



Cuadernos de
Extensión Universitaria

TOMO II

CUARTA
SEMANA DE
INVESTIGACIÓN
CIENTÍFICA

17 al 21 de mayo de 1993



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
UNIDAD XOCHIMILCO

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

Rector General, Dr. Julio Rubio Oca

Secretaria General, M. en C. Magdalena Fresán Orozco

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA-Xochimilco

Rector, Dr. Avedis Aznavurian Apajian

Secretario, Dr. Juan de Dios González Ibarra

COORDINACION DE EXTENSION UNIVERSITARIA

Coordinadora, M. en C. Graciela Lechuga Solís

Jefe de Producción Editorial, Lic. Patricia Hernández Cano

Colección Cuadernos de Extensión

ISBN 970-620-442-3

Universidad Autónoma Metropolitana

Unidad Xochimilco

Primera Edición: 1994

Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco,
Calz. del Hueso 1100, Col. Villa Quietud, 04960, México D.F.
Sección de Producción Editorial

Indice

Ciencias Sociales y Humanidades

El Programa Nacional de Solidaridad. Orígenes y perspectivas	9
Los sistemas tutoriales y su aplicación en docencia	13
Planeación estratégica y la acción empresarial	17
Organización industrial e innovación	21
Fragmentación y texto global	25
La divulgación científica por televisión, ¿un problema de lenguaje?	29
Hacia un análisis discursivo de los noticiarios. ¿Narratividad o argumentación?	33
Las representaciones de la ciencia en la ficción de entretenimiento televisiva.....	37
El discurso científico y la divulgación de la ciencia	41
Psicología de la pareja	45
La génesis social de los grupos operativos	49
Infancia marginal e intervención comunitaria	53
Las estructuras de conciencia ante la apertura de mercados	57
Aspectos sociolingüísticos y psicolingüísticos del aprendizaje de Lenguas Extranjeras (LE) en el nivel universitario	65
El lenguaje, inseparable de la sociedad: una historia del desarrollo de las ideas en la Escuela de Lingüística Británica	69
La argumentación científica y el estudiante de la UAM-X	71
Relaciones transtextuales e intersemióticas entre narrativa y cine. Modelo de análisis de adaptación cinematográfica	79
Los medios en el neoliberalismo	83
Perfil antropométrico y funcional de la población del Distrito Federal	87
La evolución histórica de la productividad y la producción agrícola a nivel global	95

Ciencias y Artes para el Diseño

Educación superior y Tratado de Libre Comercio	103
Apuntes sobre estética e identidad nacional	107
Aportes de la Investigación: "La perspectiva como instrumento de diseño"	111
El Centro Histórico de la ciudad de México	119

Las estructuras de conciencia ante la apertura de mercados

Javier Esteinou Madrid *

Preguntas ante la globalización cultural

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

Es por ello que ante la presencia de este nuevo horizonte de desarrollo histórico creemos que es central y urgente preguntarnos si con el proceso de industrialización que se generó con la sustitución de importaciones de 1930 en adelante, la estructura cultural de la sociedad mexicana fue transformada rápidamente por radio y televisión para crear una mentalidad consumista, desparticipativa, y una erosión de nuestra identidad nacional; ahora, ¿qué nos sucederá espiritualmente como sociedad y como individuos al entrar a la fase de integración mundial y vincularnos de forma acelerada al mercado internacional sin planificar el uso de nuestros medios de comunicación, especialmente, televisivos? ¿Qué acontecerá con nuestras estructuras de pensamiento y sentimientos cuando el país vive una etapa de retroceso cultural, de pérdida de memoria histórica y de inmadurez cerebral; y ahora, con el Tratado de Libre Comercio, se incrementará la saturación ideológica de nuestra base cultural por medio de la acción de las redes de televisión y del complejo del video de los nuevos bloques comerciales que

actuarán sobre nuestra sociedad? ¿Cómo conservar el proyecto cultural independiente del Estado Nación Mexicano en una atmósfera de creciente globalización comunicativa, de apertura de fronteras mentales y de formación de culturas supranacionales? ¿Qué va a ganar y qué va a perder culturalmente México con la firma del Tratado de Libre Comercio? ¿Qué tanto la nueva estructura cultural e informativa que está creando la modernidad, sirve para que nuestra sociedad verdaderamente se desarrolle y crezca material y espiritualmente? ¿Qué aspectos de la cultura nacional deben ser negociados y cuáles no ante el Acuerdo Trilateral de Libre Comercio?

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

Es por ello, que hoy día consideramos prioritario descubrir cuáles son las principales posiciones políticas que existen en el país frente a estos cambios y cuáles son las grandes tendencias de transformación que están experimentando los medios de comunicación y la estructura de valores nacionales ante el establecimiento de este fenómeno trilateral de globalización cultural con la aplicación de los principios en el mercado en

* Profesor del Depto. de Educación y Comunicación de la División de CSH, UAM-X.

el ámbito mental. Todo ello, con el fin de construir las alternativas de concepción y acción necesarias para enfrentar y asimilar este moderno fenómeno de manera más madura.

