



comunicación,
globalización
y
política

claudia benassini, luis alfonso guadarrama, jaimé
cornelio, José guadalupé figueroa, lorena yarza,
eduardo sandoval forero, edel cadena, javier esteinou

1995

"Año de Sor Juana Inés de la Cruz"

1ª edición

© Derechos Reservados

Universidad Autónoma del Estado de México
Instituto Literario 100 Ote, Toluca, Estado de
México, c.p. 50000

ISBN 968-835-299-3

Impreso en México

Printed in México

Comunicación Globalización y Política

- Claudia Benassini Félix
Reflexiones sobre la Programación Televisa en el Contexto de la Globalización de las Comunicaciones 7
- Luis Alfonso Guadarrama Rico
Televisión en México: perfiles y nuevas contiendas 23
- Jaime Comelio Chaparro
Televisión y Poder. apuntes para una historia de la televisión en México 1950-1980 57
- José Guadalupe Figueroa Soria
Políticas de Comunicación ¿en una época de cambios? 99
- Lorena Yarza Díaz
El Acceso Inequitativo de los Partidos Políticos a los Medios de Comunicación Regional 115
- Eduardo Andrés Sandoval Forero
Movimiento Indígena y Medios de Información 131
- Edel Cadena Vargas
Neoliberalismo, Guerrilla, Elecciones y Medios de Comunicación en México 147
- Javier Esteinou Madrid
Los Proceso de Comunicación ante la Integración Trilateral 163

Los Proceso de Comunicación ante la Integración Trilateral

Javier Esteinou Madrid

Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco

Cuestionamientos ante la internacionalización cultural

El nuevo modelo de crecimiento neoliberal que ha elegido seguir la sociedad mexicana desde principios de los años 80s. para salir de la crisis estructural que la ha envuelto en las últimas décadas; ha ocasionado que esta se adentre en un nuevo panorama histórico de inevitable globalización de la economía nacional, de formación de modernas zonas hegemónicas y del establecimiento creciente de los principios de mercado en todos los órdenes de nuestra sociedad para dirigir los procesos sociales, especialmente, con la formación del Tratado de Libre Comercio ente México, Estados Unidos y Canadá.

Es por ello, que ante la presencia de este nuevo horizonte de desarrollo histórico creemos que es central y urgente preguntamos 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 vinculamos de forma acelerada al mercado internacional sin planificar el uso de nuestros medios de comunicación, especialmente, televisivos?. ¿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, con el Tratado de Libre Comercio, se incrementará la saturación ideológica de nuestra base cultural por medio de la acción de las redes de televisión y del complejo del video de los nuevos bloques comerciales que actuarán sobre nuestra sociedad?. ¿Cómo conservar el proyecto cultural independiente del Estado Nación Mexicano en una atmósfera de creciente globalización comunicativa, de apertura de fronteras mentales y de formación de culturas supranacionales?. ¿Qué va a ganar y qué va a perder culturalmente México con la firma del Tratado de Libre Comercio?. ¿Qué tanto la nueva estructura cultural e informática que está creando la modernidad, sirve para que nuestra sociedad verdaderamente se desarrolle y crezca material y espiritualmente?. ¿Qué aspectos de la cultura nacional deben ser negociados y cuales no ante el Acuerdo Trilateral de Libre Comercio?.

Dé aquí, la necesidad urgente de reflexionar sobre el papel que debe ejercer nuestra cultura y la acción de los medios de comunicación, para desempeñar una función en pro del desarrollo nacional y humano del país; pues el proceso de la globalización mundial nos lleva, cada vez más, a la creación de un nuevo orden cultural que modifique los contenidos y las fronteras ideológicas de los actuales Estados nacionales. De lo contrario, 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 que está produciendo esta nueva fase del desarrollo de la sociedad capitalista internacional.

Es por ello, que hoy día consideramos prioritario descubrir cuáles son las principales posiciones políticas que exis-

ten en el país frente a estos cambios y cuáles son las grandes tendencias de transformación que están experimentando los medios de comunicación y la estructura de valores nacionales ante el establecimiento de este fenómeno trilateral de globalización cultural con la aplicación de los principios del mercado en el ámbito mental. Todo ello, con el fin de construir las alternativas de concepción y acción necesarias para enfrentar y asimilar este moderno fenómeno de manera más madura.

Tendencias político sociales ante el Tratado de Libre Comercio

Observando la dinámica de incorporación acelerada al proceso de globalización mundial que el gobierno mexicano siguió con las negociaciones para establecer el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá, constatamos que dentro de la gama de tópicos de acuerdos éste le dio gran importancia a la atención de diversas áreas como fueron la transferencia tecnológica, la protección de la propiedad intelectual, la apertura financiera, la precisión de los principios de origen, la desgravación de cientos de aranceles, la formalización de las reglas del intercambio de mercancías, la protección intelectual, la reglamentación de los flujos de capital, la transformación jurídica, los acuerdos paralelos, etc.; y no le prestó atención a la función estratégica que debería ocupar nuestra cultura dentro de este acuerdo trilateral, dejándola al designio del libre juego de las reglas del mercado. Esta realidad, ha producido un doble efecto político en la sociedad mexicana: por una parte, ha generado un sector social que sostiene que no acontecerá nada debido a que contamos con una sólida estructura cultural de Nación que nos proviene de nuestras raíces milenarias; y por otra, ha creado un sector político que piensa que sí es muy delicado el proceso de apertura, y que por consiguiente, habría que encararlo con sumo cuidado.

Debido a ello, es muy necesario analizar cuáles son las diversas posiciones político sociales que existen respecto a esta nueva influencia comunicativo-cultural en nuestra sociedad, para desde estas construir las propuestas de concepción y prácticas que equilibren este fenómeno que introduce la nueva dinámica de la modernidad. Dentro de este ámbito, podemos decir que básicamente existen dos posturas ante dicho fenómeno: el consenso a favor y el consenso en contra de la aplicación del Tratado de Libre Comercio en el campo de la comunicación y la cultura nacional.

El consenso a favor

En la superficie simbólica de la sociedad mexicana los discursos oficiales del gobierno y de algunos de los grandes empresarios han formado un consenso a favor de las bondades del Tratado de Libre Comercio en el terreno cultural y comunicativo señalando que con la presencia de este Acuerdo Trinacional nuestra base cultural, informativa y de identidad, no será modificada; sino al contrario, se consolidará y desarrollará más. Así por ejemplo, frente a las demandas de numerosos intelectuales que ante las declaraciones de la contraparte negociadora norteamericana, Carla Hills, señalaron que el Tratado de Libre Comercio sí incluiría a la cultura, solicitaron al Estado mexicano que se esclareciera esta situación¹; el Director de las Negociaciones Mexicanas

-
- (1) La educación pública superior se pierde: Hay que defenderla. ¡Por un nuevo acuerdo social para la educación superior!, Uno Más Uno, 8 de octubre de 1991; ¿El TLC una amenaza para la cultura mexicana?, La Jornada, 8 de septiembre de 1991. Ampliando las mismas demandas a América Latina en noviembre de 1991 la "Conferencia Latinoamericana Sobre el Tratado de Libre Comercio, la Iniciativa de las Américas y la Integración Latinoamericana", a través de la "Declaración de México" solicitó en su octava conclusión que "es urgente la apertura y la profundización del espacio cultural latinoamericano, pues es la clave maestra y el alma de la integración regional. Ello, con el fin de preservar, enriquecer, y consolidar las raíces étnicas y culturales de nuestros pueblos y nacionales en el pleno

del T.L.C., Jaime Serra Puche, señaló que dentro de las gestiones efectuadas "la cultura no era importante, y por consiguiente, no habría que preocuparse".²

Posteriormente, para corregir esta posición se indicó que "la cultura no era preocupante en las negociaciones del Tratado de Libre Comercio debido a que la cultura mexicana posee una solidez que le viene de la herencia cultural de los mexicanos".³ Más adelante la Secretaría de Comercio indicó que "la firma del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá no menguarán la soberanía ideológica",⁴ o

respeto de su riquísima variedad; pero en la perspectiva convergente de perfilar sólidamente la identidad común de todos los latinoamericanos, garantía esencial de nuestra autoestima y de nuestro destino común". "Es en esta perspectiva que exigimos que la educación, la cultura y la comunicación deben ser excluidas de cualquier acuerdo comercial que se establezca con países ajenos a la región latinoamericana, señalando que cultura, educación y comunicación son parte sustantiva del modelo de desarrollo y de integración respetuosa de la idiosincrasia y de la autodeterminación de los pueblos". Declaración de México, La Jornada, 21 de noviembre de 1991.

- (2) Tratado de Libre Comercio o integración subordinada, Excélsior, 18 de agosto de 1991; El TLC: ¿Una amenaza para la cultura mexicana?, La Jornada, 8 de septiembre de 1991; Por el momento Estados Unidos dejó de lado el tema cultural, El Financiero, 26 de septiembre de 1991; La educación pública superior se pierde Hay que defenderla. i Por un nuevo acuerdo social para la educación superior!, Uno Más Uno, 8 de septiembre de 1991.
- (3) Culturalmente ¿Qué gana o que pierde México ante el TLC? (Primera parte), El Financiero, 14 de octubre de 1991.
- (4) Los atrasos económicos y tecnológicos provocan la pérdida de soberanía e identidad, El Financiero, 20 de junio de 1991, No menguará el TLC soberanía ni cultura: Serra Puche, El Financiero, 21 de junio de 1991. Esta posición ha llegado a tal extremo, que el titular de la Secretaría de Comercio, el Lic. Serra Puche, ha declarado que en las negociaciones del Tratado de Libre Comercio el caso de la cultura no es importante. Es más, se indica que dentro de éste contexto trilateral "no hablamos del problema de la cultura, sino de que haya programas. Tenemos nuestras restricciones, los americanos y los canadienses las suyas. Lo que es cierto es que el cambio tecnológico está ocurriendo a una velocidad tal que será muy difícil detener programaciones porque van a llegar por medio de antenas parabólicas. Entonces eso es cosa de sentarnos a ver este asunto con una actitud

que México cuenta "con 30 siglos de cultura que nutren nuestra identidad nacional y por consiguiente nuestras bases culturales no están en peligro".⁵

En la misma perspectiva el Poder Ejecutivo indicó que estos son "tiempos de cambio y reafirmación cultural, para sin chauvinismos ir al encuentro del mundo como Nación independiente".⁶ El ex director del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA) Víctor Flores Olea, quien subrayó que es necesario descartar "absolutamente" que el T.L.C. se convierta en una amenaza para la cultura mexicana, por lo que ante el proceso de integración comercial de nuestra sociedad con Norteamérica, no debemos aferrarnos a nociones preconcebidas de identidad nacional.⁷ La Presidencia de la República quien señaló que la "apertura a los mercados mundiales y la participación en el concierto de las naciones nos obliga a afirmar lo propio"⁸, o que el proyecto económico "no sólo se basa en el interés eficientista de sólo elevar la producción, sino de respetar la dignidad y las costumbres del país".⁹

El Rector de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), José Sarukhán quien afirmó que "sin pregonar nacionalismos aldeanos la mejor manera para que el país se integre a un mundo como el de hoy, que exige el abatimiento de fronteras, es conservar su identidad, ya que en

moderna". México no acepta un TLC con sólo buenas intenciones, Excélsior, 12 de septiembre de 1991.

