decisiones y, en mayor medida, a partir de sus declaraciones a favor de fusionar el monopolio comercial y el 13.

Algo aún peor fue la contratación de directivos formados en Televisa para ser responsables de las áreas importantes, es el caso de Manuel Díaz Fragoso y Luis de

---

<sup>136</sup> Problemas Financieros en Canal 13. Proceso no. 46, agosto de 1976, p. 24.

Llano. Por supuesto que el proyecto de estos era la comercialización del canal como si fuera una concesión cualquiera. El problema era sobre la conveniencia de eso mismo, en este sentido se suponía que una televisora estatal debía cumplir los objetivos mencionados en la Ley Federal de Radio y TV. Los resultados fueron programas extranjeros con una comercialización menor. Se dejaba siempre fuera la comercialización de cigarrillos, vinos y licores para justificar el enfoque *distinto* al comercial.

En un principio la función del 13 no era la obtención de utilidades sino más bien la concreción de los objetivos políticos, económicos y culturales que se trasladaron hacia la responsabilidad pública. Esos objetivos pronto se observaron en el ámbito televisivo del gobierno para apoyar su política en este medio: canceló varias series transmitidas por las pantallas (1° de septiembre de 1974), es claro que la cancelación pretendió apoyar el trabajo del canal estatal. En ese año el rechazo empresarial hacia la cancelación de programas o la crítica a la basura transmitida por esos días, le rindió frutos casi de inmediato. La nueva Ley Federal que se esperaba ver promulgada ese año sólo resultó ser un Reglamento tan ambiguo que permitió y permite hasta ahora el abuso de los concesionarios.

Cada lucha emprendida por el gobierno un turno (sea real o ficticia) contra la TV comercial, ha encontrado fuertes resistencias de los concesionarios de la misma. El resultado fue "la consolidación del monopolio comercial privado, aunada a una reglamentación meramente administrativa y a la demostración del poder político empresarial"<sup>137</sup>

El crecimiento (en instalaciones) se presentó aún más durante el sexenio de Miguel de La Madrid Hurtado con la creación del Instituto Mexicano de Televisión (IMEVISIÓN). Para tal fin se creó una nueva red nacional: el Canal 7. El cual salió al aire el 18 de mayo de 1985. Ya se contaba con el 22 en la Banda de UHF y con cobertura en la Zona

---

<sup>137</sup> Fernández Christlieb, Fátima, *op cit.* p. 144.

Metropolitana, precisamente la permissionaria se llamó de esa forma: Televisión Metropolitana, S.A.

Sin embargo, el nacimiento de IMEVISIÓN no cambió para nada el enfoque del 13 que siempre se había caracterizado por ser una mala copia de los canales comerciales y así siguió. El proyecto de Televisión Estatal estaba orientado a la transmisión de programas culturales nunca llevada a la práctica. A pesar del éxito de algunos de sus programas de facturación nacional, el Canal 13 no mejoró en lo mínimo las pantallas caseras. El canal 7 por su parte se enfocó a la atención de poblaciones del campo, retomando la labor realizada hasta entonces por la Red de Televisión Rural.

Al final de la disputa por el control sobre la planeación y orientación del Canal 13, se observó que “se convirtió, con el paso de los meses, en el receptáculo de infinidad de recomendados, refugio de desempleados y amigos, plataforma de funcionarios en tránsito hacia otras posiciones”.<sup>138</sup>

El sexenio se vio impregnado por disputas que trajeron crisis económicas que a sólo 2 años de creado el Instituto Mexicano de Televisión, ya se encontraba en quiebra técnica, incluyendo al Canal 13. Inician las voces a favor de la racionalización de recursos públicos y que pugnan, a la vez, por la venta de IMEVISIÓN para que el Estado pueda dedicarse a las actividades propias y prioritarias de Gobierno, olvidando por cierto que es indispensable contar con una infraestructura comunicativa de Estado, esto ampliará la base social del mismo, necesaria con mayor razón, para poder enfrentar a todas las campañas de desprestigio que se realizan en el exterior y que no tienen respuesta clara.

---

<sup>138</sup> Navarro Benítez, Raúl, *op cit.*, p. 56.



## **CAPÍTULO CUARTO**

### **LA CULTURA EN NUESTROS DÍAS, EL CANAL 22**

#### **4.1 CARACTERÍSTICAS DEL MEDIO**

##### **4.1.1 EL CANAL 22, BREVE BOSQUEJO**

Esta frecuencia surge en la última parte del sexenio de José López Portillo (abril de 1982) para apoyar el trabajo de Televisión de la República Mexicana, Institución que pretendía proporcionar Educación a la población del país y que se enfocaba a la provincia, pero no se podía sintonizar dentro del territorio del D.F.,<sup>139</sup> con una programación de 5 horas diarias en promedio y que formó parte de IMEVISIÓN. No obstante su inicio (y continuidad) fue azaroso, ya que cuenta con una Frecuencia Ultra Alta (UHF) que es difícil de sintonizar en algunas zonas del Área. El proyecto de IMEVISIÓN que buscaba mejorar las condiciones de la población y generar un mayor gusto por la cultura nacional fue desmentido desde el principio.

En la administración salinista fue puesto en venta al igual que todos los medios incluidos en el sistema estatal de comunicación. El anuncio se hizo el 8 de diciembre de 1990, la noticia tomó por sorpresa a casi toda la sociedad civil pues es sabido que todo Estado requiere de medios propios que permitan la transmisión de mensajes estructuradores de la posición gubernamental en cuanto a la administración nacional o la misma posición del Gobierno ante los acontecimientos que marca el ritmo de la vida pública.

A partir de la publicación de la venta del Canal 22, las especulaciones iniciaron, se mencionó en su momento posibles compradores que generaban serias suspicacias entre la clase intelectual. De lo más destacado tenemos a Miguel Alemán Velasco, vinculado en ese entonces aún con la empresa TELEVISIÓN, quien desmintió la versión mediante algunos comunicados. El consejo Nacional para la Cultura y las Artes, por su parte, descartó también la posibilidad aduciendo incapacidad productiva para programar un

---

<sup>139</sup> Ahumada Barajas, Rafael, *El papel del Estado Mexicano como Emisor Televisivo*, pp 28-29.

canal de manera permanente, aunque no olvidó señalar la conveniencia de contar con un medio poderoso para la difusión de la cultura.

Ante el aparente desprecio hacia el Canal por parte de los empresarios y las Instituciones de Cultura, se mantuvo en la indefinición la puesta en venta, en los hechos, los empresarios tenían interés en la adquisición pero siempre y cuando estuviera en conjunto con los demás canales parte de IMEVISIÓN, el 7 y el 13, pues el objeto era formar un nuevo consorcio que pudiera hacer competencia al monopolio comercial de Televisa.

El 26 de enero del año siguiente, 200 intelectuales a través de una carta abierta al Presidente de la República solicitaron se otorgara el Canal a un grupo de la sociedad civil para darle una orientación cultural y mencionaron la importancia de la participación de la Sociedad en los trabajos de planeación, producción o transmisión de cultura, los personajes que encabezaban la solicitud fueron los conocidos escritores Héctor Aguilar Camín y Carlos Monsiváis.

El presidente Salinas aceptó ceder la frecuencia a esa "sociedad civil" que en realidad eran los artistas de todas las orientaciones, la decisión marcaría de manera negativa al Canal pues favoreció a la disputa por el poder político y los espacios culturales entre los bloques representativos de los *creadores* mexicanos.

Para poner en marcha el proyecto, se formó el Consejo de Planeación y Políticas de Desarrollo y nombró como Director del Canal a José María Pérez Gay. La situación y designación por parte del presidente Salinas fue impugnada desde el principio pues se intentaba contar con un canal cultural independiente dedicado a la cultura y sus diversas manifestaciones y la participación del gobierno en los trabajos preliminares no favorecía aquello. A la participación Estatal y la indiferencia de los empresarios hacia la cultura, se sumó la deserción declarada de Monsiváis y la disfrazada de algunos otros quienes nunca participaron en los trabajos que les fueron asignados.

Por su parte, la comunidad de artistas inició la crítica hacia el futuro canal Estatal, la UNAM declaró, a través de Gonzalo Celorio, coordinador de Difusión Cultural, que nunca lo habían ofrecido a esa casa de estudios, además de no interesar por que no correspondía a la Autonomía Universitaria. El INBA tampoco mostró interés pero sí decepción ante la creación de otro canal cultural, no por la creación en sí misma, sino porque la existencia de dos canales no favorecería la promoción de cultura pues ambos tendrían problemas económicos, se apoyaba lo anterior, tomando en cuenta las deficiencias presupuestales del Canal 11 que ha tenido desde su fundación.

De acuerdo a la mayoría de los intelectuales, aún antes de la salida al aire del 22, ya estaba desprestigiado por la cercanía con el gobierno; se difundió la amistad del presidente Carlos Salinas con Héctor Aguilar Camín desde los tiempos de sus estudios en la UNAM, hecho que favoreció a las campañas iniciadas contra la frecuencia y su grupo dirigente. Por lo demás, los problemas para salir al aire fueron constantes para el Canal, el primero fue el presupuesto gubernamental, ya que el ex-presidente Salinas había prometido 70 millones de pesos y finalmente sólo entregó 32, el presupuesto prometido no llegaba a manos del Consejo de Planeación y nunca cubrió la cantidad ofrecida.

El segundo fue la indiferencia de la comunidad Cultural ante la posibilidad que esa frecuencia fuera la defensora y promotora de un gobierno ya para ese entonces identificado por su demagogia. El director del Canal contribuyó por su indefinición ante las labores previas, pues solamente realizó dos reuniones de trabajo con el Consejo de Planeación y esta fueron de carácter informativas e informales. Ante esto, algunos integrantes optaron por retirarse de los trabajos y publicar en sus medios respectivos, artículos en contra de la forma de trabajo, el caso de la revista *Vuelta* fue el más sonado.<sup>140</sup>

El tercero, la polémica desatada entre Octavio Paz desde las paginas de *Vuelta* en contra de los representantes de la revista *Nexos* y algunas dependencias de gobierno, estuvo

---

<sup>140</sup> Paz, Octavio, *La Conjura de los Letrados*. *Vuelta*, abril de 1992, p. 9.

acompañado por Enrique Krauze y Gabriel Zaid. En ese medio acusaron a Enrique Florescano, Aguilar Camín y Pérez Gay, principalmente, de intentar de apoderarse de los principales espacios generadores de cultura en el país. A toda la escaramuza Paz le llamó “La Conjura de los Letrados”, la polémica causó la posterior renuncia de Víctor Flores Olea al CONACULTA y el abandono gubernamental con respecto al Canal.<sup>141</sup>

Y cuarto, el retraso en la salida al aire a causa de la desorganización y las constantes renunciaciones de algunos personajes de la Administración, la más importante fue la de Fernando Solana a la Subdirección General de Políticas Culturales, para reintegrarse a la coordinación de suplementos del diario El Nacional. El retraso estuvo marcado por la cancelación de la salida en cuatro ocasiones previas, programadas para octubre de 1991, diciembre de 1992, abril y mayo del 93. Por fin, el 22 de junio de 1993 se transmitió por primera ocasión hacia la Zona Metropolitana del D. F. Debe destacarse la frase que la identifica: “La Cultura también se ve”. Precisamente porque si nos ubicamos en la definición de aquél concepto, la cultura también podía verse en los canales comerciales (TELEVISA o TV Azteca). Puesto que cada una de esas manifestaciones son parte de la actividad humana (*vid. supra.*, p.11).

Una situación problemática en el Canal 22 es la escasa participación del Consejo de Planeación ante los trabajos del mismo, lo que empaña su labor y hace más difícil su tarea representada por la promoción cultural, se enfrenta a la polarización de grupo antagónicos reconocidos en el medio. A pesar de que Octavio Paz y la revista Vuelta han desaparecido, Nexos sigue confrontado con la revista heredera del proyecto llamada Letras Libres, no obstante, la confrontación de esos intelectuales le resta importancia a los verdaderos aspectos en la disputa, que son la producción y promoción cultural a partir de las políticas gubernamentales.

Los objetivos no cumplidos para el Canal, son en primer instancia, la consecución de mejores presupuestos con respecto al Canal 11, que garanticen la producción nacional mayor y no sólo la compra de series y programas extranjeros. Este es el punto álgido de

---

<sup>141</sup> *Idem.*

la discusión, ya que el Estado mexicano debe atender otras actividades y se observa la duplicidad de actividades con el otro canal. El proyecto se consideraba también la dotación de una red nacional que no ha sido explotada a cabalidad, parte de lo incumplido hasta la fecha, además de la firma de acuerdos con las Instituciones Académicas, civiles y los productores independientes de televisión. Es claro que no hay la voluntad para un Proyecto verdadero que apoye a las actividades culturales. A pesar que en la actualidad, en el Canal 22 se "espera poner en marcha la renovación de nuestra imagen el próxima mes de abril del 2001, tenemos muchos planes y esperamos mejorar el *rating* diario"<sup>142</sup>

Aparentemente el Canal 22 sirvió sólo como una medida de auto-elogio y legitimación de los actos del gobierno en turno. Aparece también como una típica medida de cooptación gubernamental de las voces crítica por una parte de eso que llamamos sociedad civil y que caracteriza a la vida pública mediante sus trabajos que después llamaremos *arte*. A causa de las pugnas entre los mismos intelectuales, la cultura se vuelve cada vez más en cotos de poder señalando la necesidad de la aplicación de acuerdos mínimos de convivencia y que busquen la verdadera promoción plural y consistente de todas las manifestaciones nacionales y extranjeras, de lo contrario seguiremos inmersos en la ambigüedad cultural proyectadas mediante la frecuencia del Canal 22.

Al principio fue necesario producir poco a causa de la falta de infraestructura, la producción realizada se contrataba con TELERREY, filial de MULTIVISIÓN. Falta señalar que para efectos de programación el Canal prácticamente no ha variado con relación a los trabajos iniciales; pues la programación diaria está integrada casi por los mismos porcentajes iniciales: 30 y 70 por ciento, nacional y extranjera respectivamente.

La paulatina compra de material y equipo, así como la construcción de un complejo de producción y post-producción han cambiado un poco la fisonomía del Canal. Ya cuenta

---

<sup>142</sup> Flores Sanhueza, Abel, Subgerente de Comunicación Social e Imagen Televisiva del Canal 22. Entrevista realizada el 6 de marzo en las instalaciones de Canal 22, ubicadas en Calz. de Tlalpan 583, Col. Álamos, D.F.

en nuestros días con un estudio y el material necesario para revertir porcentajes y llevar la producción nacional al 70% como era el objetivo inicial. Pero la falta de presupuesto obliga a considerar primero la compra de programas que, a fin de cuentas, resulta más barato, a pesar de constituir formas ideológicas particulares en cuanto al tratamiento o enfoque de los temas.

Finalmente, debemos destacar que no obstante la problemática inherente a la cultura reflejada en la baja audiencia, el Canal 22 se ha convertido en la realidad, en una opción que permite alcanzar una isla en todo el mar de incoherencias, extranjerismos, basuras cómicas y series al más puro estilo *Kitsch*. La concreción está ya definida desde el principio: “el canal tiene una expresión de lo que somos, tenemos que reconocernos en el Canal. El canal puede ser punta de lanza para estimular la producción nacional. Hay que remontar todo un sistema de comunicación que nos ha mantenido al margen de la participación en la pantalla”.<sup>143</sup>

#### **4.1.2 LA TELEVISIÓN CULTURAL ANTE LA SOCIEDAD MEXICANA**

Para iniciar el estudio del tema en esta investigación, debemos señalar ante todo las ideas fabricadas en el espectador mediante una serie de valores que buscan el beneficio económico y el disfrute del tiempo libre a expensas de la inmovilidad social que en nuestro país son tan aclamadas. Partamos siempre de los postulados educativos y observemos las cualidades de este grupo social llamado México.

Según los ideólogos de nuestros días, el ciudadano común observa más televisión de lo que lee. En sentido estricto esto no debe preocupar a nadie. Pero se origina la curiosidad y necesidad de analizar sus consecuencias. Muchos intelectuales aseguran que el hombre del siglo XXI tiene características particulares creadas a partir del tiempo que le dedica a la TV; ahora es *homo videns* u hombre que ve, antes de pensar. Por ello

---

<sup>143</sup> Solís Leert, Beatriz. Revista *Proceso* num. 867, 14 de junio de 1993, p 50.

tenemos que precisar la importancia y ventajas que podría ofrecer este medio de comunicación que compite todos los días en pos de *rating* más alto.<sup>144</sup>

Para situar el trabajo del Canal 22 en nuestro país y determinar su labor de 7 años en el aire, rescatemos las nociones acerca de la televisión cultural. De siempre se ha pensado que las actividades culturales son propias de la gente “snob”, personas que no tienen otra cosa que hacer. Nos referimos a quien no tiene un horario de trabajo fijo como la clase común y por eso pueden darse el lujo de aburrirse ante una pantalla viendo nociones acerca de las bellas artes.

Son famosas las frases de Jacobo Zabłudowsky acerca de lo monótono que resulta observar programas culturales. La televisión que tiene esa orientación no puede en consecuencia competir, razón apropiada para señalar las ventajas para el televidente proporcionado a través de los mensajes comerciales. Resulta difícil convencer a la gente que un canal como el 22 pueda tener un nicho de mercado definido y extenso en una sociedad asidua a las telenovelas, precisamente por tener tanta demanda las historias rosas ya señaladas anteriormente como *soap opera*.

Se dice que el mexicano lee poco. Entonces la consecuencia de esto es el olvido ante las opciones televisivas; en caso de ser culturales mucho más. Umberto Eco y Octavio Paz declararon en su momento, que la cultura se transmite de una generación a otra a través de una cultura escrita, es decir, literaria. Por eso es una cuestión en la cual es difícil obtener mayores y mejores resultados, con los tiempos dedicados a productos de un canal de televisión.

