

LOS CÓDIGOS DE LA SEDUCCIÓN

revista mexicana de

COMUNICACIÓN

ISSN 0187-8190

AÑO NUEVE ■ NÚMERO CUARENTA Y OCHO ■ ABRIL-MAYO DE 1997 ■ DIEZ PESOS



**INTERSTICIOS DEL
PERIODISMO
DE INVESTIGACIÓN**

**LABERINTOS DE LA
COMUNICACIÓN
PADRES
E HIJOS**

**LEGISLACIÓN,
MEDIOS
Y PROCESOS
ELECTORALES**

• ¿LIBERTAD DE EXPRESIÓN VS. EL HONOR DE LAS PERSONAS?

• PINCELADAS DEL OFICIO INFORMATIVO • DE LOS CAMBIOS
ECONÓMICOS A LAS MUTACIONES CULTURALES • TELEVISIÓN
Y LOS JÓVENES • EL COLUMNISMO ES UN ACERTIJO INSOLUBLE:
MANUEL BUENDÍA • LA MALICIA DEL GÜERO TÉLLEZ • *Bitácora*



Fundador

Miguel Ángel Sánchez de Armas

Director

Omar Raúl Martínez

Consejo Editorial

Pablo Arredondo, Gerardo Arreola de Dios, Francisco de Jesús Aceves, Guillermina Baena Paz, Alberto Barranco Chavarría, José Luis Becerra López, Virgilio Caballero, José Carreño Carlón, Víctor Manuel de Santiago, Javier Esteinou Madrid, Fátima Fernández Christlieb, Renward García Medrano, Carmen Gómez Mont, Javier González Rubio, Gabriel González Molina, Sabás Huesca Rebolledo, Miguel Ángel Granados Chapa, José Luis Gutiérrez Espíndola, Felipe López Veneroni, Fernando Mejía Barquera, Humberto Musacchio, Guillermo Orozco Gómez, Raymundo Riva Palacio, Miguel Ángel Sánchez de Armas, Enrique Sánchez Ruiz, Beatriz Solís Lerece, Florence Toussaint Alcaraz.

Consejo Editorial Internacional

Rafael Roncagliolo (Perú), José Marques de Melo (Brasil), Miguel de Moragas (España), Joaquín Sánchez (Colombia), Marcelino Bisbal (Venezuela), Sergio Caletti (Argentina), Armand Mattelart (Bélgica).

Producción

Fabiola N. Perafán, Clara Narváez Perafán, Carmen Narváez, Verónica Martínez.

Fotografía

Ulises Castellanos, José Antonio Soto

Ilustraciones

Del Ángel

La Revista Mexicana de Comunicación es el órgano oficial de la Fundación Manuel Buendía, A.C. La revista y la Fundación están integradas como observadoras al Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) y a la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC). Miembro de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura, de la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP), de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAI) y del Consorcio de Investigación sobre México (PROFMEX); representada en la Asociación Internacional de Investigadores de Comunicación de Masas.

FUNDACIÓN MANUEL BUENDÍA, AC

Presidente

Miguel Ángel Sánchez de Armas

Vicepresidente

Sabás Huesca Rebolledo

Banco de Datos e Internet

Sonia Chávez López

Unidad de Capacitación

Esperanza Narváez Perafán

Edición de libros

Omar Raúl Martínez, Clara Narváez

Perafán, Efrén Arellano

Archivo y Documentación

Raúl Velázquez Martínez

Asesor de producción

Hormisdas Cobos Horta

Auxiliares de la dirección

Jorge Jaramillo, Francisco Secundino,

Isela Rossete.

RMC, publicación bimestral editada por RMC Comunicación, S.A. de C.V. ISSN 0187-8190. Certificado de licitud de título 3390, de contenido 3221, y de reserva de uso de título, 72-89. Raúl Martínez Sánchez, editor responsable. Dirección: Guaymas 8-408, Col. Roma, México, D.F. 06700, Tel. 208 4261. Impreso en Editorial Esfuerzo, S.A. de C.V., Esfuerzo 16-A, Naucalpan, Edo. de México. Tel. 358 5958. Distribución: En locales cerrados de toda la República: CITEM, Tasqueña 1798, México D.F. Permiso de SEPOMEX como publicación periódica núm. 048-0689; características 229541 409. No se responde por originales no solicitados. Los artículos firmados no reflejan necesariamente la línea editorial de la revista. Se prohíbe la reproducción del contenido salvo citas para reseñas.

