



"TELEVISION Y CONSTRUCCION DE UN
NUEVO PAIS".

DR. JAVIER ESTEINOU MADRID.

cuadernos del
centro de
servicio y
promoción social

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

INDICE

I.- LA TELEVISION MEXICANA Y SU IMPACTO EN LA CULTURA NACIONAL

- 1.- EL DESARROLLO SIN CULTURA
- 2.- LOS MEDIOS DE COMUNICACION Y LA CONSTRUCCION DE LAS POLITICAS CULTURALES
- 3.- LA TELEVISION Y EL RETROCESO DE LA MENTALIDAD NACIONAL
 - A.- LA SOCIEDAD DE CONSUMO
 - B.- EL DEBILITAMIENTO DE LA IDENTIDAD NACIONAL
4. LA FRAGILIDAD DEL ESTADO MEXICANO

II.- LA INTEGRACION DEL MERCADO COMUN Y EUROPEO Y LA TRANSFORMACION DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION.

- 1.- EL PROYECTO NEOLIBERAL COMO ESCENARIO DE DE CRECIMIENTO DE LA SOCIEDAD EUROPEA.
- 2.- LAS TRANSFORMACIONES DE LA INFRAESTRUCTURA.
- 3.- LAS MUTACIONES EN LA SUPERESTRUCTURA.
- 4.- LOS CAMBIOS EN LA ESTRUCTURA COMUNICATIVO - CULTURAL.
 - A.- LA COMUNICACION COMO SECTOR NEURALGICO DE LA ECONOMIA.
 - B.- LA NUEVA CONCENTRACION Y PRIVATIZACION DE LOS MEDIOS.
 - C.- EL DESPLAZAMIENTO PAULATINO DEL MODELO DE SERVICIO PUBLICO.
 - D.- LA EXPANSION Y HOMOGENIZACION DE LAS REDES DE INFORMACION.
 - E.- LAS NUEVAS FORMAS DE FINANCIAMIENTO.
 - F.- LA DESRREGULARIZACION LEGISLATIVA.
 - G.- EL ARRINCONAMIENTO DE LA IDENTIDAD Y LA CULTURA NACIONAL.
 - H.- LA EVOLUCION DEL CONCEPTO DE LO "NACIONAL" HACIA LA IDEA DE LO "EUROPEO".
 - I.- EL DERRUMBE DE LAS FRONTERAS CULTURALES NACIONALES.

- J.- LA DETERMINACION ACENTUADA DE LA PLURALIDAD Y LA DEMOCRACIA INFORMATIVA POR LAS LEYES DEL MERCADO.
- K.- LA EXPLOSION DE LA REALIDAD DEL PUBLICO DE MASAS ANTE LA PRESENCIA DE LAS NUEVAS TECNOLOGIAS DE INFORMACION.
- L.- EL RESURGIMIENTO DE LA TESIS DEL "LIBRE" FLUJO INTERNACIONAL DE LA INFORMACION.
- M.- LA TECNIFICACION INTENSIVA DE LAS EMPRESAS COMUNICATIVAS.
- N.- EL SURGIMIENTO DE LOS CONVERTIDORES LINGUISTICOS.

III.- LA TELEVISION MEXICANA ANTE EL SURGIMIENTO DEL NUEVO MODELO DE DESARROLLO NACIONAL.

- 1.- LA ADOPCION DEL NUEVO MODELO DE DESARROLLO NEOLIBERAL
- 2.- LA TRANSFORMACION ECONOMICA DEL PAIS.
- 3.- EL COSTO ECONOMICO Y SOCIAL.
- 4.- LA COMUNICACION Y LA SOCIEDAD DORMIDA.
- 5.- LA CULTURA Y LA TELEVISION ANTE EL NUEVO MODELO MODERNIZADOR.
- 6.- ¿QUE HACER?: LA FORMACION DE UNA NUEVA POLITICA NACIONAL DE COMUNICACION.

IV.- NOTAS.

I.- LA TELEVISION MEXICANA Y SU IMPACTO EN LA CULTURA NACIONAL

1.- EL DESARROLLO SIN CULTURA

Tradicionalmente la construcción del modelo de país que hemos deseado ser en las últimas 5 décadas se ha fundado, en primer término, desde la instancia económica; en segundo, desde la fase política y casi nunca se ha elaborado desde nuestro nivel cultural de sociedad. Esto debido a que "la cultura, cuando más, ha sido considerada por el Estado mexicano como un campo del quehacer humano y gubernamental con contenidos específicos que poco o nada tienen que ver con los ámbitos principales de la realidad nacional." (1)

La estrechez de esta noción de cultura "ha dificultado y a veces ha impedido que los propósitos declarados por la autoridad se reflejen consistentemente en las decisiones fundamentales que definen la orientación de las grandes líneas del desarrollo económico social y finalmente, cultural del país. A lo más que se ha llegado en el mejor de los casos, ha sido incluir un buen apartado, de escasa

significación en el contexto general de los planes gubernamentales, en los que se menciona la necesidad de atender el desarrollo cultural de la población y tomar en cuenta su propia cultura. De esta manera, la "cultura" aparece como algo suplementario". (2)

Con ello al considerar la cultura como elemento de lujo se ha ignorado que "los proyectos de desarrollo nacional sólo tienen sentido (o no lo tienen) porque son expresiones de un proyecto cultural. No hay desarrollo en abstracto. El crecimiento y la transformación de los grupos humanos concretos siempre se da en función de una historia, un presente y un futuro deseable a partir de su propia y peculiar visión del mundo, de su sistema de valores, de sus conocimientos y formas de organización, de sus deseos y esperanzas; en fin de su cultura, por ello, la "cultura no es una dimensión o un elemento más del desarrollo sino el marco general en el que éste se realiza y por el cual se realiza. La "cultura" le da al proyecto nacional su razón de ser". (3)

Esta deformación ha sido ocasionada debido a que, por una parte, el Estado mexicano de las últimas décadas se ha guiado por criterios pragmáticos de corto plazo y no por directrices de planificación profunda de mediano y largo plazo para diseñar el país que anhelamos ser. Por otra parte, a que la cultura que han producido los sectores

dedicados a esta actividad se ha caracterizado por ser predominantemente una manifestación narcisista, ególatra e individualista de las esquiziteces sensoriales de grupos eliticos y no una cultura orgánica que vincule la productividad de nuestro intelecto y sensibilidades colectivas con la resolución de los grandes conflictos estructurales que nos impiden crecer como país. (4)

Esta tradición nos ha llevado a adoptar en casi todos los niveles y sectores sociales de nuestra República un concepto recortado y una práctica deformada de la acción cultural que le ha castrado su vinculación profunda con los procesos de desarrollo y le ha asignado un radio de cobertura artificial muy estrecho que abarca, principalmente, la extensión de la infraestructura física de las escuelas, el incremento de la matrícula escolar, la ampliación del conjunto de museos, la inauguración de casas para la juventud, el aumento de la alfabetización, el apoyo elitista a las artes y las humanidades, la difusión de la música "selecta", el fomento al rescate y conservación de los monumentos históricos y arqueológicos, etc. (5). Esta es la noción de cultura que hoy día se fomenta e implementa a través de los principales "suplementos culturales" periodísticos (6), de los "canales culturales" de radio y televisión (7), de los "Simposiums Culturales que proponen las universidades de los Consejos, Comisiones y Fondos Culturales" del Estado (9), de los "Acuerdos de concertación

Cultural" a nivel internacional (10), de los "Cursos de Especialización Cultural" que alienta la sociedad civil (11), de los "Festivales culturales" que organizan las Federaciones (12), de las Comisiones "culturales" de los sindicales (13), de las normatividades "culturales" de la ley (14), de los concursos "culturales" (15), de los programas "culturales" para los grupos marginados (16), de las semanas "culturales" (17), y del nuevo Plan Nacional de Desarrollo del gobierno Mexicano para 1989-1994 (18).

