



Dossier
500 años

comu nica ción

estudios venezolanos
de comunicación
Nº 80

Cuarto trimestre 1992

En venta

comunicación

**ESTUDIOS VENEZOLANOS DE COMUNICACION
PERSPECTIVA CRITICA Y ALTERNATIVA**
Integrante de la Red Iberoamericana de
Revistas de Comunicación y Cultura

EQUIPO COMUNICACION

Jesús María Aguirre
Marcelino Bisbal
José Ignacio Rey
Francisco Tremonti
Carlos Correa
Gustavo Hernández

COLABORADORES

Caroline Oteyza
Berta Brito
Maritza Guaderrama
Juan Barreto
Mauricio Hernández
Martha Aguirre

DIAGRAMACION Y MONTAJE

Rodolfo Núñez

COMPOSICION DE TEXTOS

María Lúquez

PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

Carol Carrero Marrero

DISTRIBUCION

José María Salegui

IMPRESION

Gráficas León, S.R.L.

SUSCRIPCION (4 NUMEROS AL AÑO)

Venezuela:	Bs. 500,00	(Vía aérea)
Extranjero:	US\$ 14,00	(Vía superficie)
América:	US\$ 26,00	(Vía aérea)
Europa y resto del mundo	US\$ 30,00	(Vía aérea)

ENVIE SU PAGO A

CENTRO GUMILLA

Edificio Centro Valores, Local 2

Esquina de la Luneta - Altagracia

Apartado 4838 - CARACAS 1010-A - Venezuela

DEPOSITO LEGAL

pp 76-1331

Telf: 563-50-96 / 60-96

SUMARIO

2 PRESENTACION

- 4** Mercado, Estado y Sociedad Civil en los tiempos de libre mercado
Rafael Roncagliolo
- 9** Los procesos de comunicación latinoamericanos
en los tiempos de libre comercio
Javier Estelou Madrid
- 31** Países privatizadores vs. países reestructuradores
Martha Fuentes / Gisela Gil / Carlos González
- 52** Educación vía satélite en América Latina: ¿ Y ahora qué ?
Della Crovi Druetta
- 60** El uso del periódico en la educación
Marta Aguirre
- 77** ¿ Hacia dónde va la comunicación e integración en América Latina ?
Gustavo Hernández Díaz
- 88** Cinco documentales sobre el Che: ¿ mito o realidad ?
Emperatriz Arreaza-Camero
-

DOCUMENTOS

- 104** Del abismo al bloqueo político: el caso del Perú
Luis Peirano
- 113** Un intento de golpe de estado en Venezuela visto
a través de una óptica europea
Luz Marina Estupifán Cardona
- 125** Juegos Olímpicos: comunicación, tecnología y negocio
Carlos Correa
- 132** Artículo 66: Reforma Constitucional
Edit. SIC / Antonio Pasquali / Hermann Escarrá / CNP
-

