

Indústrias culturais
e os desafios da

INTEGRAÇÃO LATINO-AMERICANA

INTERCOM

MARGARIDA M. KROHLING KUNSCH
(organizadora)

- 142 *Indústrias culturais e os desafios da integração latino-americana/*
organizadora Margarida M. Krohling Kunsch. —
São Paulo : Intercom, 1993.
163 p. — (Coleção Intercom; 2)

Trabalhos apresentados no XII Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação "Indústrias culturais e os desafios da integração latino-americana", ocorrido de 6 a 10 de setembro de 1989, em Florianópolis, durante o XII Congresso Brasileiro de Pesquisadores, promovido pela Intercom e Universidade Federal de Santa Catarina.

1. Comunicação --- América Latina 2. Política de comunicação --- América Latina 3. Política cultural -- América Latina
I. Kunsch, Margarida M. Krohling II. Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 12 III. Série.

CDD 20 ed. -- 302.2098

Ficha catalográfica elaborada pela ECA-USP/ Biblioteca Maria Luisa Monteiro da Cunha

Organizadora

Margarida M. Krohling Kunsch

Produtora Editorial

Marisa Aparecida Bento

Capa

Ricardo Amadeo Júnior

Edição de texto e Revisão

Mara Guasco

Marisa Aparecida Bento

Digitação

Rose Pires

Arlete Franco

Editoração Eletrônica

INPUT COMPUTER DESIGN

(Lilina Iris Bucciatti)

Impressão

Gráfica Unimep

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO

Um Congresso que Marcou a História da INTERCOM

Margarida M. Krohling Kunsch

7

Capítulo 1

INDÚSTRIAS CULTURAIS versus MODERNIDADE

Indústrias Culturais: Modernidade e Identidade

Jesús Martín-Barbero

21

Advento da Modernidade?

Renato Ortiz

37

Capítulo 2

A EXPERIÊNCIA EUROPÉIA

As Indústrias Culturais e a Integração Latino-Americana

O Que se Pode Aprender a Partir da Experiência Européia

James D. Halloran

51

Novas Tendências Econômicas da Cultura Industrializada

Processos Culturais do Trabalho e Movimentos de

Capital na Europa dos Anos 60 - 80

Ramón Zallo

66

Capítulo 3
PRODUÇÃO CULTURAL NA AMÉRICA LATINA

Mercado Comum Latino-Americano
Exportação e Consumo de Produtos Culturais

Rafael Roncagliolo

91

Os Novos Rumos do Espaço Audiovisual Latino-Americano

Regina Festa e Luiz Fernando Santoro

96

A Televisão do Futuro

Entre as Políticas e a Desregulamentação

Diego Portales

106

O Livro-Reportagem como Instrumento Cultural de Apoio à
Integração Latino-Americana

Edvaldo Pereira Lima

114

Capítulo 4
POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO E CULTURA

Políticas de Comunicação e Cultura
Estratégias de Cooperação Intra-Regional

José Salomão David Amorim

131

Os Meios Mexicanos de Comunicação em Face do
Novo Modelo de Desenvolvimento Nacional

Javier Esteinou Madrid

139

Políticas de Comunicação na Europa

Enrique Bustamante

158

Os Meios Mexicanos de Comunicação em Face do Novo Modelo de Desenvolvimento Nacional

Javier Esteinou Madrid

Professor da Universidad Autónoma Metropolitana, México.

Tradução de Daniela Kahn

O desgaste do modelo tradicional de desenvolvimento do México ao longo dos últimos quinze anos, as pressões impostas pelos bancos estrangeiros para a renegociação da dívida externa e a conseqüente crise sociopolítica derivada destes fatores, fizeram com que o Estado mexicano abandonasse sua estratégia de consolidação interna através do clássico esquema de substituição das importações seguido durante as três décadas passadas e adotasse a anexação urgente ao mercado mundial (especialmente a partir de 1982) como saída básica para o crescimento. Com isso, anuncia-se o fim da etapa paternalista e protecionista, na qual a sociedade mexicana vivia mergulhada, e verifica-se que entramos em um "novo modelo de desenvolvimento econômico", que torna necessária a modernização do aparato produtivo e político para enfrentar a competitividade mundial, caso contrário o "ímpeto de transformações que o mundo vive hoje arrasaria a nossa pátria" (SALINAS DE GORTARI, 1989).¹ Desta forma, aceita-se oficialmente que não podemos sobreviver fora da moderna divisão internacional do trabalho e tenciona-se conseguir que nosso país saia do antigo eixo transatlântico euro-americano, que tem exercido a hegemonia em nível de escala planetária durante este século, e se inte-

1. Sobre esse assunto consultar: "Urge modernizar todo el aparato productivo en bienes y servicios". *Excélsior*, 8 de outubro de 1988; "Describe los esfuerzos de México por integrarse a la economía mundial la Carta de Intensión al FMI". *Excélsior*, 25 de abril de 1989; "No será irrestricta ni se hará de golpe la Apertura Comercial: CSG". *Excélsior*, 28 de abril de 1989; "Está agotado el modelo tácil". *Excélsior*, 9 de maio de 1989; "En marzo la economía del país estará lista para su desregulación". *Excélsior*, 21 de junho de 1989; "Ni liberalismo a ultranza, ni estatismo ultragante: Zedillo". *Excélsior*, 30 de junho de 1979; "Peligran los avances por el déficit en paraestatales". *Excélsior*, 28 de julho de 1989; "La apertura comercial es una decisión permanente: Secofin". *Excélsior*, 16 de agosto de 1989.

gre à nova reorganização profunda do capitalismo ocidental vinculando-se aos três novos pólos de desenvolvimento mundial:

- a) Mercado Comum Europeu, composto por doze países, que funcionará a partir de 1992 (República Federal da Alemanha, Grã-Bretanha, França, Itália, Holanda, Bélgica, Dinamarca, Grécia, Irlanda, Luxemburgo, Portugal e Espanha)²;
- b) Mercado Comum da América do Norte, até o momento integrado oficialmente pelos Estados Unidos e o Canadá³;
- c) Mercado da Bacia do Pacífico, formado por 24 países ribeirinhos, 23 insulares e liderado pelos “quatro tigres asiáticos”, que são: Taiwan, Singapura, Hong Kong e Coreia do Sul.⁴

É necessário esclarecer que a tendência de integração majoritária do nosso país dentro da formação desta nova geopolítica mundial, por razões geográficas e políticas, não será a de vincular-se em igual medida aos três pólos hegemônicos.