Una consecuencia natural de lo anterior, es una sociedad caracterizada por tener bajos niveles de instrucción. Algunas instituciones (como la Universidad Pedagógica Nacional) mencionan que el promedio escolar es de 4 años aunque el presidente Zedillo al final de su sexenio, afirmó que subió durante su administración hasta los 7 años. A lo anterior tenemos que agregarle la exigencia de algunos sectores de nuestra sociedad

---

<sup>144</sup> Sartori, Giovanni, *Homo Videns, La Sociedad Teledirigida*, p. 12.

acerca del servicio público que debe proporcionar la TV y que señalan, a su vez, la reorientación necesaria de todos los canales comerciales y montarlos en un aspecto cultural para apoyar a los culturales ya existentes.

La resistencia hacia la cultura, curiosamente no es espontánea en los ciudadanos. Tiene su origen en las ideas que se han implantado por decretos y acuerdos adoptados por cada una de las administraciones que ha tenido el Estado mexicano. La década de los noventa muestra una sociedad enfrentada a dos ideas complementarias: el cambio y la globalización. No queda claro que es uno ni lo otro; pero tenemos una idea somera a raíz del debate ocasionado por la firma del Tratado de Libre Comercio. Por tanto ese movimiento económico-político-social-cultural, puesto en marcha por las sociedades posmodernas, debe ser adoptado a manera de religión en las sociedades en desarrollo.

Así, “todo se está cambiando como si estuviera cumplido un ciclo natural en México, lo queramos o no, está inmerso en esos cambios, la intrascendencia de las fronteras que la tecnología borra con sus alcances, está construyendo una plataforma de la sociedad de la próxima generación”<sup>145</sup>.

La raíz de la problemática cultural podemos situarla al término del período conocido como el “Milagro Mexicano”. Nuestra sociedad pretendía acceder a una etapa de modernización en la década de los cincuenta y nunca alcanzada precisamente por la falta de instrucción escolar y una cultura propicias ante la nueva ola económica. La escasez de dinero ocasionó cada vez más el abandono de los planteles educativos oficiales y obligó a éstos a prestar un servicio de mala calidad. Por calidad debemos entender, el proporcionar los conocimientos necesarios para enfrentar en condiciones ventajosas al grupo del cual somos parte. Esos conocimientos van desde los conceptos científicos hasta las expresiones artísticas, dos cuestiones nunca desarrolladas en las escuelas de manera cabal.

---

<sup>145</sup> Miró V. Juan José. *La televisión y el poder político en México*, p. 57.



Por otro lado, la nueva teoría liberal globalizadora que llega a nuestra nación a partir del sexenio de Miguel de la Madrid, choca de lleno ante la resistencia de una sociedad escasa de nociones culturales preliminares que permitan la libre aceptación de lo nuevo. Somos un país tradicionalista que pretende salvar lo mejor de su historia ante los ataques salvajes de las empresas trasnacionales. Muchos de los elementos que guardan las formas y conviven en nuestros días tienen antigüedades de dos años hasta varios siglos. Tomemos como ejemplo el culto a la Guadalupana o las visitas del Papa Juan Pablo II, seguidas desde hace años a través de los medios electrónicos.

Por supuesto también debemos hablar de democracia. Nuestra sociedad se reconoce por ser un producto de otras dos distintas y antagónicas, las cuales tenían arraigado ese sentimiento de supremacía sobre el resto, a partir de las grandes conquistas que realizaron. La mexicana y la española son representantes de lo mencionado. El tipo de gobierno se caracterizaba por ser autoritario. Nuestro país adolece por tanto de una democracia real y por eso cuenta con una televisión ajena a los intereses de la población. En pleno, México no accede a la democracia porque aquí subsiste “una cultura política genuinamente tradicionalista, en que no priva aún la economía del mercado, donde la gente –ocupada todo su tiempo en trabajos agotadores sin ocio ni energía para la acción política- es impotente frente a las presiones económicas y de violencia que ejercen contra ella las clases privilegiadas locales”<sup>146</sup> y terminan reproduciendo los paradigmas establecidos por los poderosos.

González Casanova hablaba de condiciones imperantes en la década de los setenta. Estamos en el 2000 y curiosamente seguimos hablando de lo mismo. Si no hay democracia en la sociedad, por consecuencia no la habrá en los medios de comunicación. Especialmente en la TV, sabemos que tampoco la hay.

Si bien no hay democracia plena, digamos que es producto de la misma sociedad, más bien de un Estado que desarrolló políticas orientadas a la consecución de una identidad propia. El autoritarismo de cada uno de nuestros gobernantes es el reflejo del

---

<sup>146</sup> González Casanova, Pablo. *La democracia en México*, p. 213.

autoritarismo presente en cada uno de nosotros. La cultura común que se ha buscado donde siempre, han visto frenados sus esfuerzos por las mismas deficiencias de infraestructura. No hay servicios para todos y por tanto no se puede llegar con los mensajes a cada uno de los hogares. La misma pluralidad y gran número de lenguas hace que la cultura nacional sea sólo aquella basada en la indígena. Dejando a un lado otras expresiones internacionales que también son cultura.

¿Una nación heterogénea puede asimilar de alguna forma una cultura homogénea? Cada uno de los gobiernos habidos desde la Reforma ha procurado proporcionarnos bienes culturales que se consideran universales. Así como se ha intentado, se ha tenido fracasos. Quizá aquí está el *quid* del asunto. Analizar y transmitir una noción unificadora y totalizadora de la cultura es el objetivo por conseguir. Así es como “la diversidad cultural sigue siendo vista como un obstáculo a vencer. La cultura nacional que debe uniformar a la nación se define desde arriba, desde la cúpula que comanda los destinos del país; son los grupos de poder quienes deciden qué es rescatable y qué debe desecharse”<sup>147</sup>.

Asumamos entonces, que la mayor dificultad para lograr una cultura que contenga lo necesario y no sólo lo mejor, es la heterogeneidad cultural de nuestras ciudades. No podemos omitir una razón básica para la creación-fundación-donación de una frecuencia cultural como el Canal 22 y su labor ante el conglomerado tan vasto ubicado en el rango de influencia del territorio. La Zona Metropolitana de la Ciudad de México se forma por subgrupos sociales cuya cultura “de origen es campesina o india y con ello enfrentan los retos de su nueva condición citadina. Muchos mantienen vínculos con sus comunidades de origen y las renuevan periódicamente; se organizan aquí para mantener la vida como allá, hasta donde las circunstancias lo permiten”<sup>148</sup>.

Precisamente por mantenerse vivas esas tradiciones de provincia, el tema con mayor tratamiento o de mayor audiencia es la serie seriada rosa. En muchos lugares las

---

<sup>147</sup> Bonfil Batalla, Guillermo. *Obras escogidas*, p. 375.

<sup>148</sup> *Ibid.*, p. 393.

opciones para divertirse están asimiladas a la reunión para *escuchar* la radionovela o para *observar* la telenovela. Más que nada por la escasez de opciones. La falta de medios de comunicación eficaces han ocasionado que las clases media y baja en provincia muten hacia la noción que los *mass media* lo desean.

Toda industria cultural tiene como clientes selectos a las masas mal instruidas o poco adiestradas para discernir entre lo bueno y lo malo en lo cultural; entre la Cultura Formal y la Cultura de Masas fomentadora del desperdicio de tiempo. El punto a donde se quiere llegar es el siguiente: un Canal como el 22 con una orientación intelectual y que busca proporcionar mensajes caracterizado como Cultura Formal se enfrenta a la indiferencia de la población por pretender imponer un concepto cultural ajeno a la mayoría de la gente o simplemente, la frecuencia de UHF no puede sintonizarse en todos los televisores y los que pueden, se ubican en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México.

El Canal 22 tiene dos adversarios a vencer. El primero lo representa el dominio del monopolio comercial (¿todavía es monopolio?) Pues transmite programas de ínfima calidad la mayor parte. Pero que cuenta para resarcir lo anterior, un aparato publicitario muy eficaz. Esto le facilita su labor y al mismo tiempo le proporciona seguridad. Televisa es el único medio capaz de llegar a todos los confines del país y algunas ciudades de Centroamérica. Con un sistema basado en la retransmisión de series extranjeras y telenovelas de manufactura nacional, puede jactarse de dominar el mercado.

En la práctica el consorcio es una verdadera industria cultural pues domina segmentos de la cultura masiva. Apoya a cada una de sus figuras a través de los medios audiovisuales e impresos con los cuales se cuenta. Genera con ello el gusto mediante el embotamiento causado por la repetición hasta el cansancio de los mismos mensajes. Si domina en el interior del país, domina también en la Ciudad de México, pues la mayor parte de la población en ésta última es migrante.

Los productos del consorcio privado ya mencionado tienen arraigo gracias a la falta de conciencia de esa clase baja que busca olvidarse de los problemas económicos enfrentados desde hace 20 años mediante la evasión proporcionada por el mundo de los chismes que aparece en los programas de espectáculos. Dando por descontado la promoción y producción de mayores ganancias económicas y la trasculturización de una población carente de objetivos o proyectos de vida que pugnen por mejoras en su nivel. Las cuales le permitirían contar con un contexto propicio para determinar cuáles son o pueden ser los beneficiarios reales de lo observado a través de la pantalla.

El segundo es el mismo significado del Canal 22, es decir, es la imagen creada a partir del trabajo en la frecuencia y la postura de la gente ante ese ideal. Esto es, el Canal asume un trabajo por sí mismo difícil, pues la misión de “Canal 22 es una opción cultural y educativa que permite a los mexicanos disfrutar de la cultura y el arte, formarse de los valores sociales de convivencia democrática, en la tolerancia y respeto a la diversidad de ideas”.<sup>149</sup>

Esa misma tradición impone que las pautas adoptadas en el Canal sean contradictorias. Precisamente porque los mensajes transmitidos a través de la frecuencia, según el Lic. Abel Flores, “se enfocan a personas entre 25 y 35 años, principalmente. Aunque en la práctica, la edad no es determinante, lo que sí lo es, está representado por gente universitaria. La programación no se comprende si no se cuenta con un soporte basado en los conocimientos que un universitario pueda tener acerca de las artes”. En México tenemos fobia a la cultura en parte por lo señalado arriba, además de la tradición. Enfrentada a esto tenemos a los productos masa y a la cultura occidental.

Esta última no nos incluye, por supuesto. La cultura que se pretende proporcionar mediante el proyecto de la sociedad civil ajena a las políticas gubernamentales, es la *Cultura de la Dominación* señalada por algunos pensadores latinoamericanos; entre ellos González Casanova, Cossío Villegas o Mattelart. Y es la cultura de la dominación por el enfoque mismo que le proporcionan las clases altas.

---

<sup>149</sup> Presentación, facsimilar interno impreso en la Gerencia de Comunicación Social, sin número de páginas.

Como ya se estableció, la trasculturización mediante los *mass media* avanza por todos los terrenos (*vid. supra*, p. 77). Es cultura de dominación precisamente porque el Canal 22 sería parte de una idea global que se puede identificar en el sentido de presentar al público mexicano dos opciones solamente. Cultura de Masas o Formal. Ambas determinadas por las élites. Para esto señalemos que lo transmitido por el canal no es malo en sí. Lo malo es proporcionarlo a cuenta gotas y de esta manera al transmitirlo mediante un canal que no tiene presencia nacional como cualquier otro de las redes comerciales. Es dominación porque nos dicen qué debemos consumir. Lo que es lo mismo, en México se vive un sistema de televisión *racista*. Es racista al no permitir la libre expresión del trabajo de la sociedad y mantener la idea de la supremacía de una clase, en este caso, la clase alta apoyada por los intelectuales.

Por ello se identifica a cada tipo de canal para un segmento de población específico. Este se considera como una base utilizada para orientar los criterios de programación. Es curioso que para el caso del objeto de nuestro estudio, la ex-directora del Canal 11, Adriana Lajous, declare a favor de su competencia. A partir de lo intangible define el 22 como un canal que “tiene otro estilo, con calidad ha logrado ya un perfil definido que me parece orientado a un público más intelectual”<sup>150</sup>

Para poder decir aquello, recordemos lo afirmado por el dueño de TELEVISIA, Emilio Azcárraga Milmo, a principios de lo noventa: “hacer televisión para jodidos”. Esto podría significar que transmitir programas considerados de nula manufactura y poco valor educativo, tiene por objeto atender a una población cuyos deseos son sólo el esparcimiento. Tomemos también en este caso la idea de que “el sistema racista tiene un componente de *acción social* y otro de *cognición social*. Su componente de acción consiste en un sistema de acciones discriminatorias cotidianas que favorecen al grupo propio y tienen consecuencias negativas (intencionales o no) para los otros. El cognitivo involucra los modelos mentales, conocimientos, actitudes, ideologías, normas y valores

---

<sup>150</sup> Revista *Proceso* número 1066, 6 de abril de 1997, p. 59.

que son compartidos por los miembros del grupo dominante, y que monitorean sus actos".<sup>151</sup>

Es discriminatorio ya que el Canal 22 puede sintonizarse en una región relativamente pequeña y con televisores con UHF. Para el interior del país se tiene que recurrir a los sistemas por cable. Lo cual genera un gasto extra siempre y el ciudadano común no puede o no está dispuesto a sufragarlo para sintonizar un canal cultural.

En añadidura mencionemos las máximas de los detentadores de una concesión, quienes afirman que los programas transmitidos hacia la población son lo que en realidad son ellos. Debemos complementar que la que se ha buscado de siempre es proporcionar mensajes que contenga "una inmediata comprensibilidad, una eficacia lúdica, hedonista. En una palabra: la diversidad, el entretenimiento, lo placentero, son los elementos indispensables para este género de creaciones".<sup>152</sup>

La idea de la cultura occidental como valiosa y única por asimilar está olvidando la importancia de lo popular como factor de reciclamiento de las nociones consideradas por la misma población para sentirse parte de un todo, en primer instancia de su comunidad. Casi todos los programas de Canal 22 son muestra del quehacer cultural europeo. Las manifestaciones nacionales están representadas mediante la producción de reportajes sobre literatura, música, danza, historia, etcétera.

Agreguemos que en Canal para iniciar, según el Lic. Abel Flores, "buscó adquirir los catálogos de artistas no transmitidos hasta ese momento en México. Para ello, se lograron acuerdos con las distribuidoras europeas más importantes de Francia, Japón, Inglaterra e Italia".

En ese sentido, para desarrollar las manifestaciones nacionales, se ha recurrido principalmente a los reportajes, entrevistas o crónicas de productores independientes de

---

<sup>151</sup> Dijk, Teun Andreanus van. *Prensa, racismo y poder*, p. 46.

<sup>152</sup> Dorflès, Gillo. *Nuevos ritos, nuevos mitos*, p. 191.

los cuales no se hace mención. Pues el Canal no cuenta con una planta de productores relacionados directamente con ellos. Las producciones nacionales sólo se transmiten si ese “productor independiente” (que puede ser cualquier persona) ofrece un “proyecto atractivo” por realizar con el Canal o ya está realizado y busca su transmisión.

Para los mexicanos de clase baja no importa que lo masivo tenga, o no, calidad. Para ellos el gusto se deriva de la facilidad para acceder a la cultura y las ventajas que le representan. Precisamente, para el *pueblo* el consumo de historietas o “artistas” efímeros representa la oportunidad de pertenecer al grupo selecto de la moda en turno. La inmediatez y facilidad de comprensión o asimilación marcan la pauta ante la inoperancia de las estructuras mentales que caracterizan su contexto, este mismo establecido a partir del grado de instrucción con los que cuenta.

Por otro lado, la clase media tiene en mente una estructura dictada, en su mayoría, por haber cursado estudios superiores y por ello percibe la problemática inherente a la dificultad de construir una programación que conjunte una cultura total. Entendiendo por esto, el transmitir todos los aspectos de la vida cotidiana balanceada con manifestaciones de las bellas artes. Segmentos de esta clase perciben la imposición de los gobiernos o élites ligadas al mismo, en pos de la permanencia en los círculos intelectuales. Al mismo tiempo este segmento social medio ha percibido que la cultura de los noventa, lejos de lograr un avance “nos arroja a un torbellino de un mundo de economías y comunicaciones globalizadas, o un mundo que tardará en reponerse de la quiebra de ilusiones y certezas que forjó Occidente”<sup>153</sup>

En otras palabras, el Canal 22 no tiene el éxito que debiera por la calidad de su programación sino por el mismo alejamiento de las masas subdotadas de Ortega y Gasset. Es parte del mismo discurso autoritario que pretende reservar a los inteligentes e intelectuales (en el caso del Canal 22, identificados por los directivos del Canal como universitarios), programas que reanimen el espíritu y le permitan reconocerse como conocedores de lo sublime o de eso *que no sirve para nada* según la escuela francesa del

---

<sup>153</sup> *Ibid.*, p. 422.

Arte. Aunque esto sería la afirmación de un juicio a priori, pues “se trata de una cuestión tan vieja como la humanidad y resultaría fácil responder que, en efecto, lo que las masas han buscado siempre, en las horas de *loisir* de que disponen, son los entretenimientos (y la eventual componente sadomasoquista de los mismos), y no el estudio, la diversión y no la investigación científica, las emociones brindadas por los deportes activos o pasivos y no *los placeres artísticos*”<sup>154</sup> No es suficiente ofrecer una opción cultural si sólo se pone al alcance de las personas con un nivel escolar alto, que en México son una minoría.

La sociedad acepta la noción de que la TV cultural es aburrida porque no tiene otro referente. El índice de analfabetismo reconocido por el gobierno (uno de cada diez), no dice nada en sí mismo. Lo dice más bien el abandono de esas expresiones (válidas) culturales europeas en las escuelas. Reducir la educación artística a la simple artesanía o actividades manuales, como se realiza hasta ahora en las escuelas de educación básica, lo que se conoce como educación tecnológica. Hace falta un proyecto cultural que retome las estructuras y nacionales para darles una orientación única y complementaria que facilite la comprensión de una programación de tipo occidental que incluye a Bach, Bethoveen, la Ópera, el cine. Sólo así podremos percibir el valor intrínseco de un concierto para violín y, a su vez, la danza contemporánea que apoya el conocimiento de las tradiciones del México indígena y popular.

La aceptación del Canal 22 en la Zona Metropolitana es buena si tomamos en cuenta al segmento de la población semi-ilustrada o ilustrada. Los profesionistas podrán aceptar la calidad del mensaje al igual que la UNESCO. Pero si lo observamos desde la perspectiva nacional puede ser intrascendente. Falta determinar las necesidades de la población en su conjunto. El origen del 22 está en los deseos de un grupo de intelectuales; la mayoría desconocidos por gran parte de los mexicanos.

