

EXEGETESIS

Año 11 • Núm. 31 • 1998

Revista del Colegio Universitario de Humacao, UPR



Memorial de Chile

Hacia una historia
de la sociabilidad
puertorriqueña
Fernando Picó

Evidencia de actividad
biológica en Marte
W. Bruckman y
A. Ruiz

Dr. Norman I. Maldonado

Presidente de la Universidad de Puerto Rico

Dr. Roberto Marrero Corletto

Rector del Colegio Universitario de Humaco

JUNTA EDITORIAL

Marcos Reyes Dávila
Director/Editor

Luis Reinaldo Álvarez
María del Carmen Cruz
Pablo García
José M. García Leduc
• Roberto Mori
Idalia Ramos
Carmen Zeta Pérez
Rogelio Ruiz Gómez
Wilson Ruiz Torres
José A. Rosa
José Sotero Esteva

Versión en InterNet

José Sotero Esteva

Secretarias

María S. Claudio, Marilee Maldonado

Concepto, diagramación y diseño:

Marcos Reyes Dávila

EXÉGESIS es una publicación del Colegio Universitario de Humacao de la Universidad de Puerto Rico. Los artículos firmados son responsabilidad de sus autores. No se autoriza la reproducción de los textos ni de las ilustraciones sin la previa aprobación de sus autores.

EXÉGESIS acepta colaboraciones acompañadas de una breve nota biobibliográfica, que no excedan de 30 cuartillas a doble espacio. Pueden enviarse en *diskettes*. La Junta Editora evaluará los trabajos y definirá el plan de publicaciones.

Toda correspondencia, giro o cheque debe dirigirse a:

Revista EXÉGESIS - UPR

Oficina de Publicaciones

Colegio Universitario de Humacao

Estación Postal CUH

Humacao, Puerto Rico 00791-4300

Teléfono: (787) 850-0000 Ext. 9370

Dirección Electrónica: *mf_reyes@cuhad.upr.clu.edu*

Tarifa de suscripción anual (tres números):

Puerto Rico y Estados Unidos \$12.00

México \$15.00, CentroAmérica \$18.00

Sudamérica, Europa y otros países \$20.00

Portada: *José Balmes: Pintura conmemorativa del Funeral Oficial de Pablo Neruda en Isla Negra (12 de diciembre de 1992).*

Impresión: División de Impresos, R.R.P., UPR

EXÉGESIS



InterNet: <http://cuhwww.upr.clu.edu/exegesis>



EXÉGESIS

31

CONTENIDO

LECCIÓN INAUGURAL DE 1997

Hacia una historia de la sociabilidad puertorriqueña
Fernando Picó

2

ENSAYO

Una cuestión personal en el viejo tema de la creación en el contexto centroamericano

José Roberto Cea

40

LITERATURA

La tela de araña del Instituto de Estudios Hostosianos: Manual para techos de cristal

Marcos Reyes

Dávila

42

MATEMÁTICAS

Criptografía

45

Alberto Cáceres

ASTRONOMÍA

Posible evidencia de actividad biológica en Marte

Abraham Ruiz y

William Bruckman

47

CARTAS

Mario Benedetti

52

COMUNICACIÓN

Políticas de comunicación, apertura y reforma del estado mexicano

Javier Esteinou Madrid

52

Publicaciones electrónicas puertorriqueñas:

El cuarto del quenepón

José O. Sotero Esteva

60

HISTORIA

Algunas observaciones en torno a la colaboración del PPD y Muñoz con el auge de la militarización en Puerto Rico

Josefa Santiago Caraballo

61

RESEÑA

Ensayos de identidad de Enrique Ubieta Gómez

Carlos Rojas Osorio

66

Memorial de Chile

En mayo de 1997 fuimos invitados a un encuentro de escritores iberoamericanos que se celebró en San Felipe y en La Ligua, ciudades de la V Región central de Chile. EXÉGESIS se complace en presentar en este número la obra de algunos escritores y plásticos contemporáneos de Ecuador, Venezuela, Bolivia, Argentina, Uruguay, Puerto Rico, España y Chile que participaron en este encuentro. Agradecemos a la *Fundación Pablo Neruda* su permiso para reproducir en nuestra portada el cartel conmemorativo del entierro oficial de Pablo Neruda, ocurrido en *Isla Negra* en el 1992.