- (5) El síndrome de O.G. Mandino, El Financiero, 19 de junio de 1991.
- (6) Primacía y prioridad de la cultura, Excélsior, 25 de junio de 1991.
- (7) "Absolutamente" ninguna amenaza a la cultura en el Tratado: Flores Olea, Excélsior, 27 de septiembre de 1991.
- (8) Los retos entre México y EU los resolveremos mejor amparados en el encuentro de muestras culturas, Uno Mas Uno, 2 de octubre de 1990.
- (9) Respetar dignidad y costumbres, no sólo elevar la producción: Salinas, El Financiero, 9 de agosto de 1991.

nuestras culturas residen nuestras mejores reservas".¹⁰ El embajador de México en Estados Unidos, Gustavo Petricioli, quien observó que "el Acuerdo de Modernidad afectará política, económica, e incluso, culturalmente a la sociedad mexicana, sin por supuesto perder nuestra identidad nacional".¹¹ El Director del Colegio de la Frontera Norte, Jorge Bustamante, quien sostuvo que "la integración no implica que el país pierda sus patrones culturales".¹² El ex director del Partido Revolucionario Institucional, Luis Donaldo Colosio, quien agregó que en el marco de la globalización "México enfrentará cambios y transformaciones; pero siempre y cuando no se atente contra los principios, valores o la propia integridad nacional".¹³

El Subsecretario de Relaciones Exteriores, Javier Barros Valero, quien expresó que nuestra identidad es irrenunciable, y por ello, ascendremos nuestra personalidad cultural incrementando intercambios con otras naciones.¹⁴ El Ex-Gobernador de Michoacán, Genaro Figueroa Zamudio, quien anunció que el establecimiento del Tratado Trilateral "no representa riesgo alguno para que los mexicanos perdamos nuestra identidad cultural, sino al contrario es una oportunidad para que conservemos el patrimonio que hemos heredado".¹⁵ La Secretaría de la Presidencia quien señaló que en el

(10) Preservar la identidad sin chovinismos: Sarukhán, Excélsior, 9 de octubre de 1990.

(11) El TLC nos afectará política, económica e incluso culturalmente: Gustavo Petricioli, Excélsior, 26 de junio de 1991.

(12) La integración no implica cambio de identidad: Bustamante, Excélsior, 21 de junio de 1991, Urge reestructuración en nuestra música, Excélsior, 18 de julio de 1991.

(13) Cambios que no afecten valores e integridad nacional: Colosio, Excélsior, 21 de septiembre de 1991.

(14) Nuestra identidad irrenunciable: Barros Valero, Excélsior, 11 de septiembre de 1991.

(15) El TLC no hará perder la identidad cultural a México: Genovevo Figueroa

"proceso de interrelación de México con la economía más grande del mundo, nadie borrará nuestras fronteras".¹⁶ El Senador Miguel Alemán Velasco quien afirmó que la apertura comercial traerá muchos beneficios como el "reforzar el estilo de televisión pública".¹⁷ El Ex Secretario de Relaciones Exteriores, Fernando Solana, quien comentó 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".¹⁸ Y de la firma oficial por parte del gobierno mexicano de convenios internacionales que indican "que es imperativo el establecimiento de políticas nacionales de comunicación que resguarden la pluralidad cultural, reafirmen la soberanía nacional y movilizan la participación de la comunidad".¹⁹

El consenso en contra

No obstante que en la fachada de nuestra sociedad se presentan múltiples declaraciones oficiales e institucionales que sostienen la intrascendencia de las repercusiones del Tratado de Libre Comercio sobre nuestras culturas y comunicaciones nacionales; en el fondo de nuestra dinámica de vida cotidiana se constata una gran preocupación de muchos

Z, Uno Más Uno, 9 de octubre de 1991; No perderá México su identidad cultural con la firma del TLC, El Día, 9 de octubre de 1991.

- (16) CSG: Nadie borrará nuestras fronteras, La Jornada, 30 de septiembre de 1991.
- (17) La senaduría, al margen de los intereses de la TV: Miguel Alemán, El Financiero, 20 de junio de 1991.
- (18) 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 Tlaltelolco, México. Nada a costa de nuestros valores, Excélsior, 8 de agosto de 1989.
- (19) 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.

sectores políticos, empresariales, académicos, intelectuales, sociales y otros más por las serias consecuencias que representa este fenómeno globalizador sobre nuestra base de identidad, reconocimiento y espiritualidad nacional.

Dramática y preocupante transformación cultural del país ante el Acuerdo Trilateral de Libre Intercambio que es compartida por otro amplio grupo de dirigentes públicos y privados nacionales e internacionales que plantean la necesidad de abordar esta realidad con sumo cuidado y responsabilidad, evitando todo rasgo de frivolidades y superficialidades en su asimilación. Dentro de los representantes de esta corriente figura Héctor Larios, Presidente de la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX), quien señaló que ante la presencia del Tratado de Libre Comercio "tenemos que reforzar nuestra identidad por medio de programas educativos y el fortalecimiento de los valores familiares para no sufrir la contaminación de las dos culturas: la norteamericana y la canadiense. Así, ayudaremos a que la juventud no se pierda en la drogadicción o en la desintegración de la célula social".²⁰ El Presidente del Centro Empresarial de Jalisco, quien indicó que "como pueblo hispanoamericano enfrentamos una amenaza invisible al tener contacto con culturas sajonas, que pueden trastocar los valores que nos han distinguido como pueblo".²¹

El Secretario de Educación Pública de Estados Unidos, Lamar Alexander, quien declaró que "el Tratado dislocará el sistema educativo de México y Estados Unidos en la zona fronteriza, por lo que será necesario que ambos gobiernos instrumenten los programas que sean necesarios durante el

(20) Reforzar nuestra identidad frente al TLC, Excélsior, 3 de junio de 1991.

(21) En riesgo los valores culturales ante la apertura: Empresarios de Jalisco, El Financiero, 8 de julio de 1991.

periodo de transición para aminorar los efectos del acuerdo comercial".²² El Primer Ministro de Checoslovaquia, Vaclav Havel, quién expresó que ante el TLC "confío en que México no pagará por su futura prosperidad perdiendo su único carácter cultural y que reforzará su posición de primera fila en la región latinoamericana".²³ El ex director de la Confederación Patronal de la República Mexicana, Jorge Ocejo Moreno, quien subrayó que "por el Acuerdo podemos ser víctima, en el corto plazo, de nuevos sistemas de vida y de una transculturización que intente violentar o cambiar los valores tradicionales que nos han hecho existir como Nación".²⁴

El Ex Procurador de la República, Sergio García Ramírez, quien indicó que "ante la modernidad hay que conservar incólume una identidad que comienza a evadirse. Hoy, no se trata solamente de luchas militares o económicas, sino de un profundo trabajo del espíritu. La contienda ocurre en el campo de la cultura y con sus medios característicos. Ahí será donde nos ganemos o nos perdamos".²⁵ El presidente de la empresa Consultores Internacionales, Julio A. Millán, quien subrayó que "los mexicanos no debemos perder de vista que estamos ante un embate brutal de un materialismo egoísta en general, y por lo mismo, no es necesario modificar el rumbo ni considerar el cambio como objetivo; sino que es un medio para alcanzar el desarrollo integral tan anhelado".²⁶

(22) "Dislocará" el TLC los sistemas educativos de EU y México, sobretodo en la zona Fronteriza, *El Financiero*, 9 de octubre de 1991; Con el TLC se dislocará la educación fronteriza de EU, *La Jornada*, 9 de octubre de 1991; Se dislocarán las instituciones educativas de la frontera con el TLC: Alexander, *El Sol de México*, 9 de octubre de 1991.

(23) Consolidar la cultura nacional, *Excélsior*, 7 de julio de 1991.

(24) Asechanza invisible sobre México, *Excélsior*, 11 de marzo de 1991.

(25) El dilema de México, *Excélsior*, 6 de junio de 1991.

(26) Embate brutal del materialismo egoísta en general: Millán, *Excélsior*, 30 de

El director de la revista Nexos, Héctor Aguilar Camín, quién indicó que el Tratado nos afectará de tal forma que "en tres generaciones México será un país bilingüe de habla española."²⁷ El Sub Procurador de Procesos de la Procuraduría General de la República (PGR), quién señaló que ante los tiempos actuales de cambio "es necesario que la juventud mexicana defienda y consolide los valores nacionales, los familiares y los individuales que nos dan un rostro definido, propio y humano, y que son el patriotismo, la soberanía, la solidaridad, el espíritu de servicio, la honestidad y la lealtad".²⁸

El rector de la Universidad Nacional Autónoma de México, José Sarukhán, quién destacó que frente al Tratado "México debe reafirmar su identidad nacional y cultural, así como ampliar la base de investigación y desarrollo tecnológico".²⁹ El Suplemento Cultural "El Búho", quién difundió que ante el TLC "no es posible descartar la posibilidad de que Estados Unidos con el peso de su cultura y su poderío económico, de una u otra manera, contribuya a deteriorar aún más los valores nacionales y la identidad del mexicano. Actualmente, es obvio que la penetración estadounidense es cada día mayor y que los esfuerzos mexicanos por contenerla son realmente mínimos".³⁰

El escritor y Premio Nacional de Periodismo 1991, René Avilés Favila, quien escribió que "con la aceptación del Tratado de Libre Comercio México acelerará la pérdida de

agosto de 1991.

- (27) Las culturas aisladas perecen; sólo las comunicadas sobreviven, La Jornada, 20 de julio de 1991.
- (28) Detener y consolidar valores nacionales, pide Dávalos a jóvenes, Excélsior, 28 de septiembre de 1991.
- (29) Reafirmar identidad nacional y ampliar la base de investigación del país: Sarukhán, El Financiero, 24 de septiembre de 1991.
- (30) Consolidar la cultura nacional, Excélsior, 7 de julio de 1991.

su identidad nacional y sus valores culturales. La invasión de la subcultura estadounidense aumentará, sin encontrar defensas por parte de un gobierno que de hecho ha renunciado a promover y a desarrollar seria y responsablemente la cultura nacional. El TLC no sólo entregará el país a dos poderosas economías, sino que también sacrificará, asimismo, su cultura nacional".³¹ El investigador especializado en la industria editorial Jesús Anaya, quién declaró que "ante el Tratado de Libre Comercio la cultura y todo lo que tiene que ver con los bienes culturales es lo que más debería provocar una discusión y, sin embargo, es el debate más sordo, más silencioso y escondido que vivimos. Las consecuencias de ello pueden ser tan graves como esto: Si no pensamos en conjunto sobre que puede suceder, no nos extrañemos que la próxima generación de mexicanos nos reclame por que nosotros vendimos nuestro país a los Estados Unidos".³²

La directora de publicaciones del Consejo Nacional Para la Cultura y las Artes (CNCA), Eugenia Meyer, quién expuso en las Consultas del Senado sobre el TLC que la apertura cultural "puede significar una seria amenaza a ciertos valores culturales, porque vamos a tener una penetración mucho más directa de formas de vida y de formas de ser que no son propias".³³ El notable investigador sobre cuestiones culturales, Guillermo Bonfil Batalla, quién manifestó que "lo que podría ocurrir con el TLC es que el Estado comience a considerar como gasto improductivo todo aquello que no esté correlacionado directamente con la producción de una utilidad monetaria, como podrían ser el arte, la difusión de la cultura o la propia educación. Ante esta situación se

(31) El Tratado de Libre Comercio y la cultura, Excélsior 10 de junio de 1991.

(32) Culturalmente, ¿Qué gana o qué pierde México ante el TLC?, (Tercera parte), El Financiero, 16 de octubre de 1991.

(33) Culturalmente, ¿Qué gana o qué pierde México ante el TLC?, (Tercera parte), El Financiero, 16 de octubre de 1991.

podrían restringir sustantivamente los recursos destinados a la promoción cultural, argumentando que se efectúa para sanear las finanzas públicas".³⁴

El arquitecto, Carlos Flores Marin, quién declaró que el TLC creará un "nuevo mestizaje cultural, que lo enfrentaremos con el México dual, en dónde los grupos marginados o débiles culturales serán presa fácil del enorme peso tecnológico que nos invadirá. A él opondremos 30 siglos de culturas mexicanas, pero reconociendo que la historia no se cambia en un día, tenemos que aceptar la falta de un modelo cultural confiable, que ante su falta de calidad y jerarquía de valores, será pulverizado en las primeras marejadas en muchas zonas del país".³⁵ La Central de Trabajadores Latinoamericanos (CLAT), la Facultad de Economía de la UNAM, el Sindicato Mexicano de Electricistas (SME) la Federación Nacional de Sindicatos Bancarios (FENASB) y el Centro Nacional de Promoción Social (CENPROS) quienes a través de la "Declaración de México" exigieron que "la educación, la cultura, y la comunicación deben ser excluidas de cualquier acuerdo comercial que se establezca con países ajenos a la región latinoamericana, pues cultura, educación y comunicación don parte sustantiva del modelo de desarrollo y de integración respetuosa de la idiosincrasia y de la autodeterminación de los pueblos".³⁶

El periodista Andrés Ruiz, quién escribió que "ante el Tratado existe el peligro de que los Libros de Texto gratuitos desaparezcan al contar con subsidio del Estado mexicano, y por consiguiente, ser impugnados en los términos de la

(34) Culturalmente, ¿Qué gana o qué pierde México ante el TLC?, (Segunda parte), El Financiero, 16 de octubre de 1991.