revista mexicana de
COMUNICACIÓN

Pinceladas del oficio informativo	5	<i>Manuel Buendía</i>
El columnismo es un acertijo insoluble: Manuel Buendía	9	<i>Luis Tercero Gallardo</i>
Ingredientes del reportaje	10	<i>Manuel Buendía</i>
Intersticios del periodismo de investigación	11	<i>Gerardo Reyes</i>
De los cambios económicos a las mutaciones culturales	16	<i>Javier Esteinou</i>
Los laberintos de la comunicación entre padres e hijos	19	<i>Guillermina Baena Paz</i>
De comunicación interpersonal, amor y otras salvedades	22	<i>Omar Raúl Martínez</i>
Los códigos de la seducción: vericuetos académicos	23	<i>Francisco de Jesús Aceves</i>
Legislación, medios y procesos electorales	25	<i>Gabriel Sosa Plata</i>
La malicia reporteril del Güero Téllez	32	
¿Libertad de expresión vs el honor de las personas públicas?	33	<i>Ernesto Villanueva</i>
TELEvisa y los jóvenes	38	

SECCIONES Y COLUMNAS

<u>DEL ESCRITORIO DE</u> Periodismo, literatura y erudición	4	<i>Miguel Ángel Sánchez de Armas</i>
<u>HOJAS DE LA MEMORIA</u> Transcribir y traducir	41	<i>Manuel Blanco</i>
<u>RED DE REDES</u> Intranet: pieza básica	42	<i>Islas / Gutiérrez</i>
<u>AUDIENCIAS</u> Medios y educación	43	<i>Guillermo Orozco</i>
<u>TESIS, REVISTAS Y TEXTOS</u> Periodismo regional, radio...	44	<i>Fabiola Narváez</i>
<u>BIBLIOTECA</u> TV, radio, sociedad...	45	<i>Verónica Martínez</i>
<u>TECNOLOGÍA Y SOCIEDAD</u> A mil días del año 2000	46	<i>Carmen Gómez Mont</i>
<u>SECCIÓN HUÉSPED</u>	46-48	<i>OIP / CONRA / AMIC / FREMAC / FELAP</i>

DIRECCIÓN ELECTRÓNICA DE LA FUNDACIÓN MANUEL BUENDÍA EN INTERNET: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/buendia>
CORREO ELECTRÓNICO: buendia@mpsnet.com.mx

DEISEÑO Y FOTO DE PORTADA: FERNANDO RODRÍGUEZ.

EN PÁGINAS CENTRALES, LA REVISTA BITÁCORA DE RMC

De los cambios económicos a las mutaciones culturales

Javier Esteinou Madrid

La construcción del nuevo proyecto de desarrollo neoliberal adoptado por México desde 1982, no sólo ha exigido que se realicen modificaciones profundas en el campo económico y político, sino también en el terreno cultural que han transformado la vida cotidiana de los ciudadanos. Tal fenómeno ha sido motivado especialmente por la profunda crisis que vive la organización educativa de la nación ocasionada a causa de la centralización, el burocratismo, la desorganización, la fuga de cerebros, la falta de planeación, el alto nivel de deserción escolar, la baja capacitación magisterial, el raquítico rendimiento académico, etcétera, que exigen un cambio medular del sistema cultural de nuestra sociedad.

Por ese motivo, el *moderno* Estado Mexicano se ha visto obligado a crear diversos respaldos mentales y morales que apoyen consensualmente el avance de ese esquema de crecimiento para mantener la nueva dirección que ha adoptado nuestro sistema social, y mantener así la presencia de una estructura armónica entre necesidades económicas y respuestas culturales.

A diferencia de las etapas de nuestro capitalismo anterior donde la esfera cultural mantuvo mayor independencia para fijar por sí misma las metas y formas de su proyecto educativo, ahora —en la fase de desarrollo neoliberal— los objetivos, los procedimientos y las modalidades del programa cultural nacen determinados, cada vez más, con mayor fuerza, por las exigencias de la nueva transformación económica.

En otras palabras: los cambios *modernos* que se gestan en la esfera cultural cotidiana de nuestras vidas, no ocurren motivados por la propia dinámica interna del campo humanista y pedagógico, que anteriormente se preocupaba por formar individuos que comprendieran e intentarían transformar de manera integral el en-

torno que los rodeaba, sino que paulatinamente, de manera creciente, van surgiendo derivados de los requerimientos exclusivos y verticales que impone el nuevo modelo de economía de mercado que lentamente adopta el país.