Posiciones ante el acuerdo de libre mercado

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

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

En la superficie simbólica de la sociedad mexicana, los discursos oficiales del gobierno y de algunos de los grandes empresarios han formado un consenso en favor de las bondades del Tratado de Libre Comercio en el terreno cultural y comunicativo y han señalado que con la presencia de este acuerdo trinacional nuestra base cultural, informativa y de identidad, no será modificada; sino al contrario, se consolidará y desarrollará más.

Sin embargo, no obstante que en la fachada de nuestra sociedad se presentan múltiples declaraciones oficiales e institucionales que sostienen la intrascendencia de las repercusiones del Tratado de Libre Comercio sobre nuestras culturas y comunicaciones nacionales; en el fondo de nuestra dinámica de vida cotidiana se constata una gran preocupación de muchos sectores políticos, empresariales, académicos, intelectuales, sociales y otros más, por las serias consecuencias que representa este fenómeno globalizador sobre nuestra base de identidad, reconocimiento y espiritualidad nacional.

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

¿Cómo afecta el Tratado de Libre Comercio a la cultura y la comunicación?

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

Frente a este horizonte, podemos decir que serán dos niveles básicos en los cuales esta realidad comunicativo-cultural será afectada por la presencia del Acuerdo Trilateral de Libre Comercio en nuestro país:

Por una parte, serán transformadas directamente todas aquellas áreas comunicativo-culturales como son las industrias de televisión, radio, cine, editorial y el patrimonio artístico y arqueológico que han quedado puntualmente incluidas y delimitadas en el texto definitivo del Acuerdo Trinacional de Libre Comercio para América del Norte. Para ello, es

necesario consultar el documento final donde se precisan el conjunto de estas realidades.¹

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

En este sentido, podemos decir que *al no ser claramente considerada expresamente la cultura y la comunicación dentro de la acción trinacional de libre mercado, no representa que éstas queden exentas de sufrir las consecuencias de la aplicación de este trascendental fenómeno pragmático; sino que simplemente éste se realizará por debajo del agua y frente a nuestras narices, como hasta ahora ha sucedido con la difusión de las series norteamericanas de televisión, la transculturización cotidiana, la circulación de ideologías pro yanquis, el debilitamiento de la identidad nacional, la circulación de los valores transnacionales, la creación de una psicología consumista, etcétera, de las empresas monopólicas y extranjeras en nuestro país. En otros términos, al no incorporarse estas realidades en las negociaciones, no quiere decir que se conserva y fortalece nuestro proyecto cultural interno; sino que las grandes empresas monopólicas, nacionales y transnacionales, amparadas con las "Doctrinas del Mercado", continuarán con las manos libres para actuar sobre el campo de la conciencia y la cultura nacional, a través de los medios de comunicación, especialmente, de la televisión para modelar nuestra idiosincrasia a partir de sus necesidades de acumulación de capital.*

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

Las leyes del mercado como rectoras del proceso comunicativo

Para que se pueda realizar en México el nuevo modelo de desarrollo modernizador adoptado desde 1992 a la fecha, en particular con el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá, es indispensable la presencia de profundos cambios en las estructuras económicas, políticas, sociales, agrícolas, tecnológicas, mentales, productivas, legales, etc., de nuestro país; pero además se exige la acción insustituible de una nueva conciencia masiva modernizadora que respalde y afiance las acciones anteriores. Dicha conciencia percibimos que intenta producir, a nivel masivo, a través de los medios electrónicos de comunicación, las condiciones subjetivas necesarias para el funcionamiento de nuestra sociedad dentro de las nuevas relaciones competitivas del mercado mundial.

En esencia, la presencia de esta conciencia modernizadora implica que hoy entramos en la etapa de desarrollo nacional en la que se formula que ante la nueva globalidad internacional para ser eficientes, especialmente, en el terreno comunicacional; hay que aceptar la propuesta de asimilar indiscriminadamente los principios del "laissez faire informativo" en el terreno comunicativo o cultural, o lo que es lo mismo, asimilar la mentalidad de que "lo que no deja dinero a nivel cultural, no sirve", o "el que no sea autosuficiente en el ámbito cultural no debe sobrevivir".² 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 periodo 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.

