

revista mexicana de
COMUNICACION

AÑO DOS • NUMERO DOCE

JULIO — AGOSTO DE 1990

Flores Olea en entrevista exclusiva con RMC:

Los medios del Estado sí pasarán al sector cultura

Granados Chapa:

Los motivos de su renuncia

El Independiente:

Cronología de un proyecto que no fue

Reporteros:

Cómo sobreviven en el Defe

Monsiváis: :

Comunicación, cultura política y democracia

Hinojosa:

De cómo el púlpito se fue a los medios

Reséndiz:

Diez años de la maestría en comunicación

Arévalo:

Urge una especialización en periodismo científico

Caballero / Riva Palacio:

En defensa de la palabra

Esteinou:

Los medios ante la modernización nacional

Año dos número doce julio-agosto de 1990

Director: Miguel Angel Sánchez de Armas

Consejo Editorial: Pablo Arredondo, Gerardo Arreola de Dios, Guillermina Báena Paz, José Luis Becerra López, Virgilio Caballero, José Carreño Carlón, Víctor Manuel de Santiago, Javier Esteinou Madrid, Fátima Fernández Christlieb, Héctor Gama Lira, Sabás Huesca Rebolledo, Miguel Angel Granados Chapa, José Luis Gutiérrez Espíndola, Ricardo Ocampo, Felipe López Veneroni, Raymundo Riva Palacio, Miguel Angel Sánchez de Armas, Enrique Sánchez Ruiz, Florence Tousseint Alcaraz.

Producción: Raúl Martínez Sánchez (coordinador); Efrén Arellano Trejo, Fabiola Narváz Perafán, Clara Narváz Perafán, Carmen Narváz Perafán, Carmen Vega Sánchez.

Fotografía: Ulises Castellanos, MAGSA.

Ilustraciones: Francisco Bernal, Del Angel.

Banco de Datos: Diana Mayén Pérez (coordinadora); Sonia Chávez López.

Unidad de opinión pública: Bertha Hernández (coordinadora); Juan Antonio Barrera Méndez.

Archivo y Documentación: Raúl Velázquez Martínez.

Administración: Esperanza Narváz Perafán, Ismael Roque.

Asesor de producción: Hormisdas Cobos Horta.

Asesor de informática: Ing. José Carlos Briseño.

Auxiliares de la Dirección: Beatriz Arellano Trejo, José Antonio Soto Feria.



La Revista Mexicana de Comunicación es el órgano oficial de la Fundación Manuel Buendía.

RMC, publicación bimestral editada por AGB Comunicación, S.A. de C.V. ISSN 0187-8190. Certificados de licitud de título 3390, de contenido 3221, y de reserva de uso de título, 72-89. Miguel Angel Sánchez de Armas, editor responsable. Dirección: Av. Cuauhtémoc 16-mezcane 2, Col. Doctores, México 06720, D.F. Télex 1775646 y 1777665. Impresión Eco Impresos, S.A. de C.V. Putarco Elias Calles 336, Col. Los Reyes Ixtacalca, México 08620, D.F. Distribuido en locales cerrados de toda la República por CITEM. Permiso de SEPOMEX como publicación periódica no. 048-0689; características 229541409. No se responde por originales no solicitados. Los artículos firmados no reflejan necesariamente la línea editorial de la revista. Se prohíbe la reproducción del contenido salvo citas para reseñas. PORTADA: ULISES CASTELLANOS

Renuncia M. A. Granados a <i>La Jornada</i>	4
En análisis, la nueva estructura de Imevisión e Imer:	
Entrevista con Víctor Flores Olea	9
Miguel Angel Sánchez de Armas.	
Comunicación, cultura política y democracia	13
Carlos Monsiváis.	
Los medios de comunicación ante la modernización nacional	19
Javier Esteinou Madrid.	
V Encuesta RMC: Cómo sobrevive un reportero defenido	22
Bertha Hernández / Juan Antonio Barrera	
Hojas sueltas de un proyecto que no fue: <i>El Independiente</i>	25
Debate: Enfoque interdisciplinario al estudio de los medios:	
<i>La Escuela de Madrid</i>	27
Durante la visita de Wojtyła, el púlpito se instaló en los medios	31
Oscar Hinojosa	
Prensa polarizada en Baja California	33
Europa del Este, Europa del 92 y los medios de comunicación	35
Carmen Gómez Mont	
Diez años de la maestría en comunicación en la FCPyS:	40
Rafael C. Reséndiz R.	
"Urge una especialización en periodismo científico":	
Entrevista con Javier Arévalo	42
Omar Raúl Martínez	
RTO, voz e imagen de las comunidades oaxaqueñas	45
Abigail Cervantes	
En defensa de la palabra	50
Virgilio Caballero / Raymundo Riva Palacio.	
Carballo, de periodista a narrador	53