Dos fases de transición

En la etapa neoliberal de la sociedad mexicana constatamos la presencia de dos fases en las que se gesta el proceso de nueva modificación de la estructura de la cultura nacional: el período del surgimiento de los cambios económicos y la etapa de emergencia de las mutaciones culturales.

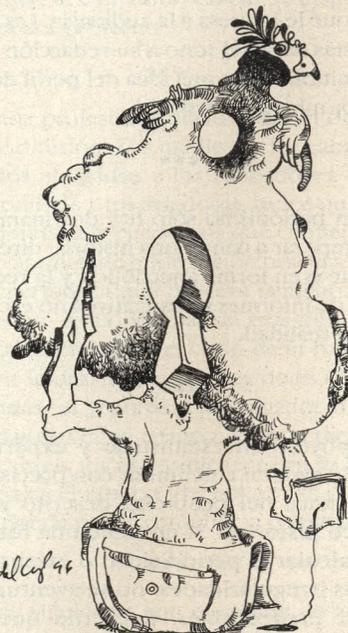
En la primera fase, derivado del fenómeno de apertura de fronteras comerciales de nuestra planta productiva a los mercados mundiales, de la aceptación de nueva inversión extranjera, de la desregulación normativa en todos los órdenes, de la realización de la reforma económica, de la integración de nuestra sociedad

a los procesos mundiales de globalización, etcétera, desde 1982 observamos la aparición de nuevas necesidades económicas ligadas íntimamente a las exigencias que plantea la consolidación del nuevo proceso de acumulación de capital a escala nacional e internacional.

Así, por ejemplo, aparece la demanda de prepararnos para enfrentar la "guerra comercial" con el exterior, el incremento de la capacidad exportadora, la acentuación de la "agresividad en el campo de las ventas", el aumento del potencial productivo, la elevación de la calidad de los productos, la presencia de los "círculos de calidad", la modernización industrial con equipo de alta tecnología, la elevación del nivel de la eficiencia laboral, la recapacitación de la mano de obra para volverla más competitiva, el diseño de novedosas formas de presentación atractiva de las mercancías, la reducción de costos de manufactura de los productos, el desarrollo intensivo de la innovación, en fin.

En la segunda fase, presionada por las demandas estructurales que ha impuesto la reorganización del proyecto económico al abrirse al mercado internacional, constatamos la adecuación acelerada de nuestro marco cultural a las exigencias del entorno mundial a través de la generación paralela de nuevas respuestas culturales frente a la presencia de cada requerimiento productivo que aparece.

De esa forma, por ejemplo, emerge la necesidad de adecuar los programas de investigación a las necesidades del aparato productivo, la creación de una nueva "cultura corporativa" en las empresas, la demanda generalizada de especialistas en informática, la producción de una "cultura de calidad", el cambio en la preparación de "ejecutivos orquesta" que todo lo abarcan por la formación de agresivos líderes empresariales, la instauración de la "filosofía del trabajo creativo", el refuerzo de la actitud por la innovación tecnológica, el fomento de una autodisciplina productiva, la elaboración de una "cultura exportadora", la formación de una con-



Investigador del Departamento de Educación y Comunicación de la UAM-Xochimilco.

ciencia empresarial en los estudiantes y profesores, el dominio masivo del idioma inglés, la adaptación a la "familia empresa", el establecimiento de una "cultura de la competitividad integral"...

Por lo tanto, surge cotidianamente una moderna estructura cultural encauzada al fortalecimiento y la reproducción del nuevo proyecto económico de acumulación de capital.

Un nuevo modelo

Gracias a las presiones impuestas por el proceso de globalización de nuestra economía nacional, se configura lenta y discretamente sobre nuestra debilitada estructura cultural, una nueva "moral de la productividad y de la ganancia" que permea todas las relaciones humanas y sociales y se convierte en el eje guía de todos los comportamientos cotidianos restantes.

Esa nueva creencia del capitalismo industrializado se caracteriza por señalar que la nueva norma ética es el *progreso*, entendido básicamente como el crecimiento económico, el aumento de la producción y la creación de un sistema productivo cada vez más eficiente.

Por consiguiente, todas las cualidades humanas que estén al servicio del *progreso* son virtuosas y todas aquellas que lo impiden son *pecaminosas*. En otros términos: con el fin de desarrollar al máximo el ingenio, la habilidad y los esfuerzos en pos de ganar, la sociedad mexicana entra de lleno en una fase en la que la competencia se convierte en la "virtud de virtudes", calificando y estimulando al más fuerte, al más diestro, al más poderoso con premios y reconocimientos; y descalificando social y psíquicamente al débil con la marca infamante de incompetentes.

