

Jesús Martín-Barbero, Carlos Monsiváis, Javier Esteinou, Sergio Caletti, Jorge Calles, Miguel Angel Sánchez de Armas, José Antonio Crespo, Florence Toussaint, Juan B. Loria Saviñón, Raúl Navarro Benítez, Francisco de Jesús Aceves, José Cisneros Judith Moreno, Ciro Cómez Leyva, Claudia Benassini, Carmen Gómez Mont, Jorge Villalobos, Horacio Guajardo, Ma. Isabel Inclán Perea, Jorge A. González, Rosana Reguillo, Manuel García Urrutia, Guillermo Orozco, Guillermina Baena Paz, Carlos Luna Walter Neira, Luis Javier Mier, José Antonio Meyer.

Javier Esteinou (editor)

COMUNICACION Y DEMOCRACIA

VI Encuentro Nacional CONEICC

Primera Edición 1992

© CONEICC 1992

Impreso en México - Printed in Mexico

ISBN: 968-6595-02-3

Edición a cargo de OPCION, S.C.

Cordobanes 24

Col. San José Insurgentes

03900 México, D.F.

Diseño editorial COROSO Editores

Czda. de los Estrada 25

Colonia Vista Hermosa

62290 Cuernavaca, Morelos

INDICE

Presentación	7
------------------------	---

Comunicación y Democracia

Notas sobre el tejido comunicativo de la democracia.

Jesús Martín-Barbero	13
--------------------------------	----

Comunicación, cultura política y democracia.

Carlos Monsiváis	27
----------------------------	----

Los medios de comunicación electrónicos, la democracia y la formación de una nueva cultura nacional.

Javier Esteinou Madrid	39
----------------------------------	----

Comunicación, cambio social y democracia: ocho años después.

Sergio Caletti	63
--------------------------	----

Responsabilidad Social y Democracia Comunicativa

Modernidad, democracia y comunicación.

Jorge Calles	79
------------------------	----

Medios, modernidad y responsabilidad.

Miguel Angel Sánchez de Armas	97
---	----

Responsabilidad política y opinión pública en México.

José Antonio Crespo	103
-------------------------------	-----

La radio mexicana y su relación con el desarrollo de la sociedad.

Florence Toussaint	113
------------------------------	-----

Comunicación y democracia en el sector rural.

Juan B. Loria Saviñón	121
---------------------------------	-----

Encuestas y democracia.

Raúl Navarro Benítez	127
--------------------------------	-----

Regionalización y Experiencias Democráticas

Democracia y región: rescoldos de una década.	
Francisco de Jesús Aceves González	139
La radio sin antenas. propuesta de un modelo de radiodifusión universitaria.	
José Cisneros E.	151
¿Democracia radiofónica en la frontera norte?	
Judith Moreno Berry	165
De la primavera a la sinrazón.	
Ciro Gómez Leyva	179
Las televisoras de habla hispana en Estados Unidos y sus repercusiones en México.	
Claudia Benassini	185
La Europa del este, la Europa del 92 y los medios de comunica- ción.	
Carmen Gómez Mont	207
Regionalización y experiencias democráticas.	
Jorge Villalobos G.	217

Comunicación Alternativa y Democracia

Movimientos sociales, comunicación alternativa.	
Horacio Guajardo	229
Organización de mujeres y periodismo feminista.	
Ma. Isabel Inclán Perea	237
Video tecnología y modernidad. por los dominios de Pedro Páramo.	
Jorge A. González	245

Las bandas: entre el mito y el estereotipo. ¿emergencia de nuevas formas de comunicación?	
Rosana Reguillo	265

La comunicación y los sindicatos. El concepto FAT.	
Manuel García Urrutia M.	281

Formacion Democrática de los Comunicadores

Comunicadores, ¿para cuál democracia?	
Guillermo Orozco Gómez	299

De cómo incomunicamos a los comunicadores y algunas formas de acción.	
Guillermina Baena Paz	311

La enseñanza de la comunicación en México: marco descriptivo.	
Carlos Luna	321

Los nuevos términos de la democracia y la enseñanza de la comunicación en América Latina.	
Walter Neira	343

Notas sobre la formación democrática del comunicador.	
Luis Javier Mier	359

Consideraciones sobre la tecnología y la comunicación en la nueva era postindustrial.	
José Antonio Meyer Rodríguez	365

LOS MEDIOS DE COMUNICACION ELECTRONICOS, LA DEMOCRACIA Y LA FORMACION DE UNA NUEVA CULTURA NACIONAL

Javier Esteinou Madrid*

LA ADOPCION DEL NUEVO MODELO DE DESARROLLO NEO-LIBERAL

El agotamiento del modelo de desarrollo tradicional de México a lo largo de los últimos 15 años, las presiones impuestas por los bancos extranjeros para renegociar la deuda externa y la consecuente crisis sociopolítica que de esto se ha derivado, provocó que el estado mexicano abandonara su estrategia de consolidación interna a través del clásico esquema de sustitución de importaciones seguido durante las 3 décadas pasadas y adoptara ahora como salida básica de crecimiento, especialmente desde 1982, el proyecto de anexión urgente al mercado mundial que propone financiar el crecimiento interno a partir de las exportaciones y la inyección de capital extranjero. Con ello, se anunció el término de la etapa paternalista y proteccionista heredada de los gobiernos posrevolucionarios que fue la fase en la que vivió inmersa la sociedad mexicana y que dio origen al "estado asistencial" o "estado subsidiador" que se caracterizó por aplicar "la teoría de que el estado ideal sería aquél en que toda la sociedad, sin faltar ninguna área estaría subsidiada".⁽¹⁾ Así, se reconoce públicamente el fin de un programa de crecimiento y se acepta que entramos a un "nuevo modelo de desarrollo" económico donde ahora es necesario que el aparato productivo y político se modernice para hacerle frente a la competitividad mundial o el "impetu de transformación que hoy vive el mundo arrasarían nuestra patria".⁽²⁾

De esta forma, oficialmente se acepta que no podemos sobrevivir fuera de la moderna división internacional del trabajo y se intenta que

* Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México.

nuestro país salga del antiguo eje trasatlántico euroamericano que ha ejercido la hegemonía a escala planetaria en este siglo y se integre a la nueva reorganización profunda del capitalismo occidental vinculándose con los tres nuevos polos de desarrollo mundial: el mercado común europeo que está compuesto por 12 países que empezarán a funcionar a partir de 1992 (Alemania Federal, Gran Bretaña, Francia, Italia, Holanda, Bélgica, Dinamarca, Grecia, Irlanda, Luxemburgo, Portugal y España); el mercado común de América del Norte integrado oficialmente hasta el momento por Estados Unidos y Canadá,⁽³⁾ y el mercado de la cuenca del pacífico formado por 24 países ribereños, 23 isleños y capitaneados por los "4 tigres asiáticos" que son Taiwán, Singapur, Hong Kong, y Corea del Sur.⁽⁴⁾