144 GUIA BIBLIOGRAFICA

150 INFORMACIONES

DOSSIER: Los 500 años... y el Descubrimiento

LOS PROCESOS DE COMUNICACION LATINOAMERICANOS EN LOS TIEMPOS DEL LIBRE MERCADO

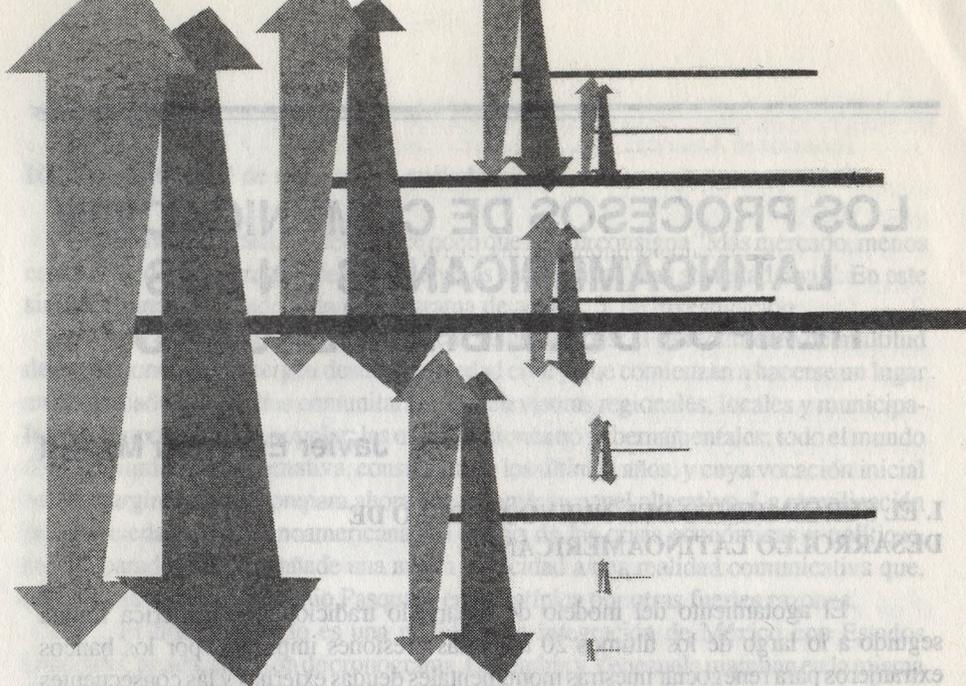
Javier Esteinou Madrid

I. EL SURGIMIENTO DEL NUEVO MODELO DE DESARROLLO LATINOAMERICANO

El agotamiento del modelo de desarrollo tradicional de América Latina seguido a lo largo de los últimos 20 años, *las presiones impuestas por los bancos extranjeros para renegociar nuestras monumentales deudas externas* y las consecuentes crisis sociopolíticas que de esto se ha derivado; provocó desde mediados de la década de los años ochentas que los Estados latinoamericanos abandonaran sus estrategias tradicionales de consolidación interna, a través de los clásicos esquemas de sustituciones de importaciones seguidos durante varias décadas en la región. A partir de este momento, surge paulatinamente en América Latina una nueva fase de desarrollo que adopta como salida básica de crecimiento la aplicación del proyecto modernizador, que se caracteriza por financiar la recuperación y la expansión interna de las economías locales a partir del incremento de las exportaciones y del aumento de inyección de capital externo en la zona.

Con este nuevo cambio en la política de desarrollo regional, se anunció el término de la etapa paternalista y proteccionista en la que vivieron inmersas las sociedades latinoamericanas en décadas pasadas 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 el que todo espacio social, sin faltar ninguna área debería, estar subsidiada” (1).

Dentro de este marco, se produjo un cambio radical en el el tradicional modelo económico latinoamericano de sustitución de importaciones distinguido por la presencia de un complejo sistema de proteccionismos generalizados, arraigada burocracia, fuertes controles financieros, sesgo antiexportador, exenciones fiscales, enormes regulaciones legales, grandes mercados domésticos cautivos, abundancia de mano de obra a bajo



costo, tasas de interés preferenciales para la promoción industrial y ausencia de competencia internacional. Y ahora, se creo otro modelo productivo basado en la desregulación jurídica, la competitividad productiva, el pragmatismo financiero, la promoción mayoritaria de la inversión extranjera, la apertura comercial, el establecimiento de precios libres, la eficiencia laboral, la privatización de empresas públicas, la menor participación del Estado en la economía, el acceso abierto a todos los mercados, la intervención del sector privado en el financiamiento de la infraestructura social, la acelerada transnacionalización de la base económica, el empleo intensivo de alta tecnología, el adelgazamiento de la obesidad estatal, la creciente interdependencia con los procesos económicos internacionales, la consistencia en las políticas de desarrollo gubernamental a mediano y largo plazo y la globalización de la economía para incorporarse al Nuevo Orden Económico Mundial que ha credo la Comisión Trilateral después del fin de la Guerra Fría (2).

De esta forma, los Estados latinoamericanos reconocieron que las economías nacionales ya no podían actuar de manera autónoma e independiente; y que por consiguiente, sus sociedades ya no podían sobrevivir fuera de los nuevos procesos de globalización económica y de la división internacional del trabajo que está imponiendo la moderna reestructuración del Modo de Producción Capitalista a escala planetaria (3). De lo contrario, la resistencia al cambio mundial provocaría un mayor marginamiento internacional de nuestras sociedades, a través de la suspensión de créditos externos, nula

inversión e capital extranjero, retraso tecnológico, grandes presiones foráneas, convulsiones políticas internas, recesión productiva, etc.; con el consecuente estancamiento profundo de nuestras economías y la cancelación de la viabilidad de los proyectos de Nación a corto y mediano plazo.

Así, se reconoció públicamente el fin de un ciclo de crecimiento nacional denominado "Desarrollo Estabilizador" que funcionó durante 40 años y se aceptó que era necesario entrar en un "nuevo modelo de desarrollo económico", donde ahora se requiere que el aparato productivo y político de América Latina se modernice para hacerle frente a la competitividad mundial o el "impetu de transformación que hoy vive el mundo arrasaría nuestras patrias" (4).

De esta manera, las sociedades latinoamericanas abandonaron la etapa de los proyectos proteccionistas coordinados por el Estado e iniciaron una nueva fase de existencia dirigida por las "Leyes del Mercado". En este sentido, el desarrollo de la región cada vez menos se da a partir de subsidios o de prebendas a determinados sectores, sino en base a la más amplia y libre competencia. En esta forma, los Estados latinoamericanos entran en una profusa fase de transformaciones estructurales que los lleva a desprenderse de la mayor parte de sus empresas públicas y a conducir, coordinar y orientar la actividad económica nacional, ya no por la vía propietaria; sino por la reglamentación y la acción del mercado: Así, el nuevo modelo de desarrollo es conducido por el mercado y ya no el Estado (5).