A inércia de nossa histórica dependência estrutural do Norte antes nos levará a assimilarmos a economia norte-americana com uma rapidez cada vez maior em relação à economia asiática e europeia. Portanto, se quisermos ser realistas, “a tese da integração à economia mundial”, conforme enunciada em nível abstrato, no plano concreto representa o reajustamento da economia nacional à dinâmica de expansão da economia norte-americana com a qual realizamos (mais do que com qualquer outra nação ibero-americana) a maior parte do nosso comércio e de nossas transações financeiras.

Basta lembrar que só os Estados Unidos representam 66% da nossa atividade comercial com o Exterior e essa porcentagem tende a

2. A esse respeito ver: “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 maio de 1989; “Estamos listos a enfrentar el reto del mercado único en 1992”. *Excelsior*, 27 de maio de 1982; “Los logros de la gira de CSG por Europa base para construir un México moderno”. *Uno más Uno*, 16 de julho de 1989; “Viaje de Carlos Salinas”. *Uno más Uno*, 18 de julho de 1989.

3. A esse respeito ver: “El acuerdo de libre comercio entre Estados Unidos y Canadá”. *Revista Comercio Exterior*, México, v. 39, n. 4, p. 339, 347, abril de 1989.

4. Sobre este assunto consultar: “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 maio de 1989; “La Cuenca del Pacífico: un nuevo espacio estratégico”. *Uno más Uno*, 9 de março de 1988; “Vitalidad regional: Cuenca del Pacífico”. *Excelsior*, 14 de maio de 1988; “Latinoamérica está lejos del Pacífico”. *Uno más Uno*, 19 de agosto de 1989.

umentar. Por isso, dadas as características da inserção do México na “economia mundial” e a continuidade geográfica, demográfica e cultural com essa “economia, já estaria ocorrendo a vinculação com os Estados Unidos, pelo menos em nível econômico, mesmo antes da concretização de instrumentos mais formais que, transcendendo a esfera econômica, se projetem até a área político-estratégica” (SAXE FERNÁNDEZ, 1989).⁵

Para reforçar esta dinâmica

a equipe presidencial que assumiu o poder em dezembro de 1988 decidiu que era indispensável não atrasar mais o acordo de fundo com os Estados Unidos. Um acordo que aliviasse a carga da dívida externa e permitisse o pleno acesso das nossas mercadorias ao mercado estadunidense e abrisse as arcas das grandes corporações do país do norte às nossas demandas por investimentos estrangeiros contínuos. Para acabar com as incongruências do passado mais recente, as autoridades mexicanas decidiram colaborar estreitamente com o Departamento do Tesouro dos Estados Unidos, para que o México fosse o território experimental do chamado Plano Brady para a solução do problema da dívida externa dos países subdesenvolvidos. Por outro lado, o governo de Salinas modificou a sua definição do princípio da não-intervenção para impedir que este o levasse a um choque com os Estados Unidos, por causa da defesa de um ditador sem-vergonha, como o general panamenho Manuel Noriega. Finalmente, as autoridades mexicanas decidiram intensificar sua ação contra o narcotráfico (MEYER, 1989).

Em virtude deste programa, o México entra em uma transformação estrutural muito profunda, que será a base do novo modelo de desenvolvimento adotado pela sociedade mexicana para os próximos cinquenta anos, no mínimo, e o princípio do novo século.

A fim de efetuar a passagem para esta nova forma de desenvolvimento interdependente da economia internacional, o governo retomou silenciosamente as diretrizes da doutrina neoliberal traçadas pelo Fundo Monetário Internacional (FMI) e o Banco Mundial (BM) desde a década de 70 com o governo de Ronald Reagan até os anos 80 com

5. Ver também: Sería fatal para México la formación de un mercado común norteamericano. *Excelsior*, 28 de março de 1989; Apertura comercial y estructura de protección en México. *Revista Comercio Exterior*, v. 39, n. 9, abril de 1989, México D.F., p. 312 a 329; Rolando Cordera, El gobierno ha recuperado la iniciativa política. *Uno más Uno*, 24 de maio de 1989; Estamos preparados para la nueva etapa política: México desde el Cerro de la Silla. *Uno más Uno*, 28 de maio de 1989; Cassio Luiselli, México: Rumbo a Estados Unidos. *Revista Nexos*, n. 187, maio de 1989, p. 45 a 50.

Margareth Thatcher. As diretrizes têm se caracterizado por reviver a filosofia do “Deixai fazer, deixai passar”, que consiste em permitir que a economia seja totalmente dirigida pelas forças livres do mercado e que as leis naturais do comércio regulem, por si mesmas, a distribuição da riqueza, as desigualdades econômicas, o tipo e o montante da produção e a divisão internacional do trabalho.

Literalmente, significa entrar em um contexto onde se permite que

os peixes grandes devorem os peixes pequenos. Com isto, busca-se uma total liberdade para o comportamento do comércio, para a elaboração dos bens, na demanda de trabalhadores, para a educação etc., a fim de que as batalhas sejam vencidas, sem estorvos institucionais (subsídios, sindicatos etc.), pelos setores poderosos, eficientes e que, conseqüentemente, sejam eles que determinem os rumos sociais a serem seguidos. Isto significa a sobrevivência dos poderosos, dos competitivos (os monopólios como são denominados no capitalismo), pois os fracos são um estorvo, representam a ineficiência e por isso é preciso afastá-los. O neoliberalismo nos mostra, assim, os seus laços consangüíneos com o fascismo (MEYER, 1988).

Destas teses ideológicas se valem os setores mais fortes dos países poderosos, com economias de mercado vigorosas para justificar a sua estratégia de “reordenar o mundo de tal modo que possam continuar dominando e explorando as riquezas dos países fracos e atrasados como o nosso”, através das fortes empresas transnacionais que possuem (MEYER, 1988).

No caso do México, essa filosofia neoliberal concretiza-se, no mínimo, nos dez seguintes objetivos centrais, que o Estado pretende alcançar nos próximos anos:

Primeiro: quanto menos estabilizada for a economia melhor ela funcionará; a abundância estará garantida para todos e a sociedade será feliz. Portanto, a atual economia estatal deve limitar-se àqueles serviços básicos (vigilância e bombeiros, por exemplo) e deixar o restante nas mãos dos capitais da indústria, comércio e serviços.