Secciones y columnas

Del director	3
Miguel Angel Sánchez de Armas.	
Bitácora de comunicación	5
Raúl Velázquez Martínez	
Audiencias	18
Gabriel González Molina	
Spanish USA: <i>Se habla español</i>	38
Ricardo G. Ocampo	
¿Comunicuééé?	49
Sabás Huesca Rebolledo	
Perfiles	55
Abigail Cervantes	
Biblioteca	58
Omar Raúl Martínez	
Sección huesped: AMIC / CMPC / UPD / ANECO / CNR	61

LA REVISTA MEXICANA DE COMUNICACION Y LA FUNDACION MANUEL BUENDIA, A.C. ESTAN INTEGRADAS COMO OBSERVADORAS AL CONSEJO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA E INVESTIGACION DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACION (CONEICC) Y A LA ASOCIACION MEXICANA DE INVESTIGADORES DE LA COMUNICACION (AMIC)

¿Tiene suscripción a RMC? ¡Renuévela en julio!

¿No se ha suscrito aún? ¡Hágalo hoy mismo! Hable al 578-19-43 o envíe giro postal o bancario a *Revista Mexicana de Comunicación*, A.v. Cuauhtémoc 16 Mezz. 2, Col. Doctores, México, D.F. 06720. 12 números: D.F. y zona metropolitana, 50,000; estados, 60,000.

REVISTA MEXICANA DE COMUNICACION

APARTADO POSTAL 1784, ADMINISTRACION DE CORREOS No. 1, México, D.F. C.P. 06002

Teléfono para suscripciones: 578-1943

Los medios de comunicación ante la modernización nacional

Javier Esteinou Madrid

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

De esta forma, oficialmente se acepta que no podemos sobrevivir fuera de la moderna división internacional del trabajo y se intenta que nuestro país salga del antiguo eje trasatlántico euroamericano que ha ejercido la hegemonía a escala planetaria en este siglo y se integre a la nueva reorganización profunda del capitalismo occidental, vinculándose con los tres nuevos polos de desarrollo mundial: el Mercado Común Europeo que está compuesto por 12 países que empezarán a funcionar a partir de 1992 (Alemania Federal, Gran Bretaña, Francia, Italia, Holanda, Bélgica, Dinamarca, Grecia, Irlanda, Luxemburgo, Portugal y España)³; el Mercado Común de América del Norte, integrado oficialmente hasta el momento por Estados Unidos y Canadá, y el mercado de la Cuenca del Pacífico formado por 24 países ribere-

ños, 23 isleños y capitaneado por los "cuatro tigres asiáticos" que son Taiwán, Singapur, Hong Kong, y Corea del Sur⁴.

Dentro de la formación de esta nueva geopolítica mundial se observa que la tendencia de integración mayoritaria que sufrirá nuestro país, por razones geográficas y políticas, no será el vincularse en igual medida con las tres nuevas zonas hegemónicas, sino que la inercia de nuestra histórica dependencia estructural al norte nos llevará a asimilarnos cada vez más rápido a la economía norteamericana que a la asiática y la europea. Por lo tanto, siendo realistas, la tesis de la integración a la economía mundial que se maneja en abstracto, significa en concreto para nuestro país la reorganización de la economía nacional en base a la dinámica de expansión de la economía norteamericana, con la que se realiza como ninguna otra nación iberoamericana la mayor parte de nuestro comercio y de nuestras transacciones financieras.

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

Ante esta realidad pensamos, que por la irresponsabilidad que se mostró al no planificar el uso de los medios electrónicos en las últimas tres décadas, la falta de voluntad política para formar desde los canales masivos una cultura para el desarrollo, la debilidad de los gobiernos poscardenistas para defender la cultura nacional, y la complicidad de las autorida-

des públicas ante la penetración del proyecto transnacional en el terreno psíquico, el Estado mexicano ha perdido un enorme terreno para formar, a través de las industrias electrónicas, un fuerte nacionalismo y una sólida identidad y cohesión nacional que sirvieron como punto de despegue para el proyecto de crecimiento interno.

Es decir, sin conocer y asimilar todavía a fondo las alteraciones culturales que nos produjo la Conquista Española hace 480 años y las mutaciones mentales que nos ocasionó la sociedad de consumo con el proyecto de sustitución de importaciones, durante la industrialización nacional, desde la década de los cincuenta, ahora nuevamente sin estar preparados culturalmente nos vuelve a sorprender la profunda dinámica de la reestructuración económica, política e ideológica mundial con la "ola modernizante" y nuestra sociedad, una vez más, se incorpora a ese proceso sin la creación de un proyecto cerebral propio, sino que una vez más se encaja en los huecos marginales que deja esta profundísima transformación planetaria.

