

CCC
AI

0016

Dictamen a Los medios de comunicación en el cambio político-social de finales del siglo XX

El artículo presenta cuestionamientos muy válidos y pertinentes sobre la ausencia de políticas de comunicación del Estado mexicano que limiten el comercialismo y promuevan el cumplimiento de una función social en los medios de comunicación.

Sin embargo, para que pueda ser publicado en el anuario, se sugiere el cumplimiento de los siguientes puntos:

1) Es importante que el autor haga una fundamentación teórica más completa revisando los trabajos e investigaciones de colegas extranjeros y nacionales que abordan el tema de las políticas de comunicación en los nuevos escenarios globalizados y de mercados económicos regionales. De esa manera el autor podría redondear sus propuestas con las realizadas por otros académicos que buscan responder ante la misma situación, así como demostrar la existencia de consensos o de evidencias científicas en México y otros países sobre las consecuencias negativas de las políticas neoliberales y del laissez faire de los gobiernos actuales. Así como está, la argumentación se ve débil debido al tono ensayístico del trabajo que no atiende a la necesidad de todo trabajo académico de incluir un marco teórico donde se revise y discuta lo que otros investigadores han avanzado y contribuido en el tema tratado.

2) Las afirmaciones sobre las consecuencias de las políticas actuales o de la ausencia de las mismas se encuentran a un nivel muy abstracto y carecen de evidencias empíricas. ¿Qué han encontrado los investigadores en sus estudios empíricos sobre el impacto de las políticas modernizadoras que sostienen el adelgazamiento, la privatización, el repliegue, la desregulación, la globalización y la transnacionalización de lo público? ¿Hay investigaciones que hayan demostrado que los medios influyen y condicionan el alma cultural de una sociedad, que hayan encontrado evidencias de que los medios afectan la identidad cultural, etc.? Si no se cuenta con hallazgos concretos que lo demuestren, ayudaría por lo menos el citar a otros académicos que opinen lo mismo, ya que entonces se advertiría un mayor consenso sobre dichos efectos de los medios en la sociedad y en los individuos.

**ANUARIO DE INVESTIGACION DE LA COMUNICACION CONEICC
CRITERIOS PARA LA EVALUACION DE ARTICULOS**

El anuario de investigación de la comunicación CONEICC tiene como finalidad constituirse en una fuente de consulta para los estudiosos de la comunicación en nuestro país, basándose en la divulgación de propuestas teórico-metodológicas plurales, estados de la cuestión y hallazgos de investigación relativos a los múltiples fenómenos que confluyen en este campo del conocimiento.

Se trata, en particular, de ofrecer panorámicas generales y actualizadas sobre los nuevos desarrollos teóricos y metodológicos en las diversas áreas de la comunicación -- masiva, interpersonal, internacional, nuevas tecnologías, organizacional, política, etc.--, así como reseñas sobre publicaciones recientes en nuestro país. Se aceptan, también, ensayos y reportes de investigación sobre temas específicos que por su calidad teórica y metodológica contribuyan al desarrollo del conocimiento científico sobre comunicación.

En el anuario se incluyen dos tipos de trabajos: ensayos teóricos y reportes de investigación.

Los ensayos deberán mostrar un manejo actualizado y crítico de la bibliografía relevante en el área, y deberán ir más allá de la síntesis del estado de la cuestión, realizando aportaciones conceptuales o metodológicas.

Los reportes de investigación también deberán mostrar un manejo actualizado y crítico de la bibliografía relevante en el área, aunque su profundidad podrá ser menor que en el caso de los ensayos. Además, deberán especificar claramente los procedimientos metodológicos utilizados en el estudio. Los resultados y las conclusiones deberán ofrecer evidencias que contribuyan a un mejor entendimiento del fenómeno analizado.

Nombre del artículo Los medios de comunicación en el cambio político-social de finales de siglo XX

Dictaminador

NOMBRE

José Carlos Lozano

FIRMA

(No se dará a conocer al autor del artículo evaluado)

Resolución B

A. APROBADO SIN MODIFICACIONES

El artículo no requiere ninguna revisión conceptual, metodológica o formal, por lo que se acepta sin modificaciones.

B. APROBADO CON MODIFICACIONES

El artículo hace una aportación importante al conocimiento o revisión crítica de una área del conocimiento, pero requiere de correcciones, agregados, clarificación de ideas o procedimientos. (FAVOR DE ESPECIFICAR EN HOJA APARTE QUE CORRECCIONES DEBERA HACER EL AUTOR).

C. RECHAZADO EN SU FORMA ACTUAL

El artículo tiene serias deficiencias en el manejo crítico de la bibliografía y los enfoques teóricos, en los procedimientos metodológicos, en la interpretación de los hallazgos o en el manejo de las conclusiones. Requiere de cambios radicales en su estructura y contenido. (FAVOR DE ESPECIFICAR EN HOJA APARTE LAS RAZONES POR LAS QUE NO ES PUBLICABLE EN SU VERSION ACTUAL).

CCC
A-I
0016

Dictamen a Los medios de comunicación en el cambio político-social de finales del siglo XX

El artículo presenta cuestionamientos muy válidos y pertinentes sobre la ausencia de políticas de comunicación del Estado mexicano que limiten el comercialismo y promuevan el cumplimiento de una función social en los medios de comunicación.