Segundo: a inflação é causada pelo déficit público e a emissão monetária excessiva dirigida para a produção de mercadorias e a prestação de serviços. Por conseguinte, se o governo gastar somente aquilo que recebe de impostos, direitos e aproveitamentos, e restringir o dinheiro em circulação, o processo de aumento de preços se deterá automaticamente.

(Os demais dogmas neoliberais derivam dos dois anteriores.)

Terceiro: as empresas paraestatais e quem as dirige — não importa se estes foram colegas dos empresários privados — são ineficazes por definição e berço das corruptelas, do nepotismo, dos desperdícios

os e atrasos, que serão corrigidos se, e somente se, estas empresas forem privatizadas ou reprivatizadas.

Quarto: os subsídios foram inventados para cobrir as falhas dos administradores públicos e por clientelismo político, motivo pelo qual se deve exigir o seu desaparecimento — se é que pretendemos chegar a uma economia sadia.

Quinto: o paternalismo do governo com relação aos operários, empregados, camponeses e, de forma geral, com relação a todos os trabalhadores é a principal causa da crise atual e, para ser breve, de todas as crises.

Sexto: uma das origens da falta de instrumento, da deterioração econômica, da fuga de capitais, da falta de iniciativa privada é a existência de leis e regulamentos exagerados que inibem a correta atuação das chamadas leis de “mercado” e as manifestações de uma ação enérgica por parte da iniciativa privada. A correta atuação dos investidores se ativará tão logo os regulamentos que a inibem sejam extintos ou reduzidos à sua expressão mínima.

Sétimo: todo investimento é bom, ainda que financiado pelo diabo. Por isso, não se deve colocar obstáculos à entrada de capitais estrangeiros, independentemente da atividade a que se destinem e da sua proporção acionária.

Oitavo: os controles de preços ocasionam exatamente o contrário, ou seja, aumentos proporcionalmente maiores do que os índices gerais de preços ao consumidor. Por essa razão, a fixação dos preços correspondente deve ficar por conta das relações espontâneas entre produtores e consumidores.

Nono: todos os países do mundo são interdependentes e iguais, o que torna imprescindível a liberação total dos fluxos de capital, do comércio e da tecnologia, sem entraves burocráticos e autorizações prévias para as importações e exportações.

Décimo: as negociações e renegociações de assuntos como a dívida externa devem ser realizadas bilateralmente e não a partir de blocos ou acordos multilaterais, dado que a situação de cada país é diferente (BERNAL SAHAGÚN, 1989a, 1989b).

Para obter sucesso na aplicação dos princípios neoliberais à nossa sociedade, em nome da eficiência, o Estado mexicano entrou numa fase de “modernização global” que o tem levado a transformar e a substituir muitas estruturas do governo, da administração e da direção nacional por outras mais “adequadas” para garantir a sua nova etapa de desenvolvimento monetário.

Assim, a indústria nacional foi leiloada, grande parte das empresas paraestatais foram vendidas, foi aberta a porta aos investimentos estrangeiros em condições majoritárias, subsídios foram suprimidos, os financiamentos foram restringidos, o comércio exterior foi liberado, o projeto de produção nacional permaneceu desprotegido (num mo-

mento em que o protecionismo voltou a emergir drasticamente nos países mais avançados), foi concedida a liberdade cambial, começou a reconversão tecnológica de parte da base industrial, o artigo 28 da Constituição foi modificado para fixar os setores estratégicos do gerenciamento econômico do Estado, foram encaminhadas as providências para a liberação futura do setor dos serviços e das telecomunicações e os produtos mexicanos foram orientados para competir com os poderosos monopólios altamente transnacionais (UNO más UNO, 9/5, 30/5, 1989; EXCÉLSIOR, 26/7, 28/7, 1989).

Desta forma, o projeto de enxugamento e “modernização” do Estado tem acontecido de forma que os 34 engenhos do país serão vendidos por causa da sua difícil situação financeira (EXCÉLSIOR, 14/1, 16/7, 1989). Continua o arremate para a iniciativa privada das companhias de mineração estatais ou com capital majoritário próprio até permanecerem apenas dezesseis empresas neste setor: seis de mineração e dez carboníferas.

A venda mais impressionante da história do México e, provavelmente, de toda América espanhola foi a declaração da falência e a posterior reorganização da Companhia Mineira de Cananea, que produziu 35 mil toneladas de cobre no último trimestre de 1988 — um mineral estratégico e insubstituível para o desenvolvimento nacional (EXCÉLSIOR, 7/3, 10/3, 21/8, 1989). Também foi leiloada a Companhia Mexicana de Aviação, que em 1988 transportou cerca de 8,5 milhões de passageiros e cuja fatura líquida somou cerca de 307,606 milhões de pesos (UNO más UNO, 24/5, 1989).

Cogitou-se a venda de empresas altamente estratégicas como a Petróleos Mexicanos, que conseguiu totalizar uma receita de aproximadamente 28 bilhões de pesos durante os primeiros oito meses de 1988 (EXCÉLSIOR, 15/10, 1988; 9/8, 1989). Pensou-se na privatização da Telefônios de México (TELMEX) que conta com mais de 400 milhões de pesos ativos ou com uma participação no capital estrangeiro de até 49% (UNO más UNO, 7/3, 8/3, 10/3, 26/3, 1989; EXCÉLSIOR, 21/5, 29/6, 1989).

A legislação sobre os investimentos estrangeiros foi grandemente liberada a ponto de se chegar a aceitar 100% em alguns ramos e de se reservar somente 21 áreas estratégicas para o Estado, dentre as quais se destacam:

- a) Petróleo e demais hidrocarbonetos;
- b) Petroquímica básica;
- c) Exploração de minerais radioativos (urânio) e geração de energia nuclear;
- d) Mineração (reservas nacionais: enxofre, fósforo e potássio);
- e) Eletricidade, estradas de ferro, comunicações telegráficas e radiotelegráficas e bancos (EXCÉLSIOR, 19/4, 17/5, 1989; UNO más UNO, 13/5, 17/5, 18/5, 1989).

Foram criadas as condições “para a instalação da economia mascarada num nível a permitir um crescimento de 416,7% em dez anos de expansão desse setor e espera-se que em 1990 o total de fábricas do país suba para 1.850” (EXCÉLSIOR, 21/4, 25/4, 9/7, 18/8, 1989; UNO más UNO, 14/8, 18/8, 1989).