Vinculando este horizonte con los medios de comunicación, encontramos que aunque en términos de hechos (no de discurso) la televisión se encuentra todavía muy desfasada del proyecto modernizador, pues éste se ha dado ampliamente en el campo económico-normativo, un poco en el político-cultural y casi nada en el terreno comunicativo. Sabemos que para que el modelo de desarrollo neoliberal se pueda realizar en México, es indispensable la presencia de nuevas condiciones, legales, productivas, tecnológicas, laborales, jurídicas, etc, pero además exige la presencia insustituible de una nueva conciencia masiva neoliberal que respalde y afiance las acciones anteriores. Dicha conciencia creemos que intentará crear a través de los medios electrónicos las condiciones subjetivas necesarias para el funcionamiento de nuestra sociedad dentro de las nuevas relaciones competitivas del mercado mundial.

Estamos por iniciar a través de las industrias culturales, y en particular de la televisión, una nueva fase de inversión de valores nacionales mediante la circulación de nuevas ideologías para apuntalar la distribución desregulada de mercancías que exige el moderno programa de crecimiento neoliberal que ha elegido seguir el sector cúpula del Estado mexicano para las próximas décadas. Así, proyectando sobre el campo de la conciencia colectiva las determinantes estructurales que gradualmente está imponiendo el nuevo programa de creci-

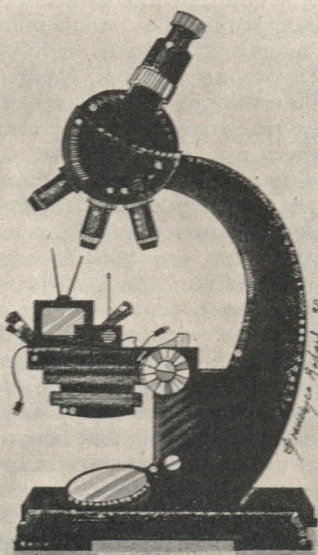
miento nacional, creemos que la moderna subjetividad que producirán los medios electrónicos en el futuro estará caracterizada, en parte, por fomentar el individualismo por sobre las relaciones solidarias acentuar la competitividad por sobre el trabajo compartido ("tequio"); el canibalismo salvaje por sobre la fraternidad; la marcada admiración por lo extranjero que por lo nacional; el interés por la no planificación colectiva sino por la altamente privatizada; la lucha por la libertad y felicidad aislada y no por la grupal; el valor supremo de la "eficiencia" por sobre otras metas humanas superiores; la tecnificación extrema como sentido del éxito y no el acercamiento humano, etc.

Ello debido a que las leyes internacionales del nuevo patrón de acumulación de capital que se está gestando, y que permean todos los niveles de la sociedad, están exigiendo en la esfera cultural que el alma colectiva que se construya en el país a través de los canales electrónicos de información se base en una visión de la vida más "cosificada" y transnacionalizada que nos lleve a saber cada vez más del gran mundo externo y cada día menos de nosotros como República y como personas. No debemos olvidar que la expansión de la economía multinacional obliga crecientemente a crear un "global supermarket para reproducirse a escala ampliada en todo el planeta, ante lo cual la existencia de estados nacionales y de políticas culturales regionales aparecen como un fuerte estorbo que hay que superar".⁵

Por ello, el mercado mundial está recurriendo crecientemente al uso de dos ideologías neoliberales para legitimar su avance y penetración en la periferia: la tesis del "Libre Flujo Internacional de la Información" y la ideología de la "Modernidad Cultural". Así, por una parte, revitaliza el argumento del "libre Flujo Internacional de la Información" para ampliar sus posiciones, y que en el fondo, no es otra cosa que la premisa para permitir la fácil difusión y penetración de las imágenes transnacionales a todas las zonas del planeta, pues son sólo estas empresas las que pueden competir intensamente a escala global. Por otra, se promueve la adopción de la ideología de la "modernidad cultural" que en términos de concepciones de masas es la visión que intenta homogeneizar la mayor parte de los campos de imaginarios sociales en base a los nuevos valores del consumo y el disfrute neoliberal para facilitar la expansión del mercado capitalista, que exige el proceso de concentración de capital a escala mundial. Con esto, las instituciones representantes del comer-

cio internacional están exigiendo, mediante sus acciones diplomáticas, políticas y económicas que los valores y las identidades nacionales se flexibilicen y abran a la modernidad para "formar un mercado universal sin barreras o límites"⁶ a través de sus campañas de marketing hasta lograr que éstas se adapten de manera más favorable a su nueva dinámica de concentración material.