MRD



2do Encuentro de Escritores Iberoamericanos de San Felipe y La Ligua (Chile) Chile en el corazón

9

CRÓNICA

Memorial de Chile

Marcos Reyes Dávila

10

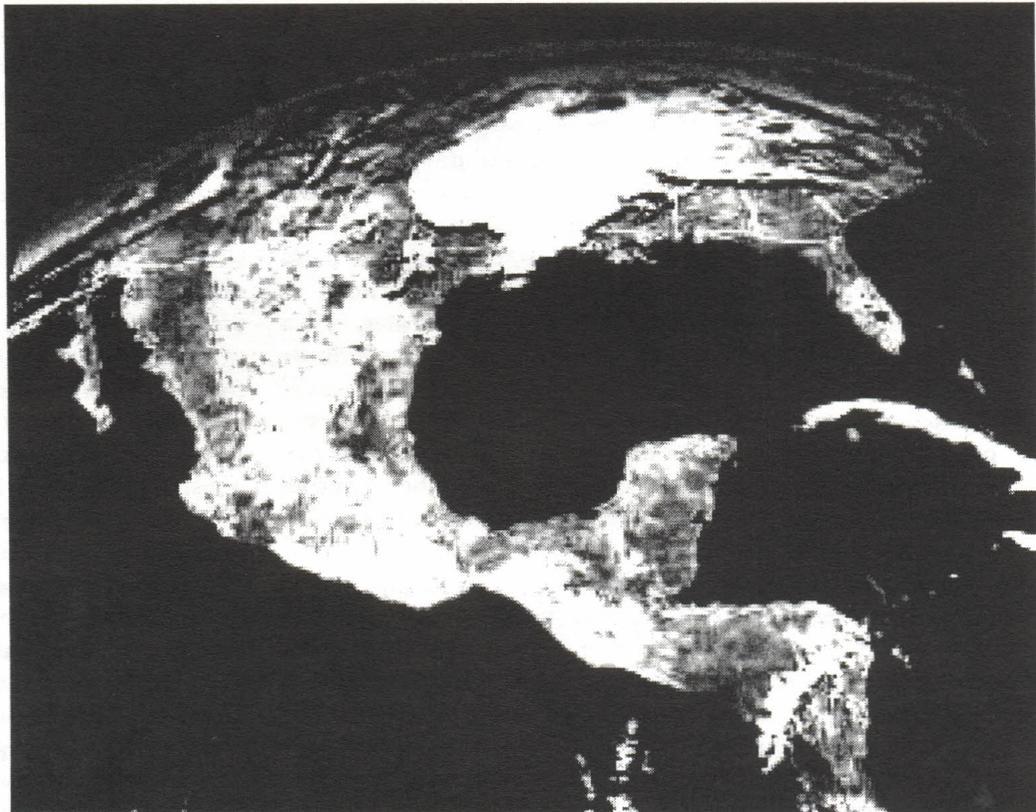
TEXTOS DE

Pablo Cassi y Robinson Valdés Villalobos (21), Enrique Amado Melo (22), Juan Delgado López (24), Margarita Laso (26), Juan Carlos Orihuela (28), José Manuel Solá (30), Oscar Sosa Ríos (32), Mireya Krispín (34), Mario Blacutt (36), Wilmer Colón (pinturas)

Políticas de comunicación, apertura y reforma del estado mexicano

Javier
Esteinou Madrid

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



en la que se formula que ante la nueva globalidad internacional, para ser eficientes --especialmente, en el terreno comunicacional--, hay que aceptar la propuesta de asimilar indiscriminadamente los principios del «*laissez faire informativo*» en el terreno comunicativo o cultural, o lo que es lo mismo, asimilar la mentalidad de que «lo que no deja dinero a nivel cultural, no sirve», o «el que no sea autosuficiente en el ámbito cultural, no debe sobrevivir». 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, éste flexibilice, y en ocasiones, hasta erosione más sus valores para incorporarnos eficientemente como sociedad y sin restricción alguna a la nueva estructura de competencia y de acumulación de los mercados mundiales.