A configuração do Estado mexicano foi reduzida drasticamente com a venda de empresas paraestatais, de tal modo que de 1982 a 1988 foram rematados 62% dos consórcios públicos, e das 1.222 empresas do Estado pretende-se conservar somente 413 companhias neste governo (UNO más UNO, 3/3, 9/5, 21/5, 1989; EXCÉLSIOR, 15/7, 1988; EL FINANCIERO, 31/7, 1989).

Em decorrência desta profunda mutação — incorporar o país às regras mundiais da reestruturação capitalista — houve graves consequências para o desenvolvimento nacional. Por exemplo, nos dois últimos anos, a abertura comercial na área da eletrônica provocou um desemprego de mais de 13.500 trabalhadores e a falência de 350 das 900 empresas que existiam, sendo que grande parte das empresas que sobreviveram se converteu paulatinamente, “graças à modernidade”, em frabriquetas (EXCÉLSIOR, 17/8, 1989).

Da mesma forma, a indústria metal-mecânica e a de bens de capital encontra-se em franco processo de crise — fruto da abertura comercial — não obstante 80% das importações tecnológicas transformarem-se em pura sucata (EXCÉLSIOR, 16/8, 1989).

Com relação ao ramo têxtil, a liberação das fronteiras provocou a virtual falência das empresas têxteis, de confecção e similares, especialmente as de algodão e lã, a ponto de, na Chiconcuac, Edo. de México, a importação causar o abatimento de 70% das vendas e a redução substancial no lucro de mais de 10 mil trabalhadores no referido setor (EXCÉLSIOR, 30/4, 18/8, 1989). Os salários dos empregados de algumas empresas foram reduzidos para elevar a competitividade das exportações (EXCÉLSIOR, 16/6, 1988) e nos primeiros seis meses de

1989 os preços dos artigos liberados subiram 150% acima dos controlados, enquanto estes últimos baixaram de maneira significativa (UNO más UNO, 2/7, 1989).

Desta forma, a política de “modernização” do governo, através da “desincorporação” das empresas paraestatais, reduziu principalmente a capacidade de força e soberania do nosso Estado-Nação e acentuou a dependência em relação às grandes empresas internacionais, especialmente às norte-americanas, e a subordinação crescente de nossa sociedade em relação ao governo dos Estados Unidos. Então perguntamos: depois do convênio comercial assinado durante o sexênio anterior, já não está se formalizando uma “área livre de comércio” e, mais especificamente, uma “unificação alfandegária” com os Estados Unidos? Não é a partir daí que as autoridades norte-americanas vêm pressionando o país através das cartas de intenção de renegociação da dívida? Não se está tentando, por parte dos Estados Unidos, uma sistemática para estabelecer uma “jurisdição” em áreas vitais para se conseguir a soberania e a independência nacional? No momento, o que significa o fato do senado norte-americano se adjudicar autoridade para “certificar-se” do comportamento mexicano em relação ao narcotráfico? As autoridades localizadas em Washington têm ou não jurisdição sobre o que não representa nada menos que o esboço do pressuposto federal do México? (EXCÉLSIOR, 22/3, 26/4, 26/5, 1988; 1989)

No entanto, o que mais impressiona a respeito desse fenômeno desnacionalizador não é o fato de sua ocorrência, pois a poderosíssima dinâmica mundial da reconversão do modo de produção capitalista assim o está exigindo em nível planetário; o que surpreende, depois de um grande e custoso processo histórico de mais de seis décadas para construir nossa infra-estrutura industrial e a economia nacional (independentemente de seus desvios), é que a sociedade mexicana não se une em protesto veemente diante da destruição da mesma, principalmente quando estamos alcançando a fase em que “a economia mista estaria caracterizada por socializar as perdas privadas e privatizar os benefícios públicos” (EXCÉLSIOR, 22/3, 1988).

Nós acreditamos que tal fato se deve à falta de cultura política no país provocada pela presença de uma cultura altamente consumista — produto dos meios eletrônicos, principalmente da televisão, que mantém a população desinformada em relação aos nossos problemas básicos, concentrando a nossa atenção em aspectos frívolos e secundários.

Pensamos que esta cultura seja um dos principais elementos que criaram as bases da derrocada nacional e inclusive tornaram as condições mais favoráveis para a venda da República, sem necessidade da intervenção dos *mariners*, da “V Flota”, da “Central de Inteligência” ou de outras organizações armadas, como já foi preciso nos séculos passados da nossa história.

Por esse motivo, achamos que a falta de protesto é um indicador básico no qual se demonstra que as “condições psíquicas” e organizacionais, para a desnacionalização global do país, já estão presentes em porcentagens significativas da população. Portanto, não devemos estranhar que, se nesse momento realiza-se o pacto de venda de outra parte do território nacional, tal fato não “desperte” grandes reações por parte da população. Portanto, torna-se fundamental e urgente, em face da debilitação de nosso projeto mental, levantar a questão se com o processo de industrialização iniciado com a substituição das importações, de 1930 em diante, a estrutura cultural da sociedade mexicana foi rapidamente transformada, pelo rádio e pela televisão, com a finalidade de criar uma mentalidade consumista e uma erosão de nossa identidade nacional.

Agora, o que nos acontecerá espiritualmente, como país e como indivíduos, ao entrarmos na fase de integração mundial e nos vincularmos de forma acelerada ao mercado internacional sem planejar o uso dos nossos meios de comunicação? O que acontecerá com as nossas estruturas de pensamento, no momento em que o país vive uma etapa de retrocesso cultural, de perda de memória histórica e de imaturidade cerebral, agora que entrará em contato intenso com o bombardeio ideológico de novas hegemônias através da televisão e do complexo de vídeo?

Em face desta realidade pensamos que pela irresponsabilidade demonstrada na ausência de um planejamento na utilização dos meios eletrônicos, durante as últimas três décadas; por falta de vontade política em instituir, a partir dos canais de comunicação de massa, uma cultura que vise o desenvolvimento; pela debilidade dos governos pós-cardenistas e a cumplicidade das autoridades públicas ante a penetração do projeto transnacional na esfera mental, o Estado mexicano já perdeu sua oportunidade histórica para promover, através das indústrias eletrônicas, um forte nacionalismo e uma sólida identidade de pátria que servisse como ponto de partida para o projeto de crescimento interno. Isto a menos que o nosso país sofra mudanças políticas

profundas, que renovem a possibilidade de retomar as tentativas de desenvolvimento autônomo, independente e democrático que hoje parecem postergadas.