La inoperancia real del 22 radica en que deja a un lado el sentido unificador del pueblo mexicano. Se asume como el salvador de algo valioso, que se pretende preservar aún a

---

<sup>154</sup> Dorflés, Gillo, *op cit.* p. 157.



costa de lo que sea. El punto es que se olvida que no se trata de consumir cultura sino más bien el objetivo debe ser que el mexicano asimile y la reproduzca.

El discurso de moda es el de los tecnócratas, el canal surge en pleno auge de esas ideas; por tanto no podemos soslayar que ellos mismos tienen esas ideas para aplicarlas a la programación. Aquí se encuentra un error de apreciación por parte del Consejo de Planeación del Canal 22, al desear promover la cultura formal que no es comprensible para el mexicano y no tomar en cuenta las necesidades de una sociedad depauperizada que tiene su propio lenguaje (*vid. Supra.*, p. 40). No han entendido que “no somos simples unidades productivas o consumistas que se puedan intercambiar a voluntad o asignarse sin más a cumplir tal o cual tarea... No somos eso porque cualquier acción tiene un sentido preciso para cada cual, o no tiene ninguno. Y el sentido que tiene para cada uno cualquier acción, cualquier propuesta o proyecto lo otorga nuestra cultura, nuestro esquema capaz de producir sentido”.<sup>155</sup>

Pareciera que el Canal 22 es el medio utilizado para justificar los designios de los poderosos en cuanto a la apropiación de la Cultura Formal, puesto que en las pantallas se olvida de mencionar las dificultades enfrentadas por la población ante la modernización inalcanzable. No ha criticado ese discurso que pretende despojar al mexicano de aquello que le permite ser: el concepto de nación. No se han percatado tampoco el error que representa confiar “en el poder avasallador de la globalización. Se globalizan los capitales, la tecnología, las comunicaciones, la fuerza de trabajo, la informática; caen muros y fronteras nacionales y de nuevo está a la vista, como en la Segunda pos guerra, la inminencia necesaria de un mundo felizmente unificado y homogéneo”<sup>156</sup>.

El mexicano gusta de la televisión comercial porque se ve, se observa retratado en algunos de los programas y se escapa a su realidad: especialmente en las telenovelas. El Canal 22 debiera agotar ese aspecto para retratarlo también y mostrarle los caminos que debiera seguir a partir de los elementos que posea. El transmitir mensajes seleccionados

---

<sup>155</sup> Bonfil Batalla, Guillermo, *op cit.* p. 430.

<sup>156</sup> *Ibid.* p. 432.

y considerados *a priori* como buenos, lo único que logra es aburrir a la audiencia más afecta en principio a la acción de los deportes y las películas que a la pasividad aparente ante una música o programas desconocidos.

De igual forma, la creación del Canal en la cúspide de popularidad de Carlos Salinas de Gortari obligó a pensar en la asociación entre la política y la Academia. Lo que es lo mismo, el acuerdo entre los gobernantes e intelectuales redentores del valioso material cultural que es necesario transmitir para enfrentarlo a la “basura comercial” tan seguida en el país. La solicitud para contar con un Canal cultural aspiró a subsanar las deficiencias en el medio con relación a dicha actividad. Trató de destacarse la opción de un Canal Cultural por que la relación entre los medios Académicos y los Medios de Comunicación han sido siempre cuasi enemigos.

Los intelectuales que en su momento han apoyado la labor del Canal 11 y solicitado mejores condiciones, de pronto observaron una oportunidad para reproducir más cultura. La solicitud de la frecuencia intenta proporcionar un medio propio a un grupo que es rechazado casi todo el tiempo en la televisión a causa de las mismas críticas vertidas por esos intelectuales hacia los programas comerciales que son generadores de ideas retrógradas y poco gratificantes para la audiencia. Para la televisión comercial el mayor problema ante los intelectuales es “el anti-intelectualismo, los sentimientos de inferioridad y la desconfianza que despierta la falta de pragmatismo”.<sup>157</sup>

La sociedad mexicana no asume totalmente una identificación para con el canal porque no entiende a bien al proyecto verdadero, si ellos mismos no lo definen bien. Aunque se afirme como misión que “el Canal 22 busca permanentemente estructurar una programación, con un amplio y moderno pensamiento universal, además de incorporar programas que promuevan y defiendan la cultura popular”, no tiene más que observar la contradicción inherente al medio.

---

<sup>157</sup> Dijk, Teun Andrianus van, *op cit*, p. 68.

Esa contradicción se percibe cuando escuchamos afirmar al Lic. Abel Flores “que el Canal 22 no cuenta con una política específica que determine porcentajes para cada una de las barras que integran la programación. Lo que se si toma en cuenta es que todas las manifestaciones de bellas artes estén siempre presentes”. Ante estas palabras, lo único que puede pensarse es que el programador elige de acuerdo a su gusto muy particular. Por esta causa, podemos decir que el Canal 22 “es hoy un proyecto desvalido, frágil que no corresponde a las necesidades del Estado ni a las urgencias comunicativas y de difusión que la cultura tanto necesita”.<sup>158</sup>

El deterioro real, ante la sociedad mexicana, del Canal 22 es a causa de la falta de políticas de Estado que coadyuven a concretar el derecho a la Cultura de la población. La creación del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, y su vinculación con el Canal, proporcionó elementos que permiten, a su vez, establecer una idea (ficticia o real) de la relación entre intelectuales y el poder. Aunque se observa que ante los discursos reiterados en pro de la Cultura surge una duda que señala algo: “en materia cultural el gobierno dispone de *programa* (y muy abundante en comparación con el resto de América Latina) pero carece de *proyecto*; si por esto se entienden concepciones a largo plazo que atiendan a la sociedad y a la nación en su conjunto y no únicamente a gremios públicos especializados, que se localizan abrumadoramente en la Ciudad de México”<sup>159</sup>.

Más todavía, el desprestigio en el que cayó el Canal después de la pugna entre dos grupos bien definidos, identificados con la revistas de índole cultural: Vuelta y Nexos, suscitó que la población se distrajera del objetivo final ubicado en proporcionar cultura para toda la población. A partir del ataque de la primera, con Octavio Paz a la cabeza, a los intelectuales vinculados con la revista Nexos y el mismo Canal 22, supimos que ese grupo intentaba apoderarse de los principales centros culturales del país. Este grupo tenía interés en la cultura pero para supeditarla a su propio escrutinio o divulgación.

La revista Nexos intentó ignorar las acusaciones, pero la sospecha había sido sembrada y

---

<sup>158</sup> León Martínez, Enrique. *Los Medios de Comunicación. en el Proceso Político de México*, p. 70.

<sup>159</sup> Monsiváis Carlos. Revista *Proceso* número 805, 6 de abril de 1992, p. 48.

la idea final fue interpretar la Cultura y su propagación en México “como la atención parcial y errática de un sector, y el interés discursivo por la opinión de intelectuales y artistas”<sup>160</sup>

Por último, la sociedad mexicana ha aceptado que el Canal 22 como una opción de cultura, aunque en sentido estricto no lo sintonice en sus tiempos de ocio. La verdad acerca del auditorio asiduo a sus programas todavía es una incógnita. Según versiones de algunos medios enfocados a la problemática cultural opinan que el *rating* del 22 ronda en los 3 puntos. Si es cierto, no representa mayor peligro para lo comercial, pues los programas con menor audiencia en los canales comerciales están alrededor de 5 puntos.

A partir de estas nociones, quedan en el olvido las ideas que se organizaron con el fin de conseguir una frecuencia televisiva y concretar una opción de calidad para la sociedad de México y que busque mejorar el conocimiento universal, una vez que lo nacional esté presente y actual.

#### **4.1.3 LOS INTELLECTUALES Y LA POLÍTICA**

##### **a) UN POCO DE HISTORIA**

La memoria del país habla acerca de la asociación de la cultura a las luchas entre grupos, por lo general, antagónicos. Se puede determinar el inicio en el siglo XIX con los liberales y los conservadores y su propio proyecto de nación. Ambos peleando por imponer su idiosincrasia o valores culturales sobre el país a través de la obtención del Poder político. En este siglo podemos apreciar que ese enfrentamiento se ha presentado de forma más visible durante la segunda mitad. Quizá todo el asunto se fundamenta en el grupo conocido como el Ateneo de la Juventud y la influencia que ejercía en los jóvenes inscritos en las escuelas superiores de aquellos días.

Antes de la reapertura total de una Universidad Nacional, eran famosos los estudios cursados en las Escuelas Superiores, principalmente por ser las únicas instituciones

---

<sup>160</sup> *idem.*

formadoras de los nuevos cuadros para el país. Famoso es el grupo de “Los siete sabios”; en este destacaron Manuel Gómez Morín, fundador del PAN; Vicente Lombardo Toledano, fundador de la Confederación de Trabajadores de México y posteriormente, el PPS; Alberto Vázquez del Mercado, quien se desarrolló en la Administración Pública; Alfonso Caso, promotor de la Arqueología en México y un estudioso de la Cultura Mexicana; Teófilo Olea y Leyva, dedicado a las cuestiones académicas; Narciso Bassols, quien se dedicó a la diplomacia. Todos ellos discípulos del único guía de aquellos años: Antonio Caso.

Los grupos de intelectuales en la época posterior a la Revolución Mexicana eran minoritarios y, por regla, se plegaban a la efigie de las figuras públicas con gran renombre: Vasconcelos y Antonio Caso. Por tanto se consideraba un solo ente que caminaba hacia la proporción de la educación y cultura a un pueblo mexicano analfabeta y deseoso, en parte, de conocer una instrucción escolar que propiciara la recuperación del país.

El primer intento de proporcionar la cultura que la Constitución establece, fue la reorganización de la Universidad Nacional de la mano de Justo Sierra y la formación de profesores normalistas apoyados con cursos impartidos en la UNAM. No fue sino hasta 1931 cuando se creó el Fondo de Cultura Económica, que los bloques de intelectuales inician la separación por sus propios objetivos académicos. Para tal efecto, el primer bloque se constituyó por los estudiosos que radicaron en nuestro país y participaron en las instituciones Públicas; el segundo estuvo en el exterior como diplomáticos.

Desde nuestro punto de vista, las escisiones de ese grupo inicial, se originan en la década de los treinta. Durante el sexenio del Gral. Lázaro Cárdenas se fundó la Casa de España en julio de 1938 para proporcionar alojamiento a los pensadores, profesionistas y hombres progresistas españoles que llegaron en el exilio causa de los levantamientos armados contra la República española, encabezados por Francisco Franco y, más todavía, con el triunfo de este último un año después. A partir de lo anterior, la Institución se transformó en el Colegio de México.

Ese fue el inicio de las grandes confrontaciones puesto que a partir de la consumación de la Revolución Mexicana la mayor parte de los estudiosos nacionales estuvieron relacionados muy de cerca con el Poder. Los ejemplos más claros son los representantes del Ateneo haciendo las voces de agregados culturales o embajadores.

Con la creación y consolidación del Colegio de México a través de la capacidad otorgada para emitir sus propias carreras y títulos, se presenta la bipolaridad en los medios intelectuales, reflejado en los cuadros egresados de esa Institución confrontados con los universitarios. Además de caracterizarlos fácilmente aunque no siempre apegados a la realidad.

Por parte del Colegio estuvieron los intelectuales pro gobiernistas. No debemos olvidar que los primeros eran españoles exiliados, quienes debían su estancia, ocupación y aceptación en nuestro territorio al gobierno de aquella época. Por eso se preocuparon por publicar sus trabajos bajo un sello oficial y en pocas ocasiones se atrevieron a criticar las acciones de él. Por su parte, la UNAM, se vio influenciada por las ideas socialistas y la formación de sus egresados fue netamente izquierdista en su mayoría. Ocasionando la crítica hacia las condiciones imperantes en el país. Además, dentro del ámbito universitario se formó la especie de que el Colegio se convertía en una Institución de élite cuando la UNAM iniciaba un proceso de masificación, en ese entonces, todavía muy incipiente.

Las peleas entre los grupos del saber, como lo dijimos, han sido prácticamente de siempre. En la actualidad se observan con mayor claridad a causa de la mayor cantidad de información y por que, en estos casos, los medios escritos que los reseñan son más leídos. Añadiendo la mayor cantidad también en la población y en los mismos grupos.

Los casos más sonados y reseñados los encontramos a partir de la década de los sesenta. Período en el cual observamos la presencia de generaciones que en la actualidad marcan el paso. Esta década se destaca porque la misma lucha por los espacios públicos

importante se perciben bajo la lupa del fin del Milagro Mexicano. Época de cambios que iniciaron con las huelgas de los médicos, ferrocarrileros y estudiantes.

Todo lo anterior fue propiciado por el mismo presidente Adolfo López Mateos al declarar que su gobierno era de extrema izquierda. También es conocido el primer intento de cooptación por parte de la Administración hacia los intelectuales de verdadera izquierda de aquel entonces que tenían sus trincheras en la UNAM y en algunos medios periodísticos.

En ese tiempo se contaba con dos tendencias: intelectuales de derecha, aglutinados en el Colegio de México y los de izquierda organizados en la revista Política. Ambos grupos analizaban los problemas de México. Aunque el primero más enfocado hacia el exterior.

Este es el primer enfrentamiento y de hecho es el momento del surgimiento del concepto de “Mafias Culturales” en el país. En 1964 (26 de julio) salen de la revista mencionada Fernando Benítez, Víctor Flores Olea, Carlos Fuentes, Enrique González Pedrero y Francisco López Cámara; todos los mencionados, al renunciar, encontraron acomodo en otros espacios y lograron consolidar opciones nuevas a través de la creación de suplementos culturales todos encabezados por Benítez en la revista Siempre!

Los intelectuales han tenido enfrentamientos a partir de la escisión del grupo de la revista Política. La idea central de la disputa era la postura ante el gobierno en turno. Las nociones importantes por descubrir, en ese momento, no eran especialmente la cultura sino el grado de cercanía hacia El Príncipe. Precisamente, Intelectual era (es) para ellos aquel que se muestra crítico hacia las políticas gubernamentales, que señalen las necesidades y las acciones correctas para solucionar todo. Las medidas o acciones por parte de los líderes de opinión que logren la concientización de la población y que por tanto no desvien la atención de la obligación que tiene el Estado de proporcionar cultura a la población.

A la par, se formó una nueva trinchera en el diario Excélsior en la década posterior. En ese medio, Julio Scherer García y Hero Rodríguez Toro aglutinaron a un equipo de académicos universitarios y personajes de la izquierda política. Los más prominentes eran; Daniel Cossío Villegas, Octavio Paz, Carlos Monsiváis, Miguel Ángel Granados Chapa, Héctor Aguilar Camín. Fue un espacio importante para los intelectuales y se convirtió en el más importante en el ámbito nacional e internacional hasta la expulsión a instancias del gobierno echeverrista. Desde Excélsior se fomentó la cultura en los suplementos como el Búho o las revistas Plural (dirigida por Octavio Paz) y Revista de Revistas (encabezada por Rubén Leñero).

Postura por demás novedosa, pues como ya lo mencionamos, la primera parte del siglo XX estuvo caracterizada por la protección del gobierno pos revolucionario a ese ente llamado literato o intelectual. Es necesario señalar que durante las tres primeras décadas no había ninguno de ellos que trabajara sino era dentro de los cánones del gobierno. Quizá por eso causa extrañeza el que de pronto todos los creadores de izquierda se asuman como verdaderos intelectuales que se tienen que enfrentar a los creadores de la derecha. Este último justificador de toda política gubernamental.

La época más fecunda se reconoce en las décadas de los 60 y 70 y, curiosamente, son los años de las revueltas sociales. Si afirmamos que el trabajo desempeñado por cada uno de los integrantes de esos grupos de estudiosos son los causantes de esa toma de conciencia de la población y facilitado que se abandonara la pasividad en aras de lograr mejores condiciones de vida, sería afirmar demasiado, por lo intangible que sería. Digamos en contra que fue gracias a los puestos que desempeñaron en esos años el detonante para sus propuestas de cambio democrático.

La relación entre el trabajo intelectual y la política ha sido una relación dicotómica. Precisamente por que a lo largo de la historia los artistas han defendido la idea de contar con un “padrino” protector o promotor de sus actividades. La necesidad misma es satisfecha una vez que el mismo Estado se definió como promotor. El suplemento México en la Cultura publicado por Fernando Benítez y su equipo en las páginas de la



revista Siempre!, sirvió como punto de referencia para realizar la crítica al gobierno; crítica coherente, según ellos, crítica positiva que ayude a mejorar las condiciones sociales, además de propiciar el desarrollo de las letras nacionales. Los ataques sufridos por parte de los creadores señalaron siempre a este grupo como un coto de poder utilizado para proponer a los beneficiados de los apoyos estatales.

En nuestros días, contamos varias instancias oficiales dedicadas a la Cultura y por consecuencia al Arte. Entre ellos tenemos las promotoras del trabajo de ese artista que no toma en cuenta un público sino sus propios deseos. Entre las instituciones Culturales tenemos en la actualidad dos criaturas del sexenio salinista: el CONACULTA (Consejo Nacional para la Cultura y las Artes) y el SNC (Sistema Nacional de Creadores) que apoyaron las actividades del INBA y que de hecho tienen mayor presupuesto, políticas y proyectos aparentemente distintos.

Una realidad insoslayable es la misma discrepancia entre los intelectuales mismos y su incapacidad para la autocrítica y la consecución de consensos. De esto han surgido nuevos espacios desde donde realizar la crítica. Estos proyectos nuevos se caracterizan por estar relacionados con algunos periodistas y empresarios. Ejemplos de lo anterior son: Proceso en 1976 y Vuelta, *unomásuno*, diario dirigido por Manuel Becerra Acosta a partir de 1978 con los expulsados de Excélsior. La Jornada se creó con la división de *unomásuno* en 1985; Milenio fue fundado por algunos periodistas salidos de Proceso en el año 2000.