En este sentido, observamos que ante el florecimiento en nuestro país de las tesis modernizadoras que sostienen el adelgazamiento, la privatización, el repliegue, la desregulación, la globalización y la transnacionalización de todos los campos de lo público, hoy se formula, cada vez más, con mayor convencimiento que la rectoría cultural de la sociedad mexicana no debe de conducirse por la acción interventora de políticas planificadoras del Estado, sino que debe ser dirigida por el equilibrio «natural» y «perfecto» que

produce el juego de las libres reglas del mercado entre productores y consumidores. De esta forma, para adecuar el espacio cultural de la sociedad mexicana a las nuevas necesidades del mercado, se altera la concepción tradicional de la actividad comunicativa que la comprendía como un producto social y se pasa, con mayor velocidad, a entenderla ahora como una simple mercancía más que debe estar regida por los principios de la oferta y la demanda.

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

De esta forma, así como el capitalismo mexicano para afianzarse en su fase de industrialización creó a mediados del

siglo XX un tejido cultural consumista que con el tiempo se convirtió en la religión de las ciudades (desde la cual los individuos construimos gran parte de nuestro sentido más profundo para vivir y apoyamos el modelo de acumulación material), ahora, el capitalismo modernizador para consolidarse en su etapa neoliberal de apertura de fronteras requiere producir otros rasgos de la identidad nacional a través de una nueva estructura de valores, algunos de cuyos puntales son la eficiencia, la tecnificación, el pragmatismo, la supercompetencia, la privatización, la obsolescencia, la desregulación, la desestabilización, la internacionalización, la globalización, etc.

Así, podemos decir que sobre las bases del primer sincretismo cultural que realizó nuestro país en el siglo XX con la sociedad norteamericana después de la Segunda Guerra Mundial, iniciamos ahora otro segundo sincretismo con la cultura norteamericana a partir de la formación del Tratado de Libre Comercio y la presencia intensiva de la ideología de la modernidad en nuestra sociedad. Es decir, se ha iniciado a través de las industrias culturales, y en particular de la televisión, una nueva fase de inversión de valores nacionales mediante la circulación de nuevas ideologías para apuntalar el fortalecimiento del sistema productivo y la distribución desregulada de mercancías que exige el moderno programa de crecimiento neoliberal que ha elegido seguir el sector cúpula del Estado Mexicano para las próximas décadas.

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

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

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

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

Por consiguiente, en la actualidad, en muchos casos, el mercado ha pasado de ser una relación de equilibrio natural entre los elementos económicos de la producción y el consumo como planteaba la esencia del liberalismo puro, para ahora convertirse en la imposición de una relación artificial de los grandes monopolios sobre la población, para satisfacer sus necesidades de concentración material.

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

En este sentido, con el lugar estratégico que el nuevo modelo de desarrollo modernizador le concede al mercado para ser el eje fundamental que dirija y moldele a los procesos sociales, éste se convierte en el condicionante central del cual se deriva el origen, el sentido y el destino de la producción cultural y comunicativa mayoritaria en nuestro país. Es decir, dentro del reciente patrón de crecimiento neoliberal que ha asumido nuestra sociedad la verdadera reactivación del proyecto de comunicación y de la cultura

nacional, no surge de la antiquísima demanda de los numerosos grupos sociales básicos por resolver las necesidades sociales más apremiantes de la población, sino que se deriva de la incorporación acelerada de nuestra sociedad al mercado mundial, que no es otra realidad que la reactivación y la ampliación intensiva del proyecto económico super transnacional en la periferia.

Desde una perspectiva humana esto significa que 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 cuales estamos inscritos. De esta manera, el reconocimiento social, la dignidad de la persona, su retribución económica, etc., serán cada vez más definidos y valorados por el mercado y no por las dinámicas de justicia y humanización que exige la población.

