



Abril - Mayo
2004

Número Actual

Números Anteriores

Editorial

Sitios de Interés

Libros

Ediciones Especiales



Carr. Lago de
Guadalupe Km. 3.5,
Atizapán de Zaragoza
Estado de México.

Tels. (52)(55) 58645613
Fax. (52)(55) 58645613

Medios de Información Construcción de una Política de Comunicación Ambiental en el Valle de México

Número Actual

Por Javier Esteinou
Número 38

Los medios de información y la construcción de imaginarios sociales

Debido a las nuevas capacidades tecnológico-materiales que durante el siglo XX y principios del siglo XXI conquistaron los medios de información colectivos, especialmente los electrónicos y a las transformaciones urbano políticas que se dieron; éstos se convirtieron en el centro del poder ideológico y político contemporáneo de nuestra nación. En este sentido, de haber sido instrumentos de difusión relevantes en 1960 en México, de transformarse en instituciones importantes de socialización en 1970 y de convertirse en el *cuarto poder* político a partir de 1980, como corresponsables del poder; al principio del 2000 se transformaron en el vértice del poder actual. Es decir, ya no solo son simples instituciones importantes de información o el *cuarto poder*, sino que ahora se han convertido en el "Primer Poder" ideológico que existe en nuestra sociedad.

Con dicha mutación cultural los medios de información se han convertido en las extensiones del hombre y de las instituciones y en consecuencia han construido una nueva zona de acción social: el espacio virtual. En este sentido, la emergencia de los medios de comunicación y de las nuevas tecnologías de información en México, no sólo representó la maduración del modelo de la *Sociedad de la Información* y la radical transformación de las superestructuras culturales de nuestras comunidades; sino que básicamente, el fenómeno más relevante que produjo, fue la expansión intensiva de la dimensión ideológica de la sociedad mexicana a una esfera más amplia y versátil.

Así, el espacio público comprendido como el territorio libre, abierto y autónomo donde participan los individuos, los grupos y las instituciones según sus intereses y necesidades, se transformó sustancialmente con la existencia de los medios de información originando nuevas esferas públicas, según fueron las características y el impacto social que produjo cada nueva tecnología de comunicación que emergió en nuestro territorio. En este espacio público se dan acciones privadas y acciones públicas. Las acciones privadas responden a intereses particulares, la mayor de las veces mercantiles y no están abiertas a todos los sectores. Las acciones públicas son colectivas y están abiertas a todos los sectores para discutir las realidades y problemas de conjunto. En este sentido, la revolución tecnológica de los medios de información los convirtió en las herramientas básicas para construir lo *público* y actuar sobre la *cosa pública*.

Es por ello, que con la presencia de los medios de comunicación lo que se transformó en nuestra República, a corto plazo, fue el esqueleto ideológico de la sociedad en su conjunto y a largo plazo, el del Estado mexicano. Dicho espacio se convirtió en una nueva franja de interacción social donde se produjeron fenómenos de ampliación y extensión de las personas, los grupos, las instituciones y del Estado dando origen en México a la *Sociedad Extensa*. De esta manera, con ampliación de la sociedad

extensa, vía la acción de las tecnologías de información, el Estado experimentó una gran transformación al interior de su estructura y dinámica económica, política, social y cultural, pues las tareas de construcción, dirección y cohesión ideológica que realiza, entraron en una nueva fase de extensión geométrica que dio origen a una nueva faceta del poder: el moderno *Estado Ampliado*.

De esta forma, se creó, cada vez más, una sociedad mediática que produjo una nueva atmósfera cultural colectiva de naturaleza *virtual o comunicósfera* que ocasionó que el conjunto de las principales instituciones de gobernabilidad, ahora funcionen a distancia por intermediación de los canales de información, especialmente electrónicos y las nuevas tecnologías de información. En este sentido, la casi totalidad de las instituciones tradicionales como son la escuela, los partidos políticos, el Congreso, la iglesia, las secretarías de Estado, las empresas, los órganos de gobierno, los movimientos sociales, las dinámicas comunitarias, etc. buscan proyectarse y ampliarse vía los medios de información, asumiendo las reglas mediáticas que imponen estos, ya que lo que no aparece en los medios muy difícilmente existe en la conciencia colectiva: Los medios se convirtieron en el epicentro cultural, ideológico y espiritual de la sociedad mexicana de principios del nuevo milenio.

Derivado de lo anterior constatamos que en la actualidad, no existen vehículos más eficaces para transmitir la información colectiva a la sociedad que la radio y la televisión. Estos medios, de suyo neutrales como tecnologías, transportan los mensajes fundamentales que moldean la personalidad de los mexicanos. En este sentido, las aspiraciones del pueblo, los anhelos del país que queremos ser y la visión del mundo y de la vida, se construyen en la nación lenta, cotidiana y eficazmente a través del contenido de la programación de los sistemas de comunicación colectivos.

Por lo tanto, ya no ha sido el discurso político ni la acción de los representantes populares y ni siquiera la prensa tradicional lo que ha permitido a los mexicanos tener una visión cotidiana de sí mismos y del futuro de nuestra nación. En la actualidad, son las redes de televisoras y radiodifusoras, quienes acceden permanentemente a la mente de los mexicanos y les informan o les deseducan sobre la conducta a seguir en la sociedad contemporánea que nos corresponde vivir¹.

De ésta forma, aunque los medios de difusión no son instituciones omnipotentes para producir efectos automáticos sobre los auditorios, gracias a las evolucionadas capacidades materiales que han alcanzado poseen suficientes habilidades tecno-ideológicas efectivas, históricamente ya comprobadas, para crear y cambiar las formas de pensar y actuar, y para imprimir fuertes direcciones sociales a los campos de conciencias de los mexicanos: su principal poder es virtual y mediático y de aquí se derivan otras influencias económicas, políticas, mentales y espirituales sobre la sociedad.

Dichas tendencias se generan a través de la práctica de la *agenda setting*, que es la capacidad informativa y pedagógica que despliegan los medios de información para centrar cotidianamente la atención de los diversos públicos en sólo algunas realidades y no en otras, vía sus políticas de información o de programación. Con ello, de forma silenciosa permanentemente construyen una jerarquía del conocimiento de la realidad, de los valores, de la política, de la cultura, de la historia y de la vida que se convierte en un marco fundamental de referencia y de acción que articula a los ciudadanos. Así, la *agenda setting* se ha transformado en una de las principales herramientas comunicativas para construir diariamente la hegemonía social en México.

En éste sentido, la construcción o destrucción de la realidad masiva cotidiana, es decir, de lo que existe o no existe, de lo que es bueno o es malo, de lo que hay que recordar o hay que

olvidar, de lo que es importante o no, de lo que es verdad o es mentira, de lo que es visible o invisible, de lo que son valores o antivalores, de lo que es la opinión pública o de lo que no es, de lo que es virtuoso o no, de lo que hay que hablar o hay que silenciar, de lo que hay que admirar o rechazar, de lo que es el éxito o el fracaso, etc, se elabora, cada vez más, especialmente en las grandes ciudades, desde los medios colectivos de difusión.