Para ello, los Estados latinoamericanos están creando los procesos económicos, políticos y sociales pertinentes para que nuestras sociedades salieran del antiguo eje trasatlántico euroamericano que ejerció la hegemonía a escala planetaria en este siglo y se integren a la nueva reorganización profunda del capitalismo occidental, vinculándose con los 3 nuevos polos del desarrollo mundial: el Mercado Común Europeo que está compuesto por 19 países que empezarán a funcionar a partir de 1993 (Alemania Unificada, Gran Bretaña, Francia, Italia, Holanda, Bélgica, Dinamarca, Grecia, Irlanda, Luxemburgo, Portugal, España Finlandia, Islandia, Noruega, Suecia, Suiza, Lichtenstein Austria y los nuevos países socialistas de la Europa del Este que se anexas a este bloque) (6); el Mercado Común Europeo, Canadá y México, y a largo plazo por el resto de América Latina (7); y el Mercado de la Cuenca del Pacífico formado por 24 países ribereños, 23 isleños y capitaneado por los "4 tigres asiáticos" que son Taiwan, Singapur, Hong Kong, y Corea del Sur (8).

II. LA CULTURA Y LA COMUNICACION LATINOAMERICANA EN LOS TIEMPOS DEL LIBRE COMERCIO

Ante el panorama histórico de inevitable globalización de las economías

latinoamericanas, de formación de nuevas zonas hegemónicas y del establecimiento creciente de los principios de mercado en todos los órdenes de nuestras sociedades, especialmente, con la formación del Tratado de Libre Comercio para América Latina con la “Iniciativa Bush para las Américas”; creemos que es central y urgente preguntarnos si con el proceso de industrialización que se generó con la sustitución de importaciones de 1930 en adelante, la estructura cultural de las sociedades latinoamericanas fue transformada rápidamente por la acción de la radio y la televisión para crear una mentalidad consumista desparticipativa, y una erosión de nuestras identidades nacionales; ahora ¿Qué nos sucederá espiritualmente como sociedades y como individuos al entrar en 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 pensamientos y sentimientos cuando la región vive una etapa de retroceso cultural, de pérdida de memoria histórica y de inmadurez cerebral; y ahora, con el Tratado de Libre Comercio para América Latina, se incrementará la saturación ideológica de nuestras bases culturales por medio de la acción de las redes de televisión y del complejo del video de los nuevos bloques comerciales que actuarán sobre nuestras comunidades? ¿Cómo conservar los proyectos culturales independientes de los Estados Nacionales latinoamericanos 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 América Latina con la firma de los Tratados de Libre Comercio? ¿Qué tanto la nueva estructura cultural e informativa que está creando la modernidad, sirve para que nuestras sociedades verdaderamente se desarrollen y crezcan material y espiritualmente? ¿Qué aspectos de nuestras culturas nacionales deben ser negociados y cuáles no ante los Acuerdos de Nuevos Libres Mercados?

De aquí, la necesidad urgente de reflexionar sobre el papel que ejerce nuestra cultura y la acción de los medios de comunicación, para conservar nuestra esencia nacional dentro de la dinámica de acelerado cambio modernizador que vive América Latina; pues el proceso de la globalización mundial nos lleva a la creación de un nuevo orden cultural que tiende a modificar los contenidos y las fronteras ideológicas de los actuales Estados nacionales. De lo contrario, el alma cultural de nuestras sociedades correrá el gran riesgo de quedar sepultada por los nuevos espejismos de la modernidad y sus derivados simbólicos parasitarios de esta nueva fase del desarrollo de la sociedad capitalista internacional.

Es por ello, que hoy día consideramos prioritario descubrir las grandes tendencias de transformación que experimentará la cultura y la comunicación latinoamericana ante el establecimiento de este fenómeno de globalización cultural con la propuesta de la aplicación de las leyes del mercado; y construir las alternativas de concepción y acción necesarias para enfrentar y asimilar este fenómeno de manera

madura.

III. TENDENCIAS DE LOS PROYECTOS CULTURALES EN EL MARCO DE LAS LEYES DEL MERCADO

Ante el proceso de “transformación moderna” que está experimentando América Latina desde la década de los ochenta a la fecha, en particular, con los preparativos que se han realizado para consolidar el Tratado de Libre Comercio en la región, se están produciendo profundos cambios en las estructuras económicas, políticas, sociales, agrícolas, tecnológicas, mentales, legales, etc. de nuestro continente. Dichas mutaciones, a su vez, están modificando los sistemas de vida, organización, trabajo, educación, producción, competencia, etc. de la mayoría de la población latinoamericana.

Estos cambios no sólo están impactando en la base económica y política de las sociedades latinoamericanas, sino sobretudo están repercutiendo profundamente en la estructura cultural e informativa de nuestra región. Por ello, hoy es sumamente importante analizar como la aplicación de las leyes del mercado en la etapa de la globalización cultural transformarán el esqueleto y la dinámica de conciencia de nuestro continente.