Dentro de la formación de esta nueva geopolítica mundial se observa que las tendencias de integración mayoritaria que sufrirá nuestro país, por razones geográficas y políticas, no será el vincularse en igual medida con las 3 nuevas zonas hegemónicas, sino que la inercia de nuestra histórica dependencia estructural al norte nos llevará a asimilarnos cada vez más rápido a la economía norteamericana que a la asiática y la europea. Por lo tanto, siendo realistas "la tesis de la integración a la economía mundial que hoy se maneja en abstracto, significa en concreto para nuestro país la reorganización de la economía nacional en base a la dinámica de expansión norteamericana, con la que se realiza como ninguna otra nación iberoamericana la mayor parte de nuestro comercio y de nuestras transacciones financieras. Baste recordar que sólo el 66% de nuestra actividad comercial con el exterior se realiza con los Estados Unidos y la inclinación va en aumento. Por ello, dadas las características de la inserción de México en la "economía mundial", la continuidad geográfica, demográfica y cultural con esa "economía" y la vinculación con Estados Unidos ya se estaría dando de hecho la formación de un mercado común, al menos a nivel económico, aun antes de que se concreten instrumentos más formales, que trascendiendo la esfera económica posteriormente se proyecten al campo político-estratégico".⁽⁵⁾

LA CULTURA Y LA TELEVISION ANTE EL NUEVO MODELO MODERNIZADOR

Frente a este panorama creemos que es central y urgente preguntarnos, si con el proceso de industrialización que se generó con la substitución de importaciones de 1930 en adelante, la estructura cultural de la sociedad mexicana fue transformada rápidamente por radio y televisión para crear una mentalidad consumista, desparticipativa, y una erosión de nuestra identidad nacional, ahora, ¿qué nos sucederá espiritualmente como sociedad y como individuos al entrar a la fase de integración mundial y vincularnos de forma acelerada al mercado internacional sin planificar el uso de nuestros medios de comunicación?, ¿qué acontecerá con nuestras estructuras de pensamiento y sentimientos cuando el país vive una etapa de retroceso cultural, de pérdida de memoria histórica y de inmadurez cerebral y ahora entrará en contacto intenso con la saturación ideológica de las nuevas hegemonías a través de las redes de televisión y del complejo del video?

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 postcardenistas para defender la cultura nacional, y la complicidad de las autoridades públicas ante la penetración del proyecto transnacional en el terreno psíquico, el estado mexicano ha perdido un enorme terreno para formar, a través de las industrias electrónicas, un fuerte nacionalismo y una sólida identidad y cohesión nacional que sirvieran como punto de despegue para el proyecto de crecimiento interno. Esto a menos de que sucedan en nuestro país profundos cambios políticos que renueven la posibilidad de retomar los intentos de desarrollo autónomo, independiente y democráticos, que hoy parece que se han pospuesto.

Es decir, sin conocer y asimilar todavía a fondo las alteraciones culturales que nos produjo la conquista española hace 480 años y las mutaciones mentales que nos ocasionó la sociedad de consumo con el proyecto de substitución de importaciones durante la industrialización nacional desde la década de los 50's, ahora, nuevamente sin estar preparados culturalmente nos vuelve a sorprender la profunda dinámica de la reestructuración económica, política e ideológica mundial

con la "ola modernizante" y nuestra sociedad, una vez más, se incorpora a ese proceso sin la creación de un proyecto cerebral propio, sino que una vez más se encaja en los huecos marginales que deja esta profundísima transformación planetaria.

Vinculando este horizonte con los medios de comunicación, encontramos que aunque en términos de hechos (no de discurso) la televisión se encuentra todavía muy desfasada del proyecto modernizador, pues este 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 que 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 creemos que intentará producir a través de los medios electrónicos las condiciones subjetivas necesarias para el funcionamiento de nuestra sociedad dentro de las nuevas relaciones competitivas del mercado mundial.

Es decir, pensamos que estamos por iniciar a través de las industrias culturales, y en particular de la televisión, una nueva fase de inversión de valores nacionales mediante la circulación de nuevas ideologías para apuntalar 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 está imponiendo el nuevo programa de crecimiento nacional. Creemos 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, acentuar la competitividad por sobre el trabajo compartido ("tequio"), el canibalismo salvaje por sobre la fraternidad; la marcada admiración por lo extranjero que por lo nacional; el interés por la no planificación colectiva sino por al altamente privatizada; la lucha por la libertad y felicidad aislada y no por la grupal; el valor supremo de la "eficiencia" por sobre otras metas humanas superiores; la tecnificación extrema como sentido del éxito y no el acercamiento humano, etc.

Ello debido a que las leyes internacionales del nuevo patrón de acumulación de capital que se está gestando y que permean todos

los niveles de la sociedad, están exigiendo en la esfera cultural que el alma colectiva que se construya en el país a través de los canales electrónicos de información se base en una visión de la vida más "cosificada" y transnacionalizada que nos lleve a saber cada vez más del gran mundo externo y cada día menos de nosotros como república y como personas. No debemos olvidar que la expansión de la economía multinacional obliga crecientemente a crear un "global supermarket" para reproducirse a escala ampliada en todo el planeta, ante lo cual la existencia de estados nacionales y de políticas culturales regionales aparecen como un fuerte estorbo que hay que superar".⁽⁶⁾

Por ello, el mercado mundial está recurriendo crecientemente al uso de dos ideologías neoliberales para legitimar su avance y penetración en la periferia: la tesis del "libre flujo internacional de la información" y la ideología de la "modernidad cultural". Así, por una parte, revitaliza el argumento del "libre flujo internacional de la información" para ampliar sus posiciones, y que en el fondo, no es otra cosa que la premisa para permitir la fácil difusión y penetración de las imágenes transnacionales a todas las zonas del planeta, pues son sólo estas empresas las que pueden competir intensamente a escala global. Por otra parte, se promueve la adopción de la ideología de la "modernidad cultural" que en términos de concepciones de masas es la visión que intenta homogeneizar la mayor parte de los campos de imaginarios sociales den base a los nuevos valores del consumo y el disfrute neoliberal para facilitar la expansión del mercado capitalista que exige el proceso de concentración de capital a escala mundial, con esto, las instituciones representantes del comercio internacional están exigiendo mediante sus acciones diplomáticas, políticas y económicas que los valores y las identidades nacionales se flexibilicen y abran a la modernidad para "formar un mercado universal sin barreras o límites"⁽⁷⁾ a través de sus campañas de marketing hasta lograr que estas se adapten de manera más favorable a su nueva dinámica de concentración material.