Sin embargo, para que pueda ser publicado en el anuario, se sugiere el cumplimiento de los siguientes puntos:

1) Es importante que el autor haga una fundamentación teórica más completa revisando los trabajos e investigaciones de colegas extranjeros y nacionales que abordan el tema de las políticas de comunicación en los nuevos escenarios globalizados y de mercados económicos regionales. De esa manera el autor podría redondear sus propuestas con las realizadas por otros académicos que buscan responder ante la misma situación, así como demostrar la existencia de consensos o de evidencias científicas en México y otros países sobre las consecuencias negativas de las políticas neoliberales y del laissez faire de los gobiernos actuales. Así como está, la argumentación se ve débil debido al tono ensayístico del trabajo que no atiende a la necesidad de todo trabajo académico de incluir un marco teórico donde se revise y discuta lo que otros investigadores han avanzado y contribuido en el tema tratado.

2) Las afirmaciones sobre las consecuencias de las políticas actuales o de la ausencia de las mismas se encuentran a un nivel muy abstracto y carecen de evidencias empíricas. ¿Qué han encontrado los investigadores en sus estudios empíricos sobre el impacto de las políticas modernizadoras que sostienen el adelgazamiento, la privatización, el repliegue, la desregulación, la globalización y la transnacionalización de lo público? ¿Hay investigaciones que hayan demostrado que los medios influyen y condicionan el alma cultural de una sociedad, que hayan encontrado evidencias de que los medios afectan la identidad cultural, etc.? Si no se cuenta con hallazgos concretos que lo demuestren, ayudaría por lo menos el citar a otros académicos que opinen lo mismo, ya que entonces se advertiría un mayor consenso sobre dichos efectos de los medios en la sociedad y en los individuos.

"LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN EL CAMBIO POLITICO-SOCIAL
DE FINALES DE SIGLO XX".

Dr. Javier Esteinou Madrid *.

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

INDICE.

- I.- MERCADO, TRANSFORMACION DEL ESTADO Y PROYECTO DE CRECIMIENTO NACIONAL.
- II.- LA REFORMA DEL ESTADO Y TRANSFORMACION DEL SISTEMA DE COMUNICACION: ; NO SE LE ENCUENTRA LA CUADRATURA AL CIRCULO !.
- III.- ¿ QUE HACER ? : LA SOCIEDAD CIVIL Y LA FORMACION DE UNA POLITICA DE COMUNICACION PARA LA SOBREVIVENCIA SOCIAL.
- IV.- NOTAS.

I.- DINAMICA DEL MERCADO, TRANSFORMACION DEL ESTADO Y PROYECTO DE CRECIMIENTO NACIONAL.

El nuevo modelo de crecimiento modernizador adoptado por el gobierno mexicano desde principios de la década de los años 80s. para salir de la crisis estructural de sus últimos ciclos de crecimiento, especialmente, con la formación del Tratado de Libre Comercio ente México, Estados Unidos y Canadá; ha ocasionado que la sociedad mexicana se adentre en un nuevo panorama histórico de inevitable globalización de la economía, de integración a modernas zonas hegemónicas y de radicales cambios comunitarios.

Dentro del escenario de los múltiples cambios profundos que ha vivido México en su nuevo modelo de desarrollo de finales de siglo XX, sobresale centralmente la principal transformación que se ha dado mediante el retiro creciente del Estado de la tarea estratégica de definir la dirección de la esfera pública y la transferencia de esta dinámica rectora a la acción creciente de las Leyes de la "Mano Invisible del Mercado" para dirigir todos los ámbitos de nuestra vida nacional.

La rectoría de las leyes del mercado en el terreno comunicativo y cultural de nuestro país ha significado que entramos en la etapa de desarrollo nacional en la que se formula que ante la nueva glōbalidad 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". Bases que, llevadas 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.

Esto es, 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 mas, con mayor convencimiento que la rectoría cultural de la sociedad mexicana no debe conducirse por la acción interventora de políticas del Estado; sino que deben ser conducidas 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 mas que debe estar regida por los principios de la oferta y la demanda.

Con las profundas transformaciones que ha introducido el proyecto de desarrollo de mercado, se constata el tránsito radical de un proyecto de

comunicación y cultura colectivas dirigidas por el Estado (por más deficiente, limitado y equivocado que haya sido), a una práctica informativa conducida por la lógica del mercado que localiza su centro de acción en la generación de crecientes ganancias monetarias rápidas a costa de lo que sea.

**II.- LA REFORMA DEL ESTADO Y TRANSFORMACION DEL SISTEMA DE COMUNICACION:
¡ NO SE LE ENCUENTRA LA CUADRATURA AL CIRCULO !.**

El fortalecimiento del proyecto de mercado como guía del crecimiento la sociedad mexicana a finales del milenio, no sólo ha requerido la aplicación de sólidas acciones económicas y políticas para superar la drástica crisis estructural de la nación, sino que sobre todo ha necesitado intentar realizar una **Reforma Integral del Estado** que permita que nuestro proyecto de crecimiento se reencause por los senderos de la estabilidad perdida.