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

En el área de la formación de conocimientos la aplicación de *ley del mercado* al campo educativo está cancelando en México las carreras de Filosofía, Antropología, Sociología, Ciencia Política, Historia y otras disciplinas humanistas por asegurar que éstas no son rentables o necesarias para los criterios de la modernidad por no ser productivas, y se potencia privilegiadamente a todas aquellas ramas técnicas que sí fomentan el negocio.¹ Ante esta realidad debemos preguntarnos qué sucederá con una sociedad que progresivamente cancela la existencia de las disciplinas especializadas en su autoconocimiento como sociedad.

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 abor-
tando 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 según el historiador John Coatsworth señala «ya está sucediendo en el campo de la historia donde en la actualidad ya existe un número mayor de investigadores de Estados Unidos que se abocan a estudiar a México, que historiadores mexicanos dedicados a analizar nuestro propio país».² Ante ello, debemos interrogarnos: ¿a dónde va una sociedad que ve todo, excepto a sí misma?

En el terreno ecológico constatamos que por

ser convenientes para sus intereses económicos y comerciales, los Estados Unidos de América, no obstante que es el país que consume el 25% de la energía total del mundo poniendo en gravísimo peligro la conservación de la vida en el planeta (especialmente de las especies animales y vegetales que se extinguen a un ritmo de cien a trescientas 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»³.

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

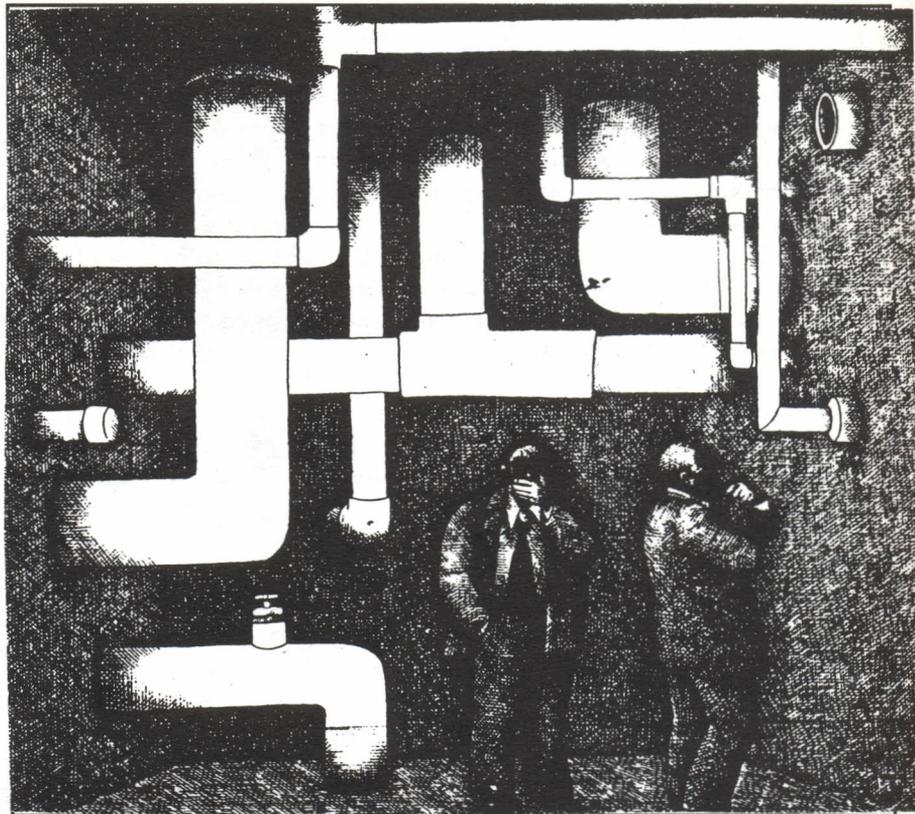
II. Hacia el derecho ciudadano a la comunicación.

El modelo de desarrollo modernizador que gradualmente ha adoptado México al final del siglo XX en sus estructuras culturales para incorporarse al nuevo orden mundial surgido después de la guerra fría, basado mayoritariamente en el supuesto del «mágico poder regulatorio» de la «Mano Invisible» de las fuerzas del mercado para dirigir la participación social⁴, ha comprobado en una década sus enormes limitaciones y las deformaciones humanas que ha producido. Por ello, después del fracaso de dicho modelo ahora se requiere la búsqueda e implementación de nuevas políticas para lograr la participación de la sociedad a través de otros procesos de comunicación y contribuir, con ello, a resolver las agudas contradicciones culturales de nuestra nación.