De esta forma, no obstante que en la superficie de la sociedad mexicana las declaraciones oficiales del gobierno señalan que "los mexicanos queremos ser cada vez mejores amigos de los Estados Unidos, pero jamás a costa de nuestros valores que determinan nuestra esencia y nos conforman como nación",⁽⁸⁾ y de la firma oficial de convenios internacionales que indican "que es imperativo el establecimiento de políticas nacionales de comunicación que resguarden

la pluralidad cultural y política, reafirmen la soberanía nacional y movilicen la participación de la comunidad",⁽⁹⁾ en las entrañas de nuestra realidad hoy estamos ante el silencioso embate de nuestras culturas y diferencias tradicionales para destruirlas o reacomodarlas dentro del nuevo esquema de división del mundo por modernas zonas hegemónicas. Recomposición mental que gradual y silenciosamente está unificando los campos imaginarios y las aspiraciones profundas a través de la construcción de un nuevo concepto de relaciones humanas, de triunfo, de felicidad, de moral, etc., en una idea, de un nuevo sentido y estilo de vida determinado por las nuevas exigencias de maduración del comercio mundial que se concretiza, entre otros espacios, en los valores de la programación y de la publicidad de los medios de comunicación electrónicos.

Nuevos valores que se distinguirán por exaltar, por ejemplo, el alto pragmatismo por encima de otras cualidades humanas superiores; por promover el "futuro funny" que el de la participación creciente en nuestro proceso histórico; el impulsar el "culto a la juventud" por ser la etapa más productiva del individuo y el desprecio a los viejos por improductivos; la predilección por la modernidad entendida como el estilo de vida que permanentemente se ajusta a la adquisición de la última novedad y el rechazo a lo tradicional y lo antiguo, la invención de una nueva identidad basada en la mayor asimilación de las culturas externas y no en el enriquecimiento del "México profundo"; la construcción de la "alegría" a partir de la adquisición de lo ajeno y no del dominio creciente de lo propio, etc.

Ante ello, es conveniente considerar que si la historia de la publicidad en México a lo largo de los últimos 40 años ha demostrado que con tal de vender las mercancías para acelerar el proceso de circulación del capital, esta estuvo dispuesta a banalizar e incluso prostituir finalmente la imagen de la mujer para presentarla fundamentalmente como un objeto de uso sexual; a añadirle cualidades falsas o "fetichizar" los productos para hacerlos más atractivos; a crear necesidades artificiales en los consumidores para alentar la compra: a hacer creer que el valor de las personas deriva de la marca que eligen y no en el porcentaje en que se conocen a sí mismos; a impulsar que el éxito de los individuos se da en la medida en que se acumulan pertenencias y no en el grado en que se es humano; a modificar la identidad nacional para revalorarse socialmente a través de la adquisición progresiva de más productos transnacionales, etc.; es posible pensar que al entrar

en la fase de desarrollo de "libres fronteras" se construirá masivamente a través de las industrias culturales una visión del hombre y de la vida cada vez más condicionada por los requerimientos de expansión y fortalecimiento del mercado universal y no de la humanización de los individuos.

El surgimiento de este panorama lo palpamos, cuando, por ejemplo, ante las necesidades de venta de las primeras mercancías extranjeras que llegan a nuestro territorio como adelanto de la presencia de la formación de los nuevos mercados europeos, del pacífico y de América del Norte, la publicidad empieza a promover las cafeteras diciendo: "¡Phillips, el superior estilo europeo entra en tu hogar!". O los aparatos electrónicos, señalando "¡Zonda: el nuevo status en importación!". O la compra mensual de super, recalcando "¡Todos los vinos, licores, artículos del hogar, electrodomésticos, latería, dulces, productos de limpieza, etc., que siempre soñó traer de los Estados Unidos se los llevamos hasta las puertas de su hogar!"⁽¹⁰⁾ O la venta de nuevos automóviles, difundiendo "¡Ko-seino!" alto desempeño eficiente en perfecto equilibrio,⁽¹¹⁾ etc.

De esta manera, constatamos que el proyecto de neoliberalismo cultural está mercantilizando al extremo el funcionamiento de los medios electrónicos y en particular de la televisión, lo que provocará que gran parte de nuestra reproducción espiritual cotidiana se anajene con tal de vender y acumular. Es decir, en términos culturales el país entregará su alma al diablo con tal de competir dentro de la dinámica de apertura internacional. Ello significa que mayoritariamente la nueva conciencia colectiva producida por industrias culturales en la inteligencia del mexicano de finales del siglo XX y las primeras décadas del siglo XXI estará predeterminada por las exigencias de reproducción neoliberal del mercado mundial y no por los requerimientos de plenitud humana que hoy demandan los individuos en las ciudades.

Así observamos, que ante la devastación material, humana y cultural que nos dejó la presencia de la crisis económica durante la década de los 80's en nuestra sociedad al grado de perder 10 años de desarrollo pues nos llevó mayoritariamente a retroceder a los mínimos del bienestar material, y por lo tanto, a prolongar intensivamente nuestra jornada laboral de uno a dos o tres turnos al día, rápidamente hemos olvidado que esa realidad nos condujo a un nivel más primitivo de la escala de evolución humana con el consecuente arrinconamiento

espiritual de nuestra sociedad, ya que hoy existimos más para trabajar que para vivir.

Por ejemplo, no obstante que actualmente somos 85 millones de habitantes en la república mexicana, hoy la población trabajadora vive con más soledad que antaño pues al tener que privilegiar forzosamente el trabajo por sobre otras actividades sociales, contamos con menos tiempo y energía para compartir con nuestra pareja, nuestra familia, nuestros amigos y con otros lazos fraternales. La expansión de la marginalidad y la ausencia de otros horizontes culturales, ha ocasionado, especialmente en los jóvenes un mayor consumo de enervantes para fugarse de su cruda realidad cotidiana que en otros momentos. La falta cada vez más aguda de oportunidades para salir del callejón de la crisis, hoy ha provocado en grandes grupos un estado anímico más depresivo que hace 2 sexenios. La presencia de 960 estaciones de radio en la república mexicana, 200 sistemas de televisión, redes de computadoras de la cuarta generación, conexiones vía antenas parabólicas, tejidos de fibras ópticas, transmisiones de satélites, presencia de superconductores, etc., en la actualidad no han aumentado nuestra capacidad de intercomunicación personal, pues los psiquiatras han registrado que hoy los individuos nos conocemos menos entre sí que hace dos administraciones gubernamentales.

El incremento de las preocupaciones laborales hoy ha llevado al sector trabajador a tener un sueño menos profundo y relajante que en etapas anteriores. El desbordamiento de la tasa demográfica nos ha obligado en la actualidad a los individuos de las grandes ciudades a dedicar más tiempo al transporte cotidiano que en los años precedentes. La dinámica centralista de crecimiento ha provocado que hoy nuestro corazón lata con más presiones y stress que a principios de la década pasada. El ascenso de contaminantes en la atmósfera ha generado que nuestros pulmones hoy sean órganos más fatigados pues acumulan más plomo y tóxicos que en quinquenios precedentes. La crisis del modelo urbano ha propiciado que nuestro sistema nervioso hoy funcione en las metrópolis de forma más tensa e irritable que en períodos de antaño. Incluso no obstante el monumental esfuerzo que ha realizado el estado mexicano en el terreno de la salud a través de hospitales, centros de rehabilitación, campañas de vacunación, medicina social, etc. Para incrementar el promedio de vida nacional hasta 75 años, en la actualidad todas las presiones impuestas por la crisis están contribuyendo a restarnos de 5 a 8 años de vida.