Así, el peso de los canales de información masiva es tan acentuado sobre la conformación mental de la sociedad que podemos decir que la realidad no son los medios de información, pero los medios contribuyen sustancialmente a construir la realidad central que reconoce la mayoría de la población. No son la política, pero hoy día no se puede hacer política sin la acción persuasiva de los sistemas de información colectivos. No son el aparato jurídico, pero hoy día los medios se han convertido en los *tribunales electrónicos* que linchan o absuelven a las figuras públicas antes de que el Estado recurra a los procesos constitucionales de oficio. No son los partidos políticos pero producen el mayor caudillismo electrónico que toda la capacidad proselitista directa que realizan las organizaciones políticas. No son la única fuerza de modelación social, pero ellos nos orientan mentalmente para ver fundamentalmente hacia el Norte y no hacia el sur del continente. No son la economía, pero ninguna economía contemporánea puede funcionar sin la cultura de consumo que producen los medios de información, vía su práctica publicitaria. No son la moral, pero ellos indican que se puede tolerar y que se puede reprimir. No son los sentimientos, pero en la actualidad el campo emocional de los grandes grupos se mueve al ritmo de la programación de los medios. No son la geografía, pero hoy aprendemos las coordenadas geográficas fundamentales a través de la programación de los medios. No son el pensamiento, pero nos dicen sobre que pensar y como pensar. No son la memoria del país, pero hoy día la agenda cotidiana del recuerdo social se construye progresivamente desde los medios de difusión de masas. No son la imaginación, pero son las instituciones con mayor capacidad simbólica para crear y reproducir los imaginarios sociales. No son la dinámica social, pero los conglomerados humanos se articulan o desarticulan a partir de la información que distribuyen los medios. No son la historia, pero ellos reconstruyen la historia central de las naciones, etc. En pocas palabras, son como el oxígeno, no lo son todo, pero sin la presencia de este no puede existir la vida.

Esto significa, que la construcción de la conciencia, la cultura, la identidad, los valores cotidianos, en una idea, la visión de la vida diaria colectiva, cada, vez más, se elabora a través de los medios de información y no mediante otras instituciones como las células familiares, la escuela, la iglesia, los círculos culturales, el aparato burocrático o los partidos políticos. Es decir, si a principio del siglo XX la realidad colectiva se conocía de forma más directa, a comienzos del siglo XXI progresivamente conocemos más la realidad a través de las mediaciones que aportan los medios de información y no vía otras instancias de socialización mental.

Esta asombrosa expansión tecnológica material de los medios de información creó a principios del siglo XXI una sociedad mexicana altamente mediatizada en sus procesos colectivos de interacción que cambió radicalmente las formas tradicionales de convivencia, organización, participación e inserción comunitarias.

Los medios de información bajo el modelo de comunicación-mercado

El proceso de modernización que ha experimentado México desde 1993 a la fecha con la firma del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá (TLC), ha producido profundos cambios en las estructuras culturales e informativas de nuestra República que han modificado la mentalidad de la sociedad mexicana. La mutación más grande que se ha generado, ha sido el retiro creciente del Estado Mexicano como instancia rectora de los procesos de cultura y comunicación nacionales, para delegar ahora su dirección a la dinámica del mercado bajo el mecanismo

de acción de la oferta y la demanda informativa. Así, la rectoría del Estado en el campo de la conciencia de lo público ha quedado substituida por la intervención de las leyes del mercado con su *Mano Invisible* de regulación natural; que no ha sido otra realidad que la acción de la *Garra Invisible* de los intereses de los grandes monopolios de la difusión sobre el proceso de la cultura y la conciencia nacional.

Con ello, se ha aplicado la política del *laissez faire informativo* en el terreno comunicativo o cultural, o lo que es lo mismo, asumir la mentalidad de que *lo que no deja dinero a nivel cultural, no sirve*. Bases que, llevadas a sus últimas consecuencias, en la práctica real han planteado el peligro de que en vez de fortalecer nuestra cultura nacional en este período de globalización, ésta se flexibilice, y en ocasiones, hasta erosione más nuestros valores para incorporarnos eficientemente como sociedad y sin restricción alguna a la nueva estructura de competencia y de acumulación de los mercados mundiales.

De ésta forma, ante el florecimiento en nuestro país en la década de los noventas de las tesis modernizadoras que han sostenido el adelgazamiento, la privatización, el repliegue, la desregulación, la globalización y la transnacionalización de todos los campos de lo público; hoy se ha formulado oficialmente, cada vez más, con mayor convencimiento que la dirección cultural de la sociedad mexicana no debe conducirse por la acción interventora de políticas planificadoras del Estado; sino que debe ser guiada por el equilibrio *natural* y *perfecto* que produce el juego de los *libres* principios del mercado entre productores y consumidores culturales.

Debido a ésta tendencia, se ha reforzado notablemente el modelo de *Comunicación-Mercado* en nuestro país y se ha marginado la presencia de otros modelos de comunicación social. Dicho modelo se ha caracterizado por alterar la concepción tradicional de la naturaleza de la actividad comunicativa que la comprendía como un producto social y se ha pasado, con mayor velocidad, a entenderla ahora como una simple mercancía más que debe estar regida por los principios de la oferta y la demanda.

Con ello, los procesos de comunicación se han concebido crecientemente como instrumentos aceleradores del proceso de realización de capital y no como herramientas culturales para la elevación de la conciencia y el cambio colectivo para resolver nuestros problemas de crecimiento nacional, particularmente ecológicos. Esto, ha contribuido a producir una nueva valoración estratégica del campo de las telecomunicaciones y de la industria audiovisual desatando una lucha nacional por la concentración privatizada de las cadenas de difusión sin ningún precedente histórico en el país y la región.

La aplicación mayoritaria de este modelo, ha generado en la sociedad mexicana un fuerte desorden informativo, que ha producido silenciosamente una anarquía cultural al permitir que estemos altamente informados sobre lo secundario y no sobre lo fundamental. Dicha anarquía cultural, dirigida por la mano invisible del mercado, ha creado un caos en la conciencia colectiva que ha impedido resolver más rápidamente nuestros grandes problemas de crecimiento nacional, especialmente en el terreno ecológico.

En este sentido, así como en el terreno productivo para conservar el precio de las mercancías, la ley de la oferta y la demanda del mercado ha obligado permanentemente a desperdiciar miles de toneladas de productos en nuestro país plagado de carencias vitales; de igual forma, la aplicación de los principios del mercado al campo de la conciencia ha obligado a producir, a través de las industrias culturales, las ideologías del desperdicio más rentables, y a sacrificar los valores más importantes que nos constituyen como comunidad, memoria y Nación en la medida en que no sean altamente lucrativos en términos monetarios y de corto plazo, o que se opongan al crecimiento del mercado. Es decir, en

la sociedad mexicana regida exclusiva o mayoritariamente por los principios de la oferta y la demanda, el mercado está liquidando *naturalmente* a todas aquellas formas culturales que son *ineficientes* para respaldar e impulsar el proceso de sobre acumulación y super consumo social y fomenta a las que si permiten su expansión material.