En este sentido, es fundamental sustituir dentro del contexto de la modernidad la idea de crear un «Estado Mínimo» o «Ultra Mínimo» en el área cultural de México a través de la adopción indiscriminada de la política del *«laissez faire informativo»* para ahora introducir la concepción estratégica del «Nuevo Estado Básico para la Sobrevivencia Social» sin el cual no podrán construirse un orden civilizatorio superior que mantenga las condiciones elementales de la convivencia en comunidad, especialmente, en la medida en que en el país somos crecientemente sociedades de masas cada vez mayores.⁵ «Nuevo Estado Básico para la Sobrevivencia Social» que no se limite a ejercer la labor meramente vigilancia policiaca, de atención a las urgencias inmediatas, de cubrir el servicio de recolección de basura, asistencia de los bomberos, etc., sino

sobretudo que haga posible la participación democrática de la población en los procesos de creación de cultura y comunicación colectivos. Es decir, un Estado al servicio del hombre y no el hombre al servicio del mercado.

Debemos recordar que ya en el siglo XIX las profundas alteraciones que produjo el funcionamiento autónomo del mercado autorregulado en México generaron tantas contradicciones sociales que dieron origen al capitalismo salvaje e hicieron indispensable el surgimiento del Estado Benefactor para corregir dichos antagonismos insostenibles. Por ello, desde principios del siglo XX se intentó sustituir la



lógica de la supremacía del mercado, por otra lógica más sensible y humana de justicia y participación social.⁶

Incluso, constatamos que las principales naciones que impulsaron el modelo neoliberal del «Estado Mínimo» en los años ochenta como fueron los gobiernos de Ronald Reagan en Estados Unidos y de Margaret Thatcher en la Gran Bretaña, a mediados de la década de los noventa son corregidos drásticamente por los respectivos gobiernos de William Clinton en Norteamérica y de John Major en Inglaterra para fortalecer de nuevo al Estado Benefactor y resolver las grandes contradicciones que produjeron la aplicación irrestricta de las leyes del mercado en estos países. Dicha neointervención del Estado plantea ajustar el rumbo del autónomo del mercado a través de una acción más activa

de éste en la gestación de las macro políticas de crecimiento, pero no supone suprimirlo⁷.

Es por esto que, ante el nivel límite de evolución en el que nos encontramos como civilización nacional y frente a la creciente realidad de establecer la «Iniciativa del Mercado» en el campo de la cultura y la comunicación colectiva del país, debemos considerar que así como una cantidad de actividades estratégicas para el desarrollo del Estado Mexicano 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,⁸ etc, 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 México, a corto plazo, no es lucrativa dentro de los criterios de «ganancia pecuniaria» y de corto plazo que establece la actual concepción neoliberal de la vida.

Por ejemplo, en el campo de la física el descubrimiento del «*Boscon de Higgs*» o el invento del acelerador de partículas más costoso del mundo «SSC», no pudieron desarrollarse sin la aportación multimillonaria de los Estados de la Comunidad Económica Europea y del Estado Americano.⁹ De igual forma, la formación de una cultura ecológica, de una cultura de conservación de las especies que componen la conservación de las cadenas para la reproducción de la vida, de una cultura de la defensa de los ancianos, de una cultura del cuidado del Planeta Tierra, de una cultura de la convivencia civil, de una cultura de revaloración de lo nacional, de una cultura de la promoción de la vida, de una cultura de la reforestación, de una cultura de la humanización de las ciudades, etc., que son niveles de cerebralidad mínimos que requerimos construir y conservar culturalmente para sobrevivir en nuestra nación; tendrán que ser creados por el Estado y la sociedad civil, ya que para el sector privado-mercantil no son rentables efectuarlas.