Urgente reforma del Estado que no sólo debería exigir la modificación de los aspectos legales del proceso electoral, de la impartición equilibrada de justicia, de la presencia intensiva de la sociedad en los espacios de representación pública, de la aplicación del nuevo federalismo, la autonomía de los poderes legislativo y judicial, el respeto al voto ciudadano, la limitación al poder presidencial, la negociación con los sectores insurrectos de Chiapas y Guerrero, etc., sino sobre todo la transformación del funcionamiento de sus sistemas culturales y de medios de comunicación colectivos, especialmente, cuando la mayoría de las estructuras de comunicación presentes, desde el punto de vista de la participación social, ya son altamente obsoletas (1). Debemos considerar que en la actualidad, no puede existir un gobierno moderno y avanzado, sin la transformación democrática e integral de sus instituciones de cultura y medios de comunicación colectivos, ya que es a través de ellos, como se realiza cotidianamente una de las principales formas de dirección y participación colectiva en comunidad.

Para realizar la reforma del Estado mexicano en materia de comunicación después de muchos años de promesas, de discursos, de esperas, de demagogias, de aperturas y de mini cambios por parte de los diversos órganos de rectoría del país, finalmente al casi concluir el siglo XX, a principios del período de la gestión política 1995-2,000 el gobierno mexicano en turno organizó en diversos momentos distintas consultas públicas y acuerdos políticos sobre comunicación y cultura, con el fin de abrir a la participación de toda la sociedad la discusión sobre la estratégica reforma del Estado en materia de comunicación social y enriquecer dicho proyecto de cambio político.

A lo largo de la celebración de todos los eventos públicos nacionales para la discusión y transformación del Estado mexicano en materia de cultura y comunicación social en el período 1994-2,000, se presentaron más de 11,800 diagnósticos y propuestas de todos los sectores de la sociedad civil, política, gubernamental, empresarial y estatal del

la República Mexicana para la transformación del Estado sobre la situación de la información colectiva. Dichas propuestas oscilaron desde la instauración del derecho de réplica en los medios, la formación del Código de Etica Periodística, la creación de la figura del Ombudsman de la Comunicación Colectiva, el aprovechamiento democrático del 12.5 % del tiempo oficial en los medios, prohibir la existencia de monopolios comunicativos, suprimir los mecanismos directos y velados de censura; hasta la revisión del otorgamiento de las concesiones, la apertura de los espacios comunicativos para la participación de la sociedad civil, la creación de un Consejo Nacional de Medios de Comunicación, la modificación total de la actual normatividad en materia de comunicación social, la ampliación de la red de medios culturales, etc.

Sin embargo, no obstante todas estas participaciones que presentaron el sentir de la sociedad civil sobre la transformación del proyecto de comunicación nacional, casi tres años y medio después de haberse efectuado dichos procesos democráticos, al terminar el período de sesiones de la LVI Legislatura en la Cámara de Diputados, no existió ningún resultado de rescate por parte del Poder Legislativo de esta inmensidad de propuestas de la sociedad para la modificación del sistema nacional de comunicaciones (2).

Con este comportamiento político se demostró nítidamente que el Estado Mexicano de finales del siglo XX, no contó con voluntad política histórica para transformar el actual sistema de comunicación de la sociedad mexicana. Esto es, en materia de comunicación el sistema político mexicano continua sin compromiso social para encontrarle la "cuadratura al círculo de la comunicación". En este sentido, al concluir el milenio asistimos todavía a la presencia de un Estado Feudal mexicano que como en la Edad Media vía el rígido control de los medios de comunicación, actualmente no permite la participación de los grandes grupos en los procesos masivos de construcción de la conciencia social.

III.- ¿ QUE HACER ? : LA SOCIEDAD CIVIL Y LA FORMACION DE UNA POLITICA DE COMUNICACION PARA LA SOBREVIVENCIA SOCIAL.

Ante la evasiva histórica del Estado mexicano para transformar los medios de comunicación es necesario que la sociedad civil organizada presione sistemáticamente para reactivar el proceso de transformación democrática del Estado mexicano a través de 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 que limitan el crecimiento equilibrado de nuestra nación. Es dentro de este contexto de renovación y transición al nuevo milenio que desempeña un papel central la acción de los medios para construir otras políticas culturales acordes con los problemas que debemos resolver para sobrevivir como comunidad y Especie.

Para ello, es fundamental substituir dentro del contexto de la modernidad contemporánea la idea de mantener una "Política Mínima" o

"Ultra Mínima" en el campo de la comunicación social de México a través de la adopción indiscriminada de la dinámica del "laissez faire informativo"; para ahora introducir la concepción estratégica de establecer una **"Nueva Política de Comunicación Básica para la Sobrevivencia Social"**, sin la 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. **"Nueva Política de Comunicación Básica para la Sobrevivencia Social"** que no se limite a ejercer meramente la labor informativa espectacular, de diversión, de elevación del rating, de entretenimiento, etc. que ha promovido intensamente la dinámica de mercado; sino sobretodo que haga posible la participación democrática de la población en los procesos de creación de cultura y comunicación colectivos vía los complejos audiovisuales. Es decir, **medios de comunicación al servicio del hombre y no el hombre al servicio de mercado vía la acción de los canales de información.**

En este sentido, ante el panorama de creciente desigualdad comunicativa y espiritual que se establece en nuestra República con la bárbara acción de las leyes del mercado sobre el terreno comunicativo, es necesario que la sociedad civil presione para que el Estado mexicano cree las condiciones de otro equilibrio cultural a través de la elaboración de una nueva política de **"Cultura y Comunicación Social para la Sobrevivencia Nacional"**, que actualmente no existe y se requiere urgentemente para coexistir. Para ello, hay que considerar que así como 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" (3); ahora, es necesario que así como ha permitido crecientemente el juego de los principios del mercado en el área cultural, apoye la dinámica de la **"Comunicación Social"** en el terreno comunicativo que surge desde las necesidades de expresión y participación ideológica más apremiantes de los grupos mayoritarios del país.