Reflexionando sobre esta realidad observamos que para que este modelo de desarrollo se puede realizar en América Latina es indispensable la presencia de nuevas condiciones legislativas, productivas, técnicas, laborales, jurídicas, etc., que lo sustenten; pero además exige la presencia insustituible de una nueva conciencia masiva modernizadora que respalde y afiance las acciones anteriores. Dicha mentalidad percibimos que intenta producir a nivel masivo, a través de los medios electrónicos de comunicación y de otras infraestructuras culturales las condiciones subjetivas necesarias para el funcionamiento de nuestras sociedades dentro de las relaciones competitivas del mercado mundial.

La presencia de esta conciencia modernizadora en el terreno cultural implica que hoy entramos en América Latina en la propuesta de aceptar acelerada e indiscriminadamente los principios pragmáticos y tecnocráticos de la racionalidad neoliberal del “laissez faire informativo” en el terreno espiritual y comunicativo; o lo que es lo mismo, asimilar la mentalidad de que “lo que no deje dinero a nivel cultura, no sirve” (9). Bases que, llevadas a sus últimas consecuencias, en la práctica real plantean el peligro de que en vez de fortalecer nuestros espíritus nacionales frente a este período histórico de apertura cultural, estos se flexibilicen, y en ocasiones, hasta erosionen más sus valores para incorporarnos eficientemente y sin restricción mental alguna a la nueva estructura de competencia y de acumulación de los mercados

mundiales.

Es decir, ante el florecimiento en nuestra región 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 las sociedades latinoamericanas no debe conducirse por la acción interventora de políticas planificadoras de los Estados; 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 los espacios culturales de las sociedades latinoamericanas a las nuevas necesidades del mercado, se altera la concepción tradicional de la actividad comunicativa que la comprendía como un producto social, y ahora se pasa, con mayor velocidad, a entenderla 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 (10).

Con la introducción extensiva de los principios de las leyes del Mercado al terreno cultural y comunicativo, oficialmente se plantea en América Latina 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 de las infraestructuras informativas, que se ampliarán y versatilizarán las fuentes de financiamiento de las empresas culturales, que se acelerará la apertura de nuestras estructuras mentales al flujo mundial de información, etc.; en una idea, que se enriquecerán fundamentalmente estas actividades 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 de los tratados de libre comercio latinoamericanos; 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 racionalidad económica aplicada al campo cultural y espiritual de nuestras comunidades, en el fondo se acrecienten nuestros conflictos de culturas nacionales en la región. 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 dos 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 en América Latina. Es decir, en las sociedades latinoamericanas de la década de los noventa en muchos casos ya no existe una demanda natural del consumidor; sino crecientemente asistimos a una decisión o gusto del cliente inducido por la enorme saturación publicitaria que cotidianamente producen los medios de comunicación de masas sobre los diversos campos de conciencia de nuestras poblaciones. Esta situación ha avanzado a tal extremo que en la actualidad ha ocasionado que muchas veces las demanda depende 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 sobre nuestros sentidos e inconsciente (11).

Por consiguiente, en la actualidad, en América Latina, 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 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 esta se da con toda libertad; en la práctica real del liberalismo más avanzado que hoy experimentamos en el continente se confirma que esta 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 al autoritarismo económico de los grandes trusts que actúan en nuestra región.

En este sentido, con el lugar estratégico que el nuevo modelo de desarrollo modernizador de América Latina le concede al mercado para ser el eje fundamental que dirija y moldee 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 continente. Es decir, dentro del reciente patrón de crecimiento neoliberal que ha asumido nuestra región la verdadera reactivación del proyecto de comunicación y de las culturas nacionales, no surge de la antiquísima demanda de los numerosos grupos sociales básicos por resolver las necesidades sociales más apremiantes de la población latinoamericana; sino que se deriva de la incorporación acelerada de nuestras sociedades el 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 en América Latina que será cada vez más el mercado la autoridad que determine el valor de las personas y de la vida y no las fuerzas y procesos sociales en los que están inscritos. Esto es, 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 nuestra región.

Por ejemplo, esta realidad se comprueba en el campo laboral de las sociedades latinoamericanas, 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, presenciamos que en el momento en que el trabajador latinoamericano 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 "modernas" 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 la Ley del Mercado al campo educativo está cancelando en algunos países como 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 sí fomentan el negocio (12). Ante esta realidad debemos preguntarnos ¿Qué sucederá con las comunidades que progresivamente cancelan la existencia de las disciplinas especializadas en su autoconocimiento como sociedades?

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 nuestra comunidad. Por otra parte, que el conocimiento de nuestra realidad nacional provendrá cada vez más del exterior, como siguen el historiador John Coatsworth señala que "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 (13)". 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 la nación que consume el 25% de la energía total del mundo y sabiendo que pone 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 100 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" (14).