Ante este panorama de creciente desigualdad comunicativa y espiritual que se establece en nuestra región con la acción mayoritaria de las leyes del mercado, es necesario que el Estado Mexicano cree las condiciones de otro equilibrio cultural a través de la elaboración de una nueva política de «Liberalismo Social en el Terreno Comunicativo», que actualmente no existe y se requiere urgentemente producir para coexistir en nuestro territorio. Para ello, hay que considerar que, por ejemplo, así como 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»¹⁰, ahora, es necesario que así como ha permitido

crecientemente el juego de los principios del mercado en el área cultural, se apoye la dinámica del «Derecho a la Comunicación Social» que surge desde las necesidades de expresión y participación ideológica más apremiantes de los grupos mayoritarios del país.

No debemos olvidar que la aplicación de la lógica del mercado en el terreno cultural sin un grupo social que lo guíe y complemente se convertirá en una dinámica de abuso de los más dotados sobre los menos favorecidos, y la implementación de la racionalidad del mercado en el área informativa con justicia comunicativa creará las bases de la «Política de Comunicación Social de Mercado» que será una de las bases del Nuevo Orden Mental que se requiere construir en México, el continente y el mundo para sobrevivir.¹¹

Con ello, se podrán rescatar los aspectos positivos que ofrece la economía de mercado en el campo cultural, como son la eficiencia, la competitividad, la libertad individual, la apertura de mercados, la adopción de nuevos financiamientos, la igualdad de oportunidades, etc., y al mismo tiempo se aplicarán los contrapesos culturales de nivelación mental necesarios para sobrevivir que no están incluidos dentro del frío cálculo económico del neoliberalismo mexicano. Frente a esto es imprescindible considerar que la práctica del libre juego de las fuerzas culturales y comunicativas, por sí mismas, no generarán automáticamente un proceso de comunicación superior en México, sino que para lograrlo se requiere la presencia y la acción de procesos sociales planificadores, con alto nivel de participación de la sociedad civil nacional. Contrapesos planificadores que no sean burocráticos, estadistas, paternalistas o populistas, pero que si vinculen los principales requerimientos de desarrollo social nacional 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 del «Derecho Ciudadano a la Participación en la Comunicación Social» en el campo de lo público. De no construirse esta política de liberalismo social en el área comunicativa y cultural del país, cada vez más, se vivirá el profundo divorcio existente entre necesidades materiales y espirituales de crecimiento social y la formación de la cerebralidad colectiva para resolverlas.

III. Propuestas.

Para avanzar sobre la línea de construir el «Derecho Ciudadano a la Comunicación» proponemos retomar las iniciativas que el grupo denominado «Comunicadores por la Democracia» ha planteado en diversas ocasiones a la opinión pública mexicana para crear un Consejo Plural de Comunicación Social con estatuto de organismo público, personalidad jurídica independiente e integrado por

profesionales de la comunicación, organismos públicos, sociales, privados y culturales y de la sociedad civil; cuyas funciones serían coordinar, encausar y concretar, por lo menos, las diez siguientes funciones:

1. Demandar la formulación de una Ley Federal de Comunicación Social que abarque los medios de radio, televisión, prensa, cine, publicidad, propaganda, nuevas tecnologías, anuncios exteriores y otros rubros que se relacionen con la comunicación social.

2. Establecer y reglamentar como parte de los derechos ciudadanos el Derecho a la Información y el Derecho de Réplica en los medios de información.

3. Modificar, con la participación de dicho consejo, el criterio de otorgamiento de concesiones de radio y televisión, que las revisaría y autorizaría en lo sucesivo, anulando la facultad unilateral que hasta ahora tiene el Poder Ejecutivo.

4. Utilizar el 12.5% del tiempo oficial en radio y televisión no sólo para la transmisión de campañas gubernamentales, sino también en apoyo de organizaciones civiles, garantizando una distribución equitativa e imparcial del mismo.

5. Asegurar la presencia y participación de comunicadores y representantes de organismos gremiales en el Congreso de la Unión y en las tareas de asesoría legislativa en materia de información social.

6. Suprimir los mecanismos directos y velados de censura que operan sobre los medios de comunicación provengan desde instancias gubernamentales, privadas o sociales.