Con este enorme reduccionismo el Estado mexicano ha arrumbado su acción cultural a un quinto plano y ha evitado que el centro de desarrollo de la sociedad mexicana surja desde su instancia cultural, sino desde otros polos de intereses económico-políticos restringidos y viciados. Es decir, la pérdida del verdadero contenido y sentido que debe abarcar la acción cultural ha sido tal, que ha ocasionado, en términos de prioridades estructurales, que esta sea considerada en los planes globales de desarrollo en el mismo nivel de importancia que ocupa el deporte (19).

De esta forma, la cultura no ha sido entendida como la acción orgánica de producir mayores niveles de conciencia para que la población se organice y participe en la

resolución de las grandes contradicciones estructurales que cotidianamente se atraviesan en nuestras vidas y nos impiden sobrevivir, sino como una tarea aislada del proceso de crecimiento nacional y en la mayor de las veces suntuosa y secundaria.

Realidad que más que favorecer el desarrollo del país ha obrado como un elemento central de su estancamiento y atraso histórico.

2.- LOS MEDIOS DE COMUNICACION Y LA CONSTRUCCION DE POLITICAS CULTURALES.

Derivada de la noción y práctica restringida de cultura que se ha aplicado en el país en décadas anteriores tomando en cuenta las políticas culturales en los últimos d gobiernos para reelexionar y diseñar la naturaleza de sociedad que aspiramos ser, el proceso de elaboración de dicha realidad se ha caracterizado por considerar las problemáticas referentes al campo educativo, museográfico, arqueológico, etnográfico, operístico, dancístico, musical, huanístico, literario, poético, etc., pero sistemáticamente ha marginado la inclusión de los medios de comunicación en dicha área. El mayor acercamiento que han tenido ha sido cuando por una parte, estos medios han sido concebidos y utilizados como instrumentos de ampliación de la educación formal, a través, por ejemplo, de la telealfabetización y la

telesecundaria (20), y por otra, cuando se han empleado para difundir la "cultura refinada" (21) conciencia de los públicos mayoritarios del país para formar una cultura cotidiana. (22)

Esta grandísima omisión ha ocasionado 2 grandes desviaciones históricas en nuestra sociedad. En primer lugar, ha reflejado la existencia de una laguna esencial del "sector pensante" del país sobre el área más estratégica para nuestro crecimiento intelectual interno. En segundo lugar, ha provocado una enorme contradicción entre lo que se siembra mentalmente por la mañana y lo que se destruye cognitiva y afectivamente por la tarde y noche.

Así, en primer término, al dibujar el sector intelectual del país las políticas culturales sin la incorporación de los medios de comunicación modernos, lo que ha pintado, es sólo la sombra del problema y no la esencia de la realidad que vivimos en la sociedad mexicana de 1989. Es decir, al no considerar la presencia de los canales de información en esta reflexión y acción lo que se ha abordado es la realidad cultural del México del siglo XIX donde no existía la comunicación instantánea de masas y no la de finales del siglo XX que es la que hoy vivimos, pues sabemos que si algo ha cambiado tajantemente la realidad ideológica del país después de la Conquista Española, la acción de la Iglesia y la intervención del Aparato Educativo en nuestra

sociedad es la presencia de los medios electrónicos de información. Es más, podemos decir que existe con toda claridad una mentalidad, una sensibilidad y una imaginación nacional antes y después de la aparición de los medios de comunicación, particularmente de la radio y la t.v.

En segundo término, al pasar por alto la existencia de esta realidad elemental se ha permitido flagrantemente que la sensibilidad que el Estado Mexicano con muchísimos esfuerzos, a través de la Secretaría de Educación Pública, la Red Nacional de Bibliotecas, el Sistema Global de Museos, el Programa Cultural de las Fronteras, la cobertura del Instituto Nacional de Bellas Artes, los circuitos de muestras teatrales, los Festivales Musicales de Primavera, el Trabajo de los profesores normalistas, las casas de la cultura, el conjunto de zonas arqueológicas, la acción del libro de Texto Gratuito, el Instituto Nacional del Consumidor, etc. siembra por la mañana en las conciencias de los niños, jóvenes y adultos, esta sea borrada en el atardecer a través de los avanzados canales de comunicación particularmente, de la televisión. Es decir, lo que nace y se construye por la mañana, se destruye y entierra por la noche.

Con ello, el Sector "intelectual crítico" del campo cultural, paradójicamente ha ignorado que la emergencia de los medios de comunicación dentro de la esfera ideológica de la sociedad mexicana, no sólo ha representado la radical transformación del interior de la estructura de nuestra sociedad civil, sino que el fenómeno más relevante que se ha producido, es la creación de una nueva dimensión ideológica del Estado nacional, vía la moderna extensión cultural de este a través de los aparatos de información. Es decir, con la presencia de los medios de comunicación, y en particular de la televisión, el Estado mexicano ha sufrido una gran mutación al interior de su esqueleto cultural, pues las tareas de construcción, dirección y cohesión ideológica que realiza este han entrado en una fase de extensión geométrica que han dado origen a una nueva faceta del poder nacional: la existencia del Estado Ampliado Mexicano.

La especificidad de este flamante Estado Ampliado en nuestra República se ha caracterizado por que a través de los apoyos tecnológicos que le brindan los canales de información, este ha conquistado una nueva capacidad orgánica para realizar de manera más competente las funciones culturales que debe ejecutar como instancia

rectora de la sociedad. Por ello, el nacimiento y la expansión de esta nueva zona del Estado Ampliado Mexicano se encuentran en íntima correspondencia con la evolución y organización que adopta cada nuevo sistema y proceso de comunicación que aparece en nuestro territorio.

La presencia de este moderno Estado Ampliado ha producido en los últimos 70 años un silencioso cambio drástico en la correlación de fuerzas culturales que han delineado el proyecto ideológico del país, pues ha posibilitado la rápida y fuerte acción de nuevos grupos en la esfera cultural: el sector monopólico comercial y el sector trasnacional, si las fracciones privadas y supranacionales, en el menor tiempo ocupado en toda la historia de México para propiciar un cambio mental, han construido e internalizado en la población otro proyecto cultural de sociedad diferente al que durante décadas ha planeado el tradicional Estado nacional.