De esta forma, no obstante que en la superficie de la sociedad mexicana las declaraciones oficiales del gobierno señalan que "los mexicanos queremos ser cada vez mejores amigos de los Estados Unidos, pero jamás a costa de nuestros valores que determinan nuestra esencia y nos conforman como nación"⁷, y de la firma oficial de convenios internacionales que indican "qué es imperativo el establecimiento de políticas nacionales de comunicación que resguarden la pluralidad cultural y política, reafirmen la



soberanía nacional y movilicen la participación de la comunidad"⁸, en las entrañas de nuestra realidad hoy estamos ante el silencioso embate de nuestras culturas y diferencias tradicionales para destruirlas o reacomodarlas dentro del nuevo esquema de división del mundo por modernas zonas hegemónicas.

De esta manera, constatamos que el proyecto de neoliberalismo cultural está mercantilizando al extremo el funcionamiento de los medios electrónicos y en particular de la televisión, lo que provocará que gran parte de nuestra reproducción espiritual cotidiana se enajene con tal de vender y acumular. Es decir, en términos culturales el país entregará su alma al diablo con tal de competir dentro de la dinámica de apertura internacional. Ello significa que mayoritaria-

mente la nueva conciencia colectiva producida por industrias culturales en la inteligencia del mexicano de finales del siglo XX y las primeras décadas del siglo XXI estará predeterminada por las exigencias de reproducción neoliberal del mercado mundial y no por los requerimientos de plenitud humana que hoy demandan los individuos en las ciudades.

Esto significa que la opción para construir, vía la televisión, una mentalidad colectiva preventiva frente a nuestros grandes problemas de desarrollo nacional como son la protección ecológica, la producción de alimentos, la atención a los sectores marginados, la promoción de la mujer, la conservación de especies naturales, el combate a la erosión de la tierra, etc., cada vez será más difícil lograrla pues son áreas poco rentables para las leyes del mercado que progresivamente gobernarán el proyecto de TV pública.

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 del gobierno, 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.

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

nacional a través de superestructura audiovisual de la República.

Por lo anterior, creemos que ante la anexión cada vez más acelerada de nuestra sociedad a las leyes culturales del mercado internacional que se está dando a través de nuestra vinculación al Sistema General de Aranceles y Comercio (GATT), de la apertura a los países de la Cuenca del Pacífico, de la integración muy dinámica y silenciosa a la economía norteamericana y de la relación con el nuevo Mercado Común Europeo para 1992, si el Estado mexicano no construye un proyecto cultural nacional cada vez más sólido a través del empleo racional de los medios de comunicación electrónicos, y en particular, a través de la televisión, estará cavando su tumba, de forma cada vez más profunda, al permitir que se destruyan en la conciencia de la población las bases mentales que requieren para existir como Estado Nacional. Destrucción que rápidamente tiende a acentuarse pues el proyecto neoliberal del Estado presiona para que los medios de comunicación funcionen como negocios y no como servicio público. Especialmente, cuando en esta fase de "modernización" las leyes del mercado atraviesan de manera profunda la estructura de los canales de información y, por consiguiente, son las "fuerzas de la libre competencia" las que crecientemente gobiernan el proyecto cultural de las industrias audiovisuales y no el proyecto de desarrollo social y humano de la población.

Esto es, a diferencia de otras fases de la historia de México en las que lo que mantenía cohesionada a la sociedad mexicana era su proyecto cultural de constitución como Nación, creemos que lo que hoy conserva relativamente unido al conjunto social y es lo que en parte ha evitado un mayor desbordamiento social, ha sido el modelo de existencia en las urbes, la presencia de viejos aparatos burocráticos, la capacidad de absorción esponjosa del partido gobernante, la constitución corporativista del Estado mexicano, al refuerzo de eficaces apoyos policiaco-militares, etc., pero no la fuerte presencia del proyecto cultural que actualmente se encuentra en bancarota ideológica. Por ello, "si en el futuro deseamos existir como nación debemos luchar por que se reconozca la importancia de la cultura en la construcción cotidiana del proyecto del país en la cual juega un doble papel fundamental: por una parte, contribuye al rescate del sentido profundo y humano del desarrollo fortaleciendo la conciencia propia, y por otra, hace posible la realización del proyecto nacional".⁹

De aquí la importancia estratégica de reactivar prioritariamente el liderazgo del Estado desde su avanzada cultura y no desde las simples trincheras económicas tradicionales que lo que hacen es subordinar la vocación de expansión universal del espíritu nacional a las necesidades coyunturales de reproducción del capital. No podemos olvidar que no hay nación que se desarrolle, que no tenga una conciencia nacional fuerte y en ese sentido detrás del nacionalismo mexicano existe una ausencia de integración nacional.