De ésta forma, a partir del reinado de los principios del mercado en el campo cultural, cada vez más, hemos presenciado la práctica de un *Malthusianismo Cultural* que ha permitido que sólo sobrevivan aquellas estructuras de conciencia que sean las más aptas para existir, desde los criterios del mercado. Así, con la aplicación de la *Mano Invisible del Mercado* sobre los procesos de comunicación la conciencia de lo social, ha sido desplazada para dar paso a la mentalidad de los negocios, el pensamiento de la ganancia ilimitada, el deseo del lucro, la inclinación dominante por el pragmatismo económico, la ideología de la posesión material como sentido de la vida, y la visión del progreso técnico como nueva religión, por encima de otros valores urgentes para la sobrevivencia colectiva, especialmente ecológicos.

Así, mientras en nuestra sociedad ha existido la necesidad estratégica de contribuir a producir desde los medios de información, especialmente electrónicos, una mentalidad para la sobrevivencia social como es la construcción de una cultura para la conservación del medio ambiente, una cultura del agua, una cultura de la racionalización de los recursos no renovables, una cultura de la defensa de las especies animales, una cultura de la protección de la biodiversidad, una cultura de promoción de la vida, etcétera; en ese mismo contexto de prioridades sociales, los canales de difusión electrónicos gobernados por los principios del mercado, han tendido a construir una atmósfera de desperdicio cultural al producir una cultura de la frivolidad, una cultura del hiperconsumo, una cultura de la *novedad*, una cultura de la transnacionalización, una cultura light, una cultura del espectáculo, una cultura del *star system*, una cultura del inmediatismo, una cultura del sensacionalismo, etcétera, que son altamente rentables, a corto plazo, pero nos han llevado a despilfarrar la enorme energía humana que existe en el país para enfrentar nuestros grandes problemas de crecimiento y de sobrevivencia humana, particularmente, en la relación que mantenemos con la naturaleza.

Debido a esto, podemos decir que al iniciarse el siglo XXI, el proyecto *modernizador* introducido al país ha formado intensivamente una nueva *Cultura Chatarra* de la expansión del capital y una reducción de la Cultura de la Vida y de la Humanización que tanto requiere nuestra sobrevivencia nacional. Esto debido, a que desde los criterios monetaristas de la modernidad, el impulso de la *Cultura de la Vida* y de la *Humanización* no es una actividad lucrativa que valga la pena fomentarla, a menos que el proyecto de desarrollo material llegue a fases críticas en las que el deterioro humano y social avance tanto que se establezca en contradicción con la tasa de producción y concentración de la riqueza.

Con la acumulación de dichas tendencias, hemos sido conducidos como sociedad al establecimiento de un sistema de *Comunicación Salvaje* que ha producido silenciosamente frente a nuestras narices, una enorme crisis cultural, ética y moral que ha colaborado a minar algunas bases fundamentales de nuestra civilización, prioritariamente a nivel ecológico. Proceso de comunicación salvaje que se ha caracterizado por privilegiar lo superfluo por sobre lo básico, el espectáculo por sobre el pensamiento profundo, la evasión de la realidad por sobre el incremento de nuestros niveles de conciencia, la incitación al consumo por sobre la participación ciudadana, el financiamiento de los proyectos eminentemente lucrativos por sobre los humanistas, la cosificación de nuestros sentidos por sobre la humanización de nuestra conciencia, la homogeneización mental por sobre la diferenciación cultural, la mentalidad del desperdicio por sobre las actitudes comunitarias sustentables, etcétera.

Derivada de las lógicas anteriores y de la respectiva anarquía cultural, ha surgido en la atmósfera mental de México una *Cultura Idiota* que se distingue por construir una visión de la vida altamente fragmentada, descontextualizada y superficial que se produce con los enormes y rápidos torrentes de información secundaria o terciaria que transmiten los medios de información sobre nuestros sentidos. Promueve la difusión de la información secundaria y no el impulso de la sabiduría. Dicha cultura, amparada en la tesis de la *Libertad de Comunicación*, nos ha llevado a saber cada vez más del gran mundo externo y cada día menos de nosotros como Nación, comunidades y como personas.

Su modelo se caracteriza por promover en grandes dimensiones la difusión intensiva de la información secundaria, la violencia temática, el consumo exacerbado, la invasión de la privacidad, la banalización de la realidad, la comunicación alarmante, morbosa y sensacionalista, la imposición mental del principio de la ganancia a toda costa, la frivolidad informativa, el entretenimiento vulgar y estrafalario, la cosmovisión hollywoodense de la vida, etcétera, con tal de obtener ratings y vender; en detrimento de la presencia de los contenidos estratégicos que requerimos producir para transformar nuestras conciencias y sobrevivir como pueblo y civilización.

De ésta forma, la modernidad mexicana de mercado ha planteado que en la fase de apertura de libre comercio "la basura informativa tiene libertad para circular en los medios de difusión"², y la consecuencia de abdicar de la construcción de una cultura para la sobrevivencia humana al iniciar el siglo XXI, vía los canales de información, es el triunfo de la cultura idiota en México. En este sentido, podemos pensar que debido a que la nueva forma de financiamiento que plantea el modelo neoliberal lleva a que los medios gubernamentales se comercialicen más, y por lo tanto, sean los patrocinadores quienes determinen el contenido de transmisión de los canales, cada vez más, ha sido más difícil promover una *cultura de la defensa del medio ambiente* desde estos, pues el esquema de sostenimiento de dichas empresas ha buscado crecientemente la obtención de la máxima ganancia monetaria, a corto plazo.

La evidencia histórica demuestra que la aplicación desregulada de la dinámica de la *Mano Invisible del Mercado* a los procesos de comunicación colectivos, no ha construido en nuestras sociedades un sistema de comunicación superior; sino que ha formado un complejo modelo de comunicación inferior y enano orientado hacia la muerte de las comunidades. En este sentido, podemos afirmar, por ejemplo, que la globalización audiovisual del libre comercio en la década de los 90 no abrió nuevos espacios de televisión superior, sino que degradó los contenidos con tal de acumular más. Hay que recordar que el mercado por sí mismo no tiene ética, ni corazón, ni se preocupa por lo humano y lo social. Su objetivo es la rápida y creciente acumulación de riqueza a expensas de lo que sea. Por consiguiente, es una ley que en la medida en que funciona autónomamente, sin sólidos contrapesos planificadores, puede introducir en las comunidades una relación social de comunicación salvaje.

Con la acumulación de éstas tendencias culturales que ha producido la dinámica del mercado sobre los medios de comunicación, se ha generado en el seno cultural del país una profunda crisis ético-moral que es más fuerte que la crisis económica y política y que está provocando a largo plazo el silencioso colapso de nuestra sociedad. Es decir, al examinar el origen de la crisis nacional, observamos que tradicionalmente se han privilegiado, casi con exclusividad, las explicaciones de carácter económico y político que han producido este fenómeno; y se ha olvidado que detrás de dichos factores infraestructurales existe una drástica crisis de cultura y de valores nacionales que es la que, en última instancia, ha provocado el colapso de nuestra sociedad, especialmente en la esfera ecológica. En este sentido, podemos afirmar que por debajo de la crisis de desarrollo material que está experimentando nuestro país, existe

una severa bancarrota ético-moral que está produciendo el proceso de decadencia de nuestra República como pocas veces se ha presentado en toda la historia de México³.