Esta transformación comunicativa es especialmente importante efectuarla por que debemos considerar que así como una cantidad de actividades estratégicas para el desarrollo de la sociedad mexicana 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 (4), etc; así tampoco puede delegarse al mercado la construcción de una **"Cultura Social para la Sobrevivencia Nacional"**. Ello 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 vía la política de la mano invisible del mercado.

Así, la formación de una cultura ecológica, de una cultura de conservación de las especies que componen la conservación de las cadenas de 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, etc. que son niveles de cerebralidad mínimos que requerimos construir y conservar en México para sobrevivir en sociedades de masas cada vez mayores; tendrán que ser creadas por un nuevo modelo de comunicación de servicio público, ya que para el modelo de comunicación mercantil no es rentable efectuarla.

En este sentido es fundamental tener presente que para que la sociedad mexicana se desarrolle a través del "Moderno Estado Mexicano", especialmente, en los tiempos del Tratado de Libre Comercio y de la globalización total, es necesario aplicar muchas acciones administrativas, legislativas, políticas, infraestructurales, organizativas, etc., pero además de estas actividades a nivel material, es indispensable ejecutar intensos y muy sólidos proyectos culturales orgánicos que respalden las acciones de gobierno y desarrollo nacional. Para ello, es central que el Estado Mexicano abandone sus tradicionales desviaciones "aristocráticas", "folkloristas", "elitistas" y "culturalistas" que ha practicado durante varias décadas y que han entendido la acción cultural de forma restringida como la expresión de las sensibilidades más refinadas en todos los órdenes de las artes y de los conocimientos; y la replante ahora en un sentido amplio como la producción de una nueva Cultura Orgánica que responda a las principales problemáticas cotidianas que la sociedad mexicana tiene que resolver para sobrevivir.

Cultura orgánica que supere la simple acción de alfabetizar, incrementar el nivel cuantitativo de la matrícula escolar básica, ampliar la educación formal, atender eficientemente los trámites instructivos, etc., y que prioritariamente, se oriente a propiciar el desarrollo del país a través de la creación de mayores niveles de conciencia sobre nuestras trabas que nos impiden crecer como sociedad.

Esto quiere decir que una pieza estratégica para que los proyectos de desarrollo nacional puedan echar verdaderas raíces económicas y políticas en la población para alcanzar, a nivel elemental, las metas propuestas, antes, el Estado, a través de los medios de comunicación electrónicos y particularmente de la televisión, tiene que formar en la conciencia de los ciudadanos una nueva cultura global para gobernar en el terreno ambiental, productivo, organizativo, urbano, de explotación de recursos naturales, de empleo, de vivienda, de energéticos, de agua, de salud, de participación, de generación de alimentos, etc.

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

sociales.

Es por ello que la sociedad civil debe presionar enérgicamente para que el Estado Mexicano canalice fundamentalmente la mayoría de su energía financiera, material, artística y espiritual hacia la producción de una nueva cultura agrícola para la producción de alimentos que disminuya las más de 9 mil toneladas de nutrientes que actualmente importamos para existir. Una nueva cultura natural que evite que se sigan destruyendo más de 200 especies animales y vegetales que se han aniquilado en lo que va de este siglo en nuestra República. Una nueva cultura local que aminore la migración de más de 10 mil personas diarias a las principales ciudades del país. Una nueva cultura forestal que disminuya la erosión de más de 500 mil hectáreas anuales que se destruyen en nuestra reserva territorial. Una nueva cultura acuífera que permita darle un valor racional al agua para aprovecharla civilizadamente y ahorrar el 30 % del líquido potable que hoy se desperdicia irresponsablemente en las urbes. Una nueva cultura ecológica que contribuya a disminuir las más de 6,000 toneladas diarias de partículas contaminantes que se acumulan en la atmósfera del Valle de México y las principales ciudades del país, y que silenciosamente cada vez más nos suprimen la vida.

Una nueva cultura femenina que permita la amplia participación social de las mujeres mexicanas que son el 50 % de la población nacional. Una nueva cultura energética que nos lleve a vivir lo más justamente la transición por la que atraviesa el país al pasar de la era del petróleo a otra fase de desarrollo motriz. Una nueva cultura nutricional que posibilite disminuir la inanición en más del 60 % de la población nacional, especialmente infantil, que permanentemente vive sin los mínimos alimenticios requeridos para sobrevivir. Una nueva cultura de la organización que integre alrededor de nuestros conflictos sociales básicos a los 85 millones de habitantes que vivimos en el país, pues todavía somos una sociedad que esta por organizarse plenamente. Una nueva cultura que permita valorar y amar profundamente lo mexicano para afirmar nuestra cada vez más débil identidad nacional y evitar la rapidísima pérdida de nuestro proyecto cultural del país ante la apertura de fronteras. Una nueva cultura para las emergencias nacionales, especialmente, de naturaleza sísmica en el Valle de México cuando sabemos que los especialistas sismólogos de la Universidad Nacional Autónoma de México han anticipado la presencia de fuertes movimientos de las capas telúricas para los próximos años como se ha comprobado, una vez más, con el temblor de 3 grados en la escala de Richter del 25 de abril de 1989, y muchos más que los han precedido, etc. (5).