En tal contexto, las destrezas indispensables que requiere el proceso productivo para lograr, cada vez más, una mayor acumulación, ahora son convertidas en los comportamientos humanos ejemplares que debe cubrir el *ciudadano moderno* para que el sistema económico funcione acecitadamente.

Así, la tendencia mayoritaria de los *modernos valores* sociales que surgen son estructuras ajenas que violentan la naturaleza humana, pues provienen de las necesidades de expansión del sistema económico y ninguna cualidad surge de la esencia más elemental del crecimiento vital de los seres.

El mercado se convierte entonces en la piedra angular desde donde cotidianamente se decide, en última instancia, cómo debe diseñarse psíquica y socialmen-



te a los individuos, y cuáles deben ser las nuevas creencias y los imaginarios que deben adoptar los grupos de personas.

Por ejemplo, para responder a las nuevas necesidades económicas se desarrollan aptitudes más afinadas como son mayor precisión, rapidez, concentración intelectual, agilidad, sociabilidad empresarial, manejo de idiomas, administración de la información, contacto con la esfera internacional, etcétera, para fortalecer la estructura productiva; y ninguna cualidad para el desarrollo de la esencia del hombre como son la autocrítica, el respeto a los demás, la autoaceptación, el incremento de nuestra identidad individual y colectiva, la introspección, la meditación, la autoestima, la trascendencia, la comunicación, la sensibilidad, la creatividad no productiva, la integración al grupo afectivo de pertenencia, la solidaridad, la comprensión, el conocimiento de sí mismo, entre otras.

En ese sentido, si bien es cierto que la sociedad mexicana requiere incrementar su nivel de productividad para ser más competitiva dentro de sistema de mercados abiertos, el nuevo esquema cultural acorde al modelo neoliberal, se centra en la meta salvaje de convertir al ser humano en un engrane productivo que responda funcionalmente a las necesidades de la acumulación global de la gran maquinaria financiera y se olvida de otras necesidades, igual o más importantes, para el desarrollo de nuestra comunidad.

De esta manera, silenciosamente se edifica día con día una nueva estructura de relaciones y ejes sociales de referencia ajenos a la esencia humana, donde la autoestima o la autovaloración de los individuos proviene cada vez más del cumplimiento impecable de las reglas de la producción y del mercado, y no del descubrimiento y enriquecimiento profundo

del interior del hombre para vincularse intensamente con los seres que lo rodean y enriquecer su sociedad.

En esa dirección se construye el carácter neoindividualista y neonarcista de los ciudadanos que, reforzado por la quiebra de las utopías de justicia y redistribución de los modelos socialistas autoritarios, ahora plantea que la ley del mercado es la forma más completa de acceso a la democracia y a la felicidad personal: consumo, luego soy libre y pleno.

Así emerge la nueva versión del *mexicano moderno* que se caracteriza por vivir íntimamente, cada vez, más quebrado, dividido, insensible, sin placer, deprimido, incomunicado, vacío, gris, ahogado, fragmentado, frustrado, aislado, infeliz, conflictivo, sin luz interior; en una idea: muerto en vida, pues se le ha diseñado para vivir con el alma encadenada para gradualmente renunciar a *sí mismo* y ser eficiente en la estructura económica y social. Tal encarcelamiento del interior humano, a diferencia de otros periodos de nuestra historia, encuentra en la fase de la *modernización* una de sus expresiones más contundentes en el acentuamiento, ya no tanto de los padecimientos de la salud física de la población, sino ahora en el acrecentamiento de las *enfermedades del alma* nacional, pues son padecimientos provocados por la opresión de nuestro espíritu, como son la presencia creciente de los infartos, las úlceras, las depresiones, los desquiciamientos nerviosos y los stress.

En esa perspectiva, el mexicano contemporáneo se acerca, cada vez más, a ser un organismo mecánico, frío y automática, que se desconoce a sí mismo, pues las bases internas de referencia centrales de su vida le vienen progresivamente desde fuera del *yo* y no de su interior elemental.

Con la introducción de esa propuesta cultural surge silenciosamente la *modernización* de la tristeza, de la asfixia y de la esclavitud del espíritu que, en última instancia, sólo plantean dos salidas: por un lado, la evasión a fin de soportar su cotidiano peso aniquilante, para lo cual se hace indispensable el consumo creciente de diversas drogas como son los enervantes, el alcohol, la televisión y otros recursos de desconexión de la realidad; y por otro, el cambio del sistema social a través de la construcción de otro proyecto espiritual, político y económico de nuestras personas y sociedad para alcanzar una calidad de vida más humana.