Es por ello, que al olvidar o renunciar a que la ética y moral fueran el alma de nuestra dirección nacional, permitimos que el proyecto salvaje de la acumulación de capital a escala mundial, promovido por la ideología de la modernidad neoliberal, especialmente a través de los medios de difusión colectivos, actuara como las fuerzas que rigieran la dinámica cotidiana de nuestra sociedad. Con esto, hemos creado un proceso colectivo de descomposición de los valores y códigos sociales elementales que hacen posible la convivencia comunitaria y hemos generado una sociedad profundamente enferma que, cada vez más, pierde su capacidad mental de auto dirección equilibrada⁴.

De ésta forma, al incorporarse México aceleradamente al proceso de modernización internacional, se ha construido en el país un nuevo sistema de *valores* que han producido una cultura de la deshumanización y no del avance de la persona. Así, constatamos que un conjunto de antivalores como el individualismo, el culto al Ego, la ganancia monetaria a corto plazo a costa de lo que sea, la avaricia, el consumismo ilimitado, la codicia sin freno, el placer irrestricto, la obsesión por la acumulación, etcétera; ahora son presentados por nuestro decadente sistema cultural; especialmente difundido por los medios de información electrónicos, como los nuevos *valores modernos* que hay que perseguir e imitar para tener éxito y aceptación social⁵.

El gobierno progresivo de este complejo sistema de antivalores nacionales ha creado una reforzamiento de la cultura de la acumulación materialista que está exterminando todas las relaciones de armonía y de formas de vida en nuestro territorio. Así, cada vez más, desde el modelo de comunicación-mercado, disfrazado de moderno y avanzado, se refuerza en nuestra sociedad la presencia de la *Cultura de la Muerte* que plantea la deformación o destrucción de cualquier valor, estructura mental, sistema ético o idiosincrasia con tal de vender y acumular. Dicha cultura mina todas las relaciones básicas de convivencia del hombre con su entorno y evita la construcción de una cultura de la protección y armonía con la naturaleza⁶.

La presencia de ésta devastación cultural que vive la sociedad mexicana a principios del siglo XXI, refleja que no asistimos a un simple reajuste cíclico o coyuntural más de las estructuras económicas, políticas o culturales de nuestra sociedad; sino que ahora estamos ante una profunda crisis de civilización, que tiene su origen en el deterioro de su fundamento ético-moral y que ha afectado negativamente todos los niveles de la interacción social, especialmente, en la relación que mantenemos con la naturaleza. De aquí, la necesidad urgente de preguntarnos:

¿Cómo construir desde los medios de información una política de comunicación que permita elaborar una cultura de promoción del medio ambiente para sobrevivir y no una simple cultura chatarra para la acumulación de capital ?

De aquí, la importancia central de efectuar una profunda Reforma del Estado en materia de comunicación y cultura colectiva que permita que el funcionamiento público de las industrias culturales se encuentre ética y responsablemente orientado y supervisado por el Estado y la sociedad civil mexicana y no sólo por las caprichosas dinámicas del mercado que ha introducido la globalización contemporánea.

Comunicación social y cambio de modelo de desarrollo

El origen de la grave devastación ecológica que se practica cotidianamente en todas las dimensiones de la vida contemporánea del país y del Valle de México, no está causado por la presencia de maldad o perversión en los actos de los

individuos, sino por la gradual acumulación colectiva de un bajísimo nivel de conciencia del hombre sobre la relación de respeto y equilibrio que los seres humanos debemos de mantener con la naturaleza y con nosotros mismos. Por ello, *la solución profunda a la severa crisis ecológica que experimentamos a nivel nacional y del Valle de México, no reside sólo en la inversión de nuevos créditos agropecuarios aislados que promueve el Estado, o en el activismo verde, o en la aplicación de programas ecológicos coyunturales, o en las campañas aisladas para adoptar un árbol, etcétera; sino que se basa en el radical cambio de nuestra conciencia humana frente a la forma como nos relacionamos con la naturaleza y los actos prácticos que de ésta se derivan.*

En este sentido, podemos decir que ante la profunda estructural que acompaña el principio del siglo XXI hoy debemos de considerar con rigurosa prioridad que *o cambiamos radicalmente nuestro actual nivel de conciencia espiritual y los actos prácticos que de ésta se derivan o cada día será más difícil sobrevivir como especie humana en el Valle de México.* Esto es, *con la actual jerarquía de valores dominantes que a principios del siglo XXI reinan en la atmósfera cultural de nuestra sociedad, ya no podemos sobrevivir; y por lo tanto, no podemos evitar la destrucción de nuestra especie humana.*

Por lo tanto, hay que considerar que salvo los problemas que nos impone la dinámica de la naturaleza como son las inundaciones en el Bajío, los terremotos en el Valle de México, las heladas en la frontera norte, las plagas en el Golfo, los huracanes en las costas, etcétera; el resto de los problemas que tenemos en nuestra sociedad, como la creciente pobreza, la fuerte desnutrición, las altas tasas de natalidad, la destrucción ecológica, la arraigada corrupción, la macro concentración urbana, el aniquilamiento de especies animales, el uso irracional de recursos energéticos, el acentuado alcoholismo, el grave desempleo, la seria farmacodependencia, las agudas sequías, etcétera, son realidades producidas por la mente del hombre y que pueden modificarse en la medida que se corrijan nuestras estructuras cerebrales y afectivas como sociedad. Es decir, aunque aparentemente todas estas contradicciones surgen por procesos políticos, por formas de organización social, de tendencias históricas, de modelos de producción, de herencias materiales, de determinaciones económicas, de desequilibrios entre campo y ciudad, etcétera, en última instancia, todos estos hechos parten de las visiones profundas, que los individuos poseemos sobre el hombre, el mundo y la vida; y de las prácticas sociales que de éstas se derivan.

Por lo mismo, frente a este panorama, es necesario subrayar que son situaciones que no nos imponen la dinámica espontánea de las fuerzas naturales, sino que las genera nuestro entendimiento oscuro y deformado. Por ello, *insistimos que en nuestras sociedades podrá existir progreso tecnológico, aumento de riqueza, expansión material, incremento de las comunicaciones, perfeccionamiento científico, reagrupación política, modernización social, apertura de mercados, etcétera, pero si no hay transformación de nuestras estructuras psíquicas, finalmente, no hay avance de nuestras comunidades.*

Es por esto, que el proyecto civilizatorio más importante para el nuevo milenio que comienza no será la formación de nuevos bloques económicos por zonas geográficas, la expansión de nuevos mercados, el flujo de nuevos capitales, la irradiación de nuevas tecnologías, la conquista de mayores mercados, la producción de un nuevo nivel de competitividad y de eficiencia mundial, la aplicación de óptimos controles de calidad productiva, etcétera, como ahora lo plantean las premisas de los proyectos de desarrollo moderno; sino lo medular será cambiar el nivel de conciencia del hombre sobre si mismo, sobre su sociedad y sobre la misión que le corresponde desempeñar en el Planeta Tierra. En este sentido, podemos decir que *la profunda crisis que vivimos a principios del siglo XXI, en última instancia, no es una crisis de*

productividad, de tecnología, de inventiva, de eficiencia, de capital, etcétera, como nos lo han hecho creer las nuevas doctrinas del mercado que han conquistado todos los rincones del mundo; sino que es una profunda crisis de valores culturales y espirituales que se traducen en desastrosas consecuencias económicas, políticas, sociales y ecológicas para la vida de los seres. Es la quiebra de ideologías, de concepciones del mundo y de sentidos de la vida. Es el fracaso de la visión desbocada del hemisferio izquierdo del cerebro del hombre, especialmente occidental, que ha atravesado el interior de nuestro corazón, mente, cultura y civilización.