De aquí, la necesidad urgente de reflexionar desde la sociedad civil sobre nuestra cultura y la acción que deben ejercer los medios de comunicación dentro del proyecto de acelerada transformación del Estado mexicano; pues el vertiginoso proceso de la globalización mundial nos lleva a la creación de un nuevo orden cultural que está modificando los contenidos y las fronteras ideológicas de los actuales Estados nacionales.

En otros términos, hoy estamos obligados a preguntarnos con todo rigor desde la sociedad civil ¿Hasta dónde a mediano y largo plazo el modelo de comunicación de mercado creará una cultura que propicie el

verdadero crecimiento de nuestra sociedad o producirá un retroceso del avance del Hombre ?. ¿ Qué acciones culturales debemos de realizar para reforzar nuestra identidad nacional dentro de los marcos del proyecto de comunicación de mercado ?. ¿ Cómo producir una cultura del desarrollo social dentro de la dinámica de la oferta y la demanda comunicativa ?. ¿ Cómo conciliar las presiones de un modelo comunicativo que deforma la estructura cultural 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 comunicativos de una política nacional de comunicación social en el México de final del siglo XX ?.

De no efectuarse una profunda reforma democrática del Estado en materia de comunicación colectiva, el alma cultural de nuestra sociedad correrá el gran riesgo de quedar sepultada por los nuevos espejismos seductores que introduce el proceso de modernidad y sus derivados simbólicos parasitarios de ésta nueva fase del desarrollo de la sociedad capitalista internacional. Con ello, los grandes límites naturales, que por sí misma, fija la economía de mercado sobre las dinámicas de comunicación televisiva, 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 para la Sobrevivencia Social" en el campo de lo público.

En este sentido, si no se crea esta política de amplia participación social en el área comunicativa y cultural, cada vez más, la sociedad mexicana vivirá el profundo divorcio existente entre necesidades materiales y espirituales de crecimiento social y la formación de la cerebralidad colectiva para resolverlas. Con esto, 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 comunidad nacional.

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

NOTAS.

(1) La comunidad cultural ante la reforma del Estado, El Financiero, 7 de febrero de 1996; Para los grandes medios de comunicación la noticia se genera desde el poder: Javier Elorriaga, El Financiero, 9 de febrero de 1996; De foros y más foros, El Universal, 10 de febrero de 1996; Es necesario crear una comisión que de seguimiento a las propuestas, El Universal, 10 de febrero de 1996.

(2) Propone el PRD crear un Consejo Nacional de Comunicación Social, El Financiero, 8 de junio de 1996.

(3) Liberalismo social, nuestra filosofía; Contra Estatismo y Neoliberalismo absorbente, El Financiero, 5 de marzo de 1992. El liberalismo social, Excelsior, 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, Excelsior, 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, Excelsior, 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, Excelsior, 21 de marzo de 1992; Ni la soberanía es obsoleta, ni existe un modelo único, Excelsior, 22 de marzo de 1992.

(4) Sí al neoestatismo para guiar y no remplazar al mercado, Excelsior, 13 de abril de 1992; Corrige J. Major a M. Thatcher y fortalece al Estado Benefactor, Excelsior, 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, Excelsior, 26 de noviembre de 1992.

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

CCC
AI
0016

INDICE.

- I.- MERCADO, TRANSFORMACION DEL ESTADO Y PROYECTO DE CRECIMIENTO NACIONAL.
- II.- LA REFORMA DEL ESTADO Y TRANSFORMACION DEL SISTEMA DE COMUNICACION: ; NO SE LE ENCUENTRA LA CUADRATURA AL CIRCULO !.
- III.- ¿ QUE HACER ? : LA SOCIEDAD CIVIL Y LA FORMACION DE UNA POLITICA DE COMUNICACION PARA LA SOBREVIVENCIA SOCIAL.
- IV.- NOTAS.

I.- DINAMICA DEL MERCADO, TRANSFORMACION DEL ESTADO Y PROYECTO DE CRECIMIENTO NACIONAL.

El nuevo modelo de crecimiento modernizador adoptado por el gobierno mexicano desde principios de la década de los años 80s. para salir de la crisis estructural de sus últimos ciclos de crecimiento, especialmente, con la formación del Tratado de Libre Comercio ente México, Estados Unidos y Canadá; ha ocasionado que la sociedad mexicana se adentre en un nuevo panorama histórico de inevitable globalización de la economía, de integración a modernas zonas hegemónicas y de radicales cambios comunitarios.

Dentro del escenario de los múltiples cambios profundos que ha vivido México en su nuevo modelo de desarrollo de finales de siglo XX, sobresale centralmente la principal transformación que se ha dado mediante el retiro creciente del Estado de la tarea estratégica de definir la dirección de la esfera pública y la transferencia de esta dinámica rectora a la acción creciente de las Leyes de la "Mano Invisible del Mercado" para dirigir todos los ámbitos de nuestra vida nacional.