La política y la creación de arte han sido un juego tortuoso para los mismos participantes en él. El artista desde hace muchos años ha buscado financiamiento para poder producir su obra. El arte es un ente abstracto (aunque los productos sean concretos; cuadros, libros, etcétera.) y por sí mismo acarrea un problema difícil de dirimir. La desventaja principal es la inexistencia de un mercado cultural suficiente para atender a todas las manifestaciones, por eso la búsqueda de los recursos oficiales. En México, por desgracia, las políticas oficiales se orientan en el sentido de generar una campaña de elogios hacia el Presidente a cambio de algunas becas.

El caso más sonado fue la fundación por decreto presidencial del Sistema Nacional de Creadores por el gobierno de Carlos Salinas de Gortari. El Sistema se encargó de seleccionar a los artistas destacados en el país con el fin de otorgarles becas que apoyaran su trabajo. En apariencia la decisión mejoraría la situación económica del creador. Sin embargo, la realidad confrontó a ellos mismos a causa de la selección y otorgamiento de apoyos a personas que no lo necesitaban y el olvido para aquellos que trabajaban en condiciones difíciles. El resultado: más división entre los protagonistas de la Cultura en el país.

La raíz del problema, como un todo, lo tenemos en la idea de Vasconcelos a principios del siglo XX. Partiendo de los postulados de nuestra Constitución del 17 y la creación de la misma Secretaría de Educación. Ese es el momento preciso en que se “amplió la responsabilidad estatal sobre el patrimonio cultural y artísticos. Se volvieron *obligaciones* del Estado la enseñanza, la difusión e incluso, ante el pasmo nativo e internacional, el *estímulo* a la cultura, el arte y la ciencia”.<sup>161</sup>

En esa época se cristaliza la idea de proteger la obra artística de todo un pueblo. La decisión, por sí misma, es loable y genera tranquilidad a más de un habitante. Aún a pesar de las mismas desconfianzas aparejadas a toda actividad del gobierno y las acusaciones acerca de la compra de conciencias para favorecer y justificar al gobierno en turno y sus actividades.

En cierta forma la participación del Estado en los trabajos relacionados con el arte se justifica partiendo de la idea de la incapacidad propia del mercado para establecer condiciones favorables. Una de las causas es precisamente las características del producto o mercancía. El arte no es algo que genere o propicie una demanda suficiente para obtener mayores ganancias. Pues su intercambio sólo se realiza pocas ocasiones en muchos años, en ocasiones es sólo una.

---

<sup>161</sup> Blanco, José Joaquín. Cultura y Estado, Estado de la Cultura, Nexos núm. 274. Octubre del 2000 p. 64.

## b) EL CANAL 22 ANTE CUESTIONES POLÍTICAS

Hemos hablado sobre el origen del Canal 22 y el objeto de su creación durante el gobierno de Carlos Salinas. Señalamos en su momento que todo lo planeado desde 1993 hasta la fecha se vio enmarcado por la demagogia imperante en esos seis años de gobierno. A partir de entonces, el canal 22 se ha enfrentado a campañas de desprestigio que han marcado su vida en el aire y evitado que el mercado cautivo que tiene aumente. La desinformación ante sus actividades, el aislamiento en la Frecuencia Ultra Alta y las señales privatizadoras han entorpecido la consecución de mayores logros.

Asimismo, mencionamos que la creación del 22 es una mediada de cooptación de voces críticas pues la política oficial está inmersa en cualquier proyecto que persiga objetivos ajenos a lo establecido por el Estado. En una sociedad antidemocrática como la nuestra, las voces críticas son calladas mediante puestos públicos, exilios o balas. Si atendemos al sentido común, obtendremos que el Estado mexicano ha socavado la libertad de elección verdadera ante la provisión de una sola manifestación u opción; representada por, la televisión comercial que llena de violencia, estulticia, racismo y sexo explícito las pantallas a todas horas y todos los días.

Si consideramos que la cultura es un conjunto de “fenómenos que contribuyen, mediante la representación o reelaboración simbólica de las estructuras mentales; a comprender, reproducir o transformar el sistema social, es decir las prácticas o instituciones dedicadas a la administración, renovación y reestructuración del sentido”<sup>162</sup>, es obvio que el Estado debe ejercer su capacidad de veto ante ello, a fin de permanecer como está.

El otorgamiento del Canal 22 a los intelectuales no cambió nada porque Carlos Salinas de Gortari sabía que los mensajes transmitidos serían sólo para ellos. Para conseguir el cambio social a través de la cultura, es necesario contar con un sistema educativo que pretenda de verdad la consecución de la conciencia crítica en cada mexicano. Es importante añadir que los pasos dirigidos hacia la integración de los mercados globales,

---

<sup>162</sup> García Canclini, Néstor, *op cit*, p. 45.

sientan sus reales en la escuela. Pues ahora más que nunca, las “escuelas desempeñan su papel en la reproducción de un orden social estratificado, que descansa sorprendentemente en la desigualdad por razón de sexo, clase o raza”.<sup>163</sup>

En los años del Neoliberalismo, se busca privatizar el Sistema Educativo Nacional e introducir con ello a las escuelas a las teorías de la competencia y la productividad, el resultado de todo será reforzar la realidad que representa “un elemento extraordinariamente importante para el mantenimiento de las actuales relaciones de dominación y explotación en estas sociedades”.<sup>164</sup> Prueba de lo anterior es que la mayor parte de las escuelas o Institutos de Educación Superior son privadas. Lo más raro es que a pesar de todo sólo cuentan con el 30% de la matrícula estudiantil. La respuesta puede ser que los institutos privados están formando a los jóvenes que gobernarán al país la próxima generación.

Los concesionarios de los canales comerciales afirman que los mensajes transmitidos son prácticamente inocentes, acusan a quienes critican los contenidos de que “ven moros con tranchete” e inventan teorías que sólo alarman a la población. Lo que no mencionan nunca es que “hay un propósito mercantil y político que constituye la razón de ser de las empresas televisivas. Es este doble propósito lo que debe investigarse; el mercantil, que las lleva a no reparar en posibles responsabilidades morales si está de por medio la ganancia; y el político, que se deriva de su objetivo cultural fundamental como instrumento de control social”.<sup>165</sup>

Esos mismos concesionarios declaran a su vez que la cultura por TV lo único que logra es aburrir al espectador, no dicen tampoco que el aburrimiento es resultado del desconocimiento de los calores culturales en los cuales se basa esa producción por el bajo nivel de instrucción que tiene nuestra población y por la poca calidad del Sistema Educativo Nacional. Acusan de paso que el mexicano promedio no tiene la capacidad de

---

<sup>163</sup> Apple, Michael, *op cit*, p. 25.

<sup>164</sup> *Ibid.*, p. 27.

<sup>165</sup> Latapi Sarre, Pablo. Violencia y TV: el medio es el sistema. *Proceso* no. 867, 14 de junio de 1996 p. 34.

comprensión necesaria para transmitir otro tipo de mensajes, obviando con lo anterior el problema que radica en que todo lo transmitido por TV es lo que le gusta a la gente.

Para un intelectual comprometido, lo anterior debiera ser una falacia, que al mismo tiempo destaca la necesidad de cambiar los estándares sostenidos en la producción de los bienes culturales reservados para el televidente. Es natural que la cultura de masas se consume por “su facilidad de asimilación. Para lograr esto se exige: una inmediata comprensibilidad, una eficacia lúdica, hedonista. En una palabra: la diversidad, el entretenimiento, lo placentero, son los elementos indispensables”.<sup>166</sup>

Los objetivos políticos de la creación de un Canal Cultural como el 22 quedan al descubierto al señalar que su trabajo, aunado al del Canal 11, enfrenta con desventaja a la televisión comercial (que goza de todo tipo de privilegios fiscales, todo el dinero necesario) para lograr opciones mejores que eleven el conocimiento de los mexicanos. Son descubiertos precisamente porque en el momento de la privatización de la televisión estatal se debió aprovechar para “incluir en los términos de la operación un convenio que sujetase a las nuevas empresas y, por supuesto, también a Televisa al cumplimiento mínimo de normas éticas”<sup>167</sup>. Asunto que, debemos pensar, no interesa por los convenios implícitos que se cuentan entre el poder político y el comercial.

La seguridad obtenida por esos mismos acuerdos no escritos, permite que los dueños de esa Industria declaren que los hombres y mujeres de la masa “se caracterizan por una increíble estrechez mental. Durante la infancia se siente atraídos por los colores vivos, el brillo y el ruido. Y en la edad adulta mantienen unas reacciones básicas sorprendentemente similares”.<sup>168</sup>

El gobierno menciona siempre que el liberalismo en sí no es negativo, agrega que sólo así se podrá democratizar la sociedad, pero al mismo tiempo mantiene controles férreos sobre las instituciones generadoras del cambio social. Casos como la SEP, la UNAM,

---

<sup>166</sup> Mac Donald, Dwight, *op cit.*, p. 67.

<sup>167</sup> Latapi Sarre, Pablo, *op cit.*, p. 35.

<sup>168</sup> López-Pumarejo, Tomás, *op cit.*, p. 41.

ilustran el sometimiento mediante lo económico, que significa bajos presupuestos. El liberalismo propone a la educación como un conjunto de mecanismos institucionales a través de los cuales asegura la transmisión de la Cultura, por eso el Estado fomenta la creación de entidades gubernamentales que favorezcan su producción. Los postulados tácitos de esta teoría es que las diferentes acciones pedagógicas ejercidas en la formación social deben colaborar de manera armónica para que la reproducción de *capital cultural* sea mayor y pueda socializarse.

Como *capital cultural* se debe entender una mayor producción y consumo de bienes. Para refutar lo dicho digamos que “los bienes culturales acumulados en la historia de cada sociedad no pertenecen realmente a todos (aunque *formalmente* sean ofrecidos a todos), sino a aquellos que cuentan con los medios para apropiárselos”.<sup>169</sup> Reflejo de lo anterior es la situación del Canal 22 y su vínculo con esa sociedad receptora de las acciones.

Se advierte que los movimientos políticos generan cambios económicos y, por extensión, culturales, las políticas educativas y culturales de estos años están dirigidos a la aparente democratización de la vida pública. En cuanto a la relación de la cultura formal y la sociedad civil, se piensa que la democratización de la primera fomentará la anulación de la distancia y las diferencias entre artistas y público. Se olvida así que “es base de una sociedad democrática crear las condiciones para que todos tengan accesos a los bienes culturales, no sólo materialmente sino disponiendo de los recursos propios – educación, formación especializada en el campo- para entender el significado concebido por el escritor o el pintor”.<sup>170</sup>

En esta misma óptica, para concretar un Canal Cultural que tenga influencia en toda la sociedad y no sólo en algunos círculos privilegiados, es imperativo establecer una política democratizadora. En otras palabras, aquella que no sólo persigue la socialización de los bienes culturales, sino la que aclara lo que debe entenderse por cultura y cuáles

---

<sup>169</sup> García Canclini, Néstor. *op cit*, p. 65.

<sup>170</sup> *Ibid*, p. 147.

son sus derechos. A partir de este punto, se debe cuestionar lo realizado hasta el momento con las frecuencias de TV, a la par de cuestionar el valor de todo aquello que la cultura homogénea ha excluido o subestimado para poder constituirse como tal.

En el país, dominado por esa cultura norteamericana, se deja siempre en el olvido la importancia de los valores nacionales frutos de las revoluciones. Montados en el carro de la Modernidad, han olvidado distinguir entre lo verdaderamente importante, no se ha preocupado nuestra clase gobernante por dilucidar, para fundamentar el trabajo del canal 22, si “las culturas predominantes –la occidental o la nacional, la estatal o la privada– son capaces de reproducirse o también puede crear las condiciones para que sus formas se manifiesten y se comuniquen”.<sup>171</sup>

Se olvida también que para poder contar con una cultura formal se tiene que establecer un Sistema Educativo fuerte. Ante la importancia mayor de la TV y los demás medios audiovisuales, se tendría que utilizar esos mismos medios que están a nuestro alcance y enfocarlos para que refuercen el trabajo que representa cultivar a nuestra población. Queda implícito que falta volver la vista hacia este medio dedicado sólo a potenciar el consumo de mercancías que la mayor parte de las veces no producen beneficios formativos. “Es paradójico que el énfasis sobre la función educativa de la TV en sí misma apunte a la importancia y el apoyo del público en el medio como fuente de información y, sobre este mismo aspecto que hace falta la educación”.<sup>172</sup>

Nuestro gobierno obvia, al dejar la televisión en manos privadas, que de cualquier manera gran parte de la controversia ante la educación y los medios, refiere en mayor medida a que esos medios educan todo el tiempo –aunque los programas sean de diversión, deportes, etcétera– en la misma medida que siempre se encuentra presente la concepción ideológica determinada que, se pretende, debe transmitirse. Y lo hace mediante el concebido objetivo de proveer de mentes bajo control.

---

<sup>171</sup> *Ibid.* p. 148.

<sup>172</sup> Baggaley, Jon P – Duck, Steve W. *Análisis del mensaje televisivo*, p. 166.

El gobierno intenta que la población mexicana acepte tácitamente la necesidad del capitalismo salvaje, para poder progresar se necesita tener las concepciones que faciliten adoptar nuestro rol a partir de “nuestras funciones determinadas por el gran capital; estas son: en tanto que fuentes de materias primas y de mercados, y han de explotarse para la reconstrucción y desarrollo del capitalismo occidental, tal como lo explican con franqueza los documentos secretos”.<sup>173</sup>

Para la gente común, pasa desapercibido el Plan que el gobierno impone y bajo cual ella reproduce los patrones ya establecidos en su mente después de crecer ante un televisor encendido. En ese sentido, los ataques a la publicidad por televisión pierden validez, en especial por que la misma función de la mercadotecnia no establece la venta de las mercancías o bienes suntuarios que anuncia sino más bien, “la venta de un producto mucho más importante: una forma de vida, un modelo de hombre, una estructura social, cosa que el niño (y también el adulto) va incorporando y reforzando como sagradas, intocables, racionales. Inyectan día a día, hora a hora, los mecanismos indicativos de lo que el sujeto *debe ser*”.<sup>174</sup>

Son cuestiones políticas precisamente por que el hombre requiere de una guía que lo oriente, el Estado sólo le provee de eso. A veces podemos presenciar las ironías de la gente misma representada en la pantalla y su reacción denostadora hacia el medio en sí, sin tomar en cuenta que el televisor no es culpable del estado de las cosas, es únicamente la representación de todo aquello que el gobierno desea de la población a la cual tendría que servir. Encaminados en pos del progreso, se nos indica que es necesario todo, apelando a los valores nacionales que en el fondo son rechazados.

En este punto, las cualidades de algunas organizaciones civiles que buscan el mejoramiento de los contenidos televisivos han señalado al mismo tiempo la inutilidad de los mensajes a través del Canal 22, se afirma esto precisamente porque a la gente se le aleja de la frecuencia. Lo malo es que esas organizaciones tienen una influencia

---

<sup>173</sup> Chomsky, Noam. *Ilusiones necesarias. Control del pensamiento en las sociedades democráticas*, p. 89.

<sup>174</sup> Guinsberg, Enrique. *Control de los medios, control del hombre*, p. 55.



reducida, en nuestro país no ocurre lo que en otras naciones. Podemos citar el caso de España, donde el Ministerio de Educación obligó a las grandes cadenas a ajustar su programación a un código de autorregulación. Dentro de eso, incluían favorecer, en especial para los públicos infantil y juvenil, los valores de respeto a la persona, de tolerancia, solidaridad, paz y democracia. México es conocido como un país con un sistema político autoritario, el peruano Mario Vargas Llosa lo definió como la “Dictadura Perfecta”, que garantiza el control de la sociedad y la reproducción de conceptos, valores y actitudes que contribuyen a la integración del México a los EE UU. Por lo tanto, en una dictadura no es posible la existencia de Instituciones no gubernamentales que favorezcan la calidad de las transmisiones.

Hemos comentado que los métodos de control del pensamiento y los motivos por los cuales obtienen importancia en una sociedad anti-democrática como la nuestra, sociedad cuya población es arrojada fuera de todo escenario político por la fuerza. En nuestro caso, a diferencia con algunas naciones latinoamericanas, el sistema es todopoderoso, nuestra población no está capacitada para resistir los embates de la publicidad, mucho menos de los ataques de los grandes consorcios que buscan asegurar la provisión de materias primas que son para ellos e inundarnos con sus productos. Las pocas voces discordantes no pueden encontrar eco en una sociedad manipulada y que tiene a la televisión como un dios, por eso, los efectos de la disidencia son poco considerables.

No se miente cuando se afirma que las condiciones sociales del México actual están determinadas por las tendencias esquizoides de la gente. En nuestro caso, esto sólo es consecuencia de toda la disociación de la realidad y la fragmentación actual, cuestiones existentes en nuestro medio y que la televisión comercial acrecienta al ser transmisiones de mensajes típicos del Estado Social que mantiene la hegemonía.

Hasta ahora, hemos calificado a los medios masivos como los culpables de toda alienación en el ser humano. Para ello, olvidamos al servicio de qué lo hacen, “su interés es canalizar necesidades (o reprimirlas) para el mantenimiento del *status quo* y así

eliminar toda propuesta subversiva del mismo”.<sup>175</sup> En el momento en que mayor número de personas visualicen esto, la situación mexicana cambiará, la prudencia indica, no obstante, que lo más probable es que la situación se mantenga y, en el último de los casos, se acreciente.

Todo está bajo un control estricto que conviene a las clases alta, la población lo único que sabe es reproducir lo patrones de moda teledirigidos. Hablar de manipulación es entrar a un terreno difícil y desconocido, “si los medios y la comunidad intelectual respetable en general, han de servir a su “fin social”, los asuntos de este tipo han de mantenerse al margen de la sociedad, lejos de la conciencia pública y la evidencia masiva suministrada por el historial documental y la evolución de la historia se ha de consignar a unos archivos polvorientos o a las publicaciones marginales”.<sup>176</sup>

Pues bien, todo está bajo control, las mismas instancias de defensoría a la población actúan contra ella, para reafirmarlo se transmiten mensajes adecuados que tranquilizan a la población enajenada. “En síntesis, se trata de informar lo conveniente para el mantenimiento de la estructura de dominación en cuestión, desinformando o distorsionando lo que signifique un atentado a la misma y eliminando así la posibilidad de una toma de conciencia de la realidad”.<sup>177</sup>

Después de todo, la educación y la cultura reales que la población necesita no estará al alcance de la mano. La explicación tal vez se encuentra en que todo asunto relacionado con la televisión se traten en la Secretaría de Gobernación, no en la encargada ideal: la Secretaría de Educación Pública. “Esto es indicativo de que en nuestro sistema la televisión se relaciona con la seguridad interna antes que con la formación de valores”.<sup>178</sup>

La desconfianza que pudiera despertarse ante la imbricación de las instancias de

---

<sup>175</sup> *ibid.*, p. 148.