En la actualidad debemos tener presente que en nuestro país, frente a la tradicional acción del sistema escolar y religioso, los medios de información y en particular la televisión se ha convertido en la principal red educativa capaz de cambiar, con mayor rapidez y agilidad, los valores, las actitudes, los hábitos y las conductas de los receptores. En una idea, dirige la cultura cotidiana en cada sexenio de gobierno. Es decir, los canales electrónicos se han transformado en los principales mediadores culturales, a través de los cuales el Estado articula ideológicamente a nuestra sociedad, convirtiéndose en las principales redes organizadoras colectivas de la historia moderna de México.

Sin embargo, esta mediación central entre grupos, empresas y sociedad que ejercen los medios y la televisión, no significa en ningún momento, que la capacidad de persuasión que realizan éstos sea omnipotentemente eficaz o absolutamente aplastante para convertir en socialmente dominante cualquier mensaje transmitido por éstos y mecánicamente doblegar las conciencias y las acciones de todos los ciudadanos que son tocados por la infraestructura mediática de las industrias culturales. La capacidad de convencimiento de los medios y en particular de la televisión tiene diversos límites de competencia muy precisos, y los principales son los tres siguientes:

Primero, las informaciones de los medios que reciben, decodifican e interiorizan los receptores nunca se asimilan homogéneamente en ellos con el mismo signo ideológico, emocional y energético con la que se emiten; sino que varían según son sus situaciones históricas, antropológicas, religiosas, económicas, familiares, políticas, culturales, materiales, regionales, étnicas, productivas, etc, que los determinan como seres humanos. No debemos olvidar que los públicos no son pasivos, ni neutros, ni socialmente vírgenes, sino que éstos practican sus propios procesamientos de lo que los medios les ofrece de acuerdo a sus propias experiencias de vida y sus inserciones sociales.

Segundo, la habilidad seductora de los medios, especialmente de los audiovisuales nunca puede rebasar el peso de la realidad que enfrentan los auditorios o espectadores, pues siempre las circunstancias de sus vidas concretas son más fuertes que el poder simbólico que alcanza la información y las imágenes que se difunden: La realidad y la experiencia personal es más fuerte que la producción simbólica y virtual de los medios. En este sentido, es necesario subrayar que los medios no sustituyen a la dinámica económica, política, social y existencial de los hombres; sino que la apoyan o debilitan con base en los proyectos globales que existen detrás de éstos. De lo contrario, sobrevaloraríamos el papel de éstos al otorgarle fantásicamente una absoluta capacidad transformadora, cuando sólo son tecnologías mediadoras muy perfeccionadas de representación y conocimiento de la realidad.

Tercero, cuando la gama de discurso que transmiten los medios encuentran las condiciones psicológicas favorables en los campos de conciencia de los públicos, éstos son asimilados en un alto porcentaje y viceversa, destacando la tendencia de reforzar orientaciones previamente ya existentes en el seno de los individuos y las comunidades o crear nuevas si son necesarias.

Es por ello, que ante los límites reales de acción de los medios los grupos concientes en el cambio del medio regenerativo del ambiente tienen la oportunidad de actuar para transformar a la sociedad en otra dirección. Es decir, la posibilidad de construir una nueva cultura ecológica, vía los medios de información, es posible lograrla retomando la relación fundamental que existe entre cultura-comunicación-desarrollo.

Por este motivo, si no actuamos ahora desde la comunicación y la cultura en ésta elemental dirección de construir una nueva cultura ecológica para el Valle de México, para los próximos siglos tendremos ciudades más grandes que las que ahora conocemos, nuevas máquinas que deslumbrarán nuestra atención, concentraciones inimaginables de capital en algunas sociedades, avanzados sistemas de comunicación de la 30ª generación, estructuras cibernéticas *inteligentes* en casi todas las áreas de la vida cotidiana, elevadísimos pasos viales a desniveles, medicamentos que prolongarán más el promedio biológico de nuestras vidas, acceso a mercancías internacionales de todo tipo, etcétera; pero también tendremos un hombre más destruido que el que ahora conocemos, pues habrá perdido en proporciones superiores la armonía con el medio ambiente, consigo mismo y con todas las formas de vida que lo rodean.

Elementos para la construcción de un modelo mediático de comunicación para el crecimiento sustentable

Frente a la cruda dinámica de aniquilación ecológica que se experimenta en el Valle de México, es urgente que el Estado y la sociedad civil atiendan a través de los medios de comunicación este panorama apocalíptico sobre la naturaleza que la conciencia de los mexicanos hemos construido en esta zona de la nación. Debemos de considerar que es probable que en un mediano plazo la sociedad mexicana podrá haber resuelto la problemática económica, política y social de nuestra historia moderna, pero de continuar ésta tendencia devastadora del medio ambiente, también es muy posible que ya no tengamos un hábitat donde sobrevivir. Con ello, de igual forma todo se habrá perdido, pues no tendremos espacios donde existir.

No debemos olvidar que la superación de la crisis de civilización que nos enmarca a principios del siglo XXI, requiere la producción de un nuevo eje cultural; y este en nuestro país, creemos que deberá girar alrededor de la renovación de los medios de comunicación nacionales, especialmente de la televisión, que son las instituciones culturales que más rápidamente difunden, promueven, inculcan, cambian, deforman o destruyen los valores colectivos.

Para avanzar en una nueva dirección cardinal en ésta crisis de civilización, hoy contamos con una infinidad de recursos materiales y tecnológicos para lograrlo, como son una enorme gama de medios de información colectivos, grandes redes de bibliotecas, importantes sistemas de casas de cultura, numerosas escuelas de comunicación, estructuras extensas de nuevas tecnologías de información, complejos sistemas de educación formal e informal, nuevos sistemas de *autopistas electrónicas*, etcétera. Lo único que ahora falta, es que el Estado y la sociedad civil aprovechen ese amplio sistema nervioso electrónico para construir un nuevo proyecto cultural que modifique nuestras cosmovisiones alienadas y conductas depredadoras sobre la naturaleza; y creen otros valores y actitudes de protección hacia el entorno ecológico que nos rodea en el Valle de México.

Sin embargo, paradójicamente ante ésta urgente realidad observamos que el Estado Mexicano *teniendo infraestructura comunicativa y cultural de sobra para lograr un avance notable en el cambio de nuestra mentalidad colectiva frente a los problemas ecológicos; una vez más, el cerebro de nuestra sociedad se mantiene aletargado y su crecimiento evoluciona a un ritmo infinitamente más lento que el que exigen las necesidades de desenvolvimiento de la población nacional*. La evidencia empírica de la devastación de la naturaleza parece

señalar que más que haber avanzado sobre la base del desarrollo que sería la promoción del ser humano y armonía con su entorno, hemos retrocedido en ésta, privilegiando la expansión material y tecnológica de la sociedad.