La rectoría de las leyes del mercado en el terreno comunicativo y cultural de nuestro país ha significado que entramos en la etapa de desarrollo nacional en la que se formula que ante la nueva glōbalidad 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". Bases que, llevadas 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.

Esto es, 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 mas, con mayor convencimiento que la rectoría cultural de la sociedad mexicana no debe conducirse por la acción interventora de políticas del Estado; sino que deben ser conducidas 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 mas que debe estar regida por los principios de la oferta y la demanda.

Con las profundas transformaciones que ha introducido el proyecto de desarrollo de mercado, se constata el tránsito radical de un proyecto de

comunicación y cultura colectivas dirigidas por el Estado (por más deficiente, limitado y equivocado que haya sido), a una práctica informativa conducida por la lógica del mercado que localiza su centro de acción en la generación de crecientes ganancias monetarias rápidas a costa de lo que sea.

**II.- LA REFORMA DEL ESTADO Y TRANSFORMACION DEL SISTEMA DE COMUNICACION:
¡ NO SE LE ENCUENTRA LA CUADRATURA AL CIRCULO !.**

El fortalecimiento del proyecto de mercado como guía del crecimiento la sociedad mexicana a finales del milenio, no sólo ha requerido la aplicación de sólidas acciones económicas y políticas para superar la drástica crisis estructural de la nación, sino que sobre todo ha necesitado intentar realizar una **Reforma Integral del Estado** que permita que nuestro proyecto de crecimiento se reencause por los senderos de la estabilidad perdida.

Urgente reforma del Estado que no sólo debería exigir la modificación de los aspectos legales del proceso electoral, de la impartición equilibrada de justicia, de la presencia intensiva de la sociedad en los espacios de representación pública, de la aplicación del nuevo federalismo, la autonomía de los poderes legislativo y judicial, el respeto al voto ciudadano, la limitación al poder presidencial, la negociación con los sectores insurrectos de Chiapas y Guerrero, etc., sino sobre todo la transformación del funcionamiento de sus sistemas culturales y de medios de comunicación colectivos, especialmente, cuando la mayoría de las estructuras de comunicación presentes, desde el punto de vista de la participación social, ya son altamente obsoletas (1). Debemos considerar que en la actualidad, no puede existir un gobierno moderno y avanzado, sin la transformación democrática e integral de sus instituciones de cultura y medios de comunicación colectivos, ya que es a través de ellos, como se realiza cotidianamente una de las principales formas de dirección y participación colectiva en comunidad.

Para realizar la reforma del Estado mexicano en materia de comunicación después de muchos años de promesas, de discursos, de esperas, de demagogias, de aperturas y de mini cambios por parte de los diversos órganos de rectoría del país, finalmente al casi concluir el siglo XX, a principios del período de la gestión política 1995-2,000 el gobierno mexicano en turno organizó en diversos momentos distintas consultas públicas y acuerdos políticos sobre comunicación y cultura, con el fin de abrir a la participación de toda la sociedad la discusión sobre la estratégica reforma del Estado en materia de comunicación social y enriquecer dicho proyecto de cambio político.

A lo largo de la celebración de todos los eventos públicos nacionales para la discusión y transformación del Estado mexicano en materia de cultura y comunicación social en el período 1994-2,000, se presentaron más de 11,800 diagnósticos y propuestas de todos los sectores de la sociedad civil, política, gubernamental, empresarial y estatal del

la República Mexicana para la transformación del Estado sobre la situación de la información colectiva. Dichas propuestas oscilaron desde la instauración del derecho de réplica en los medios, la formación del Código de Ética Periodística, la creación de la figura del Ombudsman de la Comunicación Colectiva, el aprovechamiento democrático del 12.5 % del tiempo oficial en los medios, prohibir la existencia de monopolios comunicativos, suprimir los mecanismos directos y velados de censura; hasta la revisión del otorgamiento de las concesiones, la apertura de los espacios comunicativos para la participación de la sociedad civil, la creación de un Consejo Nacional de Medios de Comunicación, la modificación total de la actual normatividad en materia de comunicación social, la ampliación de la red de medios culturales, etc.

Sin embargo, no obstante todas estas participaciones que presentaron el sentir de la sociedad civil sobre la transformación del proyecto de comunicación nacional, casi tres años y medio después de haberse efectuado dichos procesos democráticos, al terminar el período de sesiones de la LVI Legislatura en la Cámara de Diputados, no existió ningún resultado de rescate por parte del Poder Legislativo de esta inmensidad de propuestas de la sociedad para la modificación del sistema nacional de comunicaciones (2).

Con este comportamiento político se demostró nítidamente que el Estado Mexicano de finales del siglo XX, no contó con voluntad política histórica para transformar el actual sistema de comunicación de la sociedad mexicana. Esto es, en materia de comunicación el sistema político mexicano continua sin compromiso social para encontrarle la "cuadratura al círculo de la comunicación". En este sentido, al concluir el milenio asistimos todavía a la presencia de un Estado Feudal mexicano que como en la Edad Media vía el rígido control de los medios de comunicación, actualmente no permite la participación de los grandes grupos en los procesos masivos de construcción de la conciencia social.

III.- ¿ QUE HACER ? : LA SOCIEDAD CIVIL Y LA FORMACION DE UNA POLITICA DE COMUNICACION PARA LA SOBREVIVENCIA SOCIAL.