(35) El TLC hacia un nuevo mestizaje cultural, Excélsior, 1 de septiembre de 1991.

(36) Declaración de México, La Jornada, 21 de noviembre de 1991.

apertura por los industriales editores de los libros de texto estadounidenses. Esto sería una realidad ominosa que pone en cuestionamiento el espíritu del artículo tercero constitucional en lo referente a la gratuidad de la educación".³⁷ La fundadora del Comité Nacional de Artes Plásticas, Laura Elenes, quien mencionó que "la globalización económica exige que los mexicanos estemos alertas para defender nuestra identidad y ser los propios transmisores de nuestra cultura. La cultura es la única defensa para mantener viva nuestra identidad y enriquecer nuestra mexicanidad".³⁸

El presidente de la Asociación de Nacional de Productores y Distribuidores de Películas Mexicanas, Rubén Galindo, quien precisó que "la apertura no será bueno para la industria cinematográfica, pues los cineastas estadounidenses tendrán oportunidad de adquirir salas de exhibición de México para presentar sus materiales, mientras que las producciones mexicanas quedarán relegadas y en cierta forma sin un lugar donde proyectarse".³⁹ El maestro Alberto Ortega V, quien declaró que "México no debería aceptar la inclusión de la cultura dentro del TLC porque habría riesgo de perder identidad nacional. Hay que dejar muy claro que nuestro país y los estados unidos tienen una cultura que los diferencia enormemente".⁴⁰

El académico de la Universidad de Ohio, Erwin Epstein, quien informó que "la identidad mexicana podría ser debilitada por la influencia de la enseñanza impartida por instituciones biculturales y otros efectos de orden económico".⁴¹

(37) TLC discusión necesaria, El Financiero, 18 de octubre de 1991.

(38) Con el TLC necesario defender la mexicanidad, Cable de Notimex, 5 de septiembre de 1991.

(39) Para la industria filmica, el TLC será negativo, Cine Mundial, 7 de octubre de 1991.

(40) El TLC no debería incluir los servicios culturales, El Universal, 9 de octubre de 1991.

El pintor Felipe Enrenberg quien expresó que ante el Tratado "los medios de comunicación deben ser un reducto importante para defender nuestra cultura e identidad nacional,⁴² etc.

Ante este panorama de posiciones político-sociales tan controvertidas frente a las consecuencias del Tratado de Libre Comercio sobre nuestra estructura cultural y comunicacional de nación, es prioritario analizar cómo va a ser afectada esta infraestructura y cuáles son las grandes transformaciones que esta experimentado esta realidad en nuestra sociedad; para desde esta situación examinar las posibilidades concretas de construir el proyecto mental que permita el crecimiento material, psíquico y espiritual de nuestra comunidad nacional ante el próximo siglo y milenio.

Cultura, libre comercio y comunicación

Debido a la forma confidencial y altamente selectiva en que han sido conducidas las negociaciones del Tratado de Libre Comercio entre México, Estados Unidos y Canadá, hasta el momento, a nivel público, existen muchas lagunas y confusiones informativas sobre la forma en que las bases culturales y comunicativas de nuestra sociedad van a ser afectadas por la presencia de dicho Tratado Trilateral. Esto debido, a que en algunos casos el Estado ha dicho que las industrias culturales y todos sus complejos aledaños si serían incluidas dentro de las negociaciones; y en otros ha afirmado rotundamente que no serían contemplados.

Frente a este horizonte, podemos decir que serán dos niveles básicos en los cuales esta realidad comunicativo-cul-

(41) El TLC podría debilitar la identidad del mexicano, advierte Erwin Epstein, Excélsior, 22 de octubre de 1991.

(42) Los medios de comunicación reducto cultural para el TLC, Cable de Notimex, 8 de julio de 1991.

tural será afectada por la presencia del Acuerdo Trilateral de Libre Comercio en nuestro país:

Por una parte, serán transformadas directamente todas aquellas áreas comunicativo-culturales que han quedado puntualmente incluidas y delimitadas en el texto definitivo del Acuerdo Trinacional de Libre Comercio para América del Norte. Dentro de este campo el texto final del Tratado señala que los rubros y las formas legales como serán modificadas las industrias de televisión, radio, cine, editorial y el patrimonio artístico y arqueológico, son diversas.⁴³

Sin embargo, por otra parte, la zona más importante que quizás sea afectada es la que no esta expresa y directamente incluida en el Tratado de Libre Comercio y es aquella cuyo diseño y dirección queda en manos de las fuerzas del mercado y ya no del Estado o de otros grupos civiles organizados. Es decir, el hecho de que, hasta el momento, no sean incluidas oficial y directamente con toda amplitud la cultura y las comunicaciones en el Tratado de Libre Comercio, no significa, en lo más mínimo, que estas realidades queden fuera del impacto de dicho Acuerdo; sino que estas también serán afectadas por los procesos globalizadores que produce este proyecto con el fin de crear las condiciones para que éste opere.

En este sentido, podemos decir que al no ser claramente considerada la cultura y la comunicación dentro de la acción trinacional de libre mercado, no representa que éstas queden exentas de sufrir las consecuencias de la aplicación de este trascendental fenómeno pragmático; sino que simplemente éste se realizará por "debajo del agua" y frente a nuestras

(43) Análisis sintético expuesto por el Lic. Jaime Serra Puche sobre la forma que el Tratado de Libre Comercio afectará a las industrias culturales en México. Reunión con Intelectuales del Area de la Cultura Nacional, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA), México D.F., 20 de agosto de 1992, 3 páginas.

CONSECUENCIAS JURIDICAS DEL T.L.C. PARA LAS INDUSTRIAS CULTURALES.

I.- RADIO Y TELEVISION.

REGIMEN LEGAL VIGENTE.

Sector reservado a mexicanos o a sociedades mexicanas con cláusula de exclusión de extranjeros

Requiere concesión.

Requisitos sobre la utilización del idioma

Obligación de emplear a un número mínimo de mexicanos

Autorización de la Secretaría de Gobernación para locutores y presentadores extranjeros

CAMBIOS LEGALES CON EL TLC

Se permite hasta el 49 % de inversión extranjera en televisión por cable

Vigente.

Vigente.

Vigente.

Vigente.

II.- CINEMATOGRAFIA.

REGIMEN LEGAL VIGENTE

Permiso de la Secretaría de Gobernación para la importación y la exhibición de películas extranjeras
El 50 % de pantalla está reservado a películas mexicanas

Donación de una copia de toda película a la Cineteca Nacional

Uso de laboratorios mexicanos para procesar copias de películas extranjeras.

CAMBIOS LEGALES CON EL TLC.

Vigente.

El tiempo de pantalla para películas mexicanas pasa a 30 %.

La donación se aplica a 2 de cada 5 películas importadas

Vigente.

MODIFICACIONES CON EL PROYECTO DE

LEY DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA.

Se conserva el requisito del permiso de la Secretaría de Gobernación para la importación y exhibición de películas extranjeras.

La proporción mínima para la exhibición de películas nacionales se reduce al 30 %.(El régimen vigente es de 50%)

III.- INDUSTRIA EDITORIAL.

REGIMEN LEGAL VIGENTE

Inversión extranjera hasta el 49 %.

CAMBIOS LEGALES CON EL TLC.

Inversión extranjera hasta el 100 % sin necesidad de autorización de la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras.

Inversión extranjera hasta el 100 % con autorización de la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras (Inclusive Periódicos)

En periódicos (publicaciones diarias o por lo menos 5 veces a la semana), la inversión extranjera máxima es de 49 %.

IV.- COMERCIO DE BIENES CON VALOR ARQUEOLOGICO O ARTISTICO.
CAMBIOS LEGALES CON EL TLC.

REGIMEN LEGAL VIGENTE

No es una industria cultural.

Ninguno.

La exportación de monumentos arqueológicos, históricos y artísticos esta restringida

El artículo XX del GATT, incorporado al TLC, permite las restricciones en el comercio con objeto de proteger bienes declarados tesoros nacionales, de valor artístico, histórico o arqueológico. Por lo tanto el régimen actual seguirá vigente.

narices como hasta ahora ha sucedido con la difusión de las series norteamericanas de televisión, la transculturización cotidiana, la circulación de ideologías pro yanquis, el debilitamiento de la identidad nacional, la circulación de los valores transnacionales, la creación de una psicología consumista, etc. de las empresas monopólicas y extranjeras que actúan en nuestro país. En otros términos, al no incorporarse estas realidades en las negociaciones, no quiere decir que se conserva y fortalece nuestro proyecto cultural interno; sino que las grandes empresas monopólicas, nacionales y transnacionales, amparadas con las "Doctrinas del Mercado", continuarán con las manos libres para actuar sobre el campo de la conciencia y la cultura nacional, a través de los medios de comunicación, especialmente, de la televisión para modelar nuestra idiosincrasia en base a sus necesidades de acumulación de capital.

De aquí, la importancia crucial que tiene el estudiar con todo rigor las características y el impacto de la aplicación de los principios del mercado sobre nuestra estructura de cultura y comunicaciones nacionales en la etapa de la globalización, pues será desde esta dinámica de mercado desde donde se realizará con mayor fuerza la gran transformación de nuestra cerebralidad colectiva de nación para finalizar el siglo XX e iniciar el siglo XXI.

La mano invisible del mercado y la rectoría del proceso comunicativo

Para que se pueda realizar en México el nuevo modelo de desarrollo modernizador adoptado desde 1982 a la fecha, en particular con el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá, es indispensable la presencia de profundos cambios en las estructuras económicas, políticas, sociales, agrícolas, tecnológicas, mentales, productivas, legales, etc., de nuestro país; pero además se exige la acción insustituible de una nueva conciencia masiva modernizadora que respalde y afiance las acciones anteriores. Dicha conciencia perci-

bimos que intenta producir, a nivel masivo, a través de los medios electrónicos de comunicación, las condiciones subjetivas necesarias para el funcionamiento de nuestra sociedad dentro de las nuevas relaciones competitivas del mercado mundial.

En esencia, dicha conciencia percibimos que intenta producir, a nivel masivo, a través de los medios electrónicos de comunicación, especialmente de la televisión, las condiciones subjetivas necesarias para el funcionamiento de nuestra sociedad dentro de las nuevas relaciones competitivas del mercado mundial. La presencia de esta conciencia modernizadora implica que hoy entramos en la etapa de desarrollo nacional en la que se formula que ante la nueva globalidad internacional para ser eficientes, especialmente, en el terreno comunicacional; hay que aceptar la propuesta de asimilar indiscriminadamente los principios del "*laissez faire* informativo" en el terreno comunicativo o cultural, o lo que es lo mismo, asimilar la mentalidad de que "lo que no deja dinero a nivel cultural, no sirve", o "el que no sea autosuficiente en el ámbito cultural, no debe sobrevivir".⁴⁴ Bases que, llevadas

(44) Dentro de este contexto es conveniente considerar que "para los tecnócratas la única razón que vale es lo que ellos llaman la "racionalidad económica". Ignorando historia, cultura, costumbres, y la vida cotidiana de nuestro pueblo, han decretado, por ejemplo, que México debe dejar de producir maíz "porque no es económicamente costeable" (parece que los gringos lo venden más barato con subsidios y destrucción ecológica de por medio). Y así por el estilo en todo lo demás. Ellos razonan de la siguiente forma: La gente actúa por el cálculo de un costo y un beneficio económico. Si hay ganancia considerable actúan, si no, no. Por eso "el campo y todo lo demás, debe ser negocio; y consideraciones sobre la historia, la cultura, la justicia, la tierra misma, no valen si no encajan con esa racionalidad económica". Sin embargo, ante las elecciones de 1991 en México y las irregularidades que sucedieron, se demuestra un panorama contrario a estas tesis modernizadoras sobre las motivaciones por las cuales actúa la gente. "He aquí que medio millar de campesinos deciden caminar mil kilómetros abandonando familia y trabajo por cincuenta días por algo tan abstracto, tan inasible, tan poco cuantificable como es "el respeto al voto". Peor aún, llegan a manifestar que prefieren regresar con las manos vacías

a sus últimas consecuencias, en la práctica real plantean el peligro de que en vez de fortalecer nuestro espíritu nacional frente a este período de apertura cultural, este flexibilice, y en ocasiones, hasta erosione más sus valores para incorporarnos eficientemente como sociedad y sin restricción alguna a la nueva estructura de competencia y de acumulación de los mercados mundiales.