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 América Latina; y no las directrices del desarrollo social y espiritual de nuestras comunidades. Es decir, la modernización neoliberal de Latinoamérica básicamente reduce el proyecto comunicativo y cultural del Estado y de la sociedad a fortalecer y expandir las relaciones de mercado que respaldan el proyecto de super acumulación global en nuestra región; 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 continente.

Esto significa, que al ser progresivamente regida la comunicación y la cultura por las leyes del mercado el proyecto de conciencia que se producirá en América Latina

a través de los medios de comunicación y de otras infraestructuras culturales, será crecientemente una propuesta lucrativa, que se regirá por los siguientes 5 principios rectores:

En primer término, buscará 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 equilibrio histórico que anteriormente introdujo el Estado Benefactor Latinoamericano.

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, en México, al practicarse una tala inmoderada y un saqueo ilimitado de las zonas verdes con el fin de obtener una rápida ganancia (15); esta actitud de 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 de los Tratados de Libre Comercio, habrá que esperar el incremento de una erosión mental de grandes dimensiones sobre las bases de nuestras estructuras de identidad nacionales.

En segundo término, la ganancia será 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 Latinoamericanas. Por consiguiente, los proyectos culturales de apoyo al desarrollo social quedarán crecientemente marginados o desaparecerán.

Por ejemplo, en México 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” (16).

En el terreno musical de México 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” (17). De igual forma, el compositor Julio Briseño señala que el mercado no crea las condiciones para

se desarrolle la música de metales que intenta recuperar la época del Renacimiento y del Barroco como espacios fundamentales para comprender nuestra historia expresiva dentro de la cultura occidental (18).

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, revista y coleccionistas 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 enfrente 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” (19)

En el ámbito de las expresiones clásicas de México 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 (20).

En materia radiofónica, en México 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 sí es un negocio lucrativo y próspero que deja ganancias seguras (21). 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 (22).

En tercer término, 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 América Latina plagada de carencias vitales; de igual 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 comunidades, memorias y Naciones 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 sobre acumulación y super consumo social 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 latinoamericanas una relación social de convivencia, cultura y comunicación salvaje.

Por ejemplo, en México 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 levó a importar sólo en 1992 más de 150.000 toneladas de leche en polvo (33). 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 (24). Un bajo rendimiento escolar por el déficit de peso y la aguda hambre que se presenta en los escolares (25). Una anemia en seis de cada diez mexicanos y una pobreza extrema en más de 17 millones de personas (26), 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 e Culiacán, Sinaloa; 15 mil toneladas de jitomate en Morelos; 16.000 toneladas de tejocote 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 (27).

De igual forma, siguiendo estas tendencias podemos pensar que mientras en Latinoamérica 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, una cultura de la protección de

la tierra, etc., para sobrevivir como sociedades; en ese mismo contexto de prioridades sociales los canales de información electrónicos regidos por los principios del mercado tenderán a construir en nuestra región 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 rentables, pero nos llevan a despilfarrar la enorme energía humana que existe en el continente 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 más 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 de la sobrevivencia humana.

En este sentido, si la aplicación de las leyes del mercado al campo económico durante los preparativos para el ingreso de América Latina al Sistema General de Aranceles y Comercio (GATT) y el acceso a los Tratados 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 nuestras civilizaciones nacionales 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?

En cuarto lugar, este proceso neoliberal de mercantilización extrema de la cultura y de la comunicación latinoamericana funcionará bajo la tendencia de producir, exclusivamente, aquella conciencia, educación, tradición e idiosincracia 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 regional de desarrollo natural. De esta manera, podemos decir que al acercarse al final del siglo XX, el proyecto neoliberal introducido en América Latina 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 regional y del Planeta Tierra. Esto debido, 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.

Esto es, si la creación de los procesos culturales de América Latina son regidos básicamente por los principios de la economía de mercado y no por otras racionalidades sociales más equilibradas, corremos el gran riesgo como sociedades 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 humanización (28), la homogeneización mental por sobre la diferenciación cultural, etc.

Finalmente, en quinto lugar, saliéndonos del contexto terráqueo de América Latina 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 oferta y la demanda, constatamos que lo que más se valora en la economía contemporánea para 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, los registros de la nueva astronomía, etc.; hoy día, 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 existe vida humana es en la Tierra (29). 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 esta 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, 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 personas o seres humanos.