<sup>176</sup> Chomsky, Noam, *op cit.*, p. 56.

<sup>177</sup> Latapi Sarré, Pablo, *op cit.*, p. 34.

<sup>178</sup> *Idem.*

gobierno y los concesionarios, podrá generar sospechas acerca de las transacciones implícitas por medio de las cuales se les concede a los segundos la explotación comercial. La idea que surge ante la situación es que se permite a los concesionarios destruir los valores que quedan en nuestro pueblo “a cambio del control de información, de palabras y silencios, cuando no de vergonzosos servicios electorales”.<sup>179</sup>

Por eso es importante y, aún más vigente, una revisión crítica de las responsabilidades de la televisión en el clima de violencia que se ha apoderado del país, de la anarquía del obrero o del empleado, a causa de los mensajes repetidos hasta el cansancio en las pantallas comerciales. Pero más que todo lo anterior, debemos aceptar que aún con lo valioso que ha realizado y logrado el Canal 22 en su corta vida, “es hoy un proyecto desvalido, frágil que no corresponde a las necesidades del Estado ni a las urgencias comunicativas y de difusión que la cultura tanto necesita”.<sup>180</sup>

#### 4.1.4 ASPECTOS ECONÓMICOS

Para señalar la forma como la economía se relaciona con las actividades del Canal 22 y cómo le dificulta el trabajo y la cristalización de todo un proyecto cultural, debemos establecer los rubros que marcan, delimitan, dan vida al desempeño de todo medio de comunicación masiva, en este caso la Televisión.

Esos rubros pueden ser establecidos y organizados de la siguiente manera para iniciar el análisis de las dificultades inherentes a las actividades del Canal 22:

##### a) Su programación.

El Canal cuenta con 3200 programas, entre los documentales, series, y cobertura de eventos artísticos y festivales. Hasta el año 2000, se habían transmitido 4230 horas al aire. Sin embargo, no se cuentan con datos exactos que precisen porcentajes otorgados a cada segmento. Mediante un seguimiento a la programación durante un mes, se determinó *grosso modo* algunos porcentajes de las barras más importantes, a saber:

1. Televisión infantil, tiene asignado el 8 % del total del tiempo.

---

<sup>179</sup> *Idem.*

<sup>180</sup> León Martínez, Enrique. *op cit.*, p. 70.

2. La Ópera cubre el 4% y se transmite en dos programas dominicales: Cien años de Ópera en México y la transmisión de una Ópera.
3. El cine en cuatro barras, "Cine de Autor", "Estelares del Cine", "Cine Mexicano" y "Primera Fila", transmitidos los días viernes, lunes, domingos y miércoles, respectivamente, cubren el 11 % del tiempo semanal.
4. Conciertos de música rock o clásica, tiene un 5% del total. Se transmiten todos los días y los sábados con media y una o dos horas, de manera respectiva
5. Las noticias, encabezadas por el Noticiero 9:30, de Miriam Moscona; el Noticiero Índice y la repetición al filo de la media noche (dependiendo de la duración del programa que le anteceda). Esto tiene cerca del 7 % y únicamente se enfocan a la cultura.
6. Bloque de programas realizados por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, que contiene Divagarte, Encuentros y Desencuentros, entre otros, cubre cerca del 15 por ciento.

En total, la programación mensual se arma con el 40 % de programas nacionales (aunque no todos realizados sobre temas *idem* pues se incluyen reportajes sobre asuntos o temas extranjeros) y el resto corre por cuenta de las distribuidoras extranjeras como ARTE, Radio Québec, BBC, RAI, PBS, ITEL (proveedora de la serie *Survival*, competencia de National Geographic). Todo ello gracias a que de siempre "es más fácil comprar material ya elaborado, aunque representen dólares, que producir nuestros propios programas". Con la consecuente dependencia hacia el exterior (*vid. infra.*, p. 144). Además de lo anterior, se afirma que el Canal tiene productores fijos sólo para el único programa que se realiza en vivo: el Noticiero 9:30, transmitido de lunes a viernes. El resto de la programación es soportada mediante programadores, lo que a largo plazo es mucho más barato.

Para subsanar un poco lo ya mencionado, se anuncia que a partir de abril del presente año, la programación se apoyará con series realizadas en vivo, especialmente para la

barra nocturna. Se menciona de hecho un segmento con Andrés Bustamante y se busca contar con un periodista de renombre para analizar las cuestiones políticas del país y el resto del mundo.

#### **b) La comercialización del tiempo aire.**

Los *merchants* se dedican a la promoción de las obras artísticas, por consecuencia, el objeto primario es el mercado y la ganancia. Para generar excedentes económicos se realizan actividades que lleven a los primeros planos a una obra de arte (cualquiera) y que favorezcan el interés por alguna tendencia, encabezando un movimiento que lleve a la fama a algún autor que después será reconocido en el ámbito nacional e internacional. Por supuesto que cada uno de los trabajos del autor elegido debe corresponder a las características imperantes en la misma creación del mercado.

Es obvio que para el desarrollo de las actividades culturales es necesario contar con los compradores. De ahí la necesidad de contar con un mercado adecuado a la circulación de esos bienes culturales. ¿Qué pasa con la cultura en sí? La realidad es que con las teorías del Neoliberalismo sólo debe sobrevivir aquello que sea capaz de competir. Ante todo se debe recordar que las Industrias Culturales dominan el mercado. Esas industrias a su vez se pueden contar fácilmente pues son grandes consorcios transnacionales cuyo objetivo es lograr la uniformidad de los gustos.

Un punto que no se toma en cuenta cuando se habla de canales culturales es la imposibilidad de comercializar los tiempos en los cuales se está al aire. Si no se puede transmitir anuncios publicitarios, el apoyo de los empresarios para un canal es más difícil de obtener y la única opción es depender totalmente del gobierno para transmitir los mensajes como sea posible. En el caso del Canal 22, la comercialización de las transmisiones puede darse por ser un canal cultural de Servicio Público.

Según documentos proporcionados por la frecuencia, el 22 es un Canal que puede presentar publicidad aunque “lo obtenido a través de ésta sólo representa

aproximadamente entre 20 y 25 por ciento del total, afirma Abel Flores. El resto se obtiene mediante el subsidio Estatal. Aún no se tiene como clientes asiduos a los “mega-anunciantes” como Bancomer, American Express, Casa Pedro Domecq, Sección Amarilla, cervecerías y armadoras de autos, por mencionar algunos.”<sup>181</sup> Aunque sí cuentan con TELMEX, Banamex, Cigatam, PEMEX, Lotería nacional, entre otros.

Obviamente, el considerar la posibilidad de producir programas para venderlos a otras instituciones es no tomar en cuenta la situación real de un Canal como el de nuestro caso, sólo produce una minoría y de ellos casi todas son del tipo Noticiero o reportajes.

La cuestión económica es difícil de analizar por las características abstractas del tema relacionado con la cultura, al tiempo que las colaterales generan gran polémica y elevan la dificultad para dedicarse a la producción cultural. Esta misma está determinada por aspectos muy disímolos en ocasiones, el primero es la cuestión del dinero necesario para poder comprar materiales y olvidarse por un tiempo de las “cuestiones terrenas” que impiden o dificultan la inspiración generadora de “objetos sublimes”.

La economía de toda región es parámetro que muestra la posibilidad o imposibilidad par producir. Se observa en cualquier parte de la Tierra el grado de comercialización de todo tipo de bienes culturales (sean del tipo que fueren) y se aprecia en las misma pantallas de televisión, de los estados ricos (EE UU, EUROPA) donde se generan los grandes intelectuales a partir de la venta y reciclamiento de esos mismos bienes y de la oferta de actividades de este tipo. Por tanto, podemos encontrar filósofos, pintores, arquitectos o músicos, provenientes del norte que marcan la pauta a su llegada a nuestro país y quienes son apoyados por infinidad de eventos que mantienen en constante presencia al artista y los productos. Lo anterior partiendo de los patrocinios de un sin fin de empresas que se dedican a cualquier rama de la economía.

Por otro lado observamos como en la Ciudad de México se concentra la mayor

---

<sup>181</sup> Memoria de gestión 1994-2000. Informe de actividades del Canal 22, facsimilar impreso por la Gerencia de Comunicación Social e Imagen Televisiva, sin número de páginas ni fecha.

producción artística del país. Especialmente, tenemos las zonas de San Ángel y Coyoacán. No es raro que los artistas destacados sean parte de la clase alta y que en mayor o menor medida no les interesa si sus obras llegan a un gran mercado o sólo a los “conocedores”. Ciertamente contamos con algunos personajes importantes que fueron producto real del talento a pesar de tener orígenes un tanto humildes (casos ilustradores son Rufino Tamayo o Francisco Toledo) a quienes la economía ha golpeado pero no ha impedido realizar su obra y el Canal 22 para presentar los bienes culturales recurre con frecuencia a donaciones o a convenios de intercambio con otras instituciones, tales como la UNAM, universidad La Salle, Anáhuac, la revista *proceso*, el diario *La Jornada*, entre otras.

Esta es la causa para que el Estado se asuma como promotor de la Cultura. No tenemos las condiciones básicas para que cualquier persona pueda profesar la religión (conocida como el gusto por el arte) tan cara. Añadamos la indiferencia de la mayor parte de los empresarios hacia la promoción cultural, existen casos raros de millonarios que apoyan a determinado artista, pero estos casos son a cambio de la exclusividad y de la garantía que las obras realizadas permitirán justificar el dinero invertido.

Aunque es idea generalizada el que tengamos derecho a la Cultura, no existen mercados para los bienes culturales precisamente “en buena medida, a la avaricia e ignorancia de nuestras clases adineradas y medias. No existían (no existen) en México ni un amplio mercado de bienes culturales, ni muchos mecenas privados ni fundaciones que se ocuparan, por ejemplo de costear las investigaciones”.<sup>182</sup> Además la mayor parte de los patrocinios se piensan a partir de la comercialización o publicidad hacia los bienes de la misma empresa y la mayoría de aquellas que quisieran destinar fondos a la cultura se caracterizan por ser empresas de bebidas alcohólicas o cigarrillos, que transmiten “spots” después de las 22 horas y que quisieran contar con mayor audiencia a la que puede proporcionar el Canal 22, que ronda el 1.5 de “rating”<sup>183</sup>.

---

<sup>182</sup> León Martínez, Enrique. *op. cit.* p. 64.

<sup>183</sup> Memoria de Gestión, *op. cit.*

Precisamente en los tiempos de la Aldea Global, la percepción con respecto a la cultura gira en torno a la generación de ganancias de la forma que sea. A pesar de que algo como el arte implica una ambigüedad tal que dificulta la tasación de ello. Para resarcirlo se busca la comercialización del interés por bienes ancestrales de característica común. La crisis económica ha favorecido el abandono de algunas de ellas ante la imposibilidad de asignarle un presupuesto para mantenimiento. Por ello, “el interés del mercado y de los potentados privados por la cultura ha crecido a lo largo del siglo XX, pero hoy en día sigue siendo mínimo y muchas veces egoístas. Se ha propuesto, por ejemplo, convertir tal o cual importante zona arqueológica en una autosuficiente zona turística”.<sup>184</sup>

El cuidado que se debe tener en el punto de la comercialización de los espacios televisivos con fines de promoción de la cultura, parte de la noción del mayor perjuicio que se obtiene ante la avalancha de los patrocinios. Con esto se quiere decir que la publicidad en el mejor de los casos perjudica las actividades lúdicas, “la degradación de la publicidad es una de las fases de la operación que llamamos consumo. Transformado en golosinas, las obras son literalmente deglutidas, ya que no gustadas, por lectores apesurados y distraídos”.<sup>185</sup>

### **c) La dependencia del presupuesto gubernamental.**

Es importante saber que la cultura depende de la misma idea del presupuesto asignado a las dependencias oficiales, el apoyo a cada uno de los creadores o el mismo precio de los bienes culturales es importante para determinar la producción de los productos. Si hablamos de economía y cultura, hablemos también acerca de la asignación de recursos oficiales a los representantes más connotados de esta actividad que es considerada normal. Antes se protegía la producción cultural a través de un puesto en el gobierno (Secretario, Agregado Cultural o Embajador), en la actualidad es mediante la asignación de una beca.

---

<sup>184</sup> *Idem.*

<sup>185</sup> Paz, Octavio, *op cit.*, p. 147.



Para las becas, el caso más sonado fue el trabajo del Sistema Nacional de Creadores creado por Carlos Salinas en 1992. Durante este año se asignó cantidades de dinero a un grupo de intelectuales seleccionados por el Sistema y, curiosamente, algunos de los beneficiados eran parte de ese mismo jurado que debía elegir a los merecedores de la beca. En su momento se habló de la corrupción de las autoridades y del mismo Sistema por los favoritismos detectados y la autopremiación, en su defensa digamos que el sexenio salinista fue el que mayor cantidad de recursos designó a esta actividad. Los periodos del Estado promotor tienen característicamente muchos momentos de brillo para el país, el apoyo a los creadores se puede percibir en la creación de los muralistas (Rivera, Siqueiros), escritores (Paz, Fuentes), arquitectos (Legorreta, Zabudowski), aunque los apoyos han sido insuficientes siempre.

Para definir los proyectos culturales de los cuales habla Monsiváis debemos analizar los presupuestos económicos. Hasta ahora todas las Instituciones Culturales han trabajado bajo penurias pero seguras de tener al menos lo indispensable. Brilla por su ausencia la cooperación con entidades privadas para el fomento a la actividad de los artistas. Por supuesto que bajo esta óptica el gobierno determina las cantidades para promoción a despecho de las necesidades, porque para quienes establecen lo anterior son, por regla general, administradores o simples políticos miopes ante las necesidades y avisados ante las cantidades dispuestas para tal fin.

Ante el panorama desolador de una economía en crisis constante, debemos tomar en cuenta fuentes alternas y las únicas que hay son las fundaciones extranjeras con la vista puesta en nuestro país. Causa extrañeza que siendo la economía 13 en el mundo (¿será posible?), México tenga tantas dificultades para mejorar ya no la producción cultural sino más bien el interés por la cultura de la población mexicana. El proyecto educativo (si es que lo hay en realidad) olvida siempre el aspecto artístico-cultural a causa de la falta de recursos.

En consecuencia, el presupuesto gubernamental para los aspectos culturales y educativos cada día descienden más ante el privilegio otorgado a ramas que no producen recursos materiales. Entramos a un círculo vicioso, en el cual, de venderse lo poco que queda (PEMEX, CFE) “acentuaría fatalmente la crisis presupuestaria del Estado y aumentaría todavía más la dependencia de las empresas y del gobierno respecto a las políticas “extranjeras y colocaría a México en una crisis de pagos, sometido a enérgicas exigencias globalizadoras y neoimperialistas para la entrega de más riquezas, recursos y territorios”.<sup>186</sup>

Ni que decir que ante aquello se cancelaría el proyecto del 22 ante la necesidad real, tangible, de privatizar todos los rubros de la economía nacional para pasar a un Estado vigía de las actividades económicas llevadas a cabo a partir de un Libre Mercado.

Para el caso del Canal 22, lo económico fue el punto discordante desde el inicio de la elaboración del Proyecto. El decreto que establecía un presupuesto de 70 millones de nuevos pesos (hablamos de 1992) nunca fue concretado. El director nombrado en ese entonces, José María Pérez Gay nunca logró ver la cantidad prometida por Salinas de Gortari, pues la asignación sólo llegó a 32 millones. De igual forma, para el año siguiente la partida que le asignaron fue de 60 millones pero los recursos llegaron a través del CONACULTA.

Supeditar la cultura a los vaivenes económicos, lo único que ocasiona es que la primera se caracterice a la usanza de quien dicta las normas. Los canales culturales tienen como objetivo salvar el patrimonio nacional y, al mismo tiempo, difundir las manifestaciones internacionales. Pero se toman casos paradójicos como el que las mismas compañías ya mencionadas determinen que cuáles autores se deben leer y escuchar. Esto a través de las colecciones, enciclopedias o selecciones de las “Grandes Obras Maestras”, que constantemente sacan a la venta.

---

<sup>186</sup> González Casanova, Pablo, ¿Hacia donde va México? *La Jornada*, 28 de Octubre del 2000, p. 21.

Por desgracia, ante las acciones privatizadoras, las cuestiones culturales se quedan cada vez más a la deriva, pues se venden los bienes nacionales ante la insuficiencia de recursos. El resultado es un endeudamiento cada vez mayor ante la pérdida de esa fuente de recursos. Casos hay muchos, citaremos sólo dos: TELMEX y el Sistema Bancario. Los servicios no mejoraron nunca y sí ocasionaron el ascenso de las deudas interna y externa del país; especialmente con los bancos privatizados. Como consecuencia, para atender los compromisos generados por la deuda externa, la primera medida es recortar las partidas ya asignadas a los rubros de educación y seguridad social.

**d) La dependencia hacia el extranjero a partir de la tecnología.**

Para analizar la economía y la cultura a través de la de la televisión, consideremos también que el Canal 22 se encuentra en estado de indefensión pues compra, en mayor medida, sólo lo que las transnacionales venden.<sup>187</sup> Debe enfrentar los empeños realizados por la clase gobernante orientados hacia la privatización de los medios masivos, ante el engaño que supone la idea de la competitividad vía el Libre Cambio, pues aceptar que la competencia entre televisoras mejorará el nivel de los programas televisivos, es mera utopía, pues la realidad indica lo contrario.