En este sentido, observamos que ante el florecimiento en nuestro país de las tesis modernizadoras que sostienen el adelgazamiento, la privatización, el repliegue, la desregulación, la globalización y la transnacionalización de todos los campos de lo público; hoy se formula, cada vez más, con mayor convencimiento que la rectoría cultural de la sociedad mexicana no debe conducirse por la acción interventora de políticas planificadoras del Estado; sino que deben ser dirigidas por el equilibrio "natural" y "perfecto" que produce el juego de las libres reglas del mercado entre productores y consumidores. De esta forma, para adecuar el espacio cultural de la sociedad mexicana a las nuevas necesidades del mercado, se altera la concepción tradicional de la actividad comunicativa que la comprendía como un producto social y se pasa, con mayor velocidad, a entenderla ahora como una simple mercancía más que debe estar regida por los principios de la oferta y la demanda. De esta forma, se abandona el proceso social basado en la dinámica de quién dice qué, por qué canal, a quién y con qué efecto; para adoptar la fórmula: quién paga qué, a quién y con qué medios.⁴⁵

pero limpias antes que aceptar una transacción que traicione sus principios. Con esta actitud tan "irracional" el "Exodo por la Democracia" ha roto en pedazos las marcas de hierro dentro de las que los tecnócratas pretenden aprisionar toda la vida del país". Rafael Landerreche, Significado del Exodo por la Democracia, en: Nuestra Palabra. El Fraude de 1991 y la Participación Ciudadana en la Lucha por la Democracia, Convergencia de Organismos Civiles por la Democracia, México D.F., 1992, páginas 350 y 351.

(45) Gutiérrez, Carlos María; La Información: Conciencia y Mercado, Revista

De esta manera, al ser progresiva y prioritariamente regidas la comunicación y la cultura por la dinámica del mercado, el proyecto de conciencia que se produce en nuestro país a través de los medios de comunicación, especialmente, de la televisión y de otras infraestructuras culturales, es crecientemente una propuesta de carácter lucrativa, pragmática y eficientista; y no humanista y renovadora del ser humano.

Con la introducción extensiva de los principios de las Leyes del Mercado al terreno cultural y comunicativo, oficialmente se plantea que dichas actividades se volverán más productivas, que se romperán los monopolios tradicionales en este rubro al promoverse la libre competencia cultural, que se aumentará la calidad de los productos elaborados, que se abrirán nuevos espacios de participación social dentro de ellos, que se elevará la eficacia de las dinámicas culturales, que se agilizará la producción comunicativa, que se acelerará la modernización informativa, que se ampliará y versatilizará las fuentes de financiamiento de las empresas culturales, que se acelerará la apertura de nuestra estructura mental al flujo mundial de información, etc.; en una idea, que se enriquecerán fundamentalmente estas tareas al vincularse con los procesos de la modernidad.

Sin embargo, no obstante estas posibles ventajas que promete alcanzar la aplicación acelerada de los principios de las leyes del mercado sobre otras lógicas sociales en el terreno comunicativo-cultural con el establecimiento trilateral del Tratado de Libre Comercio; observamos que dichas acciones no serán fuerzas o dinámicas suficientes para resolver las tremendas contradicciones mentales e informativas que existen en nuestra sociedad. Es más, es muy posible que debido a la naturaleza eminentemente mercantil de esta

Capítulos del SELA No. 5, Sistema Económico Latinoamericano, Caracas, Venezuela, Junio de 1984, página 72.

racionalidad económica aplicada al campo cultural y espiritual de nuestra sociedad, en el fondo se acrecienten nuestros conflictos de cultura nacional. Esto debido, a que se vislumbra la seria posibilidad de que este fenómeno pueda llegar a ser la aplicación de una falsa ley entre libre oferta y demanda entre fabricantes y compradores, por las siguientes tres razones:

En primer lugar, porque hoy día esta relación entre productores y consumidores se encuentra profundamente alterada por la deformación del consumo que actualmente realiza la actividad publicitaria de los grandes monopolios económicos. Es decir, en la sociedad mexicana de la década de los noventas en muchos casos ya no existe una demanda natural del consumidor; sino crecientemente asistimos a una decisión o gusto inducido por la enorme saturación publicitaria que cotidianamente producen los medios de comunicación de masas, especialmente, la televisión, sobre los diversos campos de conciencia de la población. Esta situación ha avanzado a tal extremo que en la actualidad ha ocasionado que muchas veces la demanda dependa de la oferta y no la oferta de la demanda: Las mercancías que se ofrecen, se venden, no tanto por las rigurosas propiedades físico-materiales que poseen; sino por el estratégico papel que ejercen las técnicas de persuasión publicitaria que manejan los medios de comunicación colectivos sobre nuestros sentidos e inconsciente.⁴⁶

Por consiguiente, en la actualidad, en muchos casos, el mercado ha pasado de ser una relación de equilibrio natural entre los elementos económicos de la producción y el consumo como planteaba la esencia del liberalismo puro; para

(46) Promotor y no regulador el papel del Gobierno, Excélsior, 30 de septiembre de 1991; ¿Ensayo de la Economía de mercado?, Excélsior 16 de diciembre de 1991; ¿Resolver los problemas con la Ley de la Oferta y la Demanda?, Excélsior, 4 de enero de 1992.

ahora convertirse en la imposición de una relación artificial de los grandes monopolios sobre la población, para satisfacer sus necesidades de concentración material.

En segundo lugar, porque aunque en la exposición teórica de las tesis clásicas de la libre competencia se formula que ésta se da con toda libertad; en la práctica real del liberalismo más avanzado que hoy experimentamos se confirma que ésta no existe con tal apertura; pues, cada vez más, se da un proteccionismo acentuado de las naciones más desarrolladas en favor de sus áreas económicas más frágiles. Esto significa, que a través de la aplicación de los principios del mercado a lo que nos enfrentamos en el fondo no es a una dinámica de libre competencia; sino a la presencia del autoritarismo económico de los grandes *trusts* que actúan en nuestro país.

En este sentido, con el lugar estratégico que el nuevo modelo de desarrollo modernizador le concede al mercado para ser el eje fundamental que dirija y moldele a los procesos sociales, éste se convierte en el condicionante central del cual se deriva el origen, el sentido y el destino de la producción cultural y comunicativa mayoritaria en nuestro país. Es decir, dentro del reciente patrón de crecimiento neoliberal que ha asumido nuestra sociedad la verdadera reactivación del proyecto de comunicación y de la cultura nacional, no surge de la antiquísima demanda de los numerosos grupos sociales básicos por resolver las necesidades sociales más apremiantes de la población; sino que se deriva de la incorporación acelerada de nuestra sociedad al mercado mundial, que no es otra realidad que la reactivación y la ampliación intensiva del proyecto económico super transnacional en la periferia.

Desde una perspectiva humana esto significa que el mercado será la autoridad que determine el valor de las personas y de la vida y no las fuerzas y procesos sociales en los cuales estamos inscritos. De esta manera, el reconocimiento social, la dignidad de la persona, su retribución económica, etc., serán cada vez más definidos y valorados por el mercado y

no por las dinámicas de justicia y humanización que exige la población.

Por ejemplo, esta realidad se comprueba en el campo laboral de nuestra sociedad, cuando, paradójicamente, constatamos que contrariamente a los precedentes que caracterizaban a nuestras culturas madres donde el "Hombre Viejo" era más valorado como sabio para participar y dirigir al conjunto social; ahora con la introducción creciente de la lógica del mercado en las relaciones contractuales presentamos que en el momento en que el ser humano se acerca a los 40 ó 45 años de edad y está en su fase más madura y experimentada de la vida, ya no es contratado por la mayoría de las empresas por no ser competitivo. Esto comprueba que cada vez más el valor de lo humano está determinado por el mercado y no por los procesos sociales de valoración de la persona.

En el área de la formación de conocimientos la aplicación de Ley del Mercado al campo educativo está cancelando en México las carreras de Filosofía, Antropología, Sociología, Ciencia Política, Historia y otras disciplinas humanistas por asegurar que éstas no son rentables o necesarias para los criterios de la modernidad por no ser productivas y se potencia privilegiadamente a todas aquellas ramas técnicas que si fomentan el negocio.⁴⁷ Ante esta realidad debemos preguntarnos ¿Qué sucederá con una sociedad que progresivamente cancela la existencia de las disciplinas especializadas en su autoconocimiento como sociedad?.

(47) Expatriación de las ciencias sociales. Humanidades de la UNAM, en la mira, Excélsior, 5 de junio de 1992. Por ejemplo, en el caso de la Antropología "se están viviendo momentos muy difíciles, sobretodo para los investigadores, donde el medio laboral es muy cerrado e inclusive se constata que cuando una plaza queda vacante, se cancela" Vive la Antropología momentos muy difíciles, Excélsior, 25 de julio de 1992.

Frente a este panorama se puede decir, por una parte, que al aplicarse esta política tan pragmática se están formando las bases de una profunda "ceguera social" de grandes dimensiones, pues los principios del mercado están abortando las áreas del conocimiento humano especializadas en el análisis propio de la comunidad. Por otra parte, que el conocimiento de nuestra realidad nacional provendrá cada vez más del exterior, como según el historiador John Coatsworth señala "ya está sucediendo en el campo de la historia donde en la actualidad ya existe un número mayor de investigadores de Estados Unidos que se abocan a estudiar a México, que historiadores mexicanos dedicados a analizar nuestro propio país".⁴⁸ Ante ello, debemos interrogarnos ¿A dónde va una sociedad que ve todo, excepto a sí misma?

En el terreno ecológico constatamos que por no ser convenientes para sus intereses económicos y comerciales los Estados Unidos de América, no obstante que es el país que consume el 25 % de la energía total del mundo y poniendo en gravísimo peligro la conservación de la vida en el Planeta, especialmente de las especies animales y vegetales que se extinguen a un ritmo de cien a 300 especies diarias; fue el único país de la comunidad internacional que se negó rotundamente a firmar el Acuerdo de la Biodiversidad en la Reunión de la Cumbre de la Tierra (Conferencia Mundial Para el Medio Ambiente y el Desarrollo), celebrada en Río de Janeiro, Brasil en 1992. Ante ello, se argumentó que "no se aceptó dicho Tratado debido a que sus aplicaciones prácticas costarían mucho dinero a la economía norteamericana de mercado".⁴⁹

(48) Son más los historiadores de Estados Unidos que estudian a México que los mexicanos, Uno Más Uno, 8 de julio de 1992.

(49) Una pena la resistencia de Estados Unidos al Acuerdo de la Biodiversidad, Excélsior, 6 de junio de 1992; Antepone EU sus intereses a los del planeta, Uno Más Uno, 6 de junio de 1992; Se une Europa a los Acuerdos de Río

En términos educativos, esto representa que serán cada vez más las bases de la mercadotecnia las que gobernarán la orientación y la acción de las instituciones culturales y comunicativas de nuestra Nación; y no las directrices del desarrollo social y espiritual de nuestra comunidad. Esto quiere decir, que la modernización neoliberal básicamente reduce el proyecto comunicativo y cultural del Estado y de la sociedad al fortalecer y expandir las relaciones de mercado que respaldan el proyecto de super acumulación global en nuestra República; y no a ampliar y reforzar los procesos culturales más abiertos, democráticos y participativos que durante tanto tiempo han demandado los grandes sectores básicos de nuestro territorio.