IV. ¿QUE HACER?: HACIA LA FORMACION DE UNA POLITICA DE LIBERALISMO SOCIAL EN EL CAMPO DE LA COMUNICACION COLECTIVA

Dentro del nuevo contexto modernizador y ante el nivel límite de evolución en

el que nos encontramos como civilizaciones latinoamericanas, debemos considerar que así como una cantidad de actividades estratégicas los Estados latinoamericanos no pueden dejarlas en manos del sector mercantil, a riesgo de que desaparezcan, como es el caso de la medicina preventiva, la generación del transporte urbano público o la creación de ciencia básica; así tampoco puede delegarse a éste la construcción de una "Cultura Social para la Supervivencia Nacional". Esto debido, a que aunque, paradójicamente, a largo plazo, la planificación cultural es la inversión económica más rentable que existe en América Latina, 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 más costoso del mundo "SSC", no pudieron desarrollarse sin la aportación multimillonaria de los Estados de la Comunidad Económica Europea y del Estado Americano (30). 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 América Latina; tendrán que ser creados por el Estado y la sociedad civil, ya que para el sector mercantil no son rentables efectuarlas.

Ante este panorama de creciente desigualdad comunicativa y espiritual que se establece en nuestra región con la acción de las leyes del mercado, es necesario que los Estados latinoamericanos creen 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 para coexistir. 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" (31); 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 necesidades de expresión y participación ideológica más apremiantes de los grupos mayoritarios del país.

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, etc.; y al

mismo tiempo se aplicarán los contrapesos culturales de nivelación mental necesarios para sobrevivir que no están incluidos dentro del cálculo económico del neoliberalismo latinoamericano. Frente a esto es imprescindible considerar que la práctica del libre juego de las fuerzas culturales y comunicativas, no generarán automáticamente un proceso de comunicación superior en América Latina; sino que para lograrlo se requiere la presencia y la acción de procesos sociales planificadores, con alto nivel de participación de las sociedades civiles latinoamericanas. (255. bis 1.1.). Contrapesos planificadores que no sean burocráticos, estatistas, paternalistas o populistas; pero que si vinculen los principales requerimientos de desarrollo social latinoamericano con la dinámica de producción cultural.

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 de América Latina, 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 bien como continente, hoy estamos obligados a preguntarnos con todo rigor ¿Hasta dónde a mediano y largo plazo este modelo de desarrollo creará una cultura que propicie el verdadero crecimiento de nuestras sociedades latinoamericanas 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 latinoamericano 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 América Latina 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 liberalismo social en Latinoamérica?

De no hacernos estos cuestionamientos, y otros más, con honradez y severidad, encontraremos que en plena fase de modernización latinoamericana, se habrán modificado las estructuras económicas, políticas, jurídicas, tecnológicas, etc. de nuestras sociedades; pero no se habrán transformado las estructuras mentales profundas que, en última instancia, son las que sostienen y le dan vida a nuestra región. Bajo estas circunstancias las sociedades latinoamericanas estarán 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 com-

portamientos colectivos la presencia de la lógica de mercado en el terreno cultural y espiritual de nuestro continente.

V. NOTAS

1. Salinas de Gortari, Carlos; **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 1979; **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. **Enterramos este año "políticas populistas desquiciantes" surgidas en 1970: CCE**, Excelsior, 10 de septiembre de 1989; **Fin del ciclo. Verdadera modernidad**, Excelsior, 20 de septiembre de 1989; **Traumático cambio económico de México en 10 años: Banamex**, Excelsior, 11 de diciembre de 1989; **Fin de la "Guerra Fría". Las coordenadas del Nuevo Orden**, Excelsior, 9 de enero de 1991; **Termina el armamentismo que caracterizó a la guerra fría**, Excelsior, 200 de enero de 1991; **Cambio de modelo industrial**, Excelsior, 6 de abril de 1991; **El nuevo orden internacional**, El Financiero, 18 de febrero de 1991; **Nuevo orden mundial**, El Financiero, 21 de febrero de 1991; **Laberinto económico. Nuevo orden mundial**, Excelsior, 24 de febrero de 1991; **El T.L.C. no socava la soberanía y si impide la ley de la selva**, Excelsior, 6 de marzo de 1991; **¿1862, 1916, 1991?. El paso decisivo**, Excelsior, 26 de julio de 1991; **De la economía de mercado**, El Financiero, 28 de julio de 1991.

Por encima de la actual tendencia hacia la conformación de grandes bloques económicos y vastos mercados regionales, la Comisión Trilateral pretende la globalización de la economía, el comercio, las finanzas y la política. Así, casi 20 años después de la fundación de la Comisión el mundo se mueve hacia una de sus primeras etapas de globalización: La conformación de grandes bloques regionales económicos y comerciales. El Mercado Común Europeo, la Cuenca del Pacífico y el Tratado de Libre Comercio Norteamericano son por lo pronto un primer escalón hacia la abierta globalización.