Isto quer dizer que nem bem conhecemos e assimilamos a fundo as alterações culturais produzidas em nós pela Conquista Espanhola há 480 anos, tampouco as mutações mentais ocasionadas entre nós pela sociedade de consumo com o projeto de substituição das importações durante a industrialização, nos vemos surpreendidos com a dinâmica profunda de reestruturação econômica, política e ideológica mundial com a sua "onda modernizante" sem que para isto estejamos preparados culturalmente. Uma vez mais a nossa sociedade se incorpora a um processo sem a criação de um projeto próprio, encaixando-se novamente nas lacunas marginais deixadas por esta transformação planetária profunda.

Acreditamos ser indispensável a presença de novas condições legais, produtivas, tecnológicas, trabalhistas, jurídicas etc., para que o modelo de desenvolvimento neoliberal possa ter êxito no México. Todavia, o processo exige a presença insubstituível de uma nova consciência neoliberal de massa que respalde e afiance as ações anteriores. Essa consciência buscará criar as condições objetivas necessárias para o funcionamento da nossa sociedade dentro das novas relações competitivas do mercado mundial.

Assim, esta moderna subjetividade produzida pelos meios eletrônicos se caracterizará, em parte, por fomentar o individualismo acima das relações solidárias, por privilegiar a competitividade em detrimento do trabalho compartilhado ("tequio"), por colocar o canibalismo selvagem acima da fraternidade, por enfatizar a admiração pelo estrangeiro ao invés do nacional, o interesse de que o planejamento seja altamente individualizado e não coletivo, a luta pela liberdade e felicidade isolada e não pela do grupo, a "eficiência" colocada como valor supremo acima de outras metas humanas superiores etc.

Tudo isto é devido à exigência, na esfera cultural das leis internacionais do novo padrão de acúmulo de capital, o qual está se gestando e permeando todos os níveis da sociedade, de que a alma coletiva a ser construída no país, através dos canais eletrônicos de informação, esteja baseada numa visão mais "coisificada" e internacionalizada da vida, que nos levará a saber cada vez mais sobre o grande mundo lá fora e cada dia menos a respeito de nós

como República e como pessoas. Não devemos esquecer que a expansão da economia multinacional obriga cada vez mais à criação de um "supermercado global para que a reprodução atinja escala ampliada em todo o planeta, em face da qual a existência de Estados nacionais e de políticas culturais regionais aparece como um grande estorvo que precisa ser eliminado" (EXCÉLSIOR, 30/5, 1989).

Para que isto aconteça, o mercado mundial recorrerá cada vez mais à utilização da ideologia neoliberal do "Livre Fluxo Internacional de Informação" para ampliar as suas posições, o que no fundo não é outra coisa senão a argumentação para permitir a fácil difusão e penetração das imagens internacionais até todas as zonas do planeta, pois somente estas empresas têm condições de competir intensamente em nível mundial. Desta forma, as instituições representantes do comércio internacional exigirão, mediante suas ações diplomáticas, políticas e econômicas, que os valores e as identidades nacionais se flexibilizem e se abram para a modernidade a fim de "formar um mercado universal sem barreiras ou limites", segundo a concepção do ex-presidente Ronald Reagan. Essas instituições atuarão sobre os países-alvo através de suas campanhas de marketing até conseguirem que os países se adaptem de maneira mais favorável à sua nova dinâmica de concentração material.

Não obstante as declarações oficiais do governo na superfície da sociedade assinalarem que "nós Mexicanos queremos ser amigos cada vez mais dos Estados Unidos, porém jamais às custas de nossos valores, que determinam a nossa essência e nos definem enquanto nação" (EXCÉLSIOR, 8/8, 1989).⁶

Nas entranhas da nossa realidade estamos diante do embate silencioso com as culturas tradicionais para que sejam reacomodadas dentro do novo esquema mundial, dividido em modernas zonas hegemônicas. Recomposição que está se dando através da construção de um novo conceito de relações humanas, triunfo, felicidade, moral, ética etc., em uma palavra, um novo sentido de vida determinado pelas novas exigências de amadurecimento do mercado mundial o qual se concretizará nos

6. Discurso pronunciado pelo Lic. Fernando Solana, titular da Secretaria de Relações Exteriores na seção de abertura da VII Reunión Binacional México-EUA em Tlatelolco, México.

valores da programação e publicidade dos meios de comunicação eletrônicos e do complexo cultural em seu conjunto.

Novos valores que se distinguirão por exaltar, por exemplo, o alto pragmatismo acima de outras qualidades; por preferir promover "o futuro funny" a ter uma participação responsável no nosso processo histórico; por impulsionar o "culto à juventude" por ser esta a etapa mais produtiva do indivíduo e o desprezo aos velhos por serem improdutivos etc.

Diante dessa situação, é conveniente considerar que a história da publicidade no México tem demonstrado, ao longo dos últimos quarenta anos, que, no afã de vender as mercadorias para acelerar o processo de circulação de capital, a publicidade mostrou-se disposta a prostituir astuciosamente a imagem da mulher, apresentando-a fundamentalmente como um objeto de uso sexual; a acrescentar qualidades falsas ou "fetichizar" os produtos, para torná-los mais atraentes; a criar necessidades artificiais entre os consumidores para estimular a compra; a fazer crer que o valor das pessoas deriva das marcas que elas escolhem; a estimular a crença de que o êxito dos indivíduos é decorrente do seu acúmulo de pertences e não do seu grau de humanidade; a modificar a identidade nacional para favorecer uma aquisição maior de produtos internacionais etc.

Agora é possível pensar que, ao entrar na fase de desenvolvimento das "livres fronteiras", as indústrias culturais atuem na construção massiva de uma visão do homem e da vida cada vez mais condicionada pelos requerimentos de expansão e fortalecimento do mercado mundial em detrimento da humanização dos indivíduos. Por exemplo, perante a necessidade da venda das primeiras mercadorias européias, que chegam ao nosso território a título de pré-estréia da presença da integração do Mercado Comum Europeu, a publicidade começa a promover as cafeteiras com *slogan* "Philips, é o novo estilo europeu entrando em seu lar!"