Renacimiento del hombre

Ante la penetración cada vez más avasallante del concepto occidental de lo que es y debe ser el individuo, hoy tene-

mos que producir urgentemente una "Nueva Cultura del Renacimiento del Hombre" que permita que éste se reencontré, reconozca, reintegre y reconstruya a sí mismo desde su esencia profunda, y evite los encuadres alienantes que sólo lo ubican como una pieza desechable de la gigantesca maquinaria económica y social.

Con el fin de avanzar en el proceso eterno de búsqueda y de encuentro del hombre consigo mismo, es muy importante analizar con sumo cuidado cuáles son las verdaderas necesidades profundas que encara y que tiene que resolver para lograr su desarrollo real.

Para ello es necesario que rebasemos los marcos de mirada y de imaginación de la cultura occidental, especialmente en su fase neindustrial o *modernista*, que conciben a la persona desde la perspectiva *fenicia* como un ser cuyo fin es hacer dinero y acumular poder, para introducir otras concepciones elementales que nos permitan ver la existencia del hombre con otros contenidos superiores.

Hoy día es indispensable crear otra concepción del *desarrollo* que supere el entender éste como la simple concentración creciente de riqueza material y se comprenda ahora como la expansión integral de todas las potencialidades del ser humano para hacer crecer su *yo profundo* y con ello enriquecer plenamente a su sociedad y al entorno humano que lo rodea.

Para tal fin es indispensable que esa nueva cultura del Renacimiento del Hombre rescate —como punto de partida— el verdadero sentido del concepto de *ganancia* que es el eje sobre el que está fundada nuestra sociedad contemporánea, y que en sus orígenes significaba "ganancia del alma" y no ganancia material o económica, acepción que adquirió posteriormente cuando la clase media se libró no sólo de sus grilletes políticos, sino de todos los vínculos con el amor y con la solidaridad, y creyó que vivir sólo para uno mismo significaba ser más, y no menos. Ello será un punto de partida fundamental orientado a crear las condiciones necesarias para que el hombre se adueñe de sí mismo a fin de armonizar su existencia con sus semejantes y con la naturaleza que lo rodea.

Tendrá que ser a partir de estas prioridades, y otras más, desde donde se construya cotidianamente la nueva estructura cultural del país y el renacimiento del espíritu de los ciudadanos, si se quiere provocar el avance y la humanización de nuestra sociedad. ■



AGENCIA MEXICANA DE INFORMACIÓN, SA DE CV

¡Asegure sus ventas!



LA PRIMERA CENTRAL DE SERVICIOS PERIODÍSTICOS

- Le ofrecemos las columnas periodísticas más leídas y respetadas del país.
- Servicio de noticias ágil, veraz y oportuno.
- Caricaturas y pasatiempos.
- Fotografías por telefax.
- Reportajes.
- Asesorías en los ramos periodístico, técnico y administrativo.

AGENCIA MEXICANA DE INFORMACIÓN, SA DE CV
Av. Cuauhtémoc 16, Col. Doctores. 06720 México, DF.
Publicidad y Relaciones Públicas: Teléfonos: 578 7043,
761 7668 Fax 575 7843 Comutador 761 9933
Telex 017 77 665 y 017 75 646

REVISTA TIEMPO

MENSUAL

ADQUIÉRALA EN PUESTOS DE
PERIÓDICOS, SANBORN'S,
VIP'S, COMERCIAL MEXICANA
Y OTROS ESTABLECIMIENTOS,

O SUSCRÍBASE A LOS

TELÉFONOS:

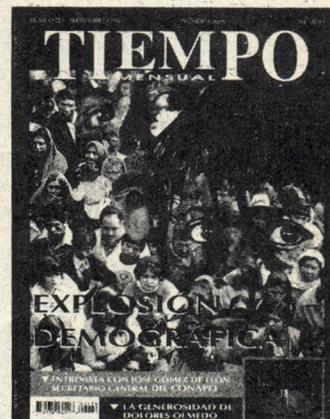
575 0093 ● 575 2454 ●

559 6040 ● Fax: 575 1825

Adolfo Prieto 1213,

Col. del Valle, C.P. 03100,

México D.F.



MÁS QUE UN MEDIO DE DIFUSIÓN

TIEMPO
MENSUAL