Por ello, pensamos que el colaborar ahora desde los medios de información colectivos y otras instancias culturales a descontaminar la atmósfera, a rescatar las cadenas de reproducción de la vida, a regenerar los ciclos ecológicos, a racionalizar el uso de los recursos no renovables, a buscar alternativas de energía, a respetar la vida animal, etcétera, en una idea, a desarrollar al hombre en armonía con la naturaleza y el cosmos, no es romanticismo, ni mesianismo, ni voluntarismo político, ni idealismo; sino que son exigencias elementales para lograr nuestra sobrevivencia humana.

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

Esto es, las verdaderas bases del moderno Estado Mexicano tienen que surgir de la profundidad y coherencia que posea su proyecto cultural y comunicativo con las prioridades de desarrollo sustentable, y no de las simples respuestas coyunturales atrevidas que se pretendan implementar en el terreno económico y político. Por lo que es indispensable construir colectivamente, a través de los canales de información, nuevos valores que produzcan una nueva visión cotidiana sobre nuestras vidas, nuestro Valle de México, nuestra Nación, nuestra historia y nuestro entorno natural.

Perspectiva que hasta el momento sólo ha sido concebida por el Estado de forma muy limitada, cuando exclusivamente a nivel discursivo se ha pretendido atender la efervescencia política y la macro concentración urbana en el Valle de México y el gobierno ha reconocido la necesidad de que se debe formar, respectivamente, una nueva cultura política y una nueva cultura para la convivencia en la zona metropolitana; marginando una enorme cantidad de realidades prioritarias, como la construcción de una cultura ambiental, que también deben ser urgentemente atendidas por la acción cultural del gobierno y del sector civil para poder sobrevivir.

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

En la fase de profunda crisis de desarrollo por la que atraviesa el Valle de México, hoy es indispensable abandonar la dinámica de la *Mano Invisible del Mercado* que ha dirigido el contenido de los medios de información colectivos durante las últimas décadas en el país y rescatar la función rectora del Estado para planificar con responsabilidad social la programación de los canales de comunicación y construir una nueva cultura ambiental para el desarrollo sustentable.

Para construir desde los medios de comunicación colectivos una nueva *Cultura de la Vida* que fomente la defensa y conservación de la naturaleza, es necesario realizar, entre otras, las siguientes acciones:

- 1.- A principios del siglo XXI en México, es fundamental replantear el pacto cultural que articula a la sociedad mexicana y construir otro que produzca una nueva cultura para el desarrollo social sustentable. Dentro de este pacto debe reformularse la relación de equilibrio que los mexicanos debemos de mantener con la naturaleza para sobrevivir, especialmente en el Valle de México.
 - 2.- Es necesario que el Estado y la sociedad civil incluyan dentro de las prioridades del *Plan Global de Desarrollo* de la sociedad mexicana, el papel que los medios de comunicación deben ejercer para crear una cultura de defensa y conservación de la naturaleza.
 - 3.- Ante el elevado grado de devastación de la vida al que hemos llegado, *es necesario considerar que la comunicación y la cultura no pueden seguirse concibiendo medievalmente en términos instrumentales como la simple transmisión de información de una entidad a otra o como la decoración culta de instituciones o empresas. Hoy, es indispensable rescatar la esencia social de la comunicación y la cultura para entenderlas como la creación de procesos de humanización de los individuos para conservar las condiciones de reproducción de la vida y para evolucionar hacia fases superiores de desarrollo de la especie humana.*
 - 4.- Frente al proceso internacionalizador de todos los aspectos de la vida que ha introducido la modernidad y que ahora está formando una nueva cultura globalizadora, cuyo objetivo es la creación de las condiciones psíco-afectivo-materiales para que funcione el Modelo del Libre Mercado a costa de lo que sea; ahora, es muy urgente formar paralelamente a nivel global otro proceso mental superior que evite el negativo avance de la **Cultura de la Muerte** que progresivamente se extiende en el área metropolitana en México. Para esto, es necesario construir a través de los principales medios de comunicación y otras infraestructuras educativas una globalización cultural y comunicativa orientada hacia la defensa y conservación de la vida y no para la simple realización del proceso de super concentración de capital, en escalas cada vez mayores.
- Bajo ésta perspectiva, hay que considerar que así como en los umbrales del siglo XXI la globalización de la economía ha integrado a los mercados mundiales abriendo nuevos frentes en las relaciones macroeconómicas; ahora al iniciar el tercer milenio es indispensable impulsar la emergencia de una nueva *Conciencia Regional* que permita el rescate y la creación de valores para la defensa de los ecosistemas que demanda la sobrevivencia humana.
- En este sentido, así como las sociedades capitalistas modernas para afianzar la fase de industrialización de sus economías produjeron una conciencia consumista, acumuladora de bienes, fraccionadora del hombre humano y del corto plazo; ahora para sobrevivir como especie estamos obligados a formar otra conciencia humana ya no desde estos parámetros artificiales de la concentración material, mal denominado *Nuevo Orden Mundial*; sino desde la protección al mar, el llamado del respeto a las razas, la conservación de las cadenas de reproducción de la vida, la limpieza de la atmósfera, la armonía con la Tierra, la descontaminación del agua, la regeneración de los bosques, la rehumanización de las ciudades, el rescate de los ríos, la armonía con los ciclos del universo, la sobrevivencia de la biodiversidad, en una idea, desde el llamado de la reconstrucción de la vida en el Valle de México.
- 5.- Frente al estado límite de sobrevivencia humana al que progresivamente nos acercamos como especie, es indispensable

que el Estado y la sociedad civil creen una *Nueva Cultura Ecológica* en la población, a través de los medios de comunicación electrónicos. Esto quiere decir que *una pieza estratégica para que los proyectos de desarrollo nacional puedan echar verdaderas raíces económicas y políticas en la población para alcanzar, a nivel elemental, las metas propuestas en el terreno de la sobrevivencia ecológica; antes, el Estado, a través de los medios de comunicación electrónicos y particularmente de la televisión, tiene que formar en la conciencia de los ciudadanos una nueva cultura global para gobernar en el terreno ambiental, de explotación racional de los recursos naturales, de aprovechamiento responsable de los energéticos, de conservación de especies animales, de defensa de los mares, de uso racional del agua, de protección de los lagos, de revaloración de las cadenas de reproducción de las especies, de limpieza de la atmósfera, etcétera. Es decir, construir una cultura de defensa y reproducción de la vida y no de promoción de la muerte.*

Ello significa, que el Estado Mexicano debe fundamentalmente canalizar la mayoría de su energía financiera, material, artística y espiritual hacia la producción, por ejemplo, de una nueva cultura agrícola para la producción de alimentos que disminuya las más de 12 mil toneladas de nutrientes que actualmente importamos para existir. Una nueva cultura natural que evite que se sigan destruyendo más de 200 especies animales y vegetales que se han aniquilado en lo que va de este siglo en nuestra República. Una nueva cultura forestal que disminuya la erosión de más de 800 mil hectáreas anuales que se destruyen en nuestra reserva territorial. Una nueva cultura acuífera que permita darle un valor racional al agua para aprovecharla civilizadamente y ahorrar el 30 % del líquido potable que hoy se desperdicia irresponsablemente en las urbes. Una nueva cultura ecológica que contribuya a disminuir las más de 6,000 toneladas diarias de partículas contaminantes que se acumulan en la atmósfera del Valle de México y las principales ciudades del país, y que silenciosamente cada vez más nos suprimen la vida. Una nueva cultura energética que nos lleve a vivir justamente la transición por la que atraviesa el país al pasar de la era del petróleo a otra fase de desarrollo motriz, etcétera.