El punto de partida para lo mencionado, es la inexistencia de una tecnología propia que permita optimizar tiempos y distancias, ya que el Canal depende de la compra de equipo, rubro que merma sus recursos ya de por sí mínimos. La falta de tecnología impide una transformación de contenidos que cambian a su vez a toda nuestra sociedad. Sólo si la tecnología de punta fuera propia se logrará concretizar la idea fundamental de los canales Culturales en México y esta es la importancia que tiene la tecnología ya no sólo en todas las ramas o sectores económicos del país.

Algo que no han percibido nuestros gobernantes, es que mientras se dependa de las políticas de producción y venta de las transnacionales, no lograremos un progreso. Ellos no toman en cuenta que la “convergencia tecnológica ha llevado a la industrialización

---

<sup>187</sup> Memoria de gestión, *op. cit.*

creciente de la información, la cultura, los intercambios sociales y profesionales, a partir de la conformación del poderoso sector económico de la comunicación y el entretenimiento. Se trata además de un proceso que acompaña a los cambios sociales de organización y culturales”.<sup>188</sup> Por eso la importancia de invertir recursos en la investigación y la investigación nacional.

#### **e) El dominio de las grandes transnacionales.**

La mayor parte de los expertos en la Cultura afirman que se necesita una televisión cultural pública, afirmación confrontada con las corrientes que pugnan por que todo lo que se encuentre en poder del Estado debe venderse, a costa, obviamente, de la pérdida de identidad; pues la salida del Estado de la emisión de mensajes propios por televisión perjudica a todo el conjunto social a final de cuentas. El resultado será la total dependencia del extranjero sin prever que, “la desregulación de la propiedad de los medios, la privatización de la televisión en los lucrativos mercados europeos y asiáticos y las nuevas tecnologías han hecho posible para los gigantes mediáticos establecer redes poderosas de distribución y producción entre naciones”.<sup>189</sup> Esos gigantes son ocho: ATT/Liberty Media, Disney, Time Warner. Sony, News Corporation, Viacom y Seagram, en algunos rubros se cuele la alemana Bertelsman.

La economía del México dependiente ocasiona al mismo tiempo dependencia al extranjero en cuanto a la producción de bienes culturales, en su momento el mismo Colegio de México se vio beneficiado por apoyo extranjero vía la Fundación Rockefeller. El estado mexicano se declara promotor de la Cultura, no obstante los recursos asignados a este rubro son mínimos, en la actualidad algunos empresarios norteamericanos están comprando lo poco que queda de los medios de comunicación que podrían ser utilizados para la transmisión óptima de mensajes culturales.

---

<sup>188</sup> Crovi Druetta, Delia. *El abismo Digital*. Revista Nexos número 274, Octubre del 2000 p. 70.

<sup>189</sup> Ramírez Cuevas, Jesús. Los monstruos de la comunicación controlan todo. *La Jornada*, suplemento MASIOSARE. 15 de Octubre de 2000, p. 12.

La dependencia causará dentro de poco que “el mensaje monocultural de los medios de comunicación globales le está haciendo a la diversidad cultural lo que la globalización económica y la explotación no sustentable le hizo a la bio-diversidad del mundo. Hoy existen 5 mil lenguas y culturas en todo el planeta, la inmensa mayoría amenazadas con desaparecer”.<sup>190</sup>

Por lo anterior, los problemas económicos de una nación determinan la situación de su cultura y de los medios de comunicación. En tiempos de economía global, la dependencia cultural hacia las industrias extranjeras trae como consecuencia “la hipercomercialización de todas las actividades y el crecimiento del control corporativo traen consigo un contenido político; consumismo, desigualdad de clase, individualismo, son tomado como valores cívicos y las actividades no comerciales se ven marginadas”.<sup>191</sup>

El trabajo del 22, por tanto, debe asumirse como el del predicador en el desierto, pues las dificultades económicas derivadas de la aplicación de políticas globalizadoras restringen su marco de acción. Hoy más que nunca se hace necesaria la implantación de un sistema democrático que privilegie las voces nacionales encabezadas por proyectos culturales, cuyas características sean realmente democráticas y que proporcione beneficios tangibles a corto plazo a la población.

Existen algunos personajes que pugnan por la eliminación de esa idea de “gremio” que tienen los intelectuales ya identificados (*vid. supra.* p. 134). Entre quienes destacan Alma Rosa Alva e la Selva, escritora, o Víctor Roura, responsable de la Sección Cultural de El Financiero.

El presupuesto a la educación, según cifras oficiales, ronda los 5 puntos del PIB nacional. Parece mentira pues la situación de las entidades culturales tiene pocos recursos para realizar sus actividades de una forma adecuada. Tan sólo tenemos el caso de la UNAM o la SEP, Instituciones fundamentales que sobreviven en la precariedad

---

<sup>190</sup> *ibid.*, p. 12.

<sup>191</sup> *Idem.*

traducida en tecnología obsoleta y el franco desdén por parte de los empresarios que prefieren formar sus propios cuadros especializados, para tal fin se crearon las instituciones privadas que brindan plazas en las empresas relacionadas con grupos económicos particulares. Los casos prototipos son el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, el Instituto Tecnológico Autónomo de México, la Iberoamericana o la Universidad de las Américas.

## **4.2 ¿MASIFICAR LA CULTURA A TRAVÉS DE LA TELEVISIÓN?**

### **4.2.1 ¿QUÉ SIGNIFICA MASIFICAR?**

Los postulados del liberalismo económico nos induce a pensar que todo debe ser una mercancía; no obstante la imposibilidad de comercializar todos los productos del grupo social determinado. Masificar, así, determina que todos los productos entran a un mercado en el cual cada uno de los elementos de un grupo social están inmersos, en aquel la comercialización debiera concebirse como la puesta al alcance de todos de esas manifestaciones culturales. Pero también debiera contemplar las cualidades de las personas que adquieren esos bienes o servicios comercializados.

Para determinar de manera adecuada cuál es el fin de esta investigación, mencionemos que las teorías acerca de la dependencia tecnológica de los países en vías de desarrollo con respecto a las naciones industrializadas consideran como un efecto de lo anterior la masificación de la vida social. Ya mencionamos que a cada grupo le pertenece un tipo de cultura y últimamente la única que tenemos al alcance es aquella de mal gusto en su estructura pero con gran demanda por su bajo nivel de codificación. En líneas arriba, señalamos la necesidad de mayor mercado para los grandes corporativos, estos mismos insertan a todas las personas bajo una uniformidad de los gustos y/o géneros a través de las famosas Industrias Culturales cuyos productos son netamente *masa*.

Sin embargo, la masificación de productos no es lo mismo que la masificación de la cultura. Para precisar esto, señalemos que la masificación de la cultura debe implicar la

estructuración, promoción y difusión de mensajes cuyo contenido sea de corte formal, con un contenido que requiera de una codificación específica y un grado de instrucción particular; esto es un contexto social adecuado. Y que, además, pretenda poner los productos culturales al alcance de la mayor cantidad de personas con el objeto de convertir a éstas en consumidoras.

Masificar la cultura debe implicar la creación de un mercado que garantice la reproducción de ganancias mediante el compromiso de la sociedad ante las creaciones u obras de arte que se mantienen en constante interrelación con la gente que observa y que de una u otra forma están determinándola. Masificación, en sentido estricto, debiera significar la producción de obras de arte y su colocación en un mercado para generar beneficios a los autores (o artistas) y los comerciantes serían las instancia gubernamentales que pondrían al alcance de los individuos esas manifestaciones artísticas que necesariamente deben ser puestas en movimiento. Para el consumidor de la cultura los beneficios obviamente serán siempre intangibles.

Masificar la cultura debe implicar proveer de los elementos básicos para poder observar a través del televisor todo lo que hemos llamado Bellas Artes y que ahora se interpreta como Cultura, a partir de la visión o misión establecida por el Canal 22 que se puede leer en carteles ubicados dentro de las instalaciones: “Es un medio de expresión de la pluralidad de la sociedad mexicana con la cual se apoya la formación de una conciencia **cultural, social e histórica de México**” (las negritas son mías), esto significa que la cultura podría estar a todas horas y todos los días en las pantallas.

Por último, entendemos por masificar la cultura en México, como establecer una frecuencia (por lo menos) con un alcance y facilidad de sintonía que permita al espectador observar los mensajes de manera adecuada cada vez que lo requiera. Masificar debiera imponer en los canales un objetivo único: transmitir cultura y olvidar los deseos de riqueza por parte de los concesionarios. Para mantenerse al aire, tendría que ponerse en marcha una medida similar a la adoptada en Inglaterra, donde existe un impuesto específico que permite canaliza esos recursos directamente a la Cadena BBC.

La modificación de los objetivos de cada uno de los canales de televisión existentes hasta ahora debe ser la consecuencia obvia. Todo aquello para evitar la alienación de la población mexicana que se realiza mediante la promoción de patrones culturales que se manifiestan en los mensajes insertados en los programas y series comerciales, cuyos objetivos distan de ser el mejoramiento de los niveles de instrucción y adiestramiento.

#### **4.2.2 LIMITANTES PARA LA MASIFICACIÓN**

De acuerdo a lo analizado hasta ahora, podemos deducir que la idea de apoyar un canal Cultural en el país ha sido un proyecto no concretado. A partir de nuestras características sociales, culturales y económicas, es harto difícil lograr los beneficios culturales a pesar de contar con las mejores intenciones del mundo. El análisis de esas limitantes se deben mencionar en sentido estricto iniciando por la infraestructura con que se cuenta. El Canal 22 tiene hasta el momento estudios de producción, post-producción, estudios para programas en vivo y un presupuesto. Por desgracia no es suficiente al momento de establecer y comparar los parámetros para determinar lo que sí puede y no hacer el Canal, la problemática es vasta, aunque debemos considerar lo más visible y determinante al momento de producir y mandarlo al aire.

La limitante básica del 22 es el no contar con una red nacional verdadera. Hasta ahora cuenta con varias repetidoras que le permiten expandir su área de influencia; sin embargo no ha sido suficiente. El trabajo del primer director de la frecuencia, José María Pérez Gay, ha conseguido establecer acuerdos con algunas empresas extranjeras que le proporcionan materiales, pero lo más importante es el problema generado a partir de la misma constitución del Canal y de los mandos directivos.

Carlos Salinas de Gortari en 1992 nombró al director y estableció la posterior creación de un Consejo de Planeación y Políticas de Desarrollo (decreto publicado el 23 de marzo). En este se incluyeron a varias de las personalidades de la cultura en esos días.



La lista original del Consejo tenía una pluralidad que a la postre resultó perjudicial para la frecuencia. Entre los nombres más importantes teníamos a Rolando Cordera, Fátima Fernández, Alejandro Rossi, Jorge Flores Valdés, Margarita Michelena, José Sarukhán y Beatriz Solís.

Eso muestra que las personas encargadas de programar el Canal eran expertas en la materia; saben lo que es la cultura y un Canal Cultural. El punto señalado en ese momento era que formaban parte de la sociedad civil y en el último de los casos, podríamos enfrascarnos en la polémica acerca de lo que significa este término. Para lanzar al aire al canal, se eligió a personas capacitadas y a pesar de ello, el proyecto no ha sido lo que se pensó en su momento, pues no tiene alcance nacional con señal abierta.

Además algunos de los mencionados pertenecían a proyectos editoriales específicos, ubicados en revistas, diarios, la Universidad Nacional; por tanto, las mismas actividades pendientes implicaban la postura distinta dentro del mismo Consejo, a la postre, las deserciones fueron comunes.

Todas aquellas personas implicadas en la planeación, proyección y evaluación de las labores propias de una frecuencia de televisión, se enfrentan en nuestro país con el grado de instrucción de nuestra sociedad que les permitan analizar, observar y apreciar la programación de conciertos, exposiciones o programas de divulgación. Hace ya muchos años se han escuchado voces de alerta que claman se retome lo básico en programas educativos. Para nadie es un secreto que la escuela ha dejado de ser el medio proveedor de los conocimientos que coadyuven al mejor desenvolvimiento de la persona en la sociedad.

Conforme pasan los años, asistimos a la modificación de los objetivos reales que tienen los planteles del Sistema Educativo Nacional, se percibe que el ideal de formación ya no es la misma a causa de la persecución de la ganancia en todas las actividades dentro del país. Hoy más que nunca podemos ver que los contenidos educativos proporcionados a

los niños mexicanos distan de ser de excelencia. Tampoco buscan la formación adecuada de las nuevas generaciones, por eso mismo, la escuela ha dejado de ser lo de antaño.

Para que la población sienta el gusto por las artes, es necesario que las aulas sean el lugar donde se siembre la semilla. Sólo mediante una organización escolar básica se podrá contar con elementos sociales que consuman los bienes culturales. Se necesita fomentar el gusto por las artes en el sistema de forma integral, de esta forma el mexicano crecerá con conocimientos básicos que le permitan comprender aquellas manifestaciones.

Desgraciadamente, las clases gobernantes del neoliberalismo han utilizado al Sistema Educativo para otros fines, entre estos, tenemos el de perpetuarse en el poder a través de lograr la pasividad de la población. Es claro que ahora en las escuelas se forman sólo profesionistas que algún día engrosarán las filas del desempleo. Y no será tanto por la misma incapacidad de los mexicanos, sino porque eso es parte de todo un proyecto orientado hacia la proliferación de mano de obra barata. Precisamente porque “las escuelas parecen cumplir cierto número de funciones, son órganos reproductores que ayudan a seleccionar y garantizar una fuerza de trabajo. Aquí, los teóricos de la reproducción están en lo cierto. Pero la escuela es algo más. Está ayudando a mantener el privilegio de algunos modos culturales, toman de la estructura y el contenido de la cultura, y el conocimiento de los grupos poderosos y definiéndolo como conocimiento que debe conservarse y transmitirse”.<sup>192</sup>

El considerar a la escuela como un medio de promoción social dejó de ser cierta hace ya varios años. Los programas ya incluyen cada vez menos horas de educación artística y física. En donde se tienen, se limita a la enseñanza de como manipular una flauta y repetir cancioncillas que son de moda. Causa extrañeza que los temas clásicos hayan dejado de aparecer en las actividades de aprendizaje para privilegiar a los artistas del momento, producto de la industria masiva. Por eso es fácil salir de las aulas con mensajes estructurados a favor del consumismo. Este se representa en la compra de

---

<sup>192</sup> Apple, Michael W, *op cit*, p. 57.

*souvenirs* o *productos oficiales* comercializados por esas industrias dominadoras del mercado.

En la actualidad hay más niños que conocen la programación de las cadenas comerciales de TV que al mismo Bethoveen o a Francisco I. Madero. El mismo presidente cubano, Fidel Castro, declaró hace algunos años que los niños mexicanos conocen mejor la historia de Mickey Mouse que a los mismos niños héroes, en consecuencia, todo aquello que refiera a las Bellas Artes será denostado o devaluado. Es a partir de esto que la escuela obtiene su carta de naturalización como el instrumento justificador del sistema de las cosas. Las escuelas “actúan como agentes de la tradición selectiva. Las escuelas, pues, también son agentes para la creación y recreación de una cultura dominante eficaz. Enseñan normas, valores, reglas y la propia cultura, contribuyendo a la hegemonía ideológica de los grupos dominantes”.<sup>193</sup>

La raíz del problema es que a la par del abandono progresivo de las escuelas se le dio mayor apoyo a los medio masivos, la televisión en 50 años ha trastocado la esencia de la sociedad mexicana a tal grado que ahora es irreconocible en algunos aspectos. Ha logrado reunir y unir al mexicano a través de maratones televisivos en pro de niños desamparados, minusválidos, damnificados por algún evento natural, es decir ha rescatado el sentimiento de solidaridad de los mexicanos con poco esfuerzo. Por su parte, el Sistema Educativo Nacional no lo ha hecho en los dos siglos de vida “independiente” y con los programas y presupuestos a su alcance.

Una consecuencia directa de todo aquello se vive en las aulas, lugar donde el profesor es cada vez más prescindible. Prueba de ello son las tele-secundarias con trabajo de 15 años. Los tiempos de la libertad de cátedra y el compromiso para con los alumnos han quedado en el olvido, gracias a los magros sueldos percibidos por los mentores. En la actualidad se está dando pauta a “un proceso en el cual una parte considerable del profesorado está perdiendo el control de las partes más importantes del plan de estudios y la pedagogía, cuando las ideologías y los modos mercantilistas penetran en el corazón

---

<sup>193</sup> *Ibid.*, p. 58.

de muchas aulas”.<sup>194</sup> Ante el triunfo del PAN en las elecciones pasadas para Presidente de la República, la discusión estará centrada en la conveniencia de canalizar recursos a una escuela como la UNAM o dejarla libre a las leyes del mercado y que entre al juego de la oferta y la demanda.

La llegada de la comunicación de masas tiene repercusiones en la formación de los nuevos mexicanos, ante la era de lo visual y sus productos desechables, se percibe la inoperancia de las formas culturales. A la par, se aprecia la situación del mexicano como alguien entrampado entre dos nociones: la primera, es que no cuenta con el mínimo de conocimientos de cultura tradicional y, la segunda, determina que no tiene defensas contra los mensajes observados y captados en el televisor. Además, si tuviera lo primero estaría igualmente indefenso pues “la posesión de la cultura tradicional no basta ya para otorgar el poder de filtrar con seguridad los mensajes de información sobre todo los mensajes visuales que los mismos pueden agitar las motivaciones del individuo cultivado que el no cultivado”.<sup>195</sup>

Por otro lado, en el aspecto de la calidad de lo proyectado en el Canal 22, refiere la obligación de establecer si lo mejor para la cultura formal es el encumbramiento de las élites intelectuales o la difusión masiva mediante la televisión. Este aspecto cobra importancia a partir de lo observado en cualquier ámbito económico-cultural, es sabido que a mayor mercado menor es la calidad de los productos, a pesar de las declaraciones que hablan en sentido contrario. Se percibe de igual forma que la promocionada competencia no existe en la realidad pues los grandes monopolios dominan todas las áreas de la vida cotidiana.

Ese dominio se traduce en la TV en una progresiva vulgaridad de los contenidos, los directores de mercadotecnia cada día que pasa deciden más acciones y contenidos para distribuir en los mercados. Ante esto, nos encontramos con muchas ofertas de cultura, van desde las ventas de discos compactos de música clásica o enciclopedias del arte.