Por ello, ante el sistema de contenidos de los medios de comunicación electrónicos altamente desintegradores del país, pues no fomentan la participación ni la expresión de la pluralidad de opiniones, y por lo tanto, la formación de una conciencia crítica, la única forma de enfrentar la vertiginosa transformación mental que se nos viene con la liberación de fronteras, es la construcción de una sólida política nacionalista de comunicación para el país. Política que debe elaborar un fuerte espíritu nacional a través del reconocimiento autocrítico de nuestras limitaciones como sociedad y de la aceptación profunda de lo que somos para ser lo que tenemos que ser. La única forma de saltar sanamente hacia la modernidad que nos impone la dinámica de evolución mundial, es asimilar el cambio desde los marcos del conocimiento profundo de nuestra cultura y no desde los seductores espejismos modernizantes y consumistas que en el campo del desarrollo se esfuerzan por imponernos los países avanzados para fortalecer su estructura de acumulación de capital.

Por eso, para corregir la dirección de nuestro espíritu nacional hoy es estratégicamente fundamental incluir el papel que ocupan los medios de comunicación electrónicos, y particularmente de la televisión, dentro del examen, diseño y realización de las políticas culturales, pues es desde éstos desde donde se está construyendo cotidianamente con mayor fuerza el proyecto mental de la República. Dada la pérdida de la rectoría cultural de la sociedad mexicana por parte del gobierno, actualmente, es RAZON DE ESTADO el que éste planifique los medios de comunicación para el desarrollo del país. Hay que considerar que debido a la aceleradísima crisis global que vivimos de nada servirá intentar corregir los pies económicos, los brazos tecnológicos, las manos laborales, el estómago agropecuario, los pulmones ecológicos del país, etc, si no modificamos el alma que le da vida a nuestra sociedad, pues el cuerpo, tarde o temprano, se

volverá a desmoronar y, cada vez más, con mayor profundidad.¶

NOTAS:

1) Salinas de Gortari; "Nos modernizamos o el cambio mundial amenaza al país: Salinas", *Excelsior* 11 de abril de 1989.

Para ampliar este panorama consultar "Urge modernizar todo el aparato productivo en bienes y servicios", *Excelsior*, 8 de octubre de 1988; "Describe los esfuerzos de México por integrarse a la economía mundial la carta de intención al FMI", *Excelsior*, 25 de abril de 1989; "No será irrestricta, ni se hará de golpe la apertura comercial: CSG", *Excelsior*, 28 de abril de 1989; "Está agotado el modelo fácil", *Excelsior*, 9 de mayo de 1989; "En Marzo la economía del país estará lista para su desregulación: Córdoba", *Excelsior*, 21 de junio de 1989; "Ni liberalismo a ultranza, ni estatismo ultrajante: Zedillo", *Excelsior*, 30 de junio de 1989; "Sucumbió el paternalismo, hoy se necesita eficiencia; Peligran los avances por el déficit en paraestatales", *Excelsior*, 28 de julio de 1989; "La apertura comercial es una decisión permanente: Secofin", *Excelsior*, 16 de agosto de 1989.

2) Al respecto revisar "En 1992 el país debe estar abierto a la Comunidad Económica Europea", *Unomásuno*, 23 de abril de 1989; "Ofrece Europa a México más inversiones y abrir sus mercados a nuestros productos", *Unomásuno*, 21 de mayo de 1989; "Estamos listos para enfrentar el reto del mercado único en 1992", *Excelsior*, 27 de mayo de 1989; "Los logros de la gira de CSG por Europa base para construir un México moderno", *Unomásuno* 16 de julio de 1989; "Viaje de Carlos Salinas", *Unomásuno*, 18 de julio de 1989.

3) Al respecto revisar "El acuerdo de libre comercio entre Estados Unidos y Canadá", *Revista Comercio Exterior* Vol-39, No. 4, abril de 1989, México D. F., P-339, 347.

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

5) "Nuestro retraso social, no tecnológico", *Excelsior*, 30 de mayo de 1989.

6) Concepción del expresidente Ronald Reagan.

7) 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", *Excelsior*, 8 de agosto de 1989.

8) "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.

9) "Políticas de financiamiento de la cultura", obra cit, p-5.