Una vez sentadas las bases: división planetaria en hemisferios norte-sur, desmantelamiento de la ideología nacionalista y reconocimiento de la economía como eje político-económico del mundo moderno, la Comisión Trilateral pretende constituirse en el centro neurálgico del poder mediante la administración de las finanzas, la economía y la tecnología a nivel global. En cuanto a la estrategia de la Comisión para cooptar al Tercer Mundo, ésta contempla 4 fases:

- a. Jerarquizar a los países en desarrollo de acuerdo con su nivel de industrialización o a su disponibilidad de recursos naturales.
- b. Otorgarles un tratamiento diferenciado en materia comercial, financiero y tecnológico en las negociaciones internacionales multilaterales.
- c. Retomar el control sobre el abastecimiento y los precios de las materias primas, sobre todo el petróleo procedente de los países en desarrollo.
- d. Presionar a los países en desarrollo avanzado como son México, Brasil y Arabia Saudita a fin de que pongan en práctica sus economías, en especial el comercio exterior, liberalizando, al mismo tiempo, sus políticas de importación y de recepción de inversiones extranjeras.

Mediante esto último pretenden llevar a cabo la reubicación de la industria internacional, de acuerdo con los intereses y prioridades de los países industrializados. **La Comisión Trilateralmente maestra de la globalización**, El Financiero, 28 de junio de 1991.

Dicho de nuevo orden internacional estará basado en el monopolio de la fuerza de los Estados Unidos, el grado de que después de la victoria sobre Kuwait y el consecuente control mundial del petróleo, este podrá obligar a Japón y Alemania (sus principales competidores) a apoyar a la economía estadounidense. **El nuevo orden basado en el monopolio de la fuerza de EU**. El Financiero, 24 de enero de 1991.

3. **Globalización: El caso de México**: (Primera parte), El Financiero, 6 de junio de 1991; **Globalización: El caso de México**, (Segunda parte), El Financiero, 20 de junio de 1991; **Débil esfuerzo para integrar al país al proceso de globalización**. El Financiero, 10 de junio de 1991.
4. **Al respecto revisar En 1992 el país debe estar abierto a la Comunidad Económica Europea**, Uno Más Uno, 23 de abril de 1989; **Ofrece Europa a México más inversiones y abrir sus mercados a nuestros productos**, Uno Más Uno, 21 de mayo de 1989; **Estamos listos para enfrentar el reto de la gira de CSG por Europa base para construir un México moderno**, 18 de julio de 1989; **Viaje de Carlos Salinas**, Uno Más Uno, 18 de julio de 1989.
5. **El Estado conduce, coordina y orienta la economía**. Excelsior, 22 de octubre de 1991; **De la recesión nace un nuevo modelo de desarrollo nacional**, Excelsior, 1 de octubre de 1991.
6. Después del acuerdo pactado entre la Comunidad Europea y la Asociación Europea de Libre Comercio se aceptó que el nuevo Mercado Común estuviera formado ya no por 12 países, sino por 19 abarcando desde Islandia hasta el Mediterráneo, con un promedio de 400 millones de consumidores. **Concentran 19 países Europeos un Acuerdo de Libre Comercio**, El Financiero, 23 de octubre de 1991; **La CEE y EFTA formarán un megamercado de 400 millones de consumidores en 93**, Uno Más Uno, 23 de octubre de 1991; **Libre Comercio desde Islandia hasta el mediterráneo**, Excelsior, 23 de octubre de 1991; **Dejan de lado viejas tiendas europeas**, Excelsior, 24 de octubre de 1991. Esta realidad quizás se modifique con los años pues ya existió la propuesta del Banco Europeo para la Reconstrucción y el Desarrollo (BERD), para que se cree un mercado común continental que integre a las 35 naciones de Europa y evite la desintegración de las

democracias nacientes. **Un mercado común continental formado por los 35 países de Europa podría superar el nuevo bloque de Norteamérica**. Uno Más Uno, 26 de octubre de 1991.