De esta forma, la capacidad de educación y de dirección ideológica de la sociedad que ganó el Estado mexicano a través de las armas en la Revolución de 1910, hoy la ha perdido aceleradamente por la falta de aplicación de un control cultural sobre los medios electrónicos de comunicación. Esto es, el espíritu, la utopía y la visión del hombre nuevo que creó el movimiento insurgente de principios de siglo, se perdió rápidamente por la

institucionalización que el Partido Revolucionario Institucional (PRI) hizo de este, y por que el proceso de industrialización que surgió en el país desde 1920, creó, primero a través de la radio y después de la t.v., una nueva esperanza que se denominó "consumo" y que con el tiempo se convirtió en la moderna religión que hoy vivimos compulsivamente. (23)

Así, por una parte, al incorporarse el Estado mexicano de manera muy tardía a la orientación de los medios de comunicación electrónicos; por otra, al permitir que estos fueran dirigidos desde su origen por los fenicios de las ondas hertzianas, y finalmente, por otra, al conceder que estos se desarrollaran con autonomía ideológica casi absoluta, el propio gobierno autorizó" que se perdiera nuestro proyecto cultural que es el único que le sirve de base para gobernar como Estado Nacional. Ello debido, a que el funcionamiento mayoritariamente mercantil de los medios de comunicación ha corrido y anulado con gran rapidez nuestra frontera ideológica de país que es nuestro principal dique mental para sobrevivir como nación, especialmente, en la fase de internacionalización planetaria que ahora vivimos y hoy hemos adquirido otra forma de ver al ser humano, al mundo, el universo y la vida. Que no son las bases culturales que requiere nuestra sociedad para avanzar y crecer.

3.- LA TELEVISION Y EL RETROCESO DE LA MENTALIDAD NACIONAL.

Por toda la herencia intelectual anterior que hemos recibido hoy el Estado mexicano está profundamente extrañado en su proyecto cultural, pues a través de un condicionamiento pavloviano aplicado por lustros, ha permitido la construcción de un programa mental a través de la televisión que está formando generaciones de hombres enanos, inseguros e infelices ya que preferencialmente se ha esforzado para desplegar todos sus recursos tecnológicos visuales, artísticos, humanos, etc., para conducirnos a las dos siguientes trampas ideológicas: el credo del consumo y el debilitamiento de la identidad nacional.

A. LA SOCIEDAD DE CONSUMO.

En primer lugar derivado de las necesidades del modelo de industrialización la televisión nos ha inducido a creer que lo más importante en la vida es depositar la fuerza y la energía de los seres humanos alrededor de los valores intrascendentes de la frivolidad y el consumo, y no del reconocimiento, autoestima y aceptación personal y colectiva. Esto es, la televisión ha insistido mayoritariamente en que el mérito del individuo se deriva de la capacidad que se tiene para adquirir y aclamar bienes y no de la facultad para desarrollar nuestro interior de

personas para ser más universales e incrementar nuestra capacidad de amar. Esta actitud plantea que la fuerza del individuo se da en la medida en que cuenta con apoyos materiales exteriores y no en la medida que fortalece su interior e identidad particular. Por lo tanto, la filosofía de la televisión parte de la premisa de que la vitalidad y el alimento de la existencia proviene de adquirir y concentrar pertenencias y no de SER lo que cada uno tiene que SER e independencia interior, sino una nueva esclavitud de las cosas externas: consumo, acumulo, luego existo.

Horizonte que a través de la sociedad de consumo busca reproducir en nuestra sociedad el "sueño americano" que pretende alcanzar la felicidad a través de un nivel económico creciente, de manera que los hijos vivieran mejor, tuvieran mejor educación, mejores oportunidades, trabajo, hogar, ingresos y esparcimientos mejores que los de los padres y abuelos (24). Cosmovisión industrializada que va ha comprobado ampliamente su fracaso filosófico y psíquico en los Estados Unidos y otros países del primer mundo, cuando la principal utopía de estas civilizaciones que es la "sociedad del consumo" no ha hecho más felices y plenos a sus ciudadanos, sino que los ha dejado humanamente más vacíos espiritualmente más devastados, pero rodeados del

confort tecnológico más avanzado que se ha logrado en toda la historia de evolución de la especie humana. (25) Vanidad interior que ha provocado en los últimos años el resurgimiento de algunos movimientos religiosos, hasta el grado de llegar, algunos de ellos, al fundamentalismo fanático.

Esto significa que por haber cedido el uso de los medios de comunicación electrónicos a los intereses eminentemente mercantiles, hoy día, la fuente del proyecto cultural mayoritario desde el cual se construye y reproduce cotidianamente la conciencia y el espíritu de los individuos y los grupos de la sociedad mexicana, especialmente en las ciudades, parte de las necesidades de la acumulación de capital y no de los requerimientos de la creciente humanización de las personas y nuestra comunidad nacional. Ello quiere decir, que la imagen, los deseos, la sensibilidad, la belleza, los sueños, las utopías, etc., en una idea, nuestro espíritu colectivo con el que diariamente el mexicano se ve y se reproduce a si mismo, no nace de la motivación de hacer más plenos y superiores a los hombres, sino de las exigencias de concentración de riqueza que demandan los propietarios de las industrias culturales y las redes de poder que operan detrás de ellos. Esto ha contribuido a que, cada vez más rápido, adquiramos en las urbes una noción cosificada del SER del mexicano y no una visión de la plenitud existencial del hombre (26). Realidad

que es sumamente relevante analizar pues al vivir en la actualidad casi el 60% de la población en las ciudades y para el año 2000 el 70%, la pérdida del proyecto cultural se dará cada vez más sobre la mayoría de los habitantes del país.

Así, por ejemplo, para obtener rápidas ganancias el capital, a través de la televisión, nos ha conducido a pensar que lo central en la vida es el poseer todo tipo de propiedades y no el expandir nuestros "dones naturales" hasta el infinito. Para incrementar sus ventas en la rama de licores, nos ha hecho creer que la satisfacción sexual se da con la "caza" de la rubia de categoría y no con el encuentro y crecimiento de las almas de la pareja. Para legitimar su imagen monopólica, nos ha conducido a aceptar que el valor de las personas proviene de la forma de vestir como ejecutivo transnacional y no del gado de generosidad que despliegan los individuos. Para elevar su "rating", y por consiguiente, su fuerza económica, la televisión nos ha llevado a imaginar que lo básico para participar socialmente es vivir pegado a la pantalla y no dialogando emotivamente con los seres que nos rodean. Para lanzar nuevas marcas de productos al mercado, nos ha inducido a creer que la forma de obtener afecto de los círculos que nos rodean es la adquisición permanente de la mercancía más moderna. Con el fin de agotar sus inventarios en el campo textil el capital vía la televisión nos ha persuadido de que el gozo se

alcanza a través de la compra permanente de diferentes vestimentas según los caprichos del cambio de la moda en cada estación y no intensificando al máximo nuestra sensibilidad para disfrutar profundamente cualquier realidad o momento que nos circunda. Para unificar sus mercados, nos ha conducido a sentir que para triunfar en la vida el lenguaje que hay que dominar es el inglés y no el idioma amor, etc