Ante la evasiva histórica del Estado mexicano para transformar los medios de comunicación es necesario que la sociedad civil organizada presione sistemáticamente para reactivar el proceso de transformación democrática del Estado mexicano a través de 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 que limitan el crecimiento equilibrado de nuestra nación. Es dentro de este contexto de renovación y transición al nuevo milenio que desempeña un papel central la acción de los medios para construir otras políticas culturales acordes con los problemas que debemos resolver para sobrevivir como comunidad y Especie.

Para ello, es fundamental substituir dentro del contexto de la modernidad contemporánea la idea de mantener una "Política Mínima" o

"Ultra Mínima" en el campo de la comunicación social de México a través de la adopción indiscriminada de la dinámica del **"laissez faire informativo"**; para ahora introducir la concepción estratégica de establecer una **"Nueva Política de Comunicación Básica para la Sobrevivencia Social"**, sin la 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. **"Nueva Política de Comunicación Básica para la Sobrevivencia Social"** que no se limite a ejercer meramente la labor informativa espectacular, de diversión, de elevación del rating, de entretenimiento, etc. que ha promovido intensamente la dinámica de mercado; sino sobretodo que haga posible la participación democrática de la población en los procesos de creación de cultura y comunicación colectivos vía los complejos audiovisuales. Es decir, **medios de comunicación al servicio del hombre y no el hombre al servicio de mercado vía la acción de los canales de información.**

En este sentido, ante el panorama de creciente desigualdad comunicativa y espiritual que se establece en nuestra República con la bárbara acción de las leyes del mercado sobre el terreno comunicativo, es necesario que la sociedad civil presione para que el Estado mexicano cree las condiciones de otro equilibrio cultural a través de la elaboración de una nueva política de **"Cultura y Comunicación Social para la Sobrevivencia Nacional"**, que actualmente no existe y se requiere urgentemente para coexistir. Para ello, hay que considerar que así como 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" (3); ahora, es necesario que así como ha permitido crecientemente el juego de los principios del mercado en el área cultural, apoye la dinámica de la **"Comunicación Social"** en el terreno comunicativo que surge desde las necesidades de expresión y participación ideológica más apremiantes de los grupos mayoritarios del país.

Esta transformación comunicativa es especialmente importante efectuarla por que debemos considerar que así como una cantidad de actividades estratégicas para el desarrollo de la sociedad mexicana 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 (4), etc; así tampoco puede delegarse al mercado la construcción de una **"Cultura Social para la Sobrevivencia Nacional"**. Ello 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 vía la política de la mano invisible del mercado.

Así, la formación de una cultura ecológica, de una cultura de conservación de las especies que componen la conservación de las cadenas de 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, etc. que son niveles de cerebralidad mínimos que requerimos construir y conservar en México para sobrevivir en sociedades de masas cada vez mayores; tendrán que ser creadas por un nuevo modelo de comunicación de servicio público, ya que para el modelo de comunicación mercantil no es rentable efectuarla.

En este sentido es fundamental tener presente que para que la sociedad mexicana se desarrolle a través del "Moderno Estado Mexicano", especialmente, en los tiempos del Tratado de Libre Comercio y de la globalización total, es necesario aplicar muchas acciones administrativas, legislativas, políticas, infraestructurales, organizativas, etc., pero además de estas actividades a nivel material, es indispensable ejecutar intensos y muy sólidos proyectos culturales orgánicos que respalden las acciones de gobierno y desarrollo nacional. Para ello, es central que el Estado Mexicano abandone sus tradicionales desviaciones "aristocráticas", "folkloristas", "elitistas" y "culturalistas" que ha practicado durante varias décadas y que han entendido la acción cultural de forma restringida como la expresión de las sensibilidades más refinadas en todos los órdenes de las artes y de los conocimientos; y la replante ahora en un sentido amplio como la producción de una nueva Cultura Orgánica que responda a las principales problemáticas cotidianas que la sociedad mexicana tiene que resolver para sobrevivir.

Cultura orgánica que supere la simple acción de alfabetizar, incrementar el nivel cuantitativo de la matrícula escolar básica, ampliar la educación formal, atender eficientemente los trámites instructivos, etc., y que prioritariamente, se oriente a propiciar el desarrollo del país a través de la creación de mayores niveles de conciencia sobre nuestras trabas que nos impiden crecer como sociedad.

Esto quiere decir que una pieza estratégica para que los proyectos de desarrollo nacional puedan echar verdaderas raíces económicas y políticas en la población para alcanzar, a nivel elemental, las metas propuestas, antes, el Estado, a través de los medios de comunicación electrónicos y particularmente de la televisión, tiene que formar en la conciencia de los ciudadanos una nueva cultura global para gobernar en el terreno ambiental, productivo, organizativo, urbano, de explotación de recursos naturales, de empleo, de vivienda, de energéticos, de agua, de salud, de participación, de generación de alimentos, etc.

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

sociales.