Es decir, parece que desconocemos que al empezar los años 90's dedicamos más tiempo y energía a ganarnos y a conservar la vida que la finalizar los 70's con lo que constatamos que hemos vivido una década más enajenada que los años que la precedieron, pues significativamente hemos tenido menos espacio libre y sereno para dedicarlo a nuestro descanso, a nuestra inventiva, a nuestro gozo, a nuestro placer, a nuestro encuentro; esto es, a nuestro regreso a nosotros mismos para nutrirnos de nuestro mundo interior, recrearnos y fortalecernos sanamente ante el agresivo exterior que va en aumento.

Sin embargo, paradójicamente ante este panorama aniquilador del nivel humano en lugar de producir el estado a través de los medios electrónicos y de la infraestructura mental una cultura profundamente humana que es la demanda más intensa que se palpa en los grupos sociales después de un largo período de derrumbe de la sociedad mexicana, hoy entramos en la salvaje propuesta de la cultura neoliberal que plantea que en lugar de fortalecer el espíritu nacional, este erosione más sus valores para incorporarnos competitivamente y sin restricción alguna a la nueva estructura de los mercados mundiales.

Es decir, ante el florecimiento en nuestro país de las tesis neoliberales que sostienen el adelgazamiento, retiro y desregulación estatal en todos los campos de lo público, hoy se plantea cada vez más con mayor convencimiento que la rectoría cultural de la sociedad mexicana no debe conducirse por la acción interventora del estado, sino por el equilibrio que produce el juego de las libres reglas del mercado entre productores y consumidores. De esta manera, se argumenta que para conducir culturalmente a la sociedad en este nuevo contexto monetarista de desarrollo interno, antes hay que modernizar a los medios de comunicación, y en particular a la televisión, a través de volverlos eficientes. Nueva eficacia que se entiende no como el acto de producir un crecimiento de la conciencia social de la población frente a las trabas que le impiden avanzar, sino como la tarea de alcanzar el simple grado de autosuficiencia económica en los medios gubernamentales.

En esta forma, en lugar de reflexionar como los medios estatales de comunicación pueden colaborar a impulsar el desarrollo del país a través de la producción de los nuevos niveles de conciencia colectiva que requiere el urgente proyecto de crecimiento de la sociedad mexicana; la propuesta neoliberal anula la raquílica función social de promoción de la cultura, impulso a la educación, aliciente a la participación democrática, fomento a la concientización, apertura a la

pluralidad, etc., que desempeñaron estos en años anteriores, y ahora lo convierte bajo el velo de la modernidad en medios de realización intensiva del proceso de circulación del capital, al volverlos acelerados del circuito de venta de las mercancías. Por lo tanto, al permitir que cada vez más los medios estatales sean gobernados por las leyes del mercado y no por las directrices de la planificación nacional del crecimiento cerebral, el estado mexicano abandona paulatina y silenciosamente su obligación social que anímicamente ejerció en el pasado vía estos para ahora dar paso libre a la acción de las primitivas leyes del capital en el campo de la cultura.

No debemos olvidar que las enseñanzas de la historia mental del país han mostrado que a todo profundo cambio económico en nuestra sociedad le ha seguido la realización de una paralela transformación cultural. Por ello, pensamos que para que se pueda realizar el paso acelerado de la creciente liberalización de nuestra economía tarde o temprano, se exigirá la liberalización igualmente progresiva de nuestras fronteras culturales a través de los avanzados medios electrónicos, especialmente vía televisión.

Esta realidad, pensamos que alcanzará mayor esplendor cuando constatemos la presencia de los dos siguientes hechos. Por una parte, debido a que observamos que el actual gobierno ha declarado que "no asumirá la rectoría cultural, sino que sólo apoyará las iniciativas de los grupos creadores de cultura, los cuales serán valorados por la 'clase intelectual' no por los funcionarios del ramo".⁽¹²⁾ Situación que queda ampliamente confirmada cuando constatamos las tareas restrictivas que se le han asignado al ejercicio cultural en el plan nacional de desarrollo 1989-1994⁽¹³⁾ y cuando el decreto constitutivo del órgano de máxima dirección y ejecución de la cultura en nuestro país denominado Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA) ha señalado que dicha entidad sólo ejercerá funciones de promoción y difusión de la cultura y las artes, y no de creación y rectoría cultural del país.⁽¹⁴⁾

Por otra parte, debido a que el proyecto de desarrollo neoliberal que ha adoptado el país plantea el retiro cada vez más rápido que la presencia del estado benefactor mexicano del campo de la cultura y la comunicación, para que estas sean crecientemente gobernadas por las leyes del mercado; nos enfrentamos, a corto plazo, a una transformación del modelo de comunicación pública, y a largo plazo, quizás a su desaparición o existencia muy restringida. Esto significa, que el

esquema de televisión de servicio al dar marcha atrás el estado subsidiador que lo mantenía vivo a base del presupuesto oficial, tendrás que buscar a otras fuentes de ingreso para sobrevivir que, básicamente, girarán alrededor de la venta del tiempo de pantalla a las grandes empresas monopólicas y de la comercialización publicitaria.

Situación que, por ejemplo, se confirma plenamente con las transformaciones financieras que ha vivido la principal corporación audiovisual del gobierno, el Instituto Mexicano de Televisión (IMEVISION) quien al experimentar la aplicación del modelo neoliberal en su estructura financiera desde principios del régimen del presidente Miguel de la Madrid, a costa de sacrificar su famélica misión de servicio social, logró alcanzar el superávit económico a través de la mercantilización de la pantalla. De esta manera, hace 10 años los ingresos de la televisión de estado estaban compuestos por 90% de subsidio y 10% de ingresos propios, y en 1987 se logró que las entradas fueran 90% de ingresos propios y 10% subsidio gubernamental con apoyo de 150 comerciantes importantes".⁽¹⁵⁾ Realidad que tenderá a acentuarse más cuando observamos los 9 "modernos" objetivos que el gobierno federal le ha asignado a Imevisión para su funcionamiento en esta administración y que son:

1. Concebir a Imevisión como una empresa que transmite y comercializa señales de televisión, a fin de obtener ingresos que le permitan difundir la cultura, mantener informada a la población y proporcionarle entretenimiento.
2. Modernizar la administración con criterios estrictamente empresariales con el fin de obtener los recursos que apoyen el cumplimiento de sus objetivos y mantener el servicio televisivo gratuito (sic).
3. Racionalizar los gastos de operación iniciando la reducción del personal y la simplificación de procedimientos administrativos (el documento fue redactado en octubre de 1989 y la reducción del personal se inició en enero pasado).
4. Definir la red nacional 13 como empresa comercial que negocie directamente con clientes y proveedores con el fin de obtener márgenes de utilidad que garanticen la posibilidad de financiar la difusión de la información y la cultura.