B.- EL DEBILITAMIENTO DE LA IDENTIDAD NACIONAL

En segundo lugar, la televisión ha construido, prioritariamente, un "espíritu nacional" muy débil pues nos ha llevado como sociedad a anhelar profundamente lo ajeno y a negar y avergonzarnos de lo propio. Es decir, si sabemos que un espíritu fuerte se construye a partir del grado de aceptación profunda que una comunidad o individuo tiene de sí mismo. Si la aceptación intensa de un grupo depende del grado de orgullo existencial que tenga de su ser, esto es, del nivel en que esté satisfecho con su color de piel, con su tonalidad de lengua, con el olor de su cuerpo, con la proporción de su estatura, con la armonía de sus facciones, con la decoración de su vestimenta, con el origen de sus padres, con los llamados de su música, con las sombras de su pintura con el aroma de su comida, con los recuerdos de sus abuelos, etc., en una idea, con el origen de sus raíces, de su visión del mundo y de la vida. Si la aceptación y el

orgullo se produce en la medida en que ese núcleo se conoce a sí mismo. Si el porcentaje de su identidad se deriva del grado de información que se tenga de sí mismo. Si la información que se recibe depende del contacto que se tiene con las redes de comunicación. Si en la actualidad la televisión se ha convertido en el principal medio de difusión en la sociedad mexicana de finales del siglo XX, particularmente, en las metrópolis. Si la conciencia que ha producido el modelo de televisión nacional en las últimas décadas se ha dedicado a reforzar la actitud de acaparar bienes y no de SER. Si para acentuar esta mentalidad consumista contrariamente a lo que racial, genética e históricamente somos la televisión ha creado en el país un ideal de "yo" anglosajón y europeo al cual aspiramos ser desde nuestras profundidades psíquicas para ser aceptados triunfalmente en nuestro país, podemos concluir que la televisión niega nuestra esencia mayoritaria de nación, y con ello, actúa como obstáculo silencioso para que el país se ame a sí mismo. A través de esto la televisión ha elaborado un espíritu colectivo cada vez más débil donde germinan crecientemente, con más fuerza, las semillas cotidianas de nuestra esclavitud interior.

Avasallamiento interno que velozmente nos ha llevado a substituir, especialmente en las urbes, las raíces milenarias y naturalmente sabias de nuestras culturas nacionales originarias para ser suplidas por las propuestas

culturales tecnolizantes, materialistas, individualistas y competitivas de la cultura occidental que han sido sazonadas con las aportaciones efímeras, bélicas, prepotentes, insípidas e incultas de la visión de la vida norteamericana. Es decir, la televisión nos ha llevado a elegir como cristal e ideal mental para verpos a nosotros mismos como individuos y como país a la cultura norteamericana, que paradójicamente, es el modelo ideológico que en la práctica nos desprecia, nos ve inferiores, nos explota y nos subordina. Situación que nos ha hecho vivir en las metrópolis mexicanas el síndrome del mazoquismo nacional, pues deseamos profundamente convertirnos en aquel prototipo imaginario que nos niega en nuestra esencia elemental y sólo nos reconoce como materia prima y mano de obra barata para usufructuarnos. (27)

Esta pérdida de dirección cultural ha cuarteado nuestra fortaleza interna como sociedad al grado que, por ejemplo, hoy admiramos más el status de vida norteamericano que el nacional, la "verdad occidental" que la aportación del noble conocimiento indígena, el color blanco que el moreno de nuestra raza, la estatura del conquistador que nuestra dimensión física más pequeña, el código anglosajón que el universo riquísimo del Náhuatl, el dólar grindo que el peso mexicano, nuestra libido sueña con la mujer güera y no con la morena, etc. Así, observamos que a través del funcionamiento de los "canales modernos de información", y

en especial, mediante la televisión, se ha tejido una nueva lógica, una nueva estética, una nueva libido y una nueva cosmovisión que parten de las demandas mercantiles de los grandes centros de poder y de acumulación material, que nada tienen que ver con el mexicano mayoritario que compone los cimientos de este país.

De esta forma, podemos decir que en la actualidad los medios electrónicos de comunicación han producido un nuevo mestizaje cultural que ha generado el corrimiento de nuestras fronteras ideológicas nacionales y han sembrado las bases de la desnacionalización mental del país, al grado que han edificado a nivel psíquico, emotivo y cognitivo de la población una nación contraria al espíritu de nuestras raíces, de nuestras etnias, de nuestra Revolución, de nuestra Constitución, en una idea, de nuestra historia y de nuestro ser nacional.

Así por ejemplo, la pérdida de la identidad nacional ha sido tan grave que en los últimos años el Estado ha tenido que implantar un programa cultural de defensa ideológica de la frontera norte y sur para rescatar y consolidar ideológicamente estas dos regiones estratégicas del país. También, ante la acción fuertemente mercantil de los medios de comunicación se ha requerido crear una empresa gubernamental llamada Instituto Nacional de Protección al Consumidor dedicada expresamente a la defensa de los

adquirientes, la cual nos tiene que recordar sistemáticamente que lo importante de las relaciones humanas no es el obsequiar un regalo sino el afecto que se entrega a las personas.

De igual forma, el gobierno ha tenido que emprender una acción paternalista para que ante el voraz ciclo consumista que todos los años desatan en Navidad, los canales de información, el aguinaldo no sea entregado a los burócratas y otros trabajadores en un sólo pago, sino en dos: uno en diciembre y otro en enero para racionalizar y proteger su gasto familiar. En los mismos términos, el deterioro de uso del idioma español en nuestro país a través de los medios electrónicos y otras entidades ha obligado a que la Cámara de Diputados formara a finales del sexenio del Presidente López Portillo la Comisión de Defensa del Idioma Español pues este se encontraba cada vez más desplazado por el inglés a través de la acción publicitaria de la televisión. Por ejemplo, en 1986, esta actividad provocó que la difusión de anuncios con nombres extranjeros ascendieran a 33%. Que los escolares de primaria tengan más facilidad para pronunciar la fonética inglesa como "Buble Gumers" que términos como Popócatepetl e Iztaccihuatl. Que la banca nacionalizada participe activamente en la difusión de conceptos extranjerizantes como "Factoring Serfin", "Master Card Classic", "National Hardware Show". Que de 650 estudiantes mexicanos examinados por dicha comisión sobre

qué idioma les gusta más, el 46% respondió que el inglés, el 23% otros idiomas y sólo el 31% el español. Agravándose esta situación fuera de nuestras fronteras, constatamos que el gobierno norteamericano ha suprimido el castellano como lengua básica en las escuelas del sur de ese país que es la zona donde más se concentra la población latina y chicana y donde se requiere manejar más esta lengua.

De igual manera, otro análisis realizado en 1981 sobre el perfil de la formación de la identidad cultural de los estudiantes de telesecundaria mostró que de 480 alumnos expuestos permanentemente a la televisión mexicana el 61% de los adolescentes mantienen como fuerte aspiración profunda el vivir en una ciudad norteamericana como Nueva York o Los Angeles antes que en una metrópolis del país como la Ciudad de México o Querétaro (28). En los mismos términos, otra investigación revela que los niños mayores de 6 años conocen más cierta información que difunde la televisión que la que les trasmite la escuela primaria y la sociedad en general. Por ejemplo, en el terreno de la asimilación de la realidad nacional un 77% de los pequeños retienen más frases como "La Chispa de la Vida" o "Recuérdame" y sólo un 49% conserva otras como "Viva la independencia", "La Solución Somos Todos" o "El Respeto al Derecho Ajeno es la Paz". De igual forma, mientras que casi la totalidad de los niños (92%) retiene la imagen del Gansito Marinela, menos de dos terceras partes (64%) identifica la columna de nuestra

independencia o a Hidalgo. El 63% de los niños asocia fácilmente el tema de la tarjeta de crédito Carnet y sólo el 43% ubica la frase del principal prócer de nuestra libertad "El Respeto al Derecho Ajeno es la Paz". En resumen, observamos que de cada diez personajes que reconocen los niños, sólo tres son de la historia de México, lo que provoca que las figuras de las caricaturas sean más reconocidas que los protagonistas de la conquista de México.