Finalmente, en tercer lugar, saliéndonos del contexto terráqueo y ubicándonos en el plano cósmico, encontramos que tampoco es la aplicación de una verdadera ley de mercado. Ello debido, a que siguiendo con rigor los principios de la dinámica de la oferta y la demanda, constatamos que lo que más se valora en la economía contemporánea para

sobre el cambio climático y de biodiversidad, Uno Más Uno, 7 de junio de 1992; Pierde liderazgo EU en cuestiones del medio ambiente, El Financiero, 8 de junio de 1992; Aislamiento estadounidense en la Cumbre de la Tierra, Excélsior, 9 de junio de 1992; Estados Unidos voz discordante en la Cumbre de la Tierra, El Financiero, 12 de junio de 1992; Dispuesto EU a ser el único oponente a un Tratado de la Cumbre de la Tierra, El Financiero, 12 de junio de 1992; Inaceptable un acuerdo en la biodiversidad: George Bush, Excélsior, 12 de junio de 1992; Vengo a tomar acciones no a pedir perdón: Bush, Excélsior, 13 de junio de 1992; Bush: Tiene EU las mejores medidas de protección ambiental en el orbe, Uno Más Uno, 12 de junio de 1992; Malthus redivivo. Neomalthusianismo v.s. desarrollo, Excélsior, 14 de junio de 1992; Salvar la Tierra sólo un sueño, Excélsior, 16 de junio de 1992; Biodiversidad y desarrollo, Excélsior, 20 de junio de 1992; La verdadera dimensión de la Conferencia de Río. Urge enfrentar los problemas del medio ambiente, El Financiero, 27 de julio de 1992. De igual forma, en la reunión de la Ronda de Uruguay sobre planificación mundial Japón señaló con todo énfasis que "la protección del ambiente no debe inhibir al comercio". La protección del ambiente no debe inhibir al comercio: Japón, Excélsior, 25 de abril de 1992.

darle un mayor precio, es aquello que escasea. Por ello, el oro, el platino, los diamantes, etc., son bienes altísimamente cotizados en nuestra sociedad, pues son muy raros o escasos.

En este sentido, aplicando con severidad las leyes del mercado a nivel cósmico, observamos que hasta el momento todos los progresos de la ciencia, la sistematización de la evidencia empírica recogida por la inteligencia especializada y los registros de la nueva astronomía; revelan que hasta donde ha avanzado el conocimiento humano de más de 20,000 años de pensamiento en el Planeta, señalan que el único lugar donde de manera palpable se ha demostrado que existe vida humana es en la Tierra.⁵⁰ Esto significa, que siendo estrictos, desde el punto de vista económico o del mercado cósmico el elemento más valioso en el Universo debe ser la Vida porque en ningún otra constelación espacial existe.

Sin embargo, lo que enfrentamos cotidianamente es que los principios de la oferta y la demanda, hoy valoran todos los recursos materiales que son raros, escasos o limitados; pero lo que menos valoran es la vida por sí misma. Es más,

(50) Sobre la presencia de otras formas de vida extraterrestre contamos con diversas tesis que plantean que existe esta en otros planetas, pero todas ellas a nivel hipotético, sin ser demostradas científicamente. Por ejemplo, algunos especialistas del Departamento de Geofísica y Paleontología de la Universidad de Cornell señalan que "así como bacterias y otros organismos microscópicos, gracias a complicados procesos químicos subterráneos viven a decenas de kilómetros bajo la superficie terrestre; así también se puede pensar que distintas criaturas podrían sobrevivir en el corazón de otros planetas, que tengan una composición interior similar a la de la Tierra". Criaturas diversas podrían vivir en otros planetas, Uno Más Uno. 2 de julio de 1992. De igual forma los "ovniólogos" de Voronezh en la Unión Soviética afirman haber encontrado un "cosmódromo donde las naves extraterrestres se cargan de energía de la tierra para repostar sus naves de transporte. Dicha gasolinera extraterrestre se encuentra en el curso alto del Río Jopior, a unos 600 kilómetros de Moscú, rodeada por pinares centenarios. Aterrizaron extraterrestres en la ciudad rusa de Voronzh, afirman "ovniólogos", Excélsior, 2 de junio de 1992.

podemos decir que dentro de la cultura neoliberal el valor de las personas depende cada vez más de que posean cosas o poder y no de su categoría elemental de seres humanos.

Características del nuevo proyecto neoliberal de comunicación y cultura nacional

Para adecuar el espacio cultural e informativo de la sociedad mexicana a las nuevas necesidades que impone el desarrollo del mercado dentro del modelo de crecimiento neoliberal, se modifica la esencia tradicional de la actividad comunicativa que la asimilaba como un producto social y se pasa ahora a comprenderla como una simple mercancía más que debe estar regida por el libre juego de las leyes de la oferta y demanda. Presionados por este nuevo marco de consolidación del mercado, los medios de comunicación nacionales inician una sustancial transformación en sus estructuras económicas, tecnologías, financiamientos, formas de participación, políticas de contenidos, etc., a través del establecimiento de nuevos rasgos empresariales o del reforzamiento vigoroso de algunos de los ya existentes; dentro de las cuales, destacan, entre otras, las siguientes 6 tendencias básicas que caracterizan la construcción del nuevo proyecto de medios de comunicación y de cultura nacionales que caracterizará el final de este siglo y el principio del próximo milenio: la comunicación como aceleradora del proceso de realización del capital; el retiro del modelo estatal; la obtención de la ganancia a corto plazo; obtención progresiva del ingreso en términos monetarios; la liquidación de las formas de conciencia social y la producción de la cultura chatarra.

El proceso de comunicación como catalizador de la dinámica de realización del capital

En el modelo de desarrollo moderno que ha adoptado nuestro país a través del establecimiento del Tratado de Libre Comercio, debemos tener presente que para que este se consolide no sólo requiere, a nivel infraestructural, la trans-

formación de los procesos productivos y la modificación de la estructura de las vías materiales de transporte; sino que también demanda, a nivel supra estructural, la adecuación profunda de los medios de comunicación simbólicos a las nuevas condiciones económicas que han surgido. Esto significa, que la apertura de fronteras nacionales a los nuevos mercados mundiales no sólo exige, en primer término, producir las mercancías y servicios con competitividad, y en segundo término, transportarlos con eficiencia del lugar de su manufactura a su zona de venta; sino que, obligatoriamente, en tercer término, también necesita anunciarlas masivamente al gran público para que puedan ser consumidas en la proporción acelerada que se requiere.

No debemos olvidar que la realización del ciclo económico esta compuesto por 3 fases complementarias e indispensables de ejecutarse: la producción, la distribución y el consumo. Por consiguiente, cualquier cambio introducido en cualquiera de estas esferas, exige, en la misma intensidad, la modificación paralela de las estructuras restantes para alcanzar armonía económica. De no realizarse esta sincronía entre los tres momentos del ciclo económico, se genera una economía dislocada o disfuncional que no puede rendir frutos positivos y entra en período de crisis o estancamiento.

Por ello, ante la modificación de la fase de producción y circulación de mercancías con la presencia de nuevos flujos y mayores ofertas de volúmenes de productos extranjeros, que con la desregulación se introducen aceleradamente en nuestra sociedad desde los nuevos bloques comerciales; ahora, es indispensable transformar la fase del consumo para adecuarla a los nuevos ritmos que impone la comercialización internacional de los productos. Para ello, es necesario que las estructuras masivas de comunicación nacionales los difundan lo mas ampliamente para propiciar la venta de los mismos, y cerrar, con ello, el ciclo de ganancia y de acumulación de capital.

Esto es, ante la apertura nacional de fronteras comerciales con el Acuerdo Trilateral de Libre Comercio es preciso armonizar la velocidad y el volumen de la producción de mercancías transnacionales, con el ritmo y la proporción del consumo nacional. De esta forma, la liberalización económica, transforma aceleradamente, especialmente, a través de la televisión, los patrones de "deseos" y de consumo de los sujetos que forman parte del ciclo comercial del país para crear nuevos imaginarios culturales que permitan la rápida adquisición de los productos.

De lo contrario, de no efectuarse este proceso las mercancías quedan imposibilitadas para encontrar su salida a su consumo, teniendo que ser necesariamente almacenadas. Con esto, se incrementan los gastos de circulación de las mismas y se prolonga el período de rotación del capital. No se puede desconocer que "la permanencia de capital-mercancía, bajo la forma de almacenamiento en el mercado, supone el uso de edificios, bodegas, depósitos, etc., y por tanto, implica una inversión de capital constante para conservarlas. Requiere, además el pago de salarios para guardar los productos en un almacén. Finalmente, las mercancías se deterioran y están expuestas a la acción de elementos nocivos para ellas. Para protegerlas hay que desembolsar capital adicional, tanto en instrumentos de trabajo, como en fuerza de trabajo".⁵¹ En consecuencia, de no darse este proceso de difusión cultural de los productos, el proceso económico no se realiza o se efectúa con muchos obstáculos, produciéndose el estancamiento y la pérdida financiera respectiva.

(51) Marx, Carlos, Elementos fundamentales para la crítica de la economía política (Borrador) 1857-1858, Tomo II, Ed. Siglo XXI, 3a. edición, Buenos Aires, Argentina, 1972, páginas 20 - 21.

El retiro del modelo estatal

Presionado, por la fuerte tendencia neoliberal de convertir al Estado en una entidad altamente eficiente, se observa una seria crisis y al mismo tiempo la desaparición del modelo de televisión pública que durante 3 décadas había funcionado en México, para ahora dar paso mayoritariamente al proyecto de televisión privada altamente mercantilizada. Es decir, debido a que las leyes de la "libre competencia" exigen que las empresas contiendan entre si con sus propios recursos y sin apoyo estatal, el gobierno mexicano ha retirado gradualmente los subsidios que fortalecían a las televisoras públicas y éstas cada vez más han tenido que luchar con sus apoyos individuales para sobrevivir ante la fuerte presión de las empresas privadas. Esta situación ha obligado a que el modelo público se comercialice "reduciendo su pluralismo y originalidad, abriendo mayor campo aún a los grupos multinacionales tanto en lo que se refiere a la propiedad de las emisoras, como a su programación".⁵²

De esta forma, derivado del orden social darwinista que ha impuesto el neoliberalismo para que la sociedad funcione libremente beneficiando al más fuerte, se comprueba la inclinación progresiva del Estado Mexicano por reducir o abandonar el financiamiento del modelo de televisión de servicio público a través de permitir la veloz privatización y la adopción del nuevo esquema comercial que dirigen los principios del mercado. Ello ha contribuido a producir una nueva valoración estratégica del campo de las telecomunicaciones y de la industria audiovisual que ha desatado una lucha nacional y continental por la concentración privatizada

(52) Giordano, Eduardo y Zeller Carlos; Europa en el juego de la comunicación, Los libros de Fundesco, Colección Impacto, Madrid, España, 1988, página 250.

de las cadenas de televisión sin ningún precedente histórico en la región.⁵³

De esta manera, debido a que el proyecto de desarrollo neoliberal que ha adoptado el país plantea el retiro cada vez más rápido de la presencia del Estado Benefactor mexicano del campo de la cultura y la comunicación, para que estas sean crecientemente gobernados 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 a base del presupuesto oficial, tendrá 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 vivió la principal corporación audiovisual del gobierno, el Instituto Mexicano de Televisión (IMEVISION), ahora privatizada y denominada Televisión Azteca, 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 misionera 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

(53) Ruíz de Marcos, José Manuel y Tirado Montero, Carlos; Las telecomunicaciones en el desarrollo regional, Boletín de Fundesco No. 90, Fundación para el Desarrollo de la Función Social de las Comunicaciones (FUNDESCO), Madrid, España, febrero de 1989, página 7.

importantes".⁵⁴ Realidad que tendrá a acentuarse mas cuando observamos los 9 "modernos" objetivos que el gobierno federal le asignó a IMEVISION para su funcionamiento en en la administración del Presidente Salinas De Gortari, y que fueron:

- 1.- Concebir a IMEVISION 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 de personal se inició en enero de 1990).
- 4.- Definir la Red Nacional 13 como empresa comercial que negocie directamente con clientes y proveedores con el fin de obtener márgenes utilidad que garanticen la posi-

(54) No hay política definida para financiar la Televisión estatal, *Excélsior*, 29 de abril de 1986; Autosuficiencia la meta de IMEVISION, *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. Florance Toussaint, La política informativa de IMEVISION coordinada por la Coordinación de Comunicación Social de la Presidencia: Alvarez Lima, *Revista Proceso* No. 644, 6 de marzo de 1989, México D.F., p. 48-49.

bilidad 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 "IMEVISION 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 IMEVISION 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 esa estratégica zona.