Es por ello que la sociedad civil debe presionar enérgicamente para que el Estado Mexicano canalice fundamentalmente la mayoría de su energía financiera, material, artística y espiritual hacia la producción de una nueva cultura agrícola para la producción de alimentos que disminuya las más de 9 mil toneladas de nutrientes que actualmente importamos para existir. Una nueva cultura natural que evite que se sigan destruyendo más de 200 especies animales y vegetales que se han aniquilado en lo que va de este siglo en nuestra República. Una nueva cultura local que aminore la migración de más de 10 mil personas diarias a las principales ciudades del país. Una nueva cultura forestal que disminuya la erosión de más de 500 mil hectáreas anuales que se destruyen en nuestra reserva territorial. Una nueva cultura acuífera que permita darle un valor racional al agua para aprovecharla civilizadamente y ahorrar el 30 % del líquido potable que hoy se desperdicia irresponsablemente en las urbes. Una nueva cultura ecológica que contribuya a disminuir las más de 6,000 toneladas diarias de partículas contaminantes que se acumulan en la atmósfera del Valle de México y las principales ciudades del país, y que silenciosamente cada vez más nos suprimen la vida.

Una nueva cultura femenina que permita la amplia participación social de las mujeres mexicanas que son el 50 % de la población nacional. Una nueva cultura energética que nos lleve a vivir lo más justamente la transición por la que atraviesa el país al pasar de la era del petróleo a otra fase de desarrollo motriz. Una nueva cultura nutricional que posibilite disminuir la inanición en más del 60 % de la población nacional, especialmente infantil, que permanentemente vive sin los mínimos alimenticios requeridos para sobrevivir. Una nueva cultura de la organización que integre alrededor de nuestros conflictos sociales básicos a los 85 millones de habitantes que vivimos en el país, pues todavía somos una sociedad que esta por organizarse plenamente. Una nueva cultura que permita valorar y amar profundamente lo mexicano para afirmar nuestra cada vez más débil identidad nacional y evitar la rapidísima pérdida de nuestro proyecto cultural del país ante la apertura de fronteras. Una nueva cultura para las emergencias nacionales, especialmente, de naturaleza sísmica en el Valle de México cuando sabemos que los especialistas sismólogos de la Universidad Nacional Autónoma de México han anticipado la presencia de fuertes movimientos de las capas telúricas para los próximos años como se ha comprobado, una vez más, con el temblor de 3 grados en la escala de Richter del 25 de abril de 1989, y muchos más que los han precedido, etc. (5).

De aquí, la necesidad urgente de reflexionar desde la sociedad civil sobre nuestra cultura y la acción que deben ejercer los medios de comunicación dentro del proyecto de acelerada transformación del Estado mexicano; pues el vertiginoso proceso de la globalización mundial nos lleva a la creación de un nuevo orden cultural que está modificando los contenidos y las fronteras ideológicas de los actuales Estados nacionales.

En otros términos, hoy estamos obligados a preguntarnos con todo rigor desde la sociedad civil ¿Hasta dónde a mediano y largo plazo el modelo de comunicación de mercado creará una cultura que propicie el

verdadero crecimiento de nuestra sociedad o producirá un retroceso del avance del Hombre ?. ¿ Qué acciones culturales debemos de realizar para reforzar nuestra identidad nacional dentro de los marcos del proyecto de comunicación de mercado ?. ¿ Cómo producir una cultura del desarrollo social dentro de la dinámica de la oferta y la demanda comunicativa ?. ¿ Cómo conciliar las presiones de un modelo comunicativo que deforma la estructura cultural 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 comunicativos de una política nacional de comunicación social en el México de final del siglo XX ?.

De no efectuarse una profunda reforma democrática del Estado en materia de comunicación colectiva, el alma cultural de nuestra sociedad correrá el gran riesgo de quedar sepultada por los nuevos espejismos seductores que introduce el proceso de modernidad y sus derivados simbólicos parasitarios de ésta nueva fase del desarrollo de la sociedad capitalista internacional. Con ello, los grandes límites naturales, que por sí misma, fija la economía de mercado sobre las dinámicas de comunicación televisiva, 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 para la Sobrevivencia Social"** en el campo de lo público.

En este sentido, si no se crea esta política de amplia participación social en el área comunicativa y cultural, cada vez más, la sociedad mexicana vivirá el profundo divorcio existente entre necesidades materiales y espirituales de crecimiento social y la formación de la cerebralidad colectiva para resolverlas. Con esto, 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 comunidad nacional.

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

NOTAS.

(1) La comunidad cultural ante la reforma del Estado, El Financiero, 7 de febrero de 1996; Para los grandes medios de comunicación la noticia se genera desde el poder: Javier Elorriaga, El Financiero, 9 de febrero de 1996; De foros y más foros, El Universal, 10 de febrero de 1996; Es necesario crear una comisión que de seguimiento a las propuestas, El Universal, 10 de febrero de 1996.

(2) Propone el PRD crear un Consejo Nacional de Comunicación Social, El Financiero, 8 de junio de 1996.

(3) Liberalismo social, nuestra filosofía; Contra Estatismo y Neoliberalismo absorbente, El Financiero, 5 de marzo de 1992. El liberalismo social, Excelsior, 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, Excelsior, 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, Excelsior, 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, Excelsior, 21 de marzo de 1992; Ni la soberanía es obsoleta, ni existe un modelo único, Excelsior, 22 de marzo de 1992.

(4) Sí al neoestatismo para guiar y no remplazar al mercado, Excelsior, 13 de abril de 1992; Corrige J. Major a M. Thatcher y fortalece al Estado Benefactor, Excelsior, 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, Excelsior, 26 de noviembre de 1992.

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