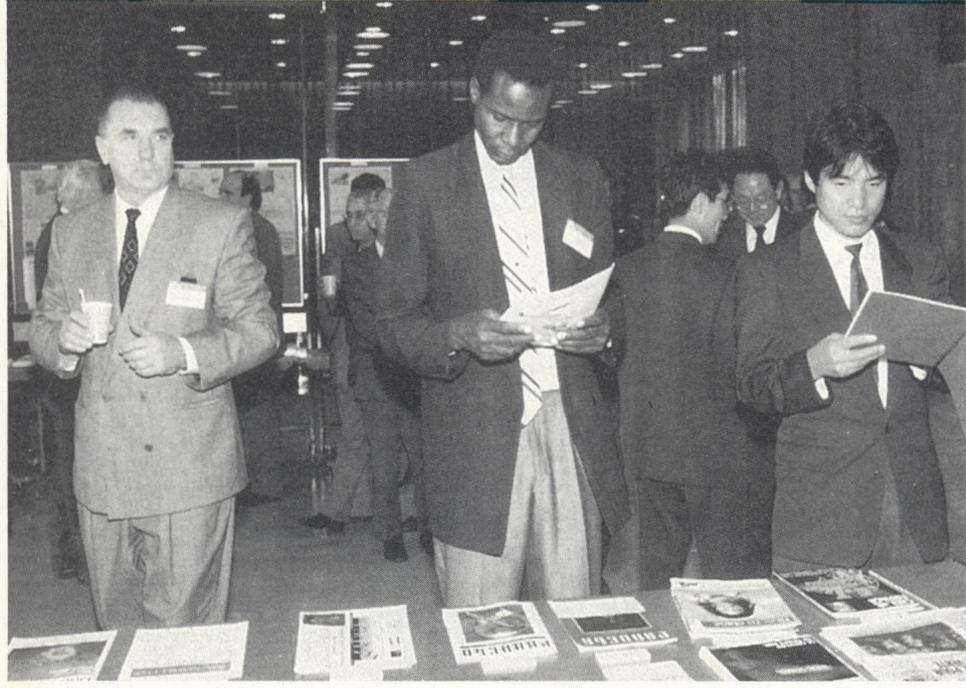


CANDELA

Revista - iberoamericana de la comunicación fundada en Montevideo (Uruguay) el 7 de febrero de 1947
Auspiciada oficialmente por la Asociación Uruguaya de Investigadores de la Comunicación (A.U.I.C.).
Octubre 1993 a Enero 1994

Integrante de la Red Iberoamericana de Revistas de la Comunicación y Cultura



Correos del
Uruguay

Permiso
Nº 801

Impresos
de Interés
General

CANDELA

Revista iberoamericana fundada en Montevideo (R.O. del Uruguay) por su director -Técnico universitario- en Comunicación, Prof. José Luis Vera, el 7/2/1947.

Auspiciada oficialmente por la Asociación Uruguaya de Investigadores en la Comunicación (con Personería Jurídica) AUIIC, afiliada a ALAIC.

Derecho de autor, registro 1823; inscripto en el tomo VII, folio 482, del Ministerio de Educación y Cultura.

Redacción: Santiago de Chile 1180, Esc. 301, C.P. 11200, Montevideo
Telef. 91 14 06 - Fax (0598-2) 96 22 19

Redactor responsable:

P.C. Alejandro L. Vera

Secretaria de redacción:

Prof. Marianela V. de Régalot

Colaboradores especiales: Técnico

Adm. Giselle V. Bazzi, Dr. Juan Carlos Fon Amor, Lidia Curi, Eduardo Mari, Adriana Balbi, Dra. Ana M^a Suárez, Rossana Mesa, Gissel Baute, Sergio Abreu y Maxi Kuaiik.

EXTERIOR

Prof. Elsa C. Bustos, ARGENTINA

Lic. Cecilia Quiroga y Luis Mérida, BOLIVIA

Profs. Neyde Eleuterio (Bello Horizonte), Lidia Ben (San Pablo) y Dra. María del Rosario Silva Santos (Espíritu Santo), BRASIL

Dres. Antonio Cacua Prada y Humberto López López, COLOMBIA

Giselle Bustos Mora, COSTA RICA

Lic. Alexis Schlachter, CUBA

Lic. Nancy Ortiz Avilés, CHILE

Lic. Aida Hernández y Milagros Aguirre, ECUADOR

Lic. Orrego Candrai, EL SALVADOR

Prof. Manuel Calvo Hernando, ESPAÑA
Journalist (Science) Jukka-Pekka Lappalainen, FINLANDIA

Editor (GNA) Wilfred Ray Ankomah, GHANA

Lic. Edgar A. Nicolle, GUATEMALA

Escrit. Isabel Pisano, ITALIA

Teshiaki Kunizawa, JAPON

Dr. Javier Esteinou Madrid y Prof. Raquel O. García, MEXICO

Dr. Prakash Khanal, NEPAL

Javier Collins, PANAMA

Licds. Ilda Narvaez de Fariña y Miguel Ángel Ortiz, PARAGUAY

Prof. Manuel Olivari, PERU

Emiliano Reyes, REPUBLICA DOMINICANA

Licds. Ada Requena, Nibeán Corona y Pilar C. Guerra, VENEZUELA

Los trabajos firmados pueden no coincidir con nuestra posición. Agradecemos a nuestros colaboradores honorarios.