---

<sup>194</sup> *ibid.*, p. 13.

<sup>195</sup> Cohen-Seat, Gilbert – Fougeyrollas, Pierre, *op cit.*, p. 93.

Todo eso en apariencia mejoró a la educación de la población, es curioso, por lo mismo, que el Canal 22 por lo regular se mantiene al margen de esas promociones y, en contrapartida, se enfoca a eventos desapercibidos por el grueso de la población. En la práctica, existe gran demanda entre los mismos intelectuales, para la preservación de la Alta Cultura ante los embates de las Industrias Culturales. La oposición entre empresarios o intelectuales muestra en ocasiones puntos de verdadero acuerdo entre ambas élites, no es un secreto que los estratos sociales y su cultura correspondiente son en realidad un todo. A esto se enfrenta “la inercia de las ideologías románticas e individualistas entre los productores culturales. Los artistas suelen organizarse colectivamente ante amenazas a la autonomía de su creación o del funcionamiento del campo, en algunos casos, también para tareas de solidaridad”.<sup>196</sup>

La importancia mayor de los *mass media* y su relación con la cultura es que nos permite contar con la masa consumidora, es obvio que la cualidad de los bienes culturales debe modificarse. La cultura masiva domina todos los ámbitos de la sociedad y ocasiona que el mismo artista ingrese a ese mercado ante la inexistencia de un público electo, que adquiere su obra. Por eso “en virtud de sus mismas relaciones con la producción, de la vigorosa promoción de la cultura mediocre y del evidente deleite de sus consumidores, los intelectuales se ven obligados a familiarizarse con lo que sucede en esos niveles de cultura”.<sup>197</sup>

Para el caso del Canal 22 especialmente, esas ideas auto-segregadoras tienen mucha importancia. El caso de varios artistas lo demuestra pues su mismo origen les permite ubicarse en las altas esferas sociales. Octavio Paz o Carlos Fuentes, son dos casos, entre muchos, que marcan la idea del intelectual mexicano ajeno a los vaivenes económicos por ser parte de la burguesía nacional (*vid supra*, p. 47).

Lo más importante hasta este punto es identificar que decir que la Cultura desciende a la mediocridad a causa del efecto que los *mass media* ejercen sobre ella, es descabellado.

---

<sup>196</sup> García Canclini, Néstor. *Las culturas populares en el capitalismo*, p. 345.

<sup>197</sup> Shills, Edward. *La sociedad de masas y su cultura*, p. 161.

En el país no puede descender la calidad de algo que todavía es intocable a causa de la indiferencia de la población, el trabajo del Canal 22 es algo desconocido para el común de los mexicanos, a pesar de contar con un folleto que presenta la programación mensual. Por desgracia, ese folleto, que se edita gracias al apoyo de las Universidades privadas (especialmente Anáhuac y La Salle), no llega al grueso de la población. Puesto que sólo es distribuido en sitios donde las bellas artes son conocidas; esto es, Institutos de Educación Superior, Librerías (Gandhi, El Sótano, Parnaso, Educal), Universidades y Unidades de Posgrado, “son casi 700 puntos de distribución y es gratuita. Se enfoca en los lugares a donde sabemos que acuden personas ya preparadas”, afirma la Subgerencia de Comunicación Social.

Si bien es cierto que el Canal 22 ha tenido producciones exitosas como la serie del cineasta ruso Einsestein y su trabajo desarrollado en México, premiada en el extranjero ha obtenido el premio Avança de Portugal, ha sido dos veces Premio Nacional de Periodismo y ha ganado el premio CAMERA otorgado por la UNESCO por la calidad de su programación cultural y su difusión. (fue en 1997). A pesar de todo, el Canal tiene el rating del peor de los canales comerciales.

El fondo del asunto es el dejar de pensar acerca de si sube o baja la calidad de la cultura a causa de su relación con la población total. Los directores del Canal 22 debieran pensar más bien en la mejor forma de cómo estructurar un mensaje que incluya todas las actividades o manifestaciones culturales presentadas en el país. A los intelectuales debiera reprochársele el “no intentar nunca, en realidad, un estudio concreto de los productos y las formas en que verdaderamente son consumidos”<sup>198</sup> por la gente del país.

En adición, los intelectuales mexicanos debieran emprenderla contra los verdaderos proyectos del Estado y Gobierno mexicanos que buscan eliminar varios contenidos formadores de excelencia de los programas oficiales. Intentar que la Televisión vire hacia la difusión de los contenidos culturales a todos los rincones del país y estén al alcance de todos. Naturalmente, lo anterior sin dejar a un lado la importancia de la

---

<sup>198</sup> Eco, Umberto, *op cit* p. 24.

cultura popular y el diseño de planes que contribuyan a elevar los niveles de instrucción de la población.

En otras palabras, notar que lo defendido, hasta ahora, por ellos son el reducto de una cultura occidental que, hasta ahora, la mayor parte del tiempo es ajena a la idiosincrasia mexicana. El intelectual mexicano debiera modificar su trabajo partiendo de la visión de “que las ideas filosóficas y políticas que han constituido a la civilización occidental, moderna han fracasado entre nosotros”.<sup>199</sup>

Para lograr mejores y mayores beneficios generales, el intelectual debe dejar de alarmarse por la producción en serie (causa primaria de lo masivo) y centrar sus fuerzas en lo que algunos críticos han señalado como su obligación. Esto es, debe preocuparse por desarrollar el intelecto, “concentrar sus potencias en la creación, la reproducción y el consumo de obras de Filosofía, arte, ciencia, literatura e investigación, recoger las tradiciones en que se nutren esas obras, pronto a aceptar, elaborar o rechazar con discernimiento. Si actúan en forma no habrá que temer nada”.<sup>200</sup>

---

<sup>199</sup> Paz, Octavio, *op cit.* p. 48.

<sup>200</sup> Schills, Edward, *op cit.* p. 174.

## CONCLUSIONES

“Si los teóricos afirman que la televisión es el *imperio de lo efímero*, la televisión cultural será entonces la *tierra fértil de la memoria*. Los programas culturales, científicos y educativos tienen la obligación adicional de educarlos y transformarlos en la mejor tradición de la libertad y la crítica”.

José María Pérez Gay

Como pudimos darnos cuenta, los objetivos de todo medio de comunicación masivo con presencia en nuestro país, manifiestan el afán de los concesionarios para obtener ganancias en primer lugar, precisamente por la adopción del modelo norteamericano para la programación de las emisiones y la importación de todo el conjunto de series producidas por las grandes cadenas de televisión, el concesionario se basa en la idea de obtener mayores beneficios en cada una de las actividades desarrolladas a la usanza del resto de las ramas económicas que sean. Por tanto, con relación a los canales de televisión observamos como los concesionarios mexicanos han perseguido la reproducción de su dinero invertido desde las primeras emisiones, invierten poco en la producción y ganan mucho con la comercialización.

Consideramos que la idea de cultura contenida en nuestra población ha sido formada a partir de los mensajes transmitidos por las pantallas de TV. Es común escuchar afirmaciones que señalan que la cultura es aburrida, un ejemplo de ello es la columna “El pozo de los deseos reprimidos”, cuyo autor, Álvaro Cueva, publica en el diario Milenio dentro de la sección ¡HEY!. Esas afirmaciones son las mismas que fueron elaboradas por algunos intelectuales cuyo principal interés es mantenerse en el lugar de privilegio que han tenido desde siempre. La misma elaboración es para utilizarlas en el mejoramiento de la imagen de las autoridades del momento. Además, es claro que para estos intelectuales lo menos interesante es lograr un mayor nivel de instrucción en la gente del país, pues a fin de cuentas se conforman con tener un espacio desde donde



publicar e influir mediante la idea de ser líderes de opinión; esos espacios pueden ser revistas o diarios, en algunas ocasiones programas en medios electrónicos.

La población mexicana ni siquiera se ha percatado de la manipulación de la cual es objeto por parte de las industrias culturales. Estas industrias o empresas se han apropiado de las actividades características de la población en general y gozan de gran popularidad en un segmento de la clase media o baja; por ejemplo, las palabras creadas en los barrios o la forma de estructurar su lenguaje. Esa apropiación tiene como fin transformarlas en mensajes que quedan fuera de todo contexto al transmitirlos mediante nuevos códigos e imponerlas a todo ese conjunto social, es decir, en concreto, las actividades de las industrias culturales toman lo popular en un segmento pequeño de la población e intenta hacerlo masivo. Es obvio que la gente con bajo nivel de instrucción no se percata del engaño y termina adoptando los mensajes masivos porque supone que debe hacerlo. Ese es el punto, la población en general adopta lo que le presentan los medios todos los días pues son la moda. Podemos señalar el ejemplo paradójico de la aceptación de las frases del “chavo del ocho”: “es que no me tienen paciencia”. Inclusive la venta de objetos representativos de esa serie que se retransmite después de casi veinte años, tal como “el chipote chillón”, las gorras, los tirantes, entre otros.

Con relación a las posibilidades de lograr la masificación de la cultura mediante una frecuencia como el Canal 22, afirmemos que para cristalizarlo se debe enfrentar y superar una serie de severas limitantes. Éstas van desde el bajo presupuesto, la dificultad de transmitir a todos los hogares a causa de la frecuencia, hasta las pugnas entre los mismos productores. Desde el surgimiento de la frecuencia, se afirma que la programación es de calidad y mantiene buen nivel. Gracias a ello, ha ganado varios premios internacionales. El problema es que el auditorio es muy poco. Es fácil decir que la cultura está al alcance de toda la gente por que puede observarse en la TV abierta y si no es atendida por la población es precisamente porque prefiere programas de simple entretenimiento transmitidas a través de los canales comerciales. En este caso se desatiende la importancia de la educación y la manera en como influye en esa población.

La cual en última instancia se encuentra indefensa ante tantos valores y patrones culturales presentados como entretenimiento o esparcimiento.

Decir que a nuestra población le encantan los programas de mal gusto, es obviar lo importante del asunto; en realidad, la gente no tiene otra opción ante dos cadenas nacionales de televisión abierta que se manifiestan como una aparente competencia pero que en realidad son complemento de esa alienación mediante el privilegio que tienen los programas típicos del mal gusto. Esta realidad es tan atacada por algunos intelectuales, quienes han señalado desde por lo menos dos décadas todas las desventajas de mantener un esquema como el actual. En este rubro encontramos a Octavio Paz, Carlos Monsiváis, Rolando Cordera, entre los más destacados.

A lo anterior también debe añadirse la falacia sostenida por esos concesionarios que señalan que se observa en la pantalla todo aquello que la gente pide, eso que aparece a través de las pantallas de sus canales es para darle a la población aquello que le gusta. La verdad se debe interpretar tal cual es, todos los concesionarios se conforman con darle a la gente aquello que tiene mucho color, mucha diversión, pero nada formativo que le permita aumentar su nivel de razonamiento, que en un momento dado le permitiera ascender en la escala social o laboral. Precisamente porque todo eso le permite maximizar las ganancias.

De acuerdo a lo desarrollado en la investigación, las opciones que tiene un canal cultural son muy pocas. Los canales comerciales tienen mayores privilegios con respecto a los culturales a partir de su situación legal, esto es, un canal comercial está obligado a ceder el 12.5 % de su tiempo al Estado, pero a cambio puede transmitir cualquier mensaje publicitario. El concesionario sólo tiene como condición respetar lo establecido en la Ley federal de Radio y Televisión.

Por su parte, un canal cultural que depende de las partidas presupuestales que el mismo gobierno establezca, no puede comercializar los tiempos ni transmitir un mensaje que implique ganancia, pues como el objetivo cultural es abstracto, el canal se dedica sólo a

comprar o producir programas a partir del dinero que le ha sido asignado. Además se debe tomar en cuenta si tiene la infraestructura necesaria y suficiente podrá desarrollar sus actividades de manera correcta pero nunca podrá canalizar los esfuerzos de sus trabajadores hacia la consecución de una audiencia mayor, pues esto implica mayores montos de inversión para hacer realidad los proyectos de producción; montos que por supuesto no tiene de manera inmediata. Precisamente por esto, ya son varios años de protestas de algunas personalidades que piden un mayor apoyo y la posibilidad de comercializar los tiempos para facilitar la generación de su propio dinero y pueda ser cada vez más independiente de los vaivenes políticos.

Otro aspecto determinante es la complicidad de las clases gobernantes ante las omisiones a lo escrito en la Ley Federal de Radio y Televisión con las transmisiones comerciales, con respecto a la clasificación de los programas y la corrupción del lenguaje, todo a cambio de campañas para justificar las acciones de las cadenas, iniciadas y dadas a conocer mediante comentarios tendenciosos dentro de los segmentos noticiosos. No en vano los principales representantes de Televisa y Televisión Azteca declararon en su momento, de manera respectiva, ser “soldados del PRI” (Ázcarraga Milmo) o que es innecesaria la democracia en la vida pública del país en respuesta a cuestionamientos relacionados con la situación prevaleciente en cuanto a las concesiones de las frecuencias (Ricardo Salinas Pliego).<sup>201</sup>

Después de unos años de estar al aire, se reconoce que la creación del Canal 22 fue una medida política del presidente Carlos Salinas de Gortari para formarse una imagen de estadista y promotor de la cultura. Las consecuencias de tal decisión dio frutos muy pronto, pues fueron los intelectuales aglutinados en el proyecto del Canal 22 quienes publicaron varios desplegados que declaraban su apoyo a las decisiones de gobierno.

La campaña de imagen creada por los intelectuales del Grupo Nexos (Héctor Aguilar Camín, Rolando Cordera, Enrique Florescano) mediante la publicación de artículos y las colaboraciones que presentaron a Salinas como el mejor presidente del país. Esa

---

<sup>201</sup> *Proceso* num. 805, 6 de abril de 1992.

campaña promocional tuvo como punto de partida la campaña de Solidaridad y, como premio la cesión misma de la frecuencia del Canal 22 a su grupo aunque entre los solicitantes iniciales estuvieran algunos personajes de otros medios. Para lograr la justificación de las políticas neoliberales, se valió del grupo para dominar las principales instituciones culturales del país por algún tiempo, estas eran el CONACULTA, la UNIVERSIDAD NACIONAL, el mismo CANAL 22.

El posicionamiento de un grupo de intelectuales en las esferas políticas siempre ha creado severas críticas por parte del resto excluido. Es del dominio público la existencia de las mafias culturales que se han formado desde la mitad del siglo XX. O sea, los grupos compactos de creadores de arte que pretenden influir de una u otra forma en las políticas del gobierno en turno, para el caso del Canal 22, la ventaja para el grupo Nexos lo representó la amistad que mantienen Salinas de Gortari y Aguilar Camín. Es claro que para todo presidente es necesario contar con personajes que le provean de una buena imagen y que mejor si colabora con ello su amigo desde los años de estudiante en la Universidad Nacional.

Precisamente, por contar con representantes en las dependencias mencionadas, el grupo Nexos se vio enfrascado en una discusión con Octavio Paz y su revista Vuelta, que canceló el impulso del Canal 22 de tal forma que el presupuesto establecido por el gobierno se detuviera y redujera a casi dos tercios del inicial asignado. Octavio Paz protestó, por supuesto, ante una aparente dominación por parte de un grupo (Nexos), pero más que nada, por que de pronto se sintió relegado de los primeros planos políticos. Además, él defendió la idea de las fraternidades entre los artistas, era una fraternidad todo el equipo que participaba en la revista Vuelta, no así los intelectuales de Nexos. Esas fraternidades buscan mejorar la situación imperante de la cultura en el país, no sólo la consecución de beneficios económicos, como acusaba en su momento a los participantes en Nexos.

La controversia entre Nexos y Vuelta se manifestó a través de las páginas de las revistas y fue claro que cada evento realizado por alguno de esos grupos tuvo que enfrentar el

escrutinio de los opositores. Nexos organizó el Coloquio de Invierno con el auspicio de la UNAM, este evento fue calificado por Octavio Paz como una apología al socialismo y afirmó que los "aNexos" se valían de sus contactos políticos. Por otro lado, Paz afirmaba que los fieles a Camín eran meros representantes de las Ciencias Sociales (difusas según él) y no podían ser considerados verdaderos artistas.<sup>202</sup>

Debemos destacar el aspecto más importante de la presente investigación: se pretendió demostrar que el Canal 22 presentaba severas limitantes, sin embargo, los resultados obtenidos presentan algo que no había sido tomado en cuenta de manera cabal, pues la cuestión social se mencionó pero como un simple factor complementario. La realidad es que en estos días, las características de nuestra sociedad determinan de manera importante a todos los mensajes transmitidos mediante un monitor de televisión. Y es mediante la aplicación de las nociones de las Ciencias Sociales como finalmente se aportan mayores estructuras de análisis que permiten lograr un progreso.

Las razones pueden ser curiosas o frustrantes, depende del ánimo que se tenga al momento de analizarse la problemática. Como se observó, nuestra sociedad mexicana está inmersa en una confusión de valores, el choque entre dos culturas muy distintas (la liberal y la conservadora) ha ocasionado que el país permanezca en una indefinición. Para explicar lo anterior mencionemos que los nuevos valores transmitidos mediante las series norteamericanas se enfrentan a una educación demasiado tradicionalista. La ideología que se transmite en los programas comerciales encuentra cobijo en el inconsciente de los televidentes y en algún momento salen a flote permitiendo la reproducción de los mensajes.

Un punto preocupante para algunos intelectuales (Monsiváis, Toussaint, Cremoux) es el nivel de instrucción cada vez más bajo en la población mexicana. La preocupación radica principalmente a que una educación deficiente favorece la apropiación de valores que están fuera del contexto social del mexicano aunque en la práctica manifiesten características atractivas para la persona que los asimila. Objeto de análisis desde hace

---

<sup>202</sup> Vuelta, marzo de 1992, p. 8.

años es el proceso de transculturización que sufre el país, manifestado en las tradiciones navideñas o del “día de brujas” norteamericano.