En el campo de la historia, un 67% de los niños identifican más los días y horarios en que se transmiten sus programas de televisión favoritos, mientras que sólo un 19% describe las fechas en que ocurrieron los acontecimientos más significativos de nuestra historia nacional. Los superhéroes de la televisión como la Mujer Maravilla son más conocidos por los pequeños (98%) que los héroes de la Revolución Mexicana (33%). El Chapulín Colorado es más evocado por los infantes (96%) que los niños héroes de Chapultepec (82%). Superman aparece más presente en la mente de los pequeños (97%) que Don Benito Juárez. En materia religiosa, no obstante que nuestra sociedad es acentuadamente católica, más de la mitad de los niños (56%) conoce el día en que se transmite "Hogar Dulce Hogar", mientras que sólo poco más de la tercera parte (36%) recuerda el día en que se celebra la Navidad. Mientras el

55% de los niños ubica el día en que se difunde el programa "Mis Huéspedes", sólo 32% ubica el día que se celebra la virgen de Guadalupe. Los pequeños tienen más conocimiento del logotipo de Sabritas (86%) y menos de la mitad de éstos (46%) identifican lo que es una hostia.

En el área de lo cívico, el 87% de los infantes conocen la fecha en que pasan los programas cómicos y sólo el 13% ubica la fecha en que toma posesión el Presidente de la República. Sólo el 8% conoce la fecha en que el primer mandatario rinde su informe anual de gobierno, mientras que el 61% de ellos sí ubica el día y la hora en que aparecen las series de fantasías. El 83% de los niños identifica el logotipo de los pastelitos rellenos y sólo el 63% conocen el Calendario Azteca, mientras que el 81% de los pequeños evoca el logotipo de los productos Marinela, sólo el 66% identifica el Escudo Nacional. Las tres cuartas partes (77%) de los niños identifican la imagen de Chiclet's Adams y menos de una quinta parte (17%) reconoce el Monumento a la Revolución. Finalmente, el logotipo de los chocolates Carlos V es más reconocido (77%) que el Monumento al Ángel de la Independencia (40%) (29).

Panorama ideológico que está por agravarse otro tanto más por la enorme apertura desregulada de nuestra economía al incorporarse de forma acelerada al mercado mundial y al

abrir nuestras fronteras culturales a través de las nuevas tecnologías de información mediante la transmisión directa de los satélites de comunicación vía las antenas parabólicas (30).

En este sentido, constatamos que "ni la Reforma ni el Porfiriato destruyeron el pasado como ocurre en los tiempos de nuestra burguesía que ha elegido el incierto porvenir de la clase media norteamericana y ha difundido su ideal a través de los medios de comunicación electrónicos, preferencialmente, vía la televisión en nuestra República (31).

Realidad que es trascendente para nuestra sociedad y nuestras vidas pues hay que considerar que el espíritu no es un "Fantasma" un "Chamán", un "Ente Inmaterial" o una "Materia Superior" que llevamos por dentro y nos guía con su mano invisible como nos han enseñado las religiones tradicionales, siro que es la eneregía vital que nos producimos sobre nosotros mismos y el mundo que nos rodea a patir de la múltiple percepción racional, sensorial y extra sensorial. Es decir, la dimensión cognitiva desde la cual el ser humano se ve y se siente a sí mismo y adquiere la imagen de lo que es. En una idea, de la reproducción espiritual se deriva el sentido que se tiene de la vida. Por consiguiente, de ese conocimiento de lo que somos se desprende el grado de fortaleza o debilidad de nuestros seres y de las acciones

que emprendemos: a mayor conocimiento por profundo de nosotros mismos, mayor solidez de nuestro espíritu e intensidad para vivir; y a menor conocimiento de nosotros mayor debilidad del mismo y anemia por la vida.

Por ello, contrariamente a los sistemas de pensamiento materialista de acumulación material de la fase de la industrialización o de las propuestas de la ideología de modernidad que plantean que la fuerza del ser humano y de la sociedad provienen del grado de tecnologización avanzada que se haya logrado, creemos que la verdadera fuerza motriz de una sociedad o de un individuo no parte de su nivel de expansión material por sí mismo, sino de su solidez espiritual, que no es otra cosa que el conocimiento profundo de uno y del mundo que lo rodea. Lo anterior se observa con mayor claridad cuando constatamos que la única fuerza que logró hacer sobrevivir a los prisioneros de guerra de los campos de concentración de la Primera y Segunda Guerra Mundial, a las culturas indígenas mexicanas y latinoamericanas o al pueblo vietnamita ante las brutales agresiones norteamericanas, no fueron la presencia de sofisticados recursos materiales o técnicos para enfrentar la vida de los que carecieron hasta el extremo, sino su poder espiritual que renovó superlativamente el coraje y el amor por sí mismos y desde el cual subordinarán las adversidades externas (32).

Por ello, podemos afirmar que una nación pierde su fuerza cuando se debilita o anula su proyecto cultural, pues lo que se mata, en última instancia es su dimensión espiritual que no es otra cosa que la pérdida de conocimiento, la autostima y el coraje más intenso de sí mismo.

De esta forma, podemos aseverar que así como existe una relación directa entre el tipo de imagen profunda que el individuo adquiere de sí mismo y los actos que ejecuta, también podemos decir que se da una vinculación muy estrecha entre el espíritu que inculca la televisión y las aspiraciones y comportamientos que se generan en la sociedad mexicana, pues es desde esta institución desde donde se ofrece cotidianamente una versión imaginaria de lo que somos como colectividad. Por ello, así como durante la colonia la Iglesia feudal fue centro de la reproducción espiritual de la sociedad mexicana, pues fue desde esta desde donde emanaban los principales valores, normas, costumbres, ideologías, en una idea, la cosmovisión fundamental de los individuos (33); ahora debido a las conquistas tecnológicas que ha alcanzado industria audiovisual y los cambios urbanos que ha experimentado el receptor, la televisión se ha transformado en el vértice de la cotidiana reproducción espiritual del hombre de las ciudades de finales de siglo XX.