5. Regularizar la operación de la red nacional 7 para convertirla de permisionaria en concesionaria y poder comercializar su tiempo; posteriormente desconcentrar esa red en estaciones locales con capacidad de producción propia vinculadas al interés cultural e informativo regional y al servicio del mercado publicitario local.

6. Constituir el espacio "Imevisión informa" en una barra noticiosa de 24 horas de información vía satélite, que alimente las redes 7 y 13, los canales locales del Distrito Federal, Chihuahua, Monterrey, Ciudad Juárez y Mexicali; las estaciones de los gobiernos de los estados y los sistemas de cable.

7. Configurar el proyecto de comercialización de la señal del canal 22 como un canal de cine codificado.

8. Ampliar los derechos de Imevisión en la banda UHF para garantizar el desarrollo futuro de la empresa y aprovechar el incremento del interés comercial de esta banda (*sic*), para satisfacer las necesidades gubernamentales de comunicación.

9. Desarrollar gradualmente el proyecto frontera norte para consolidar una fuente nueva de captación de recursos, apoyar la difusión de la cultura y la información nacional de esta estratégica zona.

En la realización de la primera etapa -añade el documento- existe interés para realizar una coinversión con la iniciativa privada y con la banca nacional.⁽¹⁶⁾

Esto significa, que la opción para construir vía la televisión una mentalidad colectiva preventiva frente a nuestros grandes problemas de desarrollo nacional como son la protección ecológica, la producción de alimentos, la atención a los sectores marginados, la promoción de la mujer, la conservación de especies naturales, la atención de los ancianos, el combate a la erosión de la tierra, el enfrentamiento al creciente proceso de deshumanización urbana, etc., cada vez será más difícil lograrla vía las industrias culturales pues son áreas poco rentables para las leyes del mercado que progresivamente gobernarán más el proyecto de televisión pública.⁽¹⁷⁾ Es decir, debido a que la nueva forma de financiamiento que plantea el modelo neoliberal lleva a que los medios gubernamentales se comercialicen más, por lo tanto, sean los patrocinadores quienes determinen el contenido de transmisión de los canales, será cada vez más complicado promover una "cultura social" desde estos pues el esquema de sostenimiento de

dichas empresas buscará crecientemente la obtención de la máxima ganancia económica a corto plazo. Hecho que se constata cuando el director de Imevisión señala que "las necesidades de comunicación del sector publicitario y público determinarán la programación de la empresa, pues nosotros no somos una entidad autónoma que pueda tomar decisiones arbitrarias, sino estamos condicionados por esas dos realidades".⁽¹⁸⁾

Por consiguiente, se puede pensar que debido a las profundas transformaciones urbanas que se han dado al interior de la población nacional, a la desarticulación global que vive el proyecto cultural gubernamental, a los avances tecnológicos que se han conquistado en el terreno audiovisual y a la renuncia del estado mexicano para ejercer la real conducción mental del país; la dirección cultural de la sociedad mexicana, especialmente, de las clases medias metropolitanas, será realizada, cada vez más, desde las industrias audiovisuales, particularmente, transnacionales. Situación que en la medida en que se consolide llevará al país a una mayor dependencia estructural del exterior y en algunos a la parálisis cultural pues crecientemente conoceremos más sobre lo secundario y no sobre lo central para nuestro desarrollo. Realidad que en el grado en el que se afiance acentuará nuestra crisis nacional, y por consiguiente, ahondará nuestro estado generalizado de infelicidad humana.

Ante esta realidad comunicativa observamos cotidianamente la presencia de un estado mexicano crecientemente más débil, pues no cuenta con un proyecto cultural para la rectoría de los medios de comunicación electrónicos, sino que el mismo lo ha abandonado, mayoritariamente, a las "libres fuerzas del mercado" interno y externo. Esto es, ante el financiamiento crecientemente mercantil de los medios de comunicación, hoy somos cada vez más testigos de la derrota del estado y la sociedad civil en el terreno cerebral para mantener y ampliar el proyecto de identidad y democratización nacional a través de la superestructura audiovisual de la república.

¿QUE HACER?: HACIA LA FORMACION DE UNA NUEVA POLITICA NACIONAL DE COMUNICACION

Por ello, creemos que ante la anexión de 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 Cuenca del Pacífico, de la integración muy dinámica y silenciosa a la economía norteamericana y de la relación con el nuevo mercado común europeo para 1992, si el estado mexicano no construye un proyecto nacional crecientemente más sólido a través del empleo racional de los medios de comunicación electrónicos, y en particular, a través de la televisión, estará cavando su propia tumba, de forma cada vez más profunda, al permitir que se destruyan en la conciencia de la población las bases mentales que requiere para existir como estado nacional. Destrucción que rápidamente tiende a acentuarse pues el proyecto neoliberal del estado presiona para que los medios de comunicación funcionen como negocios y no como servicio público. Especialmente, cuando en esta fase de "modernización" las leyes del mercado atraviesan de manera más profunda la estructura de los canales de información, y por consiguiente, son las "fuerzas de la libre competencia" las que crecientemente gobiernan el proyecto cultural de las industrias audiovisuales y no el proyecto de desarrollo social y humano de la población.

Esto es, a diferencia de otras fases de la historia de México en las que lo que mantenía cohesionada a la sociedad mexicana era su proyecto cultural de constitución como nación, creemos que lo que hoy conserva relativamente unida al conjunto social y es lo que en parte ha evitado un mayor desbordamiento social, ha sido el modelo de existencia en las urbes, la presencia de viejos aparatos burocráticos, la capacidad de absorción esponjosa del partido gobernante, la constitución corporativista del estado mexicano, el refuerzo de eficaces apoyos policiaco-militares, etc., pero no la fuerte presencia del proyecto cultural que actualmente se encuentra en bancarrota ideológica. Por ello, "si en el futuro deseamos existir como nación debemos luchar porque se reconozca la importancia de la cultura en la construcción cotidiana del proyecto del país en la cual juega un doble papel fundamental: por una parte, contribuye al rescate del sentido profundo y humano del desarrollo fortaleciendo la conciencia propia, y por otra, hace posible la realización del proyecto nacional".⁽¹⁹⁾

De aquí, la importancia estratégica de reactivar prioritariamente el liderazgo del estado desde su avanzada cultura y no desde las simples trincheras económicas tradicionales que lo que hacen es subordinar la vocación de expansión universal del espíritu nacional a las necesidades coyunturales de reproducción del capital. No podemos olvidar

que no hay nación que se desarrolle que no tenga una conciencia nacional fuerte y en ese sentido detrás del nacionalismo mexicano existe una ausencia de integración nacional.