En este sentido, mencionemos que mientras se presente una dependencia tecnológica hacia las naciones industrializadas, ese proceso de transculturización estará siempre latente. Si le agregamos la compra y transmisión de programas extranjeros, la reproducción de los valores observados desde niños, será de gran utilidad para las clases dominadoras. Lo único que se puede hacer para contrarrestarla es fomentar la producción de programas con una orientación nacionalista que pretenda mejorar los índices de instrucción de nuestra sociedad. Para poder producir más se requiere de inversiones también mayores, lo que implica que los concesionarios deben invertir una parte de sus ganancias en la formación de la gente, por supuesto que los concesionarios desean únicamente la ganancia rápida y fácil, lo cual obtienen si se compran series ya producidas en otros países, aunque lo manejado en ellas diste de ser el ideal para los mexicanos.

Si el objetivo es mejorar los niveles culturales de la población mexicana, sentimos que es necesario fortalecer la formación académica del mexicano. Lo anterior se enfrenta a varios obstáculos, el más importante de todos es la obligación del gobierno con las políticas de las instituciones financieras internacionales. Sabemos que el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial pretenden mantener bajo el dominio de las potencias económicas a los países poco desarrollados, por lo mismo, a cambio de créditos se exige que el sector educativo nacional sea privatizado para “favorecer la prestación de servicios de calidad” gracias a la competencia entre los particulares, una máxima defendida hasta sus últimas consecuencias por los apologistas y promotores del liberalismo y la globalización.

Como se afirmó en el desarrollo de la investigación, las escuelas tienen como parte de sus objetivos el preservar los modelos educativos, sociales y morales que caracterizan a nuestro país. De esa forma, se observa que la estructura de las escuelas esté determinada de tal forma que los pobres siempre van a enfrentar mayores problemas que los hijos de

las familias acomodadas o de "clase alta", precisamente por la dificultad para cubrir lo mínimo en una escuela privada que tiene prioridad al momento de elegir a los profesionistas que ocuparán algún cargo de importancia.

Como ejemplos de lo anterior, mencionemos al Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), escuela donde estudian los hijos de la mayor parte de los secretarios de Estado en México, el caso de la Universidad Iberoamericana (UIA), Alma Mater del actual presidente de México, Vicente Fox, la cual tendrá mayores estímulos a raíz precisamente de tener como egresado al Primer Mandatario de la nación; contamos también al Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), cuyo anterior rector, Rafael Rangel Sostman, será asesor en cuestiones de educación en el sexenio que terminará en el año 2006.

En este último caso, es punto de controversia la idea que se tiene ante la implantación de un modelo de Universidad Virtual que se lleva a cabo dentro de la estructura del "Tec"; mediante el cual se mantiene contacto con cada uno de los Campus de esa Institución educativa gracias a la conexión a la Internet y, a través del cual, se realizan eventos que van desde la simple impartición de clases hasta la presentación de Congresos o Conferencias.

El resultado de tal medida es en primer instancia la eliminación de una parte de ese presupuesto necesario para atender a los requerimientos de una población estudiantil en crecimiento. El objetivo es crear una Universidad Virtual y una medida de tal naturaleza requiere por supuesto de menores inversiones y facilitan la atención de los estudiantes en grandes cantidades y a gran distancia.

El plan hasta ahora mencionado implica la aplicación de la misma estructura en los principales centros educativos del país, es el caso de la UNAM o el IPN. Claro que la sola mención ocasiona severas críticas en los círculos universitarios y el rechazo a la eliminación de las escuelas netamente escolarizadas que, en el mejor de los casos, debieran obtener un aumento en los porcentajes que reciben como presupuesto anual.

las familias acomodadas o de “clase alta”, precisamente por la dificultad para cubrir lo mínimo en una escuela privada que tiene prioridad al momento de elegir a los profesionistas que ocuparán algún cargo de importancia.

Como ejemplos de lo anterior, mencionemos al Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), escuela donde estudian los hijos de la mayor parte de los secretarios de Estado en México, el caso de la Universidad Iberoamericana (UIA), Alma Mater del actual presidente de México, Vicente Fox, la cual tendrá mayores estímulos a raíz precisamente de tener como egresado al Primer Mandatario de la nación; contamos también al Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), cuyo anterior rector, Rafael Rangel Sostman, será asesor en cuestiones de educación en el sexenio que terminará en el año 2006.

En este último caso, es punto de controversia la idea que se tiene ante la implantación de un modelo de Universidad Virtual que se lleva a cabo dentro de la estructura del “Tec”; mediante el cual se mantiene contacto con cada uno de los Campus de esa Institución educativa gracias a la conexión a la Internet y, a través del cual, se realizan eventos que van desde la simple impartición de clases hasta la presentación de Congresos o Conferencias.

El resultado de tal medida es en primer instancia la eliminación de una parte de ese presupuesto necesario para atender a los requerimientos de una población estudiantil en crecimiento. El objetivo es crear una Universidad Virtual y una medida de tal naturaleza requiere por supuesto de menores inversiones y facilitan la atención de los estudiantes en grandes cantidades y a gran distancia.

El plan hasta ahora mencionado implica la aplicación de la misma estructura en los principales centros educativos del país, es el caso de la UNAM o el IPN. Claro que la sola mención ocasiona severas críticas en los círculos universitarios y el rechazo a la eliminación de las escuelas netamente escolarizadas que, en el mejor de los casos, debieran obtener un aumento en los porcentajes que reciben como presupuesto anual.



consecuencia de contar con instituciones educativas en franco abandono. Situación que pretende repetir lo que se ha hecho con algunas entidades paraestatales que han sido privatizadas en los últimos años: no invertir, dejarlas en el abandono y cuando ya no produzcan más, cuando estén a punto de morir de inanición, se declare que los recursos que necesita para enderezar la nave son tantos que el gobierno no puede afrontar ese gasto; por lo cual se prefiere permitir la participación de la iniciativa privada.

El resultado tangible será la privatización de la educación en nuestro país, convirtiéndolo en algo propio de las elites que si puedan afrontar los gastos. Y en su momento veremos también los que se observa ante cada privatización de una empresa pública: precios altos, mal servicio y frustración ante la impotencia de exigir algo a lo cual tenemos derecho y nunca verlo satisfecho. La educación en nuestro país se caracteriza como mala, los objetivos manifestados hasta ahora no se han cumplido y las necesidades observadas desde siempre nunca se han visto cubiertas. Aunque, paradójicamente, los resultados obtenidos con los egresados de las escuelas públicas han sido exitosos.

Asimismo, para poder masificar realmente la cultura que se difunde en las frecuencias del 11 y el 22, se requiere de cambiar toda la estructura social en la cual participamos. Contar con instituciones que busquen la calidad de los servicios educativos que proveen, el fomento a las actividades culturales en todas sus manifestaciones, canales de televisión que promuevan la instrucción de toda la sociedad, partiendo de la consecución de una conciencia bien definida de lo que somos como país y que apoyen las actividades de los canales que ya se han definido como culturales. Esa misma conciencia permitirá a la población en general cambiar las condiciones de vida que le han sido características hasta el momento.

De igual forma, esos canales culturales deben ser provistos de una infraestructura que le permitan desarrollar su trabajo de manera óptima. Aunado al mismo tiempo con la asignación de recursos económicos que faciliten el trabajo de los creadores que participan en las frecuencias. Obviamente, se debe considerar que los participantes en las transmisiones sean personas de reconocido prestigio que, además, busquen el

mejoramiento de las condiciones educativas o culturales de la población y no sólo el contar con canales de comunicación que satisfagan su ego con la posibilidad de tener un espacio en donde desarrollar sus ideas y poder hacerlo público.

Un asunto importante con relación a este último punto, es la división existente entre los mismos intelectuales que no comparten sus puntos de vista. Esos intelectuales han estado disputándose las cuotas de poder durante la mayor parte de este siglo, disputa que ha llegado hasta el punto de dividirse de una forma semejante a lo afirmado por el italiano Umberto Eco,<sup>204</sup> quien los clasifica en dos tipos básicos: Los *Integrados*, aquellos intelectuales que manifiestan el gusto por todas las políticas gubernamentales siempre y cuando se obtengan beneficios personales y que hacen las veces de defensores o justificadores de esos grupos políticos dirigentes, pues montan campañas propagandísticas.

Por su parte, los *Apocalípticos*, son todos aquellos individuos que participan en la Cultura y que se preocupan por señalar los problemas que enfrenta el desarrollo de esas actividades y las desventajas observadas en las condiciones actuales de nuestra sociedad. Éstos personajes alertan ante el declive que la misma Cultura presenta a raíz del éxito que obtiene la masificación de algunas actividades populares y el surgimiento de una cultura paralela, esa cultura visual encabezada por los medios de comunicación de masas, sus héroes y modos de vida.

En nuestro caso, Octavio Paz emitió juicios en este sentido, al momento de enfrentar la controversia con el grupo Nexos durante el sexenio de Carlos Salinas de Gortari, al llamar a los Integrados como Intelectuales Orgánicos. En este sentido manifestó que las actividades de estos son considerando el trabajo de Ideólogos del gobierno, son aquellos que le sirven de portavoces y quienes le facilitan discursos que presentaron al mandatario de ese entonces como una persona inteligente. Son, también, quienes le asesoran en cuestiones sociales, culturales o políticas, en pocas palabras, son personas que ni siquiera se podían considerar como intelectuales sino sólo conocedores o

---

<sup>204</sup> Eco, Umberto, *op cit*, p. 65.

dominadores de alguna rama de las “difusas Ciencias Sociales” y que, por supuesto, no pueden aportar nada benéfico para el avance de la Cultura.

En ese sentido, debemos decir que falta también una concientización de esos intelectuales con relación a la importancia que tienen ellos en las actividades que puedan mejorar la calidad de las emisiones de cada uno de los canales de Televisión. Esto en el entendido de que no son tampoco individuos que merezcan algo más que el simple reconocimiento hacia la labor que desarrollan en cada uno de los ámbitos en los cuales participan. De igual forma, los intelectuales tienen que aceptar que la Cultura no debe ser dividida por estratos sino más bien debe considerarse como un todo y que toda la sociedad debe asimilarla. Para lograrlo es necesario dotar a la sociedad de los conocimientos mínimos que le permitan decodificar los mensajes.

El intelectual mexicano debe aceptar que su importancia no radica en lo que sabe o hace diferente al ciudadano común, sino más bien a partir de las acciones que lleve a cabo para lograr la integración de nuestra sociedad mediante los valores, mensajes o programas con características formales que mejoren la educación de cada integrante del grupo social.

Finalmente, el Canal 22 no puede ser considerado un medio de promoción cultural real pues no cuenta con la infraestructura, recursos y voluntad para masificar su programación. El Canal se ha convertido en mero espacio para la difusión de mensajes hacia el mismo grupo que lo produce. El trabajo del Canal 22 es simplemente cultura para aquellos que la conocen y la población no puede gozar de lo transmitido en esa frecuencia puesto que no cuenta con los conocimientos mínimos para comprenderlos a causa de la educación tan deficiente que adquiere en el Sistema Educativo Nacional.

Decir masificación no significa poner al alcance de toda la población lo que se está transmitiendo por un Canal Cultural como hasta ahora se ha considerado de manera errónea. Es cierto que siempre se ha pugnado por contar con redes nacionales que permitan cubrir mayores regiones del país, pero se deja a un lado su beneficio real. Sin

embargo, más importante para la masificación, es que la población que recibe los programas culturales entendiera lo que está observando y a partir de ello pueda encontrar semejanzas, diferencias y, al final, el gusto hacia ellos. Lo cual redundaría en la elevación del nivel de conocimientos y una trascendencia verdadera pues la sociedad sufriría una transformación en sus estructuras que beneficiaría a todos y esto, es obvio, no convendrá nunca a la clase gobernante. Por tanto, la situación del Canal 22 permanecerá en meras buenas intenciones y bonitos discursos como el epígrafe que sirve como entrada a esta sección. Esas palabras fueron dichas por Pérez Gay al recibir el premio **CAMERA**, el 4 de octubre de 1997, siendo director del canal.

## BIBLIOGRAFÍA

- Adorno, Theodor W. **Crítica cultural y sociedad.**  
Ariel, Barcelona, 1973.
- Ahumada Barajas, Rafael. **El papel del Estado Mexicano como Emisor Televisivo**  
UNAM, Textos de Ciencias políticas, México, 1997
- Apple, Michael W. **Educación y poder.**  
Paidós/MEC Madrid 1987 1ª Ed.
- Badikian, Ben H. **El monopolio de los medios masivos de difusión.**  
FCE México 1986
- Baggaley, Jon P y Duck, Steve W. **Análisis del mensaje televisivo.**  
Gustavo Gilli, Barcelona 1979.
- Bell, Daniel, et al. **Industria cultural y sociedad de masas.**  
Monte Ávila Editores, Venezuela, 1974
- Bell, Daniel. **Las contradicciones del capitalismo.**  
Alianza Editorial, México, 1989
- Birnbaum, Norman. **La crisis de la ciudad industrial.**  
Paidós, Barcelona, 1977
- Bobbio, Norberto. **Estado, Gobierno, Sociedad.**  
Plaza y Janés, Barcelona, 1987
- Bonfil Batalla, Guillermo. **Obras escogidas.**  
INI/INAH/CNCA, México 1995, tomo 4.
- Bronislaw, Malinowsky. **Una teoría científica de la cultura.**  
Paidós, Barcelona, 1961
- Chomsky, Noam. **Ilusiones necesarias. Control del pensamiento en las sociedades democráticas.**  
Ed. Libertarias-Produfi. Madrid 1992
- Cohen-Séat, Fougeyrollas-Gilbert, Pierre. **La influencia del cine y la tv.**  
FCE, México 1967
- Cremoux, Raúl. **Legislación de radio y Televisión.**  
UAM Xochimilco. México, 1973

- Curram, James et al. **Sociedad y comunicación de masas.**  
FCE; México, 1981. 1ª edición.
- De Fleur, M. L.- Ball-Rokeach, S.J. **Teorías de la Comunicación de Masas**  
Paidós, México, 1994
- Dijk, Teun Andreanus van. **Prensa racismo y poder.**  
UIA, México 1994
- Dorfles, Gillo. **Nuevos ritos nuevos mitos.**  
Lumen, Barcelona 1989
- Eco, Umberto. **Apocalípticos e Integrados.**  
Ed. Lumen, Barcelona, 1974
- Fernández Christlieb, Fátima. **Los medios de difusión masiva en México.**  
Juan Pablos Editor. México, 1993
- García Canclini Néstor. **Arte popular y sociedad en América Latina.**  
Grijalbo, México, 1977.
- García Canclini, Néstor. **Culturas Híbridas.**  
Grijalvo/CNCA, México. 1990
- García Canclini, Néstor. **Las culturas populares en el capitalismo.**  
Nueva Imagen, México, 1982
- Gimpel, Jean. **Contra el arte y los artistas.**  
Granica Editor, Buenos Aires. 1972.
- González Casanova, Pablo. **La democracia en México.**  
Editorial Era, México 1972
- Granados Chapa, Miguel Ángel. **Examen de la Comunicación en México.**  
El Caballito, México 1981
- Guinsberg, Enrique. **Control de los medios, control del hombre.**  
Pangea Editores-UAM Xochimilco. México 1988
- Kahn.J.S. **El concepto de cultura.**  
Textos fundamentales. Barcelona, 1971
- León Martínez, Enrique. **Los medios de Comunicación en el Proceso Político de México.**  
IPN, México 1998.

- Linton, Ralph. **Cultura y personalidad.**  
FCE, México, 1980
- Linton, Ralph. **Cultura y personalidad.**  
FCE, México 1980
- López-Pumarejo, Tomás. **Aproximación a la telenovela.**  
Ed. Cátedra Madrid 1987.
- Marcuse, Herbert. **El hombre unidimensional.**  
Ed. Artemisa, México 1985
- Martín Barbero, Jesús. **De los medios a las mediaciones.**  
Gustavo Gilli, México, 1991. 2ª ed.
- Mattelart, Armand. **La comunicación mundo.**  
Siglo XXI México 1996
- Mc Luhan, Marshall. **La Aldea Global.**  
Gedisa, México 1991
- McQuail, Denis. **Sociología de los medios de comunicación.**  
Paidós, Buenos Aires, 1976
- Miró V. Juan José. **La televisión y el poder político en México.**  
Ed. Diana. México 1997
- Navarro Benítez, Raúl. **Y TV... ¿Quién eres?**  
UAM/PROGRAMA DE LAS FRONTERAS. México 1991.
- Ortega y Gasset, José. **La rebelión de las masas.**  
Espasa-Calpe Mexicana. México, 1979. XXI edición
- Ortega y Gasset, José. **Misión de la Universidad.**  
Ed. Revista de Occidente; Madrid, 1965. 4ª ed.
- Paz, Octavio. **Inmediaciones.**  
Seix Barral México. 1986.
- Romo, Cristina. **Ondas, Canales y Mensajes.**  
ITESO, México, 1991
- Rosaldo, Renato. **Cultura y Verdad.**  
CNCA/GRIJALBO, México, 1991
- Rositi, Franco. **Historia y Teoría de la Cultura de Masas.**

- Gustavo Gilli, Barcelona, 1980
- Rowe, William y Schelling Vivian. **Memoria y modernidad.**  
Grialbo/CNCA. México 1993.
- Sartori, Giovanni. **Homo Videns. La Sociedad Teledirigida**  
Taurus, México, 1998
- Schickel, Richard. **Cine y cultura de masas.**  
Paidós, Buenos Aires, 1974
- Shills, Edward. **La sociedad de masas y su cultura.**  
Monte Ávila Editores, C.A. Venezuela, 1984
- Taylor, Roger L, **El Arte, enemigo del pueblo.**  
Gustavo Gilli, Barcelona, 1980
- Trejo Delarbre, Raúl. **La prensa marginal.**  
Ediciones El Caballito, México, 1980. 2ª ed.

## **HEMEROGRAFÍA**

### **NEXOS**

1992, 1993. 1999, 2000  
Mayo-septiembre de 1993

### **VUELTA**

1992, 1993. 1999, 2000

### **PROCESO**

Marzo- agosto del 1993, 1995, 1997

### **EL FINANCIERO**

Enero-agosto de 1992

### **LA JORNADA**

Enero-agosto del 1992