En la realización de la primera etapa, existió interés para realizar una coinversión con la iniciativa privada y con la banca nacional.⁵⁵

(55) Informe de Actividades del Director General de IMEVISION a la Junta Directiva, IMEVISION informa... (sic) 9 puntos, Uno Más Uno, 4 de marzo de 1990.

La obtención creciente de la ganancia a corto plazo

Derivado de las tendencias anteriores se observa que el nuevo modelo de comunicación y cultura que se está crecientemente introduciendo al país, especialmente a través de la televisión, busca conseguir la ganancia, cada vez más, a corto plazo, a costa de lo que sea. Mientras menor sea el tiempo de recuperación de la inversión realizada, mayor atractivo será el proyecto.

Esto representa, que las inversiones mayoritarias que se destinarán al terreno cultural y comunicativo estarán definidas muy directamente por la rapidez de la recuperación de la ganancia económica y no por otros criterios más humanos y de equilibrio histórico que anteriormente introdujo el Estado Benefactor Mexicano.

Para entender la repercusión que podrán ocasionar las leyes del mercado sobre el campo cultural es necesario tener presente, por ejemplo, que así como la aplicación de los principios de la oferta y la demanda al área forestal han producido la devastación de los bosques de Morelia, Michoacán, y muchos otros estados de la República, al practicarse una tala inmoderada y un saqueo ilimitado de las zonas verdes con el fin de obtener una rápida ganancia;⁵⁶ esta actitud de saqueo y depredación material también se traduce con idénticas características al terreno de la cultura. Por ello, al aplicarse con mayor fuerza los principios del mercado a nivel comunicativo a través del Tratado de Libre Comercio, habrá que esperar el incremento de una erosión mental de grandes dimensiones sobre las bases de nuestra estructura de identidad nacional.

(56) La Ley de la Oferta y la Demanda es la que debe regir al mercado, El Financiero, 13 de agosto de 1991; Saquean industriales los Bosques de Michoacán, Excélsior, 24 de septiembre de 1991.

La generación progresiva del ingreso en términos monetarios

Orientado por todos los condicionantes anteriores se comprueba que la ganancia es solicitada en términos monetarios y no de otro tipo de retribución, como puede ser el "enriquecimiento social", o la "humanización de la población", o el "desarrollo cerebral de la comunidad". Para la realidad cultural e informativa esto significa que aquellas actividades que no produzcan "ganancias pecuniarias" y no de otro tipo, no serán apoyados por las principales instituciones comunicativas del país. Por consiguiente, los proyectos culturales de apoyo al desarrollo social quedarán crecientemente marginados o desaparecerán.

Por ejemplo, en el campo científico las autoridades estatales del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) señalan que "vivimos una época en que cada investigador debe traer consigo a su empresario para que le financie sus proyectos de desarrollo tecnológico".⁵⁷

En el terreno musical la cantante Eugenia León y el compositor Armando Manzanero declaran que "debido a las condiciones que establece el mercado de los discos, la radio y la televisión, el gusto musical del público, de manera especial el de la clase media, se ha deteriorado, y este proceso se continua agravando por los intereses que imponen las grandes compañías para producir lo lucrativo".⁵⁸ De igual forma, el compositor Julio Briseño señala que el mercado no crea las condiciones para que se desarrolle la música de metales que intenta recuperar la época del Renacimiento y

(57) Cada investigador debe tener su empresario para que le financie sus proyectos: Alzati, Excélsior, 1 de abril de 1992.

(58) Las condiciones del mercado deterioran el gusto musical, La Jornada 14 de febrero de 1992.

del Barroco como espacios fundamentales para comprender nuestra historia expresiva dentro de la cultura occidental.⁵⁹

En el área del arte, especialmente latinoamericano, se observa que "el producto artístico ha perdido su valor en sí mismo y ahora se le ha otorgado un valor de mercado impuesto por las galerías, revistas y coleccionistas nefastos que ven la obra de arte como una inversión y no como un medio histórico para crear belleza, cultura o expresar un momento especial en el que vivimos. De esta forma, el valor de usufructo espiritual de la producción artística se ha perdido para convertirlo en usufructo mercantil de cambio. Esto ha provocado que uno de los grandes problemas que enfrenta el arte latinoamericano es que éste ya no está entrando a los museos, sino a las operaciones mercantiles. Por lo anterior, en muchos casos la crítica de arte ha quedado marginada para ahora darle cabida a lo que se llama el cronista de arte: alguien que escribe favorablemente sobre un artista porque está pagado por una galería".⁶⁰

En el ámbito de las expresiones clásicas presenciamos la desaparición de la Orquesta Sinfónica del Bajío (OSB) con más de seis años de antigüedad en la región, por no convertirse en una academia de perfeccionamiento musical que obtuviera sus propios recursos financieros. En este período de vida la Orquesta Sinfónica del Bajío ofreció más de 700 conciertos en 40 municipios de Guanajuato, algunos de ellos muy apartados, logrando un público de más de 400 mil guanajuatenses.⁶¹

(59) No existe en México el medio adecuado para el desarrollo de la música de metales, *Uno Más Uno*, 19 de marzo de 1992.

(60) El arte latinoamericano ya no entra a los museos, sino a las operaciones mercantiles, *Uno Más Uno*, 19 de junio de 1992.

(61) OSB desaparece por no cumplir sus objetivos: Medina Plasencia, *Uno Más Uno*, 31 de enero de 1992; Expidió Medina el decreto que disuelve a la OSB, *Excélsior*, 31 de enero de 1992; Desaparecer a la OSB una acto de "Canibalismo Cultural", *El Financiero*, 6 de febrero de 1992. Esta misma

En materia radiofónica, se constata la cancelación en 1992 de proyectos culturales públicos y privados orientados a la promoción y educación de la niñez y otros sectores sociales del país. Así, en el panorama oficial sobresale la anulación de la estación gubernamental "XERIN Radio Infantil" dependiente del Instituto Mexicano de la Radio (IMER), debido a que económicamente no era altamente rentable. Dicho espacio fue substituido por la propuesta de Radio 660, la Estación Deportiva y Tropical que si es un negocio lucrativo y próspero que deja ganancias seguras.⁶² Por otra parte, en el horizonte privado también destaca la pulverización de la estación "Radio Alicia" dependiente del Núcleo Radio Mil (NRM), debido a que con la proximidad del Tratado de Libre Comercio en el país era necesario adaptarse a las condiciones de la internacionalización y crear atractivos espacios mercadológicos para los inversionistas extranjeros que vendrán a nuestra economía. Por ello, este medio fue substituido por Radio-X-Press dedicado a transmitir noticias y música en inglés.⁶³

El desplazamiento de las formas de conciencia social

Derivado de las fuerzas anteriores constatamos que así como en el terreno productivo para conservar el precio de las mercancías la ley de la oferta y la demanda del mercado obliga permanentemente a desperdiciar miles de toneladas de productos en un país plagado de carencias vitales; de igual

situación ha generado el rumor en la opinión pública de la región de que la Orquesta Sinfónica de la Universidad de Guanajuato (OSUG) con 40 años de vida, también será cancelada por los mismos motivos. No desaparecerá la OSUG: R. Hicks, Excélsior, 21 de marzo de 1992.

- (62) El cierre de Radio Rin: ¿Medida de desaliento social?, El Financiero, 1 de abril de 1992.
- (63) De medio a medio. A propósito de Radio Alicia, El Financiero, 31 de enero de 1992.

forma la aplicación de los principios del mercado al campo de la conciencia obligará a producir a través de las industrias culturales las ideologías parasitarias 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 una sociedad regida exclusiva o mayoritariamente por los principios de la oferta y la demanda, el mercado liquidará "naturalmente" a todas aquellas formas culturales que son "ineficientes" para respaldar e impulsar el proceso acelerado de super consumo y sobre acumulación y fomentará a las que si permiten la expansión material.

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 convivencia, cultura y comunicación salvaje.

Por ejemplo, mientras a nivel de desarrollo material en la década de 1990 en el país existió un altísimo déficit lechero de más de cinco millones de litros anuales que nos llevó a importar sólo en 1992 más de 150,000 toneladas de leche en polvo.⁶⁴ Una desnutrición crónica en más del 50 % de la población económicamente activa y en el 40 % de los niños provocando la muerte anual de 50 mil infantes en México.⁶⁵

(64) Deficitaria en 5 millones de lts. la producción lechera nacional, Excélsior, 21 de noviembre de 1991, Importará México 150 mil toneladas de leche en polvo, El Financiero, 11 de febrero de 1992.

(65) 41 millones de mexicanos sin acceso a los mínimos esenciales de nutrición, El Financiero, 15 de octubre de 1991; Están desnutridos 40 % de los niños mexicanos, Excélsior, 6 de diciembre de 1991, Cada año mueren por

Un bajo rendimiento escolar por el déficit de peso y la aguda hambre que se presenta en los escolares.⁶⁶ Una anemia en seis de cada diez mexicanos y una pobreza extrema en más de 17 millones de personas,⁶⁷ etc. En ese mismo período de aplicación de las Leyes de la Oferta y la Demanda en el país las empresas nacionales despilfarraron o destruyeron en 1991 más de 2,000 toneladas de frutas en Chilpancingo, Guerrero; 40 toneladas diarias de tomate y calabaza en Tulancingo, Hidalgo; cientos de toneladas de azúcar en Guadalajara, Jalisco; 35 mil toneladas de soya en Culiacán, Sinaloa; 15 mil toneladas de jitomate en Morelos; 16,800 toneladas de tejojote en el centro del país; 10 mil toneladas de frijol soya en Salina Cruz, Oaxaca, compradas a China, 800 toneladas diarias de frutas y legumbres en la Central de Abastos del Distrito Federal, etc.; para ser industrias eficientes y conservar los precios competitivos de los productos que exige la nivelación de los mercados.⁶⁸

enfermedad 40,000 mil niños en México, Excélsior 24 de diciembre de 1991, Desnutridos 2 de cada 3 niños de 6 años. En el campo la mayoría, El Financiero, 26 de mayo de 1992; Crece la desnutrición por la pérdida del poder adquisitivo, El Financiero, 26 de mayo de 1992; Desnutridos 64 % de niños hasta de 5 años, Uno Más Uno, 27 de mayo de 1992; Mueren cada año cincuenta mil niños en México por desnutrición, Excélsior, 29 de agosto de 1992; Padecen desnutrición 20 % de los niños en Guanajuato: Sánchez V, Excélsior, 28 de julio de 1992. Esta realidad se ha dado a tal extremo en algunas regiones de la República, que por ejemplo, en Yucatán por cada cien mil niños que nacen mueren 92 por desnutrición. Un porcentaje más elevado que en Haití y en Guatemala. Mueren por desnutrición 92 de cada cien mil niños en la Zona Centro Yucateca: IPN, Excélsior, 18 de marzo de 1992.