Esto es, ante el florecimiento en nuestro país de las tesis modernizadoras que sostienen el adelgazamiento, la privatización, el repliegue, la desregulación, la globalización y la transnacionalización de todos los campos de lo público; hoy se formula, cada vez más, con mayor convencimiento que *la rectoría cultural de la sociedad mexicana no debe conducirse por la acción interventora de políticas planificadoras del Estado; sino que deben ser conducidas por el equilibrio "natural" y perfecto que produce el juego de las libres reglas del mercado entre productores y consumidores. De esta forma, para adecuar el espacio cultural de la sociedad mexicana a las nuevas necesidades del mercado, se altera la concepción tradicional de la actividad comunicativa que la comprendía como un*

producto social y se pasa, con mayor velocidad, a entenderla ahora como una simple mercancía 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.³

En este sentido, al ser progresivamente regidas la comunicación y la cultura nacional por la dinámica del mercado, el proyecto de conciencia que se produce en nuestro país a través de los medios de comunicación, especialmente, de la televisión y de otras infraestructuras culturales, es crecientemente una propuesta de carácter lucrativa, pragmática y eficientista.

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

mente 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 crecientemente asistimos a una decisión o gusto inducido por la enorme saturación publicitaria que cotidianamente producen los medios de comunicación de masas, especialmente, la televisión, sobre los diversos campos de conciencia de la población. Esta situación ha avanzado a tal extremo que en la actualidad ha ocasionado que muchas veces la demanda dependa de la oferta y no la oferta de la demanda: *Las mercancías que se ofrecen, se venden, no tanto por las rigurosas propiedades físico-materiales que poseen; sino por el estratégico papel que ejercen las técnicas de persuasión publicitaria que manejan los medios de comunicación colectivos sobre nuestros sentidos e inconsciente.*⁴

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 no existe 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 monopolios que actúan en nuestro país.

En este sentido, *con el lugar estratégicos que el nuevo modelo de desarrollo modernizador le concede al mercado para ser el eje fundamentas 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 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 antiqúisima 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 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 la dinámicas de justicia y humanización que exige la población.

Por ejemplo, esta realidad se contempla 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 o 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 la Ley del Mercado al campo educativo cancelado en México las carreras de Filosofía, Antropología, Sociología, Ciencias Políticas, 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 esas ramas técnicas que sí fomenta el negocio.⁵ 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 forman las bases de una profunda "ceguera social" de grandes dimensiones, pues los principios del mercado abortan 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".⁶ *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, Estados Unidos no obstante que es el país que consume el 25% de la energía total del mundo y poniendo en gravísimo peligro la conservación de la vida en el Planeta, especialmente de las especies animales y vegetales que se extinguen a un ritmo de 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.⁷

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. Es decir, 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 en nuestra República; y no a ampliar y reforzar los procesos culturales más abiertos, democráticos y participativos que durante tanto tiempo han demandado los grandes sectores básicos de nuestro territorio.

Finalmente, en tercer lugar, al salirnos del contexto terráqueo y ubicarnos en el plano cósmico, encontramos que tampoco es la aplicación de una verdadera ley de mercado. Ello debido, a que siguiendo con rigor los principios de la dinámica de la oferta de 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 por seguridad 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, etcétera, hoy día, revelan que hasta donde ha avanzado el conocimiento humano de más de 20 mil años de pensamiento en el Planeta, señalan que el único lugar donde de manera palpable existe vida humana es en la Tierra.⁸ Esto significa, que siendo estrictos, *desde el punto de vista económico o del mercado cósmico el elemento más valioso del Universo debe ser la Vida porque en ningún otra constelación espacial existe.*

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

¿Qué hacer?

Ante el panorama de creciente globalización y mercantilización de nuestro patrimonio mental y espiritual de nación, es urgente reflexionar sobre nuestra cultura y la acción que deben ejercer los medios de comunicación, particularmente la televisión, para conservar su esencia nacional orientada hacia el desarrollo de nuestra conciencia dentro de la dinámica de acelerado cambio modernizador que vive el país. De lo contrario, el proceso de la globalización mundial nos lleva a la creación de un nuevo orden cultural que modificará los contenidos y las fronteras ideológicas de los actuales Estados nacionales. Si no aplicamos esta política, el alma cultural de nuestra sociedad correrá el gran riesgo de quedar sepultada por los nuevos espejismos de la modernidad y sus derivados simbólicos parasitarios de esta nueva fase del desarrollo de la sociedad capitalista intencional.

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

De otra forma, teniendo posibilidades de sobra para comprender hacia dónde tiende a evolucionar el proyecto cerebral de nuestra sociedad ante el fenómeno de la globalización cultural y de aplicar las medidas correctivas necesarias para mantener el rumbo de comunidad autónoma; habremos elegido el camino de la incondicionalidad ideológica que nos lleva a convertirnos en "ciervos" que no buscan alternativas ante el proyecto de

la "modernización"; sino a someternos dócilmente a ésta: Entonces habremos entrado por propia voluntad en el *Fast Track* de la desnacionalización Mental.