De no producirse ésta cultura orgánica y democrática en el área ecológica, de muy poco o nada, servirá para el urgente programa de crecimiento nacional la belleza producida por la retórica literaria, la luz generada por la pintura exquisita, las estrofas rítmicas de la poesía, las curvas excelsas de la escultura perfecta, la plástica deliciosa de la danza, los lenguajes artísticos del cine, etcétera, si antes no se produce una verdadera cultura cotidiana y plural que incremente los niveles de claridad y de compromiso grupal de la población frente a los grandes problemas nacionales de sobrevivencia ecológica que nos ahogan. Esto es, de no generarse ésta orientación de conocimiento orgánico hacia los principales problemas que obstaculizan nuestro proyecto de crecimiento nacional, el Estado posibilitará la acumulación de una sensibilidad más refinada para la elite del país pero que, finalmente, no podrá ser aprovechada extensivamente por nuestra sociedad, pues el hambre, el desempleo, la destrucción ambiental, la violencia, la neurosis, la contaminación, la enajenación, la pobreza, la hacinación, etcétera, generan la destrucción de nuestra sociedad. En una idea, la deshumanización que cada vez más se acentúa en el Valle de México, serán los jinetes del Apocalipsis que harán inaccesibles todos estos deleites para la mayoría de la población.

De lo contrario, el proceso de modernización del Valle de México sólo habrá conseguido mantener la autonomía en los brazos y piernas del organismo social, pero no en su cerebro colectivo. Ante lo cual debemos preguntarnos ¿ De qué clase de modernización y progreso se trata ?

6.- La creación de ésta nueva cultura ecológica para el Valle de México y el resto de la República, no podrá basarse exclusivamente en las formas tradicionales que ha empleado el

Estado Mexicano para intentar formar las dosis mínimas de conciencia informativa frente a la crisis de relación con la naturaleza, como han sido el empleo esporádico e inconstante de campañas de sensibilización colectiva, vía acciones publicitarias o de propaganda. Hoy, la formación de una nueva cultura para la promoción del medio ambiente debe cimentarse, por lo menos, en los siguientes ocho niveles paralelos de estructuración de la cultura, los comportamientos y la participación social: a.- Conocimiento del problema, b.- Cambio de valores, c.- Modificaciones de actitudes negativas, d.- Creación de nuevas formas de organización y participación civil, e.- Aplicación de la coerción, f.- Producción de gratificaciones sociales, g.- Generación de nuevos ritos, y finalmente, h.- Elaboración de una nueva tradición frente al medio ambiente.

A.- Conocimiento del Problema

Se deben emplear los medios de información colectivos para dar a conocer a los auditorios el problema que se requiere solucionar en todas sus dimensiones, y el punto específico y la forma en que se quiere resolver a corto, mediano y largo plazo.

B.- Cambio de Valores

Para construir una propuesta sólida de Nueva Cultura Ambiental además de las múltiples informaciones que se deben dar a conocer a la sociedad sobre la grave situación del problema que se vive, es necesario producir un cambio profundo de valores colectivos e individuales para que la población anhele y se articule alrededor de los nuevos ejes axiológicos del desarrollo sustentable y no de los viejos valores del estancamiento social impulsados por el modelo de crecimiento del desperdicio. Por ello, hay que producir un cuidadoso trabajo de ingeniería cultural para que la posesión, la conservación y el disfrute del medio ambiente, se eleve a valor de profunda aspiración, demanda y reconocimiento generacional, a través de la planificación del contenido de los medios de comunicación y del aparato global de la cultura en el Valle de México y en el país.

Para apoyar este cambio de valores sociales alrededor de la conservación e impulso del medio ambiente, es necesario formar desde el aparato mediático y otras redes culturales de socialización y educación, nuevos sueños e ilusiones colectivos que nos lleven a todos los sectores sociales a desear, gozar y buscar desde nuestras cotidianas profundidades psíquicas y lúdicas, la protección y expansión del medio ambiente. Con ello, lo que se pretende es crear la conciencia racional y placentera en la población de que *la ecología no sólo es un recurso indispensable y escaso para existir; sino sobre todo, es el centro de la vida que debemos preservar para sobrevivir.*

C.- Modificación de Actitudes Negativas

A partir de la sensibilización anterior a través de la acción educativa de los medios de comunicación y del aparato cultural de apoyo, se debe inducir una modificación de conductas para corregir el problema ambiental. Esto implica contar con un claro diagnóstico previo sobre cuáles son las principales causas de dicho conflicto. Frente a ésta situación, hay que delimitar, por ejemplo, los 30 comportamientos negativos más importantes que cotidianamente practican los ciudadanos, las organizaciones, las empresas y el Estado para producir este conflicto; y paralelamente, hay que elaborar, desde la acción cultural e informativa, los 30 contra comportamientos positivos que debe asimilar la sociedad del Valle de México para corregir la actitud colectiva frente a la ecología.

D.- Creación de Nuevas Formas de Organización y Participación Civil

Para apoyar las acciones anteriores, no basta con mantener una intensa política de información sobre los problemas para modificar valores y generar un cambio positivo de conductas, sino que también se requieren producir una nueva forma de organización ciudadana frente a la destrucción ecológica. Dicha forma de cohesión social debe responder a algunas de las

siguientes preguntas: ¿Cómo se debe organizar la población para conservar el medio ambiente sustentable?, ¿Cómo se debe agrupar para recuperar rápidamente las áreas perdidas?, ¿Cómo se debe integrar para denunciar cotidianamente la destrucción ambiental?, ¿Cómo se debe organizar para ampliar sustantivamente las áreas verdes en el Valle de México?

E.- Aplicación del Nivel Coercitivo

Para darle fuerza a todas las iniciativas anteriores, es indispensable la existencia de un aparato legal y judicial muy preciso y eficiente que penalice el no cumplimiento de los acuerdos sociales básicos sobre cómo cuidar y conservar la naturaleza. De lo contrario, ninguna de las acciones anteriores tendrá validez y arraigo social, ya que para que un grupo social llegue a ser conducido exclusivamente por la vía cultural, lleva mucho tiempo de maduración. Mientras el nivel civilizatorio madura, es indispensable contar con una reglamentación legal mínima que señale límites de comportamientos ecológicos básicos, aleccione a los infractores y cree garantías sociales para la conservación de estos recursos naturales.

La penalización debe oscilar desde la fijación de comportamientos sociales elementales hacia la naturaleza; hasta la determinación de las multas y castigos por abuso o uso irresponsable de estos recursos.

F.- Producción de Gratificaciones Sociales

Además de las instancias anteriores, se requiere producir un conjunto sistemático de acciones que no sólo castiguen o marquen límites a los ciudadanos, sino que sobretodo, premien socialmente a aquellos individuos, grupos, organizaciones y empresas que adopten relevantemente una nueva actitud positiva ante el cuidado del medio ambiente. Estos mecanismos de motivación pueden oscilar, por ejemplo, desde la entrega de reconocimientos a las escuelas que colaboren a la reforestación en el estiaje; hasta la exención de impuestos a las fábricas que eviten contaminar la atmósfera en el Valle de México, o a las empresas que reaprovechen sus desechos tóxicos para otros fines productivos dentro de sus propias instalaciones, etcétera.