Con este modelo mental que se ha introducido mediante el desarrollo tecnológico de la radio y televisión, se ha acelerado el rompimiento de la reproducción del árbol genealógico cultural con lo nacional. Es decir, la continuidad ideológica de la familia trigeneracional compuesta por la relación que se establecía entre hijos-padres-abuelos, que ha sido el principal sostén humano de este país en los últimos 400 años, acelera su rompimiento interno al atravesarse los medios electrónicos de comunicación como nueva variable mental y afectiva que interfiere con las relaciones humanas que se entablaban libremente entre abuelos-padres-hijos. De esta forma, por ejemplo, con el uso de educación cotidiana que se le ha dado a la televisión las clases medias urbanas en 20 años hemos pasado de una cultura católico-cristiana de la celebración dominical, la atracción por los actos religiosos, la práctica de ritos litúrgicos, etc., a una cultura transnacional de Superman, la Mujer Maravilla, la Guerra de las Galaxias, Batman y Robin, Walt Disney, el Agente 007, etc. Así, en menos de una generación se han sembrado masivamente en nuestras conciencias las raíces de lo transnacional norteamericano, al grado de que hoy podemos decir que en el territorio mexicano va nació la primera generación de norteamericanos (34). Esto es, en nuestro interior hoy va hondean como deseos gran parte de las

estrellas y barras de la bandera norteamericana, pues se ha perdido fuertemente la memoria con nuestro proceso histórico y rápidamente, en menos de 4 décadas se ha empezado a adquirir la memoria de lo multinacional.

En 1990 esta situación de trasnacionalización y norteamericanización de nuestra conciencia a través de la televisión es tal, que por ejemplo, desapercibidamente experimentamos la vivencia de que cuando conocemos físicamente por primera vez alguna calle de las principales ciudades de Estados Unidos como son San Francisco, Las Vegas, California o Nueva York, etc., sentimos que ya conocíamos esos lugares sin nunca haber estado presente allí. Sin embargo, cuando nos topamos por primera ocasión con una avenida de metrópolis importantes de nuestro país como son la Ciudad de Tlaxcala, Quintana Roo, Chetumal, Tamaulipas, etc., experimentamos que en ese instante la estamos descubriendo por primera vez (35).

De igual forma, por ejemplo, el capital cultural que nos ha inculcado la televisión a través del género del espectáculo es tal que cuando visitamos el Museo de Cera de la Ciudad de San Antonio Texas u otro más de los Estados Unidos donde se exhiben 80 de las principales figuras del Star System norteamericano como son Rudolph Valentin, Glenn

Ford, Jan Crawford, Robert Taylor, Marilyn Monroe, Kirk Douglas, Charles Heston, Bing Crosby, Jerry Lewis, John Wayne, Michael Jackson, etc., sentimos que casi todos ellos nos son más familiares que nuestros tradicionales artistas nacionales (36).

Es decir, viviendo en México a través de la televisión, hoy conocemos más los Estados Unidos que nuestra propia nación. Es por ello, que podemos decir, que sin darnos cuenta el uso que socialmente se le ha dado a la programación de la televisión nos ha enseñado inconscientemente a mirar, a imaginar, a desear y a soñar hacia la frontera norte y no hacia la frontera sur del país y del continente, donde curiosamente frente a esta última encontramos mayor identificación con nuestras milenarias raíces indígenas y nuestro carácter latinoamericano (37).

4.- LA FRAGILIDAD DEL ESTADO MEXICANO.

Por ello, en la actualidad se puede afirmar que la crisis cultural es más profunda y grave que el colapso económico que vive nuestra sociedad (38), pues no obstante que en el presente el país cuenta con una cantidad superior de recursos informativos, hoy, desde los medios de comunicación electrónicos sabemos cada vez menos de nosotros como República y como seres humanos, y por consiguiente poseemos menos identidad nacional. La interrupción y pérdida

de nuestro proyecto cultural se ha dado en forma sumamente amplia, pues abarca no sólo la cancelación social con nuestra memoria originaria, sino también con la ecología y el universo. Así, presenciamos que la sociedad mexicana ha entrado en la fase de ruptura con nuestro pasado histórico, con nuestra vinculación armónica, con el medio ambiente, con la conservación de nuestro patrimonio artístico y arqueológico, con la convivencia con las especies animales, con la tradición religiosa, con el campo para producir los alimentos que requiere nuestra sobrevivencia, con la base de conocimientos educativos y científicos y que exige la competitividad mundial, con el acercamiento entre los seres humanos, etc. Esta pérdida cada día más acelerada de nuestro proyecto cultural ha creado las mejores condiciones para nuestra devastación como Nación en todas las órdenes.

En este sentido, así como podemos decir que por la severa crisis económica que hemos experimentado en los últimos tiempos nuestra sociedad ha perdido en los años ochentas una década de crecimiento económico, de igual forma, por el abandono del proyecto cultural de la República es necesario expresar que nuestro país ha perdido 30 años de desarrollo cerebral o lo que es lo mismo, ha desperdiciado 3 generaciones de pensamiento, y de autoestima colectiva pues las bases mentales sembradas hace 3 décadas ya no existen en el centro de nuestra conciencia y las nuevas que tendrían que haberse producido para enfrentar la drástica realidad

nacional que nos ha devastado no se generaron, sino que fueron sustituidas por las ideologías parasitarias que inculcaron las industrias culturales para catalizar su proyecto de acumulación de capital.

Por lo mismo, en la actualidad, podemos afirmar que en el terreno cultural, en el mejor de los casos, México vive a la defensiva pues no va a la vanguardia de la formación de las creencias y valores que necesitamos para desarrollarnos sino que cuando más, marginalmente, sólo intenta deficientemente conservar el patrimonio mental que se posee. Por ello, hoy día somos una nación con un cuerpo social disociado pues mientras nuestras necesidades de desarrollo son más agudas y lacerantes, nuestra cultura colectiva producida por la televisión es progresivamente más transnacional, y por consiguiente, más ajena de nuestras necesidades de crecimiento apremiantes.

En este sentido, se puede pensar que el Estado mexicano ha entrado en una fase de anemia cultural pues ha dado muestras recurrentes de que está incapacitado para crear los soportes de valores y normas culturales colectivas que requiere para gobernar a la nación. De esta manera, al casi finalizar el siglo XX podemos decir que la televisión está reproduciendo a colores en nuestra sociedad una nueva versión de "los Vencidos".

Esta doble mentaidad es la que "ha creado la actual FISICA DE NUESTRAS ALMAS, contra lo que es indispensable que se revele la moral del nuevo Tercer Milenio que está próximo a iniciarse si queremos constituir un hombre que sea, si no no más feliz, por lo menos sí más digno del que ha habitado los seis o siete milenios anteriores". (40)

Esta realidad significa que sin que el aparato escolar del país haya anulado su acción, la principal fuerza educativa que guía a nuestra sociedad ha sido desplazada del tradicional sistema educativo a la red de los medios de comunicación de masas. Por ello, hoy día, la verdadera dirección ideológica de nuestra sociedad, fundamentalmente, ya no se construye cotidianamente desde el aula, sino desde los canales de información colectivos, y particularmente, desde la televisión.