Por ello, ante el sistema de contenidos de los medios de comunicación electrónicos altamente desintegradores del país, pues no fomentan la participación democrática, ni la expresión de la pluralidad de opiniones, y por lo tanto, la formación de una conciencia crítica, la única forma de enfrentar la vertiginosa transformación mental que se nos viene con la liberación de fronteras, es la construcción de una sólida política nacionalista de comunicación para el país. Política que debe elaborar un fuerte espíritu nacional a través del reconocimiento autocrítico de nuestras limitaciones como sociedad y de la aceptación profunda de lo que somos para ser lo que tenemos que ser. 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 y consumistas que en el campo del desarrollo se esfuerzan por proponernos los países avanzados para fortalecer su estructura de acumulación material.

Ante esta situación, es necesario tener presente que para realizar con éxito las metas que pretende alcanzar el "moderno estado mexicano", es necesario aplicar muchas acciones administrativas, legislativas, políticas, infraestructurales, organizativas, etc., pero además de estas actividades a nivel material, es indispensable ejecutar intensos y muy sólidos proyectos culturales orgánicos que respalden las acciones de gobierno y desarrollo nacional. Para ello, es central que el estado mexicano abandone sus tradicionales desviaciones "aristocráticas", "folkloristas", "elitistas" y "culturalistas" que ha practicado durante varias décadas y que han entendido la acción cultural en un sentido restringido como la expresión de las sensibilidades más refinadas en todas las órdenes de las artes y del conocimiento; y la replantee ahora en un sentido amplio como la producción de una nueva cultura orgánica que responda a las principales problemáticas cotidianas que la sociedad mexicana tiene que resolver para sobrevivir.

Cultura orgánica, que supere la simple acción de alfabetizar, incrementar el nivel cuantitativo de la matrícula escolar básica, ampliar la educación forma, atender eficientemente los trámites instructivos, etc., y que prioritariamente, se oriente a propiciar el desarrollo del país

a través de la creación de mayores niveles de conciencia sobre nuestras trabas que nos impiden crecer como sociedad. Situación que políticamente, hoy día, cuenta con mayor margen para producirse desde el momento en que este gobierno al pasar el control de los medios de comunicación estatales de la Secretaría de Gobernación (acción legitimadora) al Consejo Nacional de Cultura y de las Artes dependientes de la Secretaría de Educación Pública (acción formadora), les ha devuelto la verdadera naturaleza que les corresponde y el único sentido que los puede justificar: su vocación educativa. En términos de historia global, pensamos que este cambio podría ser equivalente en el terreno cultural a la nacionalización petrolera, pues es haberle expropiado las orientaciones equivocadas que han adoptado los medios de comunicación gubernamentales durante décadas para crear ahora las bases políticas que permitan un nuevo despegue y florecimiento mental del país. Horizonte que de aplicarse en la actualidad en toda su dimensión posibilita la creación de una nueva era de cultura colectiva de la sociedad mexicana.

Esto quiere decir que una pieza estratégica para que el nuevo proyecto de desarrollo del nuevo gobierno pueda echar verdaderas raíces económicas y políticas en la población para alcanzar, a nivel elemental, las metas propuestas ante 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 nacional para gobernar en el terreno ambiental, productivo, organizativo, urbano, de explotación de recursos naturales, de empleo, de vivienda, de energéticos, de agua, de salud, de participación, de generación de alimentos, etc.

Esto implica, que ante el momento actual que vivimos de derrumbe y no auge del país, el estado debe orientarse prioritariamente a la formación de una cultura global para la sobrevivencia nacional y no para los goces exquisitos de la elite artística de nuestra sociedad. Hay que tener muy presente que el único sentido que puede tener el arte y la cultura es el de incrementar los niveles de humanización de los hombres y no el de hacerlos más ajenos de sí mismos. Tenemos que combatir firmemente la posición que, en aras de salir "más rápidamente de nuestro subdesarrollo mental", el estado ha generado en diversas ocasiones, al propiciar la cultura por la cultura o el arte por el arte eliminando su relación con nuestras grandes contradicciones sociales.

Creo que hoy los recursos poéticos, musicales, dancísticos, teatrales, literarios, escultóricos, plásticos, etc., de nuestra intelectualidad nacional exigen ser orientados para contribuir a resolver los grandes problemas de crecimiento que nos estancan como país y no a su simple y dispersa manifestación espontánea. En otros términos, la fase de despertar nacional por la que atraviesa nuestra república demanda que la belleza, el arte, la sensibilidad y la estética estén al servicio del cambio social y no a la disposición de la egolatría, el individualismo y el narcisismo como ha sido la tendencia mayoritaria que se ha seguido en las últimas décadas por los proyectos culturales.⁽²⁰⁾

Ello significa, que el estado mexicano debe fundamentalmente canalizar la mayoría de su energía financiera, material, artística y espiritual a la producción de una nueva cultura agrícola para la producción de alimentos que disminuya las más de 9 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 local que aminore la migración de más de 10 mil personas diarias a las principales ciudades del país. Una nueva cultura forestal que disminuya la erosión de más de 500 mil hectáreas anuales que destruye 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 16,000 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 femenina que permita la amplia participación social de las mujeres mexicanas que son el 50% de la población nacional. Una nueva cultura energética que nos lleve a vivir lo más justamente la transición por la que atraviesa el país al pasar de la era del petróleo a otra fase de desarrollo motriz. Una nueva cultura nutricional que posibilite disminuir la inanición en más del 60% de la población nacional, especialmente infantil, que permanentemente vive sin los mínimos alimenticios requeridos para sobrevivir. Una nueva cultura de la organización que integre alrededor de nuestros conflictos sociales básicos, a los 85 millones de habitantes que somos, pues somos una sociedad que está por organizarse. Una nueva cultura que permita valorar y amar pro-

fundamente lo mexicano para firmar nuestra cada vez más débil identidad nacional y evitar la rapidísima pérdida de nuestro proyecto cultural del país ante la apertura de fronteras. Una nueva cultura para las emergencias nacionales, especialmente, de naturaleza sísmica en el valle de México cuando sabemos que los especialistas sismólogos de la Universidad Autónoma de México han anticipado la presencia de fuertes movimientos de capas telúricas para este y los próximos años como ya se comprobó, una vez más, con el temblor de 7 grados en la escala de Richter del 25 de abril de 1989,⁽²¹⁾ etc.

Hoy, es indispensable considerar que 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 que actualmente vivimos. En esta 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 la apertura a la inversión extranjera, del adelgazamiento gubernamental, de las modificaciones de la retórica oficial, etc., 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 no de las simples respuestas coyunturales atrevidas que se pretendan implementar en el terreno económico y político. Por lo que es indispensable construir, a través de los canales de información, nuevos valores que produzcan una nueva visión cotidiana sobre nuestras personas, nuestras vidas, nuestra nación, nuestra historia y sobre la misión del hombre en el planeta tierra.