Inclusive, alguns meses depois do país se anexar ao sistema General de Aranceles y Comercio (GATT) para abrir as fronteiras em alguns setores e, em outros, onde o contrabando era tolerado, observamos que, por causa da ideologia "malinchista", segundo a qual os produtos estrangeiros, por princípio, são superiores aos nacionais, complementada pela mentalidade de que a aquisição de produtos norte-americanos, europeus e japoneses eleva o *status* do grupo, alguns

setores sociais já se encontram voltados para o consumo de mercadorias provenientes do Exterior, independentemente da qualidade das mesmas. Assim verificamos, por exemplo, que

atualmente são adquiridas muitas toneladas de doces e chocolates procedentes dos Estados Unidos, os quais são vendidos indiscriminadamente em todo território nacional, apesar destas mesmas guloseimas terem sido retiradas do mercado do país vizinho do Norte por razões de "controle de qualidade"; pois a quantidade em excesso de alguns tipos de gordura ou de corantes vegetais causaram intoxicações nas crianças, que se manifestaram através de dores no estômago, perda de apetite ou diarreias. São males que já atingiram uma grande quantidade de crianças e adultos da República Mexicana (EXCÉLSIOR, 1/8, 1989).

Embora a importação de "produtos acabados" tenha resultado numa crise de sobrevivência muito séria para a indústria têxtil nacional, verificamos que

grande parte das 210 tinturarias, lavanderias industriais e de "self-services" de Guadalajara estão tendo sérios problemas com seus clientes, pois a péssima qualidade das roupas importadas tem sido responsável pela descoloração, o encolhimento e, em muitos casos, até por rasgões nas mesmas quando submetidas ao processo de limpeza (EXCÉLSIOR, 25/8, 1989).

Da mesma forma verificamos que, graças à cultura de admiração pelo estrangeiro e diante da abertura do mercado nacional no ramo dos brinquedos, os produtos legais ou ilegais de importação já se apoderaram de 45% do consumo interno. Caso essa tendência continue evoluindo no mesmo ritmo, restarão apenas 15% da demanda nacional para os fabricantes mexicanos de brinquedos, o que colocará em perigo o emprego de 50 mil trabalhadores. Isto apesar do Instituto Nacional do Consumidor ter demonstrado que 90% destes produtos nacionais são de excelente qualidade, 5% são bem-elaborados e o restante é de qualidade duvidosa em contraposição aos brinquedos estrangeiros, que se revelaram da pior qualidade (EXCÉLSIOR, 7/1, 1988; 8/1, 1989).

Nos mesmos termos, o acesso dos países altamente industrializados à tela da televisão, nos primeiros quatro meses de 1989, propiciou

às empresas internacionais terem investido mais de 150 milhões de pesos em publicidade dirigida ao público infantil, que visa promover alimentos de má qualidade na televisão. Desse total, 17% (mais de 25 milhões de pesos) foram destinados à publicidade de guloseimas (doces e chocolates), 9,5% à promoção de petiscos e 6,6% foram utilizados para promover os diferentes tipos de pasteizinhos" (UNIVERSAL, 5/8, 1989).

Inclusive foi demonstrado que alguns produtos são uma fraude, como certos tipos de café solúvel, que contêm apenas 40% de café puro e o restante é completado com outras substâncias moídas que nada têm a ver com a mercadoria anunciada (EXCÉLSIOR, 27/8, 1989).

O mesmo quadro repete-se nos setores complementares ao verificarmos que

não estamos trazendo do Exterior aqueles produtos indispensáveis ao desenvolvimento da nossa indústria, mas todas as mercadorias factíveis de serem vendidas no México. Com efeito, uma rápida visita a um supermercado permite comprovar, por exemplo, que hoje em dia é possível conseguir água mineral francesa, alimentos para animais provenientes dos Estados Unidos, abacaxi enlatado do Havaí, sobremesas suíças, purê de tomate norte-americano entre muitos outros produtos. Essas importações não são necessárias, nem tampouco buscam reduzir os preços dos produtos domésticos; trata-se somente de importações que não são vendidas no México, porque o consumo de tais produtos confere um *status* superior, de acordo com a mentalidade de determinados grupos sociais (UNO más UNO, 5/6, 1989).

Esta situação também ocorre no nível tecnológico, em que muitas empresas "estão repletas de sucata adquirida para os setores industriais, as escolas, os hospitais etc., sendo que alguns desses equipamentos jamais foram utilizados adequadamente, podendo-se afirmar que grande parte da dívida converteu-se em desperdício".⁷

7. O agregado comercial dos EUA observa a esse respeito que "seu país não tem condições de controlar todos os produtos que são importados pelo México, por isso há reclamações de que muitos desses artigos são péssimos. A responsabilidade é das autoridades mexicanas ao permitir ou impedir o seu acesso ao mercado. Cabe esclarecer que a maioria das mercadorias fabricadas naquele país 'são de boa qualidade'; o que sucede é que muitos dos produtos que chegam ao México são de procedência oriental, do Japão ou da Coreia, só que chegam primeiro ao mercado norte-americano e depois são trazidos para o México". (La invasión de productos "chatarra" es culpa de importadores mexicanos: EUA, *Uno más Uno*, 28 de fev. 1989; Gran parte de la deuda se convirtió en chatarra por mal uso del crédito, *Excélsior*, 28 de ago. 1989.)

É previsível a intensificação dessa atitude agora que, com a renegociação da dívida externa, as novas condições financeiras trarão novas formas de crédito que, numa percentagem significativa, contribuirão para elevar o nível de renda dos trabalhadores (EXCÉLSIOR, 8/6, 31/7, 1989). Uma parcela significativa dessa restituição salarial, se fortalecida, poderia estar dirigida pela nova mentalidade consumista que começa a crescer no país, já que a população não está reagindo preferentemente por um critério de escolha baseado na qualidade do produto, e sim adotando basicamente um mecanismo de compensação psíquica perante a baixa autoestima do mexicano provocada pelo fenômeno de insegurança pessoal e que propõe que a forma mais rápida de reivindicar a desvalorização nacional é assimilar e reproduzir o mais rapidamente possível as aspirações, os hábitos e as formas de vida dos países altamente industrializados, particularmente os Estados Unidos e os países europeus.