- (66) 31 % de los niños en el D.F. en edad preescolar padecen déficit de peso, Uno Más Uno, 4 se marzo de 1992.
- (67) 41 millones de mexicanos sin acceso a los mínimos esenciales de nutrición, El Financiero, 15 de octubre de 1991; Padecen anemia 6 de cada diez mexicanos, afirman especialistas, Excélsior, 21 de octubre de 1991, Desnutridos 6 de cada 10 niños, Excélsior, 31 de julio de 1992.
- (68) Por día se hechan a pierden 40 toneladas de tomate y calabaza en Tulancingo, Excélsior 6 de septiembre de 1991; Se pudren 200 toneladas

De igual forma, siguiendo estas tendencias podemos pensar que mientras en nuestra sociedad existe la urgente necesidad de construir una cultura ecológica, una cultura del agua, una cultura de la civilidad urbana, una cultura de la racionalización de los recursos no renovables, una cultura de la tolerancia humana, una cultura de la defensa de las especies animales, una cultura de la protección de la biodiversidad, una cultura de promoción de la vida, una cultura de la reforestación, etc., para sobrevivir como sociedad; en ese mismo contexto de prioridades sociales los canales de información electrónicos regidos por los principios del mercado tenderán 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 del espectáculo, una cultura de los artistas, una cultura del Show, una cultura de la "fetichización" de las mercancías, etc., que son altamente

de frutas cosechadas en Guerrero, Excélsior 20 de septiembre de 1991; Sobreoferta azucarera en México: Dos millones de toneladas, Excélsior, 21 de septiembre de 1991; Nadie compra a labriegos sinaloenses 35 mil toneladas de soya: Crisantes Enciso, Excélsior, 14 de octubre de 1991; Quince mil toneladas de jitomate perdidas en Morelos, Excélsior, 20 de octubre de 1991, Se desperdician 16,800 toneladas de tejocote por año, Excélsior, 11 de noviembre de 1991; Tiran al día 800 toneladas a frutas y legumbres, Uno Más Uno, 5 de noviembre de 1991, Sin abasto nacional, Morelos importa jitomates: S Aguilar, Excélsior, 20 de marzo de 1992, Se pudren 10 mil toneladas de frijol soya en Salina Cruz, Excélsior, 17 de julio de 1992. En éste mismo período de necesidades urgentes México importó del exterior a precios de dumping 2 millones 500 mil toneladas de azúcar, equivalentes a casi 8 meses del consumo nacional, dejándose de comercializar parte de la última zafra con una pérdida superior a 250 mil millones de pesos. A precios de dumping México importó en los últimos 18 meses 2 millones 500 mil toneladas de azúcar, El Financiero, 18 de octubre de 1991. Fenómeno que también aparece en el resto de los países industrializados y subdesarrollados al perder respectivamente de 160 a 168 millones de dólares anuales los primeros y 26,000 millones de dólares los segundos en el terreno agrícola al aplicarse puramente los principios de la "Ley del Mercado". Pérdidas millonarias por distorsión en el mercado agrícola, Excélsior, 16 de noviembre de 1991.

rentables, pero nos llevan a despilfarrar la enorme energía humana que existe en el país para enfrentar nuestros grandes problemas de crecimiento y de sobrevivencia humana.

En este sentido, con el reinado de los principios del mercado en el campo cultural presenciaremos cada vez mas la existencia de un "malthusianismo cultural" donde la conciencia de lo social, es desplazada para dar paso a la mentalidad de los negocios, la ganancia ilimitada, el lucro, el pragmatismo económico, la posesión material como sentido de la vida, y el progreso técnico como nueva religión, por sobre otros valores urgentes de la sobrevivencia colectiva.

De esta forma, si la aplicación de las leyes del mercado al campo económico durante los preparativos para el ingreso al Sistema General de Aranceles y Comercio (GATT) y el acceso al Tratado de Libre Comercio, produjeron una gran quiebra de la industria electrónica, metal mecánica, agricultura, textil, plástico, alimentos, tejido, mueblera, calzado, restaurantera, de la transformación, el pequeño comercio y muchos otros más; ahora con el reinado creciente de los principios del mercado en el terreno cultural tenemos que preguntarnos, ¿Cuáles serán las cosmovisiones, las ideologías y los valores culturales propios de la cohesión e identificación de nuestra civilización nacional que quebrarán ante la producción de la enorme cultura parasitaria que producirá el proyecto modernizador de acumulación material a escala super transnacional a través de las industrias comunicativas, especialmente, de la televisión?.

La producción de la *cultura chatarra*

Ocasionado por los condicionantes anteriores presencia-mos que este proceso neoliberal de mercantilización extrema de la cultura y de la comunicación, especialmente, a través de la televisión, funcionará bajo la tendencia de producir, exclusivamente, aquella conciencia, educación, tradición e idiosincrasia que sea funcional para incrementar el proyecto de acumulación de capital, especialmente, a escala mega

transnacional; y marginará la construcción de las políticas culturales orgánicas que urgentemente requiere nuestro proyecto de desarrollo natural. De esta manera, podemos decir que al acercarse el final del siglo XX, el proyecto neoliberal introducido al país formará 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 y del Planeta Tierra. Esto debido, a que no es una actividad lucrativa que valga la pena fomentarla, a menos que llegue a fases críticas en las que el deterioro humano y social avance tanto que entre en contradicción con la tasa de producción y concentración de la riqueza.

En este sentido podemos decir que si la creación de los procesos culturales del país son regidos básicamente por los principios de la economía de mercado y no por otras racionalidades sociales más equilibradas, corremos el gran riesgo como sociedad de ser conducidos a un sistema de comunicación salvaje. Proceso de comunicación que se caracterizará 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, el dinero como modelo de los valores por sobre la solidaridad comunitaria,⁶⁹ la homogeneización mental por sobre la diferenciación cultural, etc.

(69) Sobre este punto observamos que el dinero se convierte cada vez más en el modelo de los valores. Por ejemplo, "la belleza se determina por el valor monetario; de él surge la bondad; marca la pauta de las modas, se le trata como un dios inmanente, funciona como una religión y sobretodo marca las pautas del éxito y del poder. Esta mentalidad se ha llevado a tal extremo que en la actualidad el hombre ya no es valorado por sí mismo, sino en base

Dificultades para formar una cultura para la sobrevivencia humana

La presencia de los principios de mercado sobre el proceso de funcionamiento de la comunicación, significa que la opción para construir vía la televisión una mentalidad colectiva de carácter preventivo o correctivo 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 aceptación de los grupos indígenas que son los fundadores de este territorio, la conservación de especies naturales, la atención de los ancianos, el combate a la erosión de la tierra, etc., en una idea, el impulso a una cerebralidad social más desarrollada; cada vez será más difícil lograrla vía las industrias culturales, pues éstas son áreas poco rentables para las leyes del mercado que progresivamente gobernarán mas el proyecto de la televisión pública.⁷⁰ Es decir, debido a que la nueva forma de financiamiento que plantea el modelo neoliberal lleva a que los medios gubernamentales se comercia-

a la capacidad para producir y tener dicho metal". Hoy más que nunca el dinero define la personalidad del Hombre: Dr. Juan Castaingts, Organó Informativo No. 25, Universidad Autónoma Metropolitana, México D.F., 2 de marzo de 1992, página 6. Esta tendencia ha marginado la consideración de otros realidades fundamentales para la sobrevivencia de nuestra sociedad como son los valores académicos, que actualmente se encuentran en una fase de profunda degradación y desprecio social. Degradado el valor social del académico, Uno Mas Uno, 15 de marzo de 1992.

- (70) Sobre este punto el Ex-director de IMEVISION 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 IMEVISION 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.

licen más, y por lo tanto, sean los patrocinadores quienes determinen el contenido de transmisión de los canales, será cada vez más difícil promover una "cultura de desarrollo social" desde estos, pues el esquema de sostenimiento de dichas empresas buscará crecientemente la obtención de la máxima ganancia monetaria a corto plazo. Hecho que se constata cuando el Lic. Alvarez Lima Ex-Director de IME-VISION, ahora privatizada y denominada Televisión Azteca señaló 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".⁷¹

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 casos 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.

(71) La televisión estatal debe reflejar mejor la realidad plural del país: Alvarez Lima, Uno Más Uno, 31 de enero de 1989.

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 los ha abandonado, mayoritariamente, a los caprichos de 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 proyecto cultural del Estado y de la sociedad civil en el terreno cerebral para mantener y ampliar el programa de identidad y democratización nacional a través de la superestructura audiovisual de la República.

En este sentido, presenciamos que contrariamente a las tesis modernizadoras del Estado Mexicano que plantean que éste se desregula y se privatiza para ya no ser más un Estado propietario, sino una entidad orientadora y directora de la sociedad; en la práctica constatamos que en el terreno cultural el Estado se ha convertido en una realidad progresivamente más endeble que no tiene capacidad para dirigir a la sociedad mexicana hacia un proyecto cultural propio y autónomo.

Bajo esta perspectiva, podemos decir "que el México Profundo está de nuevo bajo el riguroso control del México Imaginario que, como pocas veces, ha hecho suyo el proyecto de las potencias dominantes. Sin embargo, ese México Profundo sigue vivo y su contradicción con el México Imaginario no ha desaparecido, sino todo lo contrario se ha agudizado".⁷²

De aquí, la necesidad urgente de reflexionar sobre nuestra cultura y la acción que deben ejercer los medios de comunicación, particularmente la televisión, para conservar su esen-

(72) El "México Profundo" sigue vivo, Excélsior, 31 de julio de 1991.

cia nacional orientada hacia el desarrollo de nuestra conciencia; pues el proceso de la globalización mundial nos lleva a la creación de un nuevo orden cultural que modificará los contenidos y las fronteras ideológicas de los actuales Estados nacionales. De no efectuar esto, 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 capitalista internacional.

Sin embargo, no obstante la inminencia del panorama anterior, hasta el momento el Estado y las instituciones privadas nacionales estudian las consecuencias económicas, tecnológicas, laborales, políticas, financieras, ecológicas, etc. que tendrá el Tratado de Libre Comercio sobre estas áreas; pero no han analizado el impacto que tendrá este convenio trilateral y la aplicación de las leyes del mercado sobre la cultura y los medios de comunicación mexicanos. Es por ello, que en esta etapa de desarrollo neoliberal de la cultura nacional, consideramos altamente estratégico que se realice un estudio exploratorio que analice esta situación y plante diversas alternativas de acción de lo que debe realizar el Estado y la sociedad civil para encarar maduramente esta realidad.

De otra forma, teniendo posibilidades de sobra para comprender hacia donde tiende a evolucionar el proyecto cerebral de nuestra sociedad ante el fenómeno de la globalización cultural y de aplicar las medidas correctivas necesarias para mantener el rumbo de comunidad autónoma; habremos elegido el camino de la incondicionalidad ideológica que nos lleva a convertirnos en "ciervos" que no buscan alternativas ante el proyecto de la "modernización"; sino a someternos dócilmente a ésta: Entonces habremos entrado por propia voluntad en el "Fast Track de la Desnacionalización Mental".

Hacia una nueva política de comunicación colectiva

Dentro del nivel límite de evolución en el que nos encontramos como civilización, muchas son las acciones que se pueden y deben realizar, especialmente desde la sociedad civil, para corregir la tendencia deformada de crecimiento cultural y comunicacional que lleva el país. Sin embargo, ubicándonos dentro de las actuales linderos y reglas de acción política que ha fijado el actual Estado mexicano, pensamos que el modelo de desarrollo modernizador que gradualmente ha adoptado México al final del siglo XX en sus estructuras culturales para incorporarse al nuevo orden mundial surgido después de la guerra fría, basado mayoritariamente en el supuesto del "mágico poder regulatorio" de la "Mano Invisible" de las fuerzas del mercado para dirigir la participación social;⁷³ ha comprobado en una década sus enormes limitaciones y las deformaciones sociales y humanas que ha producido. Por ello, después del fracaso de dicho proyecto ahora se requiere la búsqueda e implementación de nuevas políticas para lograr la participación de la sociedad a través de otros procesos de comunicación y contribuir, con ello, a resolver las agudas contradicciones culturales de nuestra nación.

En este sentido, es fundamental substituir dentro del contexto de la modernidad la idea de crear un "Estado Mínimo" o "Ultra Mínimo" en el área cultural de México a través de la adopción indiscriminada de la política del "laissez faire informativo"; para ahora introducir la concepción estratégica del "Nuevo Estado Básico para la Sobrevivencia

(73) En el TLC el mercado fijará precios a los básicos, *Excélsior*, 27 de marzo de 1992; ¿De qué sirve la democracia si pervive el mercantilismo en América Latina?, *Excélsior*, 3 de junio de 1992; Está en duda que el mercado solucionará mágicamente los problemas económicos, *El Financiero*, 26 de noviembre de 1993.

Social" sin el cual no podrán construirse un orden civilizatorio superior que mantenga las condiciones elementales de la convivencia en comunidad, especialmente, en la medida en que en el país somos crecientemente sociedades de masas cada vez mayores.⁷⁴ "Nuevo Estado Básico para la Sobrevivencia Social" que no se limite a ejercer la labor meramente vigilancia policiaca, de atención a las urgencias inmediatas, de cubrir el servicio de recolección de basura, asistencia de los bomberos, vigilancia policiaca, etc., sino sobretudo que haga posible la participación democrática de la población en los procesos de creación de cultura y comunicación colectivos. Es decir, un Estado al servicio del hombre y no el hombre al servicio del mercado.