LEA

Investigación de un Periodista Científico sobre algo que preocupa al Mundo: Ecología	3
Exito del XVI Congreso organizado por INTERCOM sobre "Ética y Técnicas"	6
La obesidad no es solo un problema del primer mundo	8
Dora Isella Russell	9
A un año de la Primera Conferencia Mundial de periodistas de ciencia	10
Nada es inmortal pero los "genes"	15
Ciencia y tecnología en la agropecuaria	19
S.I.D.A.: Mecanismo de alienación colectiva	20
La TV mexicana ante la internacionalización cultural	21
Instantáneas	24
CANDELA en el recuerdo	Retiración contra tapa

La TV mexicana ante la internacionalización cultural

Por el Prof. Invest. del Dpto. de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco (México), Dr. Javier Esteinou Madrid

El proceso de transformación moderna que ha experimentado México desde 1992, en particular, con los preparativos que se han realizado para consolidar el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá, están produciendo profundos cambios en las estructuras económicas, políticas, sociales, agrícolas, tecnológicas, mentales, legales, etc., de nuestro país. Estas, a su vez están modificando los sistemas de vida, organización, trabajo, educación, producción, competencia, etc. de la población nacional.

Ante esta realidad pensamos, que por la irresponsabilidad que se mostró al no planificar el uso de los medios electrónicos en las últimas 3 décadas, la falta de voluntad política para formar desde los canales masivos una cultura para el desarrollo, la debilidad de los gobiernos poscardenistas para defender la cultura nacional, y la complicidad de las autoridades públicas ante la penetración del proyecto transnacional en el terreno psíquico; hoy el Estado Mexicano ha perdido un enorme terreno para formar, a través de las industrias electrónicas, un fuerte nacionalismo, una sólida identidad y cohesión nacional que sirvieran como punto de despegue para el proyecto de crecimiento interno.

Vinculando este horizonte con los medios de comunicación, encontramos que aunque en términos de hechos (no de discurso) los medios de información y en particular la televisión se encuentran todavía muy desfasados del proyecto modernizador, pues éste se ha dado ampliamente en el campo económico normativo, un poco en el

político - cultural y casi nada en el terreno comunicativo; sabemos que para el modelo de desarrollo neoliberal se pueda realizar en México, es indispensable la presencia de nuevas condiciones legales, productivas, tecnológicas, laborales, jurídicas, etc., pero además exige la presencia insustituible de una nueva conciencia masiva neoliberal que respalde y afiance las acciones anteriores. Dicha conciencia intentará producir, a través de los medios electrónicos de comunicación, las condiciones subjetivas necesarias para el funcionamiento de nuestra sociedad dentro de las nuevas relaciones competitivas del mercado mundial.

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



Mexicano para las próximas décadas.

Así, proyectando sobre el campo de la conciencia colectiva las determinantes estructurales que gradualmente impondrá el nuevo programa de crecimiento nacional, catalizado por el Tratado Trilateral de Libre Comercio observamos que la moderna subjetividad que producirán los medios electrónicos en el futuro estará caracterizada, en parte, por fomentar el individualismo por sobre las relaciones solidarias.

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

requiere mantener para existir como Estado Nacional.

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

Sin embargo, no obstante la inminencia del panorama anterior, hasta el momento el Estado y las instituciones privadas nacionales, no han analizado el impacto que tendrá el Tratado de Libre Comercio sobre la cultura y los medios de comunicación mexicanos. Es por ello, que consideramos urgente que se realice un estudio exploratorio que analice esta delicada situación y plantee diversas alternativas de acción de los que debe realizar el Estado y la sociedad civil para encarar maduramente esta realidad.

Por única razón de falta de espacio y autorizados por el autor de la nota, reproducimos sólo partes del extenso y valioso texto original.

El Dr. Esteinou lleva redactados más de 150 artículos científicos sobre comunicación colectiva y supera el cuarto de millar de artículos periodísticos sobre cultura y medios de información.

Autor de numerosos libros, es una destacada personalidad en letras de América y zonas de Europa.

Transporte con puntualidad y confort



Pza. Libertad 1385 Galería TTL
Tels.: 90 84 19 - 91 71 42 - 91 90 50
Fax: 91 54 82 - Montevideo (Uruguay)

Montevideo - Pelotas - Porto Alegre
Florianópolis - Camboriu - Curitiba
San Pablo

Nuevo Servicio: CARTAS