7. Al respecto revisar **El acuerdo de libre comercio entre Estados Unidos y Canadá**, Revista Comercio Exterior, Vol. 39, N° 4, abril de 1989, México D.F., P-339-347.
8. **Más nexos con la Cuenca del Pacífico**, Uno Más Uno, 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**, Uno Más Uno, 4 de mayo de 1988; **Vitalidad regional; Cuenca del Pacífico**, Excelsior, 14 de mayo de 1989; **Latinoamérica está lejos del Pacífico**, Uno Más Uno, 19 de agosto de 1989.
9. 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 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, **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.
10. Gutiérrez, Carlos María: **La Información: Conciencia y Mercado**, Revista Capítulos del SELA N° 5, Sistema Económico Latinoamericano, Caracas, Venezuela, Junio de 1984, página 72.
11. **Promotor y no regulador el papel del Gobierno**, Excelsior, 30 de septiembre de 1991; **¿Ensayo de la Economía de mercado?**, Excelsior 16 de diciembre de 1991; **¿Resolver los problemas con la Ley de la Oferta y la Demanda?**, Excelsior, 4 de enero de 1992.
12. **Expatriación de las ciencias sociales. Humanidades de la UNAM, en la mira**, Excelsior, 5 de junio de 1992. **Por ejemplo, en el caso de la Antropología "se están viviendo momentos muy difíciles, sobre todo 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, Excelsior, 25 de julio de 1992.
13. **Son más los historiadores de Estados Unidos que estudian a México que los mexicanos,** Uno Más Uno, 8 de julio de 1992.
 14. **Una pena la resistencia de Estados Unidos al Acuerdo de la Biodiversidad,** Excelsior, 6 de junio de 1992; **Anteponer EU sus intereses a los del planeta,** Uno Más Uno, 6 de junio de 1992; **Se une Europa a los 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,** Excelsior, 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,** Excelsior, 12 de junio de 1992; **Vengo a tomar acciones no a pedir perdón: Bush,** Excelsior, 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,** Excelsior, 14 de junio de 1992; **Salvar la Tierra sólo un sueño,** Excelsior, 16 de junio de 1992; **Biodiversidad y Desarrollo,** Excelsior, 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,** Excelsior, 25 de abril de 1992.
15. **La Ley de la Oferta y la Demanda es la que debe regir al mercado,** El Financiero, 13 de agosto de 1991; **Saquean industrias los Bosques de Michoacán,** Excelsior, 24 de septiembre de 1991.
 16. **Cada investigador debe tener su empresario para que le financie sus proyectos: Alzati,** Excelsior, 1 de abril de 1992.
 17. **Las condiciones del mercado deterioran el gusto musical.** La Jornada 14 de febrero de 1992.
 18. **No existe en México el medio adecuado para el desarrollo de la música de metales,** Uno Más Uno, 19 de marzo de 1992.
 19. **El arte latinoamericano ya no entra a los museos, sino a las operaciones mercantiles,** Uno Más Uno, 19 de junio de 1992.
 20. **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,** Excelsior, 31 de enero de 1992; **Desaparecer a la OSB un acto de "Canibalismo Cultural",** El Financiero, 6 de febrero de 1992.
- Esta misma 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,** Excelsior, 21 de marzo de 1992.
21. **El cierre de Radio Rin: ¿Medida de desaliento social?** El Financiero, 1 de abril de 1992.
 22. **De medio a medio. A propósito de Radio Alicia,** El Financiero, 31 de enero de 1992.

23. **Deficitaria en 5 millones de lts. la producción lechera nacional,** Excelsior, 21 de noviembre de 1991; **Importará México 150 mil toneladas de leche en polvo.** El Financiero, 11 de febrero de 1992.
 24. **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,** Excelsior, 6 de diciembre de 1991; **Cada año mueren por enfermedad 40.000 mil niños en México,** Excelsior 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 pro 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,** Excelsior, 29 de agosto de 1992; **Padecen desnutrición 20% de los niños, en Guanajuato: Sánchez V,** Excelsior, 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,** Excelsior, 18 de marzo de 1992.
25. **31% de los niños en el D.F. en edad preescolar padecen déficit de peso,** Uno Más Uno, 4 de marzo de 1992.
 26. **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,** Excelsior, 21 de octubre de 1991; **Desnutridos 6 de cada 10 niños,** Excelsior, 31 de julio de 1992.
 27. **Por día se echan o pierden 40 toneladas de tomate y calabaza en Tulancingo,** Excelsior 6 de septiembre de 1991; **Se pudren 200 toneladas de frutas cosechadas en Guerrero,** Excelsior 20 de septiembre de 1991; **Sobreoferta azucarera en México; Dos millones de toneladas,** Excelsior, 21 de septiembre de 1991; **Nadie compra a labriegos sinaloenses 35 mil toneladas de soya; Crisantes Enciso,** Excelsior, 14 de octubre de 1991; **Quince mil toneladas de jitomate perdidas en Morelos,** Excelsior, 20 de octubre de 1991; **Se desperdician 16.800 toneladas de tejocote por año,** Excelsior, 11 de noviembre de 1991; **Tiran al día 800 toneladas de frutas y legumbres,** Uno Más Uno, 5 de noviembre de 1991; **Sin abasto nacional, Morelos importa jitomates; S Aguilar,** Excelsior, 20 de marzo de 1992; **se pudren 10 mil de frijol soya en Salina Cruz,** Excelsior, 17 de julio de 1992.
- En este 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,** Excelsior, 16 de noviembre de 1991.
28. 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 a la capacidad para producir y tener dicho metal". **Hoy más que nunca el dinero define la personalidad del Hombre: Dr. Juan Castaingts**, Órgano Informativo N° 25, Universidad Autónoma Metropolitana, México D.F., 2 de marzo de 1992, página 6.

Esta tendencia ha marginado la consideración de otras 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 Más Uno, 15 de marzo de 1992.

29. 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 Coronel 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 de Voronzh, afirman "ovniólogos"**, Excelsior, 2 de junio de 1992.

30. **¿Realmente debemos confiar todo a la Iniciativa Privada?: El caso de la Física**, El Financiero, 1 de noviembre de 1991.
31. **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; **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.