Debemos recordar que ya en el siglo XIX las profundas alteraciones que produjo el funcionamiento autónomo del mercado autoregulado en México generaron tantas contradicciones sociales que dieron origen al capitalismo salvaje e hicieron indispensable el surgimiento del Estado Benefactor para corregir dichos antagonismos insostenibles. Por ello, desde principios del siglo XX se intentó substituir la lógica de la supremacía del mercado, por otra lógica más sensible y humana de justicia y participación social.⁷⁵

(74) La lógica del mercado, *El Financiero*, 4 de agosto de 1992; Regula la existencia de la sociedad, *Excélsior*, 31 de mayo de 1992; Base del Estado corporativo, *Excélsior*, 2 de junio de 1992; Intervencionismo del Estado. Orígenes y modalidades del Estado, *Excélsior*, 3 de junio de 1992; Izquierda y totalitarismo. Orígenes y modalidades del Estado, *Excélsior*, 4 de junio de 1992; La teoría del Estado. Orígenes y modalidades del Estado, *Excélsior*, 5 de junio de 1992.

(75) El retiro del Estado impone retos capitales al neoliberalismo, *Excélsior*, 28 de septiembre de 1993; El cambio debe ser garantía de justicia, *Excélsior*, 28 de septiembre de 1993; La nueva cara del regulador económico, *Excélsior*, 28 de septiembre de 1993; Peligro el capitalismo salvaje, *Excélsior*, 2 de noviembre de 1993.

Incluso, constatamos que las principales naciones que impulsaron el modelo neoliberal del "Estado Mínimo" en los años 80s. como fueron los gobiernos de Ronald Regan en Estados Unidos y de Margaret Thatcher en la Gran Bretaña, a mediados de la década de los 90s. son corregidos drásticamente por los respectivos gobiernos de William Clinton en Norteamérica y de John Major en Inglaterra para fortalecer de nuevo al Estado Benefactor y resolver las grandes contradicciones que produjeron la aplicación irrestricta de las leyes del mercado en estos países. Dicha neointervención del Estado plantea ajustar el rumbo del autónomo del mercado a través de una acción mas activa de éste en la gestación de las macro políticas de crecimiento, pero no supone suprimirlo.⁷⁶

Es por esto que, ante el nivel límite de evolución en el que nos encontramos como civilización nacional y frente a la creciente realidad de establecer la "Iniciativa del Mercado" en el campo de la cultura y la comunicación colectiva del país, debemos considerar que así como una cantidad de actividades estratégicas para el desarrollo del Estado Mexi-

(76) Sí al neostatismo para guiar y no remplazar al mercado, Excélsior, 13 de abril de 1992; Corrige J. Major a M. Thatcher y fortalece al Estado Benefactor, Excélsior, 15 de julio de 1992; Profundo rechazo en Wall Street a Clinton. Temor a un incremento de tasas de interés e inflación, El Financiero, 13 de noviembre de 1992; El Neointervencionismo Estatal, El Financiero, 23 de noviembre de 1992; Clinton: ¿Un nuevo Liberalismo Social?, El Financiero, 24 de noviembre de 1992; Clinton, intervencionista astuto si concilia Estado y mercado, Excélsior, 26 de noviembre de 1992. La aplicación del liberalismo a ultranza en Estados Unidos durante más de 15 años provocó que una pequeña minoría se enriqueciera desproporcionadamente, mientras la mayoría social se convirtiera en más pobre, sin encontrar en el "paraiso capitalista" la felicidad prometida. De igual forma, la implementación durante varios años de la dinámica de la "mano invisible" en Inglaterra descuidó la educación pública al grado que en 1992 sólo el 34 % de los jóvenes entre 16 y 18 años gozaban de un sistema de capacitación, contra 47 % en Alemania y 66 % en Francia. El Neoliberalismo continúa haciendo "agua" en Estados Unidos, El Universal, 2 de octubre de 1993. Text of Footnote

cano no pueden dejarse en manos del sector mercantil, a riesgo de que desaparezcan, como es el caso de la medicina preventiva, la generación del transporte urbano público, el impulso a la ciencia básica, la producción de infraestructura urbana,⁷⁷ etc; así tampoco puede delegarse a éste la construcción de una "Cultura Social para la Sobrevivencia Nacional". Esto debido, a que aunque, paradójicamente, a largo plazo, la planificación cultural es la inversión económica más rentable que existe en México, a corto plazo, no es lucrativa dentro de los criterios de "ganancia pecuniaria" y de corto plazo que establece la actual concepción neoliberal de la vida.

Por ejemplo, en el campo de la física el descubrimiento del "Boscon de Higgs" o el invento del acelerador de partículas mas costoso del mundo "SSC", no pudieron desarrollarse sin la aportación multimillonaria de los Estados de la Comunidad Económica Europea y del Estado Americano.⁷⁸ De igual forma, la formación de una cultura ecológica, de una cultura de conservación de las especies que componen la conservación de las cadenas para la reproducción de la vida, de una cultura de la defensa de los ancianos, de una cultura del cuidado del Planeta Tierra, de una cultura de la convivencia civil, de una cultura de revaloración de lo nacional, de una cultura de la promoción de la vida, de una cultura de la reforestación, de una cultura de la humanización de las ciudades, etc. que son niveles de cerebralidad mínimos que requerimos construir y conservar culturalmente para sobrevivir en nuestra nación; tendrán que ser creados

(77) Las fuerzas del mercado solas no resuelven problemas: MCS, Excélsior, 20 de mayo de 1992; La disputa entre liberalismo y nacionalismo amenaza a la paz mundial, Excélsior, 2 de diciembre de 1992.

(78) ¿Realmente debemos confiar todo a la Iniciativa Privada?: El caso de la Física, El Financiero, 1 de noviembre de 1991.

por el Estado y la sociedad civil, ya que para el sector privado-mercantil no son rentables efectuarlas.

Ante este panorama de creciente desigualdad comunicativa y espiritual que se establece en nuestra región con la acción mayoritaria de las leyes del mercado, es necesario que el Estado Mexicano cree las condiciones de otro equilibrio cultural a través de la elaboración de una nueva política de "Liberalismo Social en el Terreno Comunicativo", que actualmente no existe y se requiere urgentemente producir para coexistir en nuestro territorio. Para ello, hay que considerar que, por ejemplo, así como en México en el campo económico el Estado reprivatizó la banca estatal y paralelamente impulsó la banca de desarrollo para apoyar a los sectores más desfavorecidos, o que así como vendió empresas públicas para destinar fondos a los proyectos de equilibrio social vía el "Programa Nacional de Solidaridad";⁷⁹ ahora, es necesario que así como ha permitido crecientemente el juego de los principios del mercado en el área cultural, se apoye la dinámica de la "Comunicación Social" que surge desde las

(79) Liberalismo social, nuestra filosofía; Contra Estatismo y Neoliberalismo absorbente, *El Financiero*, 5 de marzo de 1992. El liberalismo social, *Excélsior*, 7 de marzo de 1992; El liberalismo social: Nuestro camino, *Uno Más Uno*, 8 de marzo de 1992; ¿Neoliberalismo social?, *Uno Más Uno*, 11 de marzo de 1992; Entre la política y la economía. La condición de los serviles, *Excélsior*, 13 de marzo de 1992; El liberalismo social fortalece la soberanía, *Uno Más Uno*, 13 de marzo de 1992; Recursos a los marginados con mecanismos de mercado, *Excélsior*, 14 de marzo de 1992; Que del liberalismo, *Uno Más Uno*, 17 de marzo de 1992; De nuevo sobre el liberalismo, *Uno Más Uno*, 10 de marzo de 1992; El liberalismo social se vive con el Pronasol, *Excélsior*, 21 de marzo de 1992; Ni la soberanía es obsoleta, ni existe un modelo único, *Excélsior*, 22 de marzo de 1992; El liberalismo social no es un antagonismo, *Uno Más Uno*, 27 de marzo de 1992; El liberalismo social no tiene cabida en una sociedad pasiva y apolítica, *Uno más Uno*, 27 de marzo de 1992; El liberalismo social permite rechazar, por igual, capitalismo salvaje y populismo, *Uno Más Uno*, 27 de marzo de 1992.

necesidades de expresión y participación ideológica más apremiantes de los grupos mayoritarios del país.

No debemos olvidar que la aplicación de la lógica del mercado en el terreno cultural sin un programa social que lo guíe y complementa se convertirá en una dinámica de abuso de los mas dotados sobre los menos favorecidos; y la implementación de la racionalidad del mercado en el área informativa con justicia comunicativa creará las bases de la "Política de Comunicación Social de Mercado" que será la médula del Nuevo Orden Mental que se requiere construir en México, el continente y el mundo.⁸⁰

Con ello, se podrán rescatar los aspectos positivos que ofrece la economía de mercado en el campo cultural, como son la eficiencia, la competitividad, la libertad individual, la apertura de mercados, la adopción de nuevos financiamientos, la igualdad de oportunidades, etc; y al mismo tiempo se aplicarán los contrapesos culturales de nivelación mental necesarios para sobrevivir que no están incluidos dentro del frío cálculo económico del neoliberalismo mexicano. Frente a esto es imprescindible considerar que la práctica del libre juego de las fuerzas culturales y comunicativas, por sí mismas, no generarán automáticamente un proceso de comunicación superior en México; sino que para lograrlo se requiere la presencia y la acción de procesos sociales planificadores, con alto nivel de participación de la sociedad civil nacional. Contrapesos planificadores que no sean burocráticos, estatistas, paternalistas o populistas; pero que si vinculen los principales requerimientos de desarrollo social nacional con la dinámica de producción cultural.

(80) Occidente debe olvidar la privatización a ultranza, *Excélsior*, 1 de junio de 1992; Mercado con política social: Salinas, *Excélsior*, 23 de noviembre de 1993.

De lo contrario, los grandes límites naturales, que por sí misma, fija la economía de mercado sobre las dinámicas comunicativas, generarán más contradicciones culturales que las pretende resolver por la acción de la oferta y la demanda; y que sólo podrán ser resueltas con la introducción de la "Racionalidad de la Comunicación Social" en el campo de lo público. De no construirse esta política de liberalismo social en el área comunicativa y cultural del país, cada vez más, se vivirá el profundo divorcio existente entre necesidades materiales y espirituales de crecimiento social y la formación de la cerebralidad colectiva para resolverlas.

En este sentido, por nuestro propio bien como continente, hoy estamos obligados a preguntarnos con todo rigor ¿Hasta dónde a mediano y largo plazo este modelo de desarrollo a través del "Tratado de Libre Comercio" creará una cultura que propicie el verdadero crecimiento de nuestras comunidades nacionales o producirá un retroceso del avance del Hombre?. ¿Qué acciones culturales debemos de realizar para reforzar nuestras identidades nacionales dentro de los marcos de los principios del mercado?. ¿Cómo producir una cultura del desarrollo social mexicano dentro de la dinámica de la oferta y la demanda?. ¿Cómo conciliar las presiones de un modelo económico que tiende a deformar la estructura cultural de nuestro país para incrementar sus niveles de acumulación material, con la necesidad urgente de formar una cultura global para la sobrevivencia humana y el respeto a la vida?. ¿Cuáles deben ser los contenidos culturales de una política nacional de comunicación social en el México de final del siglo XX?.

De no hacernos estos cuestionamientos, y otros más, con honradez y severidad, encontraremos que en plena fase de modernización nacional, se habrán modificado las estructuras económicas, políticas, jurídicas, tecnológicas, etc. de nuestra sociedad; pero no se habrán transformado las estructuras mentales profundas que, en última instancia, son las que sostienen y le dan vida a nuestra nación. Bajo estas

circunstancias la sociedad mexicana estará avanzando con los "ojos vendados" por un precipicio mental muy peligroso y dentro de algunos años veremos y sufriremos las consecuencias devastadoras que habrá dejado sobre nuestras conciencias y comportamientos colectivos la presencia de la lógica de mercado en el terreno cultural y espiritual de nuestro país.

COMUNICACION GLOBALIZACION Y POLITICA, de Claudia Benassini, Luis Alfonso Guadarrama, Jaime Cornelio, José Guadalupe Figueroa, Lorena Yarza, Eduardo Sandoval Forero, Edel Cadena, Javier Esteinou, se terminó de imprimir en el mes de marzo de 1996, en los talleres de Chimal Editores, S.A. de C.V., Lago de Texcoco No. 105, Col. Vicente Guerrero, Toluca, Méx. Tel. 19-45-60. Edición a cargo del Programa Editorial de la UAEM. El tiraje consta de 1000 ejemplares.