Perspectiva que hasta el momento sólo ha sido concebida por el estado de forma muy limitada cuando exclusivamente a nivel teórico se ha pretendido atender la efervescencia política y la macro concentración urbana en el Valle de México y el nuevo 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 del país, marginando una enorme cantidad de realidades prioritarias que también deben ser urgentemente atendidas por la acción cultural del gobierno y del sector civil.

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, se gobernará en una atmósfera esquizofrénica pues la cabeza del ente social, en el mejor de los casos, pensará en los valores de las exquisiteses sensoriales, mientras el cuerpo masivo luchará por sobrevivir en el crudo remolino de la realidad nacional.

Por lo mismo, de no producirse esta cultura orgánica y democrática 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, etc., si antes no se produce una verdadera cultura orgánica y plural que incremente los niveles de claridad y de compromiso grupal de la población frente a los grandes problemas nacionales que nos ahogan. Esto es, de no generarse esta orientación de conocimiento orgánico y sólo impulsar una línea de elite intelectual y artística, el estado posibilitará la acumulación de una sensibilidad más refinada para el país pero que, finalmente, no podrá ser aprovechada extensivamente por nuestra sociedad, pues el hambre, el desempleo, la violencia, la neurosis, la contaminación, la enajenación, la pobreza, la hacinación, etc., en una palabra la deshumanización que cada vez más se acentúa en nuestra república, serán los jinetes del apocalipsis que harán inaccesibles todos estos deleites para la mayoría nacional. No se puede volver a repetir en el país la situación de Bizancio en la antigüedad que permitió que mientras los bárbaros atacaban la ciudad de Constantinopla sus "sabios" discutían con todo rigor si los ángeles tenían o no alas.

En otros términos, esto quiere decir que para que la propuesta global de avance del nuevo ejecutivo se pueda realizar, además de la creación de los 3 acuerdos nacionales fijados por el presidente Salinas de Gortari (acuerdos para la ampliación de nuestra vida democrática, acuerdo para la recuperación y estabilidad económica y acuerdo para el mejoramiento productivo del bienestar popular), ahora es indispensable crear un cuarto acuerdo nacional para el cambio mental del país a través de los medios de comunicación y de otros órganos culturales. Esto significa, que así como en su proceso de modernización el estado mexicano para garantizar su soberanía en el terreno de la dirección económica ha declarado como áreas estratégicas a "Petróleos Mexicanos, la Petroquímica Básica, la Comisión Federal de Electricidad,

Minerales Radioactivos, Generación de Energía Nuclear, Ferrocarriles, Correos, Comunicación vía satélite, e instituciones fundamentales como Conasupo",⁽²²⁾ ahora ante el proceso de apertura de fronteras culturales vía las nuevas tecnologías de información, para que el estado mantenga su soberanía ideológica, es indispensable que eleve a nivel de ubicación estratégica la acción cultural, la identidad nacional y sus instrumentos de materialización colectiva como son los medios de comunicación masivos. De lo contrario, el proceso de modernización del país 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 crecimiento se trata?⁽²³⁾

Por eso, mientras los medios de comunicación, y en especial la televisión no produzcan en sus auditorios un profundo cambio mental a nivel cultural, el estado seguirá gobernando contra la inercia ideológica de las masas frente a los grandes problemas nacionales y el único respaldo con que contará para concertar la voluntad de las mayorías alrededor de su propuesta de cambio, serán los aparatos logísticos, administrativos, policiales y militares. Esto es, de no producirse a través de los medios de comunicación una nueva cultura global para el avance del país, las acciones de modificación estructural de la sociedad mexicana tendrán que realizarse por medio de la intervención de los recursos burocráticos y represivos pues no se contará con los respaldos de transformación mental que son quienes, a final de cuentas, creo que aceleran o retardan las evoluciones sociales.

Por lo mismo, de no efectuar esta tarea el estado vía los medios de comunicación, y dedicarse principalmente al deleite de los refinamientos sensitivos, los organismos culturales se convertirán en entidades de adorno del estado mexicano y desaprovecharán la oportunidad histórica que la sociedad les ha construido para corregir el rumbo del espíritu nacional hacia una nueva fase superior de claridad colectiva. Visto en términos globales será como haber utilizado los recursos que nos dio la expropiación petrolera para construir exclusivamente vitrinas de lujo con las flores y aromas más exóticos del planeta. Desperdicio de espacio que será aprovechado por otros organismos nacionales y transnacionales para propiciar el desarrollo cultural del país desde los intereses mercadológicos voraces de la acumulación de capital y no desde su crecimiento social y humano.

Por eso, para corregir la dirección de nuestro espíritu nacional hoy es estratégicamente fundamental incluir el papel que ocupan los medios de comunicación electrónicos, y particularmente de la televisión. Dentro del examen, diseño y realización de las políticas

culturales, pues es desde estos desde donde se está construyendo cotidianamente con mayor fuerza el proyecto mental de la república. Dada la pérdida de la rectoría cultural de la sociedad mexicana por parte del gobierno, actualmente, es razón de estado el que este y la sociedad civil organizada planifiquen el funcionamiento de los medios de comunicación para el desarrollo del país. Hay que considerar que debido a la aceleradísima crisis global que vivimos de nada servirá intentar corregir los pies económicos, los brazos tecnológicos, las manos laborales, el estómago agropecuario, los pulmones ecológicos del país, etc., si no modificamos el alma que le da vida a nuestra sociedad, pues el cuerpo tarde o temprano, se volverá a desmoronar y, cada vez más, con mayor profundidad

NOTAS

1 Salinas de Gortari, Carlos: "Nos modernizamos o el cambio mundial amenaza al país: Salinas", *Excélsior*, 11 de abril de 1989. Para ampliar este panorama consultar: Urge modernizar todo el aparato productivo en bienes y servicios. *Excélsior*, 8 de octubre de 1988; describe los esfuerzos de México por integrarse a la economía mundial la carta de intención al FMI, *Excélsior*, 25 de abril de 1989; no será irrestricta, ni se hará de golpe la apertura comercial. CSG. *Excélsior*, 28 de abril de 1989; está agotado el modelo fácil, *Excélsior*, 9 de mayo de 1989; en marzo la economía del país estará lista para su desregulación: Córdoba, *Excélsior*, 21 de junio de 1989; ni liberalismo a ultranza, ni estatismo ultrajante; Zedillo. *Excélsior*, 30 de junio de 1979; Sucumbió el paternalismo hoy se necesita eficiencia; peligran los avances por el déficit en paraestatales; *Excélsior*, 28 de julio de 1989; La apertura comercial es una decisión permanente: Secofi. *Excélsior*, 16 de agosto de 1989.