Por ello, aunque nuestro Estado nacional cada día se esfuerza por ser más Estado en el terreno de las relaciones económicas, internacionales, políticas, ecológicas, laborales, reproductivas, etc., en realidad en última instancia, cada vez más, es menos Estado, porque ha perdido la capacidad de conducción moral de nuestra sociedad. Es decir, por renunciar a su obligación de planificar el uso de los medios de comunicación electrónicos por el desarrollo del país y permitir su funcionamiento en base a las leyes de la acumulación de capital, el estado abdicó de su principal

recurso educativo a través de los canales de información colectivos y delegar esta a la dinámica de acumulación de capital. En este sentido, en términos culturales el sector privado del país controlador de los medios de comunicación, cada día es más el verdadero Estado mexicano y el Estado formal, progresivamente, es menos rector nacional. Por ello, en las últimas décadas las corporaciones comerciales de medios de comunicación y las agencias de publicidad han sido las verdaderas Secretarías de Estado que han producido el principal intelecto y la emoción colectiva que ha cohesionado al país y no el aparato cultural de gobierno. Desde esta perspectiva, podemos afirmar que hoy el verdadero misterio de orientación mental de la República ya no es la Secretaría de Educación Pública (SEP), sino TELEVISIÓN por el enorme poder espiritual que ha alcanzado sobre la mayoría de la población nacional para que los espectadores conozcan la realidad desde la ventana privada del consorcio televisivo.

De esta manera, podemos pensar que el proyecto cultural del Estado vía canales de información ha surgido de un "sistema cuya meta es simplemente la supervivencia no la fidelidad a un proyecto original del país. Hoy subsiste a base de lograr en el tiempo el menor desgaste posible, pero erosión al fin y al cabo. Siguiendo esta tendencia sabemos

que se puede sobrevivir cincuenta, sesenta o setenta años, pero cada vez en peores condiciones, más precariamente, más famélico. Esta realidad se ve clara y se ha convertido en consenso hasta dentro del propio sistema, mientras no se regrese al proyecto originario de 1910 y 1917 " (41)

En este sentido, es posible afirmar que al descuidar el proyecto mental de la nación y permitir a través de los medios electrónicos la construcción de otro antagónico a las necesidades de nuestro desarrollo. "El Estado mexicano está peleando en reversa y todo el que combate en reversa siempre pierde terreno, le cede espacio al enemigo. Por eso es que el Estado ya perdió estatura y eficacia y se encuentra muy endeble para enfrentar masivamente este poder devastador sobre nuestra conciencia colectiva y poco a poco el adversario le pedirá más y más hasta que, finalmente, le intime a la rendición. De eso se trata, ni más ni menos, ese es el proyecto de la contrarrevolución en este país". (42)

Por lo anterior, podemos decir que nuestros esfuerzos administrativos, financieros, organizativos del Estado intentan sacar a flote algunas áreas de nuestro modelo de desarrollo, la liberalización progresiva de los medios de comunicación a las fuerzas del mercado provoca que este nuevamente se hunda. Es más podemos decir que por la

internacionalización de la programación televisiva cada vez más se abre un mayor boquete de penetración foránea en la cultura mexicana, y por consiguiente, crecientemente se vulnera la seguridad nacional.

II.- LA INTEGRACION DEL MERCADO COMUN EUROPEO Y LA TRANSFORMACION DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION.

1.- EL PROYECTO NEOLIBERAL COMO NUEVO ESCENARIO DE CRECIMIENTO DE LA SOCIEDAD EUROPEA.

La rápida y profunda transformación que ha sufrido la estructura global de composición de la sociedad mexicana en la década de los años ochentas al adoptar el proceso neolibereal de desarrollo, impide comprender con toda claridad hacia donde se dirige la evolución del conjunto social y por consiguiente entender cual es el papel que desempeñan los medios de comunicación y en particular, la televisión dentro de este proceso. Por ello, para entender que podrá sucedernos en el futuro como país en el terreno cultural y de medios de comunicación al incorporarnos de manera más intensiva, vertical y prioritaria al mercado americano como sigilosamente está sucediendo y de forma secundaria a otras áreas del comercio internacional es muy importante tener en cuenta el fenómeno de transformación radical de las estructuras ideológicas que va están

experimentando los 12 países de la comunidad Económica Europea y las naciones de la cuenca del Pacífico ahora que se están fijando las bases de funcionamiento de esta nueva integración del viejo continente y de la nueva zona del Yen. Ello debido a que Europa es la zona del planeta donde más rápidamente están sucediendo tales mutaciones, ya que como lo ha demostrado la historia global del capitalismo, las leyes de evolución de la economía mercantilista, guardando sus respectivos grados de diferencias y sin ser mecánicas, tarde o temprano han aplicado su esencia con sus características y dinámicas propias en la periferia. Esto es, comprender la profunda transformación europea que hoy se gesta en todos los ámbitos de su vida, es entender la futura mutación de México en sus principales estructuras sociales, especialmente culturales y comunicativas.

Lo anterior es crucialmente importante considerarlo porque es desde estos cambios obsesionales que se están gestando en las entrañas de la sociedad occidental contemporánea, desde donde se está diseñando el nuevo nivel de humanización, de convivencia y de felicidad del Ser Humano. Es decir, hoy no presenciemos sólo una profunda metamorfosis de la estructura de los modos económicos de producción occidentales, sino que principalmente somos

testigos de la creación de las bases del nuevo Ser Humano que requiere crear el funcionamiento del proyecto neoliberal para instaurar su hegemonía mundial en lo que queda de este siglo y lo que será el principio del nuevo criterio.

Cimientos económicos, políticos, laborales, jurídicos, ecológicos, policiales, etc., que modificarán los hábitos, las costumbres, las tradiciones, las rutinas cotidianas, las formas del placer, la memoria, las relaciones humanas, el tiempo libre la distribución de la energía personal, las mentalidades, los modelos de la calificación de la fuerza productiva, las maneras de trabajar, etc., en una idea, la dimensión humana, desde las nuevas necesidades de la acumulación del capital transnacional y no desde los requerimientos de plenitud del hombre. Es por ello, que es central asimilar esta nueva revolución industro-comercial que se gesta en Europa, porque ser producto es el nacimiento de otro hombre determinado por las exigencias progresivamente más salvajes de las leyes del mercado internacional, y por consiguiente, probablemente, menos humano. Será desde este horizonte desde donde podremos adelantar más rápidamente la visión inicial de lo que sucederá en el futuro cultural de México al haber adoptado nuestro país desde 1982 el modelo de desarrollo neoliberal.

2.- LAS TRANSFORMACIONES EN LA INFRAESTRUCTURA.

En relación a la formación del Mercado Unico Europeo que será la franja comercial más poblada del mundo industrializado (320 millones de habitantes a diferencia de 120 millones de los E.U.) y que está basado en la idea de constituir una economía europea integrada donde sea posible circular libremente mercancías, capitales, servicios y personas, observamos que velozmente se están experimentando en la mutación de la superestructura jurídico-política, los canales, en conjunto están impactando fuertemente en la exigencia de cambio comunicativo-cultural (43).

Así, por ejemplo, constatamos que en el campo económico Europeo se está viviendo una década de intensísima fiebre de fusiones empresariales que solamente en los primeros 6 meses de 1989 han llegado a más de 600 adquisiciones con un valor superior a los 18 millones de dólares (44). De igual forma, se están creando las condiciones para crear la Unificación Monetaria Europea (UME) a través de la adopción de la nueva moneda denominada ECU, que se convertirá en la segunda divisa más fuerte en el mundo y representará directamente a un bloque comercial que concentrará el 21% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial y el 34% del comercio internacional. (45)

En el mismo sentido, se están aboliendo todas las trabas para liberalizar la inversión y contar con un flujo permanente de capitales, que abarcará las siguientes 3 fases: 1) la abolición de todos los controles de cambio y de la restricción a la libre circulación de capitales; 2) la liberación de las actividades bancarias, en el sentido de que un banco autorizado a ejercer su actividad en un país del Mercado Común, podrá hacerlo en todos, sin necesitar como hoy, una autorización nacional en cada país; 3) las disciplinas nuevas de la actividad bancaria como del mercado de valores serán flexibles para no obstaculizar la liberación financiera (46). De igual forma, se está dando una profunda revolución bursátil a través de la incorporación de nuevas tecnologías procesadoras de información y la creación de nuevos mecanismos de participación económica con el fin de acelerar la apertura del mercado de dinero (47).