Em face deste contexto psíquico coletivo, tem-se a impressão de que as novas mercadorias provenientes do Exterior novamente estão atuando sobre a nossa consciência, como as lantejoulas e as contas de vidro, usadas pelos primeiros conquistadores espanhóis para trocar nossos metais preciosos por quinquilharias estrangeiras.

Esta irracionalidade cultural e social propiciada pela abertura acelerada das fronteiras chegou a um tal extremo que o próprio Conselho Nacional de Publicidade se viu obrigado a "lançar uma campanha publicitária em favor da qualidade dos produtos nacionais para neutralizar os efeitos da invasão de produtos estrangeiros que só trouxeram enganos, engodos e sucatas" (EXCÉLSIOR, 21/7, 1989).

Desta forma, o projeto do neoliberalismo cultural irá mercantilizar ao extremo o financiamento dos meios eletrônicos e, em particular, o da televisão, o que provocará a alienação de grande parte da nossa reprodução espiritual cotidiana devido à necessidade de vender e acumular, ou seja, para ser produtivo, o país venderá sua alma ao diabo. Isto significa que a nova consciência coletiva produzida pelas indústrias culturais na mente do mexicano, nos fins do século XX e nas primeiras décadas do século XXI, estará predeterminada pelas exigências de reprodução do mercado mundial e

não pelas solicitações da plenitude humana almejada pelos indivíduos.

Não devemos nos esquecer dos ensinamentos propiciados pela história do país que nos ensina que toda mudança econômica profunda que ocorre na nossa sociedade é sempre seguida de uma transformação cultural equivalente. Por isso, pensamos que mais cedo ou mais tarde se exigirá, para que o ritmo acelerado da crescente liberalização da nossa economia possa realizar-se, a liberação igualmente progressiva de nossas fronteiras culturais, através dos meios eletrônicos avançados, principalmente da televisão.

Toda essa realidade alcançará maior esplendor quando observarmos ter o governo atual declarado que “não assumirá a direção cultural, mas apenas apoiará as iniciativas dos grupos geradores de cultura, os quais serão avaliados pela ‘classe intelectual’ e não pelos funcionários do ramo” (BOLETÍN en MARCHA, 2/8, 1989, p. 3).

Situação que recebe ampla confirmação quando constatamos as tarefas restritivas que o Estado atribuiu ao exército cultural no Plano Nacional de Desenvolvimento (1989-1994)⁸ e quando o decreto constitutivo do órgão de direção e execução cultural máxima em nosso país, denominado Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA), assinala que esta entidade somente exercerá funções de promoção e difusão da cultura e das artes e não de criação ou gerenciamento cultural do país (DIÁRIO OFICIAL, 7/12, 1988, p. 11-14).

Por conseguinte, podemos afirmar que, devido às profundas transformações urbanas que tem ocorrido no interior da população nacional, à desarticulação global vivida pelo projeto cultural, aos avanços tecnológicos conquistados no terreno audiovisual e à renúncia do Estado mexicano em exercer realmente a condução intelectual do país, a direção cultural da sociedade mexicana, especialmente das classes médias metropolitanas, dar-se-á cada vez mais a partir das indústrias audiovisuais, particularmente das que são internacionais.

No momento em que esta situação se consolidar, o país será conduzido a uma dependência estrutural em relação ao Exterior e, em alguns casos, à paralisia cultural, pois conheceremos cada vez mais o elemento secundário e não o essencial para o nosso desenvolvimento. À medida que essa realidade for se confirmando, a crise nacional se

acentuará cada vez mais, e, por conseguinte, será o motivo do caos generalizado do estado de infelicidade humana.

Em face desta realidade do setor comunicativo, observamos cotidianamente a presença de um Estado mexicano cada vez mais fraco por não contar com um projeto cultural para o gerenciamento dos meios de comunicação eletrônica, mas que os abandona às “livres forças” do mercado interno e externo.

Diante da anexação acelerada da nossa sociedade às leis culturais do mercado internacional, que ocorre devido à nossa vinculação ao sistema General de Aranceles y Comercio (GATT), devido à integração — dinâmica e silenciosa — à economia norte-americana e à relação com o novo Mercado Comum Europeu previsto para 1992 somos da triste opinião que, se o Estado mexicano não construir um projeto cultural nacional cada vez mais sólido através do emprego racional dos meios de comunicação eletrônicos, particularmente da televisão, ele infelizmente estará cavando a sua própria sepultura, cada vez mais profunda, ao permitir que as bases intelectuais que requer para existir como Estado Nacional sejam destruídas na consciência da população.

Para corrigir a direção do nosso espírito nacional, torna-se estrategicamente fundamental, hoje em dia, incluir o papel ocupado pelos meios eletrônicos de comunicação (particularmente o da televisão) no exame, projeto e realização das políticas culturais, pois é a partir destes espaços que se constrói cotidianamente, com maior vigor, o projeto intelectual da República. Como o governo perdeu a direção cultural da sociedade mexicana, o planejamento dos meios de comunicação para o desenvolvimento do país por parte do mesmo tornou-se uma *necessidade de Estado*. É preciso considerar que, devido à acelerada crise global que vivemos, de nada adiantará corrigir os pés econômicos, os braços tecnológicos, as mãos trabalhadoras, o estômago agropecuário, os pulmões ecológicos do país etc., se não modificarmos a alma que dá vida à nossa sociedade, pois o corpo, mais cedo ou mais tarde, tornará a desmoronar e a destruição atingirá níveis cada vez mais profundos.

Referências bibliográficas

- BERNAL SAHAGÚN, Victor M. 1989a. “Las contradicciones”. *Excelsior*, 2 de agosto.
1989b. “Los dogmas neoliberales I y II”. *Excelsior*, 9 de agosto.

8. A esse respeito consultar os objetivos atribuídos à cultura e à arte no item 6.2.7 do “Plan Nacional de Desarrollo (1989-1994)”. *Uno más Uno*, 5 jun. 1989, p. 116.

BOLETÍN en MARCHA. 2 ago. 1989. "Política cultural y modernización". México, Movimiento del Pueblo Mexicano, n. 2, p. 3.

DIÁRIO OFICIAL. 7 dez. 1988. "Decreto Constitutivo del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes". México, D.F.

EL FINANCIERO. 31 jul. 1989. "Quedarse con 413 empresas públicas meta del gobierno". México.