2 Al respecto revisar en 1992 el país debe estar abierto a la comunidad económica europea. *Uno más uno*, 23 de abril de 1989; Ofrece Europa a México más inversiones y abre sus mercados a nuestros productos. *Uno más uno*, 21 de mayo de 1989; Estamos listos para enfrentar el reto del mercado único en 1992. *Excélsior*, 27 de mayo de 1989; Los logros de la gira de CSG por Europa base para construir un México moderno: *Uno más uno*, 16 de julio de 1989; Viaje de Carlos Salinas. *Uno más uno*, 18 de julio de 1989.

3 Al respecto revisar el acuerdo de libre comercio entre Estados Unidos y Canadá. *Revista Comercio Exterior* vol. 39 No. 4, abril de 1989. México, D.F., p. 339-347.

4 "Más nexos con la Cuenca del Pacífico", *Uno más uno*, 28 de abril de 1989; "La hegemonía en el sistema capitalista empieza a desplazarse hacia el Pacífico". *Excélsior*, 3 de mayo de 1989; "La Cuenca del Pacífico: Un nuevo espacio estratégico". *Uno más uno*, 4 de mayo de 1988; "Vitalidad regional; Cuenca del Pacífico". *Excélsior*, 14 de mayo de 1989; "Latinoamérica está lejos del Pacífico", *Uno más uno*, 19 de agosto de 1989.

5 Saxe Fernando, John: "Integración y modernidad: conceptos muy manoseados". *Excélsior*, 26 de abril de 1989. Para ampliar este punto consultar: "Sería fatal para México la formación de un mercado común norteamericano". *Excélsior*, 28 de marzo de 1989; "Apertura comercial y estructura de la protección en México". *Revista Comercio Exterior* vol. 39 No. 43, abril de 1989, México D.F. p. 312-329; Rolando Cordera: "El gobierno ha recuperado la iniciativa política". *Uno más uno*, 24 de mayo de 1989; "Estamos preparados para la nueva etapa política desde el cerro de la silla". *Uno más uno*, 28 de mayo de 1989; Luiselli, Casio: "México: Rumbo a Estados Unidos". *Revista Nexos* No. 137, mayo de 1989, p. 45 a 50.

6 "Nuestro retraso social, no tecnológico". *Excélsior*, 30 de mayo de 1989.

7 Concepción del expresidente Ronald Reagan.

8 Discurso presentado por el Lic. Fernando Solana, titular de la Secretaría de Relaciones Exteriores en la sesión de apertura de la VII Reunión binacional México-Estados Unidos, en Tlatelolco, México, "Nada a costa de nuestros valores". *Excélsior*, 8 de agosto de 1989.

9 "Declaración de Quito sobre el espacio audiovisual latinoamericano", firmada por el gobierno mexicano y otros 14 países de la región el 10 de marzo de 1989 en Quito Ecuador. *Video red*. Año 2, No. 5, abril-mayo de 1989, Lima, Perú.

10 "Anuncio de servicio de importación de víveres". *Excélsior*, 20 de septiembre de 1989.

12 "Política cultural y modernización": boletín *En marcha*, publicación del Movimiento del Pueblo Mexicano, No. 2, agosto de 1989, México, D.F. p. 32.

13 Al respecto consultar los objetivos asignados a la cultura y el arte en el punto 6.2.7 del Plan Nacional de Desarrollo. *Plan Nacional de Desarrollo* de 1989-1994, obra cit.

14 "Decreto constitutivo del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes". *Diario Oficial* No. 4, tomo CDXII, órgano oficial de la Federación, 7 de diciembre de 1988, México, D.F., p. 11 a 14. Para ampliar este aspecto consultar la entrevista que Antulio Sánchez y Patricia de Leonardo le realizan al Lic. Victor Flores Olea. "El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes un órgano coordinador". *Revista Topodrillo* No. 6. *La cultura en México*. Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Ixtapalapa, México, D.F., verano de 1989, p. 29 a 35.

15 "No hay política definida para financiar la televisión estatal". *Excélsior*, 29 de abril de 1986; "Autosuficiencia la meta de lmevisión". *Uno más uno*, 22 de mayo de 1987; "La televisión estatal, un eficaz instrumento al servicio de la nación: Marentes". *Excélsior*, 18 de junio de 1987; "La disputa por el teleauditorio". *Revista Expansión*, No. 483, vol. XX, febrero de 1988, México, D.F.

De sus anunciantes simplemente 7 de ellos: Chrysler, Bancomer, Banamex, Colgate, Volkswagen, Nissan y Bimbo, invirtieron en 1988 en la televisión de estado cerca de 20 mil millones de pesos. Florence Toussaint. "La política informativa de lmevisión coordinada por la coordinación de comunicación social de la presidencia; Alvarez Lima". *Revista Proceso* 644, 6 de marzo de 1989, México, D.F., p. 48 y 49.

16 "lmevisión informa... 9 puntos". *Uno más uno*, 4 de marzo de 1990.

17 Sobre este punto el director de lmevisión señala que el consorcio "aspirará a no ser una carga financiera para el estado, sino a incrementar la calidad de las transmisiones para ser un medio eficaz en la promoción de productos y servicios, para ser una empresa próspera financieramente hablando... ante todo lmevisión busca ser una compañía prósperamente rentable, por lo cual el perfil de los canales de la emisora será el de una televisión de calidad que tienda a convertirse en un atractivo para las inversiones publicitarias". "La primera competencia que debemos ganar debe ser ante nosotros mismos: Alvarez Lima", *Uno más uno*, 11 de diciembre de 1988.

18 "La televisión estatal debe reflejar mejor la realidad plural del país; Alvarez Lima". *Uno más uno*, 31 de enero de 1989.

19 *Políticas de financiamiento de la cultura*. Obra cit. p. 5.

20 Al respecto esto se confirma a través de la renuncia del director de la Casa de la Cultura de Juchitán, Oaxaca, quien señala que después de 10 años claudica a su cargo porque "estoy desencantado porque el bello proyecto de los amigos se canceló por chismes, por mezquindad humana. Los intelectuales se pelean entre sí y se llevan entre las patas el proyecto cultural de un pueblo". "Renuncio a la Casa de la Cultura porque ahora cuido paredes". *Uno más uno*, 21 de abril de 1989.

21 Datos presentados en el programa radiofónico de Tomás Mojarro Palabras sin reposo, Radio UNAM, 25 de abril de 1989.

22 Salinas de Gortari, Carlos: Primer Informe de Gobierno, Secretaría de la Presidencia. *Excélsior*, 2 de noviembre de 1989; cuarta parte de la sección A. p. 2.

23 Curiosamente cuando se trata de autonomía el Estado protege aquellos sectores que le parecen estratégicos para no perder su rectoría como es el abasto a las ciudades y otras áreas medulares, pero no cuando se refiere a cultura y comunicación que los entrega a las libres fuerzas del mercado. Consultar: "No está a discusión la rectoría del estado en el abasto". *El Día*, 29 de marzo de 1989.