G.- Producción de Nuevos Ritos

Además de la aplicación de todas las acciones anteriores, para que se pueda instrumentar cotidianamente la *Nueva Cultura Ambiental en el Valle de México* es necesario la creación de un sistema de nuevos ritos ecológicos. Esto significa que es necesario producir en la población nuevas costumbres fijas a lo largo de todo el año, que afiancen los nuevos valores culturales y conductas generados alrededor de la *Nueva Cultura Ambiental*. Por ejemplo, se puede crear una *Semana del Medio Ambiente* en el período más agudo de la etapa de destrucción de la naturaleza, cuyo objetivo sea regenerar el ambiente. Se puede introducir la *Semana de la Reforestación* donde los ciudadanos se dediquen a proteger las áreas verdes de la Ciudad de México.

H.- Construcción de Una Nueva Tradición Ambiental

Para que la presencia de todos los elementos anteriores cobre, en el largo plazo, forma de demanda y defensa espontánea de la población, se deben afianzar estos logros alrededor de la producción de una nueva tradición frente a la naturaleza. Esto significa, que los avances que se logren conquistar hay que darles una perspectiva de arraigamiento en identidad regional cotidiana de la ciudad de México con raíces históricas. Para ello, se debe destacar, a través de todo el complejo informativo y cultural de la región, que la acumulación de pequeñas acciones en favor de la conservación y el cuidado de la naturaleza, crea gradualmente una nueva actitud ciudadana ante el medio ambiente y que es un deseo comunitario el que se siga manteniendo a largo plazo.

7.- Para construir ésta nueva cultura ambiental en el Valle de México, es necesario que la sociedad civil organizada presione sistemáticamente al gobierno desde todos los frentes político-

culturales, para que jurídicamente se transforme el marco legal de operación de los medios de comunicación colectivos, especialmente los electrónicos, y se democratizen los proyectos de comunicación de masas en el país.

8.- Mientras madura la realización de otras propuestas de largo plazo, es necesario, a corto y mediano plazo, abrir en los canales de difusión de masas nuevos espacios de análisis, discusión y propuestas sobre la problemática ecológica en el Valle de México y la República mexicana. Dentro de estos espacios los grupos ecologistas y los investigadores universitarios deben ocupar un lugar centralmente privilegiado.

Hasta el momento, a principios del siglo XXI, en plena fase de modernidad cultural, es paradójico que la programación televisiva y radiofónica de los principales medios de comunicación colectivos nacionales dedican un alto porcentaje de sus espacios estratégicos para la transmisión de los deportes, los espectáculos, las modas, las telenovelas, los noticieros sensacionalistas, las recetas de cocina, la información internacional del último momento, etcétera; pero no obstante, el grado tan avanzado de la crisis ecológica que vivimos cotidianamente, no existen espacios informativos sustancialmente relevantes para examinar, discutir y solucionar la grave realidad ecológica en el Valle de México y en el resto del país.

9.- Es indispensable que las escuelas de comunicación en México, especialmente de la zona metropolitana, incluyan en sus planes de estudio e investigación, el análisis de la relación ecología-comunicación, para formar nuevas generaciones de profesionales que creen alternativas de comunicación eficientes para elaborar ésta nueva cultura sobre el medio ambiente.

10.- Para presionar con mayor velocidad el surgimiento de una nueva cultura del medio ambiente en el Valle de México, las organizaciones más consolidadas de la sociedad civil nacional deben organizar a los públicos de los medios de comunicación nacionales y extranjeros, particularmente electrónicos, para que no consuman aquellas mercancías o servicios que se anuncien respaldados por mensajes orientados claramente hacia la destrucción ecológica o al fomento de la cultura de la muerte.

Si no actuamos ahora a través del conjunto de medios de información y cultura de masas transformando nuestras mentalidades para estar más conscientes de nuestros problemas de sobrevivencia natural y de nuestras alternativas de solución en el área metropolitana y del país; para el próximo siglo heredaremos una sociedad enormemente más erosionada, inhumana e inhabitable que la que ahora enfrentamos. Hoy, la infraestructura de instituciones culturales del país tienen que dar salidas de sobrevivencia ecológica y humana a la nación.

De no buscar ésta salida, el alma cultural de nuestra sociedad correrá el gran riesgo de quedar sepultada por los nuevos espejismos de la modernidad y sus derivados simbólicos parasitarios de ésta nueva fase del desarrollo de la sociedad internacional, sin atender la resolución de las grandes contradicciones que impiden nuestro avance social, especialmente en la relación que mantenemos con la naturaleza. Con ello, la crisis ambiental avanzará reduciendo, a corto plazo, nuestro nivel de calidad de vida, y a largo plazo, podrá llegar a los límites de aniquilar la especie humana.

Sintetizando, podemos decir que de no realizarse una severa reforma moral y cultural en el Valle de México y en el país sobre la relación que guardamos con la naturaleza, especialmente a través de los grandes sistemas nerviosos que construyen los medios de comunicación; se volverá a vivir la profunda contradicción existente entre la cultura nacional y el proyecto de desarrollo global que se ha arrastrado en las últimas décadas. Cada uno se disparará por senderos distintos, la cabeza social

avanzará por un lado y el cuerpo por otro, aumentando rápidamente, con ello, la descomposición de nuestra comunidad nacional.

Sabemos que ante el funcionamiento autoritario, la estructura vertical, la dinámica improvisada, el perfil eminentemente mercantil, su gestión mayoritariamente acrítica, su vinculación inorgánica con las necesidades prioritarias de nuestra sociedad, su alto centralismo y la falta de voluntad política de nuestros gobernantes para transformar los medios audiovisuales, que caracterizan la operación de los medios de comunicación, especialmente electrónicos, en México; la creación de ésta *Nueva Cultura de Defensa Ambiental* supone la realización de una gran empresa; pero también sabemos que es el desafío elemental del rescate y conservación de la vida por la cual tiene sentido luchar apasionadamente.

Notas:

¹ Labra, Armando; Prólogo, *La legislación mexicana en radio y televisión*, Colección Ensayos, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F., primera reimpresión 1989, página 7.

² *La Cultura Idiota*, Carl Bernstein, Revista Nexos No. 177, México, D.F., septiembre de 1992, 6 páginas.

³ *Crisis Económica-Política, Cultura y Reforma Moral*, Octava Semana de la Investigación Científica, Cuadernos de Extensión Universitaria, Octava Semana de Investigación Científica, Coordinación de Extensión Universitaria, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F., octubre de 1998, páginas 173 a 177; y *Crisis, Valores y Reforma Moral*, (Tres partes), periódico Excelsior, 3 de septiembre de 1996.

⁴ *Crisis Económica-Política, Cultura y Reforma Moral*, Obra citada, páginas 137 a 177.

⁵ *Crisis Económica-Política, Cultura y Reforma Moral*, Obra citada, páginas 137 a 177.

⁶ *Crisis Económica-Política, Cultura y Reforma Moral*, Obra citada, páginas 137 a 177.

Dr. Javier Esteinou Madrid

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