EXCÉLSIOR. 16 jun. 1988. "Alerta el Congreso del trabajo ante intentos neocapitalistas de la IP". México.

—. 22 mar. 1988. "Reprivatizaciones. Festín desnacionalizador". México.

—. 26 abr. 1989. "Integración, modernidad: conceptos muy manoseados". México.

—. 26 mayo 1989. "Apasionada entrega de la soberanía". México.

—. 30 mayo 1989. "Nuestro retraso social, no tecnológico". México.

—. 8 ago. 1989. "Nada a costa de nuestros valores".

—. 1º ago. 1989. "Indiscriminada venta de chocolates tóxicos procedentes de EUA". México.

—. 25 ago. 1989. "Las tintorerías en problemas por ropa importada corriente". México.

—. 27 ago. 1989. "Los cafés solubles sólo tienen 40% de grano puro: La VOP". México.

—. 8 jun. 1989. "Al respecto consultar a partir de 1992 será más fácil para México ir al mercado europeo: Fouere. México.

—. 31 jul. 1989. "Mercadotecnia para la apertura comercial". México.

—. 21 jul. 1989. "Intensa campaña en todo el país contra la invasión de productos extranjeros". México.

—. 28 jul. 1989. "Esquema del presente". México.

—. 26 jul. 1989. "Universidad y solución a la crisis. No a las recetas neoliberales". México.

—. 14 jan. 1989. "SEMIP da a conocer los nombres de 16 ingenios en venta". México.

—. 16 jul. 1989. "Por su difícil situación financiera, los 34 ingenios del país serán vendidos: CNPP". México.

—. 7 mar. 1989. "Continuará la venta de paraestatales mineras". México.

—. 10 mar. 1989. "Seguirá la reprivatización de la Minera de Cananea". México.

—. 21 ago. 1989. "Declaran en quiebra a la Campaña Minera de Cananea". México.

—. 15 oct. 1989. "Obtuvo PEMEX ingresos por 28 billones en 1988". México.

—. 9 ago. 1989. "Los dogmas neoliberales contradicciones". México.

—. 21 mayo 1989. "Podrá entrar capital externo sólo hasta 49% en servicios telefónicos". México.

—. 29 jun. 1989. "TELMEX debe reprivatizarse: SCT". México.

—. 30 abr. 1989. "Cierre de fábricas y reajuste de personal por la apertura: CTM". México.

—. 19 abr. 1989. "Podría permitirse hasta 100% de inversión extranjera en algunos sectores competitivos". México.

—. 17 mayo 1989. "Nuevo reglamento para la inversión extranjera". México.

—. 17 mayo 1989. "Se libera el capital externo de Tabues". México.

—. 17 mayo 1989. "No hay apertura indiscriminada al capital externo: JSP". México.

—. 21 abr. 1989. "A Monterrey 89,500 millones para una maquiladora japonesa". México.

—. 25 abr. 1989. "Inversión millonaria de la IP y del gobierno para tener maquiladoras". México.

—. 9 jul. 1989. "1,650 maquiladoras a fin de año: BANCOMER". México.

—. 18 ago. 1989. "Quedarán instaladas 250 nuevas maquiladoras este mismo año". México.

—. 15 jul. 1989. "Desde 82 el número de paraestatales se redujo 62%". México.

—. 17 ago. 1989. "Ha perdido la industria electrónica 13,500 empleos y 350 empresas: Camara Nacional de la Industria Electrónica". México.

—. 16 ago. 1989. "Chatarra más del 80% de las importaciones en tecnología: CANACINTRA de Jalisco". México.

—. 18 ago. 1989. "La importación abate 70% de la hechura de ropa en Chinconcuac". México.

MEYER, Lorenzo. 1988. "Crisis, educación y neoliberalismo". *Excélsior*, 5 de agosto.

—. 1989. "Alianza de élites México-EUA". *Excélsior*, 17 de agosto.

SALINAS DE GORTARI, Carlos. 1989. "Nos modernizamos o el cambio mundial amenaza al país: Salinas". *Excélsior*, 11 de abril.

SAXE FERNÁNDEZ, John. 1989. "Integración y modernidad: conceptos muy manoseados". *Excélsior*, 26 de abril.

UNIVERSAL. 5 ago. 1989. "Urge emprender una batalla contra campañas de alimentos chatarra".

UNO más UNO. 9 mayo 1989. "C.S.C.: se mantendrá rectoría en telecomunicaciones". México.

—. 30 mayo 1989. "La transición prolongada". México.

—. 24 mayo 1989. "Se creará un fideicomiso para vender Mexicana". México.

—. 7 mar. 1989. "La reprivatización de teléfonos de México está en estudio". México.

—. 8 mar. 1989. "Concamín: reprivatizar única solución viable para teléfonos". México.

—. 10 mar. 1989. "Declara el director de TELMEX que no hay nada concreto sobre la reprivatización". México.

—. 26 mar. 1989. "Teléfonos al borde un ataque de nervios". México.

—. 13 mayo 1989. "Los beneficiarios de la crisis el gran capital financiero internacional". México.

—. 17 mayo 1989. "La apertura a la inversión 'pone en riesgo a la soberanía nacional'". México.

—. 18 mayo 1989. "Preámbulo a la total apertura". México.

—. 14 ago. 1989. "En 1989 las maquiladoras habrán crecido 416,7% después de 10 años de expansión". México.

—. 18 ago. 1989. "Se instalarán otras 250 maquiladoras en el país". México.

—. 3 mar. 1989. "El Estado de México pone en venta 20 paramunicipales". México.

—. 9 mayo 1989. "No desaparecerán el sector paraestatal". México.

—. 21 mayo 1989. "Avanzó 74% el gobierno federal en la desincorporación de paraestatales". México.

—. 2 jul. 1989. "Subieron los artículos liberados 150% arriba de los controlados". México.

—. 5 jun. 1989. "Plan Nacional de Desarrollo. Cuidadosa apertura hacia el exterior?" México.

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
Caixa Postal 20793 Tel. (011) 813-3222 ramal 2088
CEP. 01498-970 Fax. (011) 815-3083
São Paulo - SP - Brasil

Coleção: INTERCOM DE COMUNICAÇÃO

1. A universidade fora de si: a Intercom e a organização dos estudos de comunicação no Brasil
J.S. Faro
2. Indústrias culturais e os desafios da integração latino-americana
Margarida M. Krohling Kunsch (organizadora)