Notas

- ¹ Una síntesis global sobre la forma en que el Tratado Trilateral de Libre Comercio afectará a las industrias culturales en México puede encontrarse en el informe expuesto por el Lic. Jaime Serra Puche en la reunión con los intelectuales para abordar problemas sobre Cultura y Libre Comercio. "Reunión con Intelectuales del Área de la Cultura Nacional", Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA), México D.F., 20 de Agosto de 1992, 3 págs.
- ² 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 costoso" (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 encaja 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 inacible, tan poco cuantificable como es 'el respeto al voto'. Pero 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. Suplemento del periódico El Nacional. "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 págs. 350 y 351.
- ³ Gutiérrez, Carlos María; "La Información: Conciencia y Mercado". Revista Capítulos del SELA No. 5, Sistema Económico Latinoamericano, Caracas, Venezuela, Junio de 1984, pág. 72.
- ⁴ "Promotor y no regulador el papel del Gobierno". Excélsior (30 de septiembre de 1991); "¿Ensayo de la Economía de Mercado?", Excélsior, (16 de diciembre de 1991). "¿Resolver los problemas con la Ley de la Oferta y la Demanda?", Excélsior, (4 de enero de 1992).
- ⁵ "Expatriación de las ciencias sociales. Humanidades de la UNAM, en la mira", Excélsior, (5 de junio de 1992). Por ejemplo, en el caso de la Antropología "se están viviendo momentos muy difíciles 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", Excélsior (25 de julio de 1992).
- ⁶ "Son más los historiadores de Estados Unidos que estudian a México que los mexicanos". Uno más Uno, (8 de julio de 1992).
- ⁷ "Una pena la resistencia de Estados Unidos al Acuerdo de la Biodiversidad". Excélsior, (6 de junio de 1992); "Anteponer E.U. 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 E.U. en cuestiones del medio ambiente". El Financiero, (8 de junio de 1992); "Aislamiento estadounidense en la Cumbre de la Tierra". Excélsior, (9 de junio de 1992); "Estados Unidos voz discordante en la Cumbre de la Tierra". El Financiero, (12 de junio de 1992); "Dispuesto E. U. a ser el único oponente a un Tratado de la Cumbre de la Tierra". El Financiero, (12 de junio de 1992); "Inaceptable un acuerdo en la biodiversidad: George Bush". Excélsior, (12 de junio de 1992); "Vengo a tomar acciones no a pedir perdón: Bush". Excélsior, (13 de junio de 1992); "Bush: tiene E.U. las mejores medidas de protección ambiental en el orbe". Uno más Uno, (12 de junio de 1992); "Malthus Redivivo. Neomalthusianismo vs. desarrollo". Excélsior, (14 de junio de 1992); "Salvar la Tierra, sólo un sueño". Excélsior, (16 de junio de 1992); "Biodiversidad y desarrollo". Excélsior, (20 de junio de 1992); "La verdadera dimensión de la Conferencia de Río. Urge enfrentar los problemas del medio ambiente". El Financiero, (27 de julio de 1992).

De igual forma en la reunión de la Ronda de Uruguay sobre planificación mundial, Japón señaló con todo énfasis que "la protección del ambiente no debe inhibir al comercio". "La protección del ambiente no debe inhibir al comercio: Japón". Excélsior, (25 de abril de 1992).

⁸ Sobre la presencia de vida de forma extraterrestre contamos con diversas tesis que plantean que existe ésta en otros planetas, pero todas ellas a nivel hipotético, sin ser demostradas científicamente. Por ejemplo, algunos especialistas del Departamento de Geofísica y Paleontología de la Universidad de Cornell señalan que "así como bacterias y otros organismos microscópicos, gracias a complicados procesos químicos subterráneos viven a decenas de kilómetros bajo la superficie terrestre; así también se puede pensar que distintas criaturas podrían sobrevivir en el corazón de otros planetas que tengan una composición interior similar a la de la Tierra". "Criaturas diversas podrían vivir en otros planetas". Uno más Uno, (2 de julio de 1992).

De igual forma los "ovniólogos" de Voronezh en la Unión Soviética afirman haber encontrado un "cosmódromo donde las naves extraterrestres se cargan de energía de la Tierra para repostar sus naves de transporte. Dicha gasolinera extraterrestre se encuentra en el curso alto del Río Jopior, a unos 600 kilómetros de Moscú, rodeada por pinares centenarios. "Aterrizaron extraterrestres en la ciudad rusa de Voronezh, afirman "ovniólogos". Excélsior, (2 de junio de 1992).

Formación, impresión y encuadernación:
Departamento de Publicaciones, Rectoría General,
Emiliano Zapata 16, Col. Lázaro Cárdenas, 53390
Naucalpan de Juárez, Estado de México.
La edición consta de 500 ejemplares.