7. Reformular la legislación vigente que se refiere a los derechos de terceros, el honor, la dignidad de las personas, el interés público, la calumnia, la injuria y la violación de la vida privada, entre otros, dentro de la actividad de la comunicación colectiva.

8. Crear mecanismos para que aquellos trabajadores de la comunicación que sean censurados y privados de su espacio de expresión sean reinstalados y que se reabran dichos espacios tanto en los medios gubernamentales como en los privados.

9. Exigir al gobierno que cada año presente de manera pormenorizada su gasto público en medios de comunicación y defina los criterios de transparencia para el otorgamiento de recursos que provengan de los sectores públicos y paraestatal en el terreno de la comunicación social.

10. Alentar la apertura de nuevos espacios en radio y televisión bajo la modalidad de tiempo estatal para construir un Foro Permanente de Discusión Pública de los Problemas y Retos de la Nación.

En este sentido, por nuestro propio bien como continente, hoy estamos obligados a preguntarnos con todo rigor hasta dónde a mediano y largo plazo este modelo de desarrollo a través del «Tratado de Libre Comercio» creará una cultura que propicie el verdadero crecimiento de

nuestras comunidades nacionales o producirá un retroceso del avance del hombre; qué acciones culturales debemos de realizar para reforzar nuestras identidades nacionales dentro de los marcos de los principios del mercado; cómo producir una cultura del desarrollo social mexicano dentro de la dinámica de la oferta y la demanda; cómo conciliar las presiones de un modelo económico que tiende a deformar la estructura cultural de nuestro país para incrementar sus niveles de acumulación material, con la necesidad urgente de formar una cultura global para la sobrevivencia humana y el respeto a la vida; cuáles deben ser los contenidos culturales de una política nacional de comunicación social en el México de final del siglo XX.

De no tomar en cuenta estos cuestionamientos y propuestas con severidad, encontraremos que en plena fase de modernización nacional, se habrá modificado las estructuras económicas, políticas, jurídicas, tecnológicas, etc. de nuestra sociedad; pero no se habrá transformado las estructuras mentales profundas que, en última instancia, son las que sostienen y le dan vida a nuestra nación. Bajo estas circunstancias la sociedad mexicana estará avanzando con los «ojos vendados» por un precipicio mental muy peligroso y dentro de algunos años veremos y sufriremos las consecuencias devastadoras que habrá dejado sobre nuestras conciencias y comportamientos colectivos la presencia de la lógica de mercado en el terreno cultural y espiritual de nuestro país.

Notas

(1) Gutiérrez, Carlos María; *La Información: Conciencia y Mercado*, Revista Capítulos del SELA, No. 5, Sistema Económico Latinoamericano, Caracas, Venezuela, Junio de 1984, 72;

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; *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, sobretudo 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.

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

(3) *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 Acuerdos de Río sobre el cambio climático y de biodiversidad*, Uno Más Uno, 7 de junio de 1992; *Pierde liderazgo EU en cuestiones del medio ambiente*, El Financiero, 8 de junio de 1992; *Aislamiento estadounidense en la Cumbre de la Tierra*, 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.

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

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

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

(7) *Si al neoestatismo para guiar y no remplazar al mercado*, *Excelsior*, 28 de septiembre 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.

La aplicación del liberalismo a ultranza en Estados Unidos durante más de 15 años provocó que una pequeña minoría se enriqueciera desproporcionadamente, mientras la mayoría social se convertiera en más pobre, sin encontrar en el «paraíso capitalista» la felicidad prometida. De igual forma, la implementación durante varios años de la dinámica de que en 1992 sólo el 34% de los jóvenes entre 16 y 18 años gozaban de un sistema de capacitación, contra 47% en Alemania y 66% en Francia. *El Neoliberalismo continúa haciendo «agua» en Estados Unidos*, *El Universal*, 2 de octubre de 1993.

(8) *Las fuerzas del mercado solas no resuelven problemas: MCS*, *Excelsior*, 20 de mayo de 1992; *La disputa entre*

liberalismo y nacionalismo amenaza a la paz mundial, *Excelsior*, 2 de diciembre de 1992.

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

(10) *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.

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