En la misma perspectiva, se empiezan a liberalizar los precios de algunos productos para alcanzar, por ejemplo, en la República Federal Alemana el nivel más recomendable para competir internacionalmente (48). También se empiezan a preparar con nuevas estrategias de fuerte ofensiva los grandes trust empresariales para conquistar nuevas posiciones de liderazgo. Así, por ejemplo, con el apoyo estatal Air France la tercera aerolínea de Europa se alista para formar una especie de "Aeroflot Francesa" que conquiste

el mercado de la región. Lo mismo sucede con las empresas electrónicas que se capacitan para dar una batalla frontal en esta materia, especialmente, cuando la guerra comercial desatada entre oriete y E.U. ha obligado a que Japón haya aumentado el año pasado sus compras de productos electrónicos a los estadounidenses en un 21% y a los países asiáticos en un 38% y al msmo tiempo haya reducido drásticamente en un 9.4% el abasto de etos productos en la Comunidad Económica Europea, lo que significó una pérdida de más de 100,000 mnillones de francos (49). Incluso en Inglaterra y Gales se prevé abrir la participación de los grandes monopolios hasta en los servicios de agua y energía que serán privatizados al ser vendidos los primeros en 11 mil millones de dólares y los segundos en 40 mil millones de dólares (50), etc.

3.- LAS MUTACIONES EN LA SUPERESTRUCTURA.

Toda esta mutación económica ha tenido un fuerte impacto a nivel de la superestructura europea exigiendo fuertes adecuaciones que han ocasionado drásticos cambios en diversos campos. Así, en el terreno jurídico, se están aboliendo todos los reglamentos a un mínimo para agilizar la dinámica interior del nuevo mercado y simultáneamente se

están adoptando medidas proteccionistas en la Comunidad Europea contra los productos latinoamericanos, al grado que el Consejo Económico Central tendrá facultades para presentar denuncias contra aquellos que importen productos a Europa (51).

En el área política, Europa busca unificar su política exterior para fortalecer el proyecto de mercado único, como ya lo demostró cuando declaró al mundo que para la Comunidad Europea el nuevo gobierno panameño carece de legitimidad institucional y pidió llegar a una solución a fin de permitir al pueblo de ese país centroamericano escoger sus propias autoridades (52). Incluso esta situación se prevee que llegará a tal extremo que, por ejemplo, al integrarse Francia a la Comunidad Europea abrirá simultáneamente a los 11 países miembros de la misma el acceso a sus cuatro viejas colonias que son Martinica y Guadalupe en el Caribe; Guyana en América del Sur y la Reunión en el Océano Indico. Situación que ya ha provocado movimientos de insurgencia civil en la isla Guadalupe donde los pobladores se organizan para oponerse bajo el llamado de "La Europa de los doce nos desintegrará y nos convertirá en ciudadanos de tercer orden o simples adornos en nuestro propio país..." (53).

En el espacio laboral se presiona para moderar las demandas de los sindicatos y que estos no obstruyan el programa de integración única. Incluso se plantea que las compañías que adopten el estatuto europeo tienen que escoger entre 3 versiones de la participación del trabajador. El modelo alemán que propone colocar a los obreros en consejos supervisores, el modelo franco-belga que forma consejos de trabajadores elegidos y el modelo británico que deja a las compañías individuales la negociación de sus propios arreglos (54). También se observan los preparativos para el despido de miles de trabajadores que ya no serán necesarios con la unificación de naciones. Así, por ejemplo, nada más en el sector de administración de las fronteras serán despedidos entre 15 y 30 mil funcionarios pues estos no se requerirán al desaparecer los límites comerciales entre los estados. (55)

A nivel policial, se están fijando las bases para formar una policía supranacional única para todo el continente con infraestructuras de manejo y consecución de informaciones a procesarse en el "Sistema Schengen de Integración de Datos" que construya una sola estructura de seguridad (56). Ello es especialmente importante pues al renunciarse al límite de las fronteras históricas a partir de 1992, se creará un gran hoyo en los sistemas de control interno que rápidamente el crimen organizado aprovechará.

Especialmente cuando se sabe que el narcotráfico se alista para conseguir su próximo objetivo de conquistar Europa a través de la apertura de nuevos mercados de adictos, la facilidad mayor para "lavar el dinero dentro de los modernos sistemas financieros", la acentuación del tráfico de armas y la formación de nuevas empresas derivadas" (57).

En el campo ecológico, se observa una profunda desregulación de los reglamentos de protección a la naturaleza alegado que por ejemplo, si algún país miembros pone como argumento la conservación de los bosques para limitar la rentabilidad del capital, el Tribunal Europeo puede intervenir para anularlas basado en que son obstáculos a la libre competencia (58), etc.

4. LOS CAMBIOS EN LA ESTRUCTURA COMUNICATIVO-CULTURAL.

Pero toda esta profunda transformación económica política, tecnológica, laboral, policial, ecológica, normativa, tc., que se está gestando en el interior de la sociedad Europea no es suficiente para permitir por sí misma la formación del Mercado Unificado, sino que hace falta la presencia insustituible de la esfera cultural. Por ello, la propuesta neoliberal también ha abarcado la transformación profunda de las industrias comunicativas, pues éstas se insertan como una parte medular del nuevo proceso de acumulación a través de la función de moderna aceleración

del ciclo de circulación de las mercancías y de la nueva legitimación y cohesión interna que requiere la existencia del Sistema Común Europeo. Así, se han empezado a colocar los cimientos para la formación de un mercado libre de servicios, de telecomunicaciones y de productos culturales, especialmente, audiovisuales, donde la dinámica quede definida por las reglas de la competencia absoluta y ocupando las fronteras nacionales y sus mecanismos internos de planificación un lugar cada vez más marginal.

Para integrar estos cambios la Comunidad Europea elabora una política de comunicaciones plasmada en el "libro Verde" que propone en esencia la formación de un mercado libre de servicios y productos industriales de telecomunicaciones y derivados audiovisuales (59).

De esta manera, para adecuar el espacio cultural de las nuevas necesidades del mercado, se altera la concepción tradicional sobre la actividad comunicativa que la asimilaba más como un producto social y se pasa ahora a entenderla como una simple mercancía más que debe estar regida por las "libres leyes de la oferta y demanda". En esta forma, los medios de comunicación europeos paralelamente, a los cambios políticos, económicos y sociales anteriores inician una sustancial transformación de sus estructuras, mensajes, tecnologías, financiamientos, formas de participación, políticas, etc. dentro de las cuales destacan, entre otras,

las siguientes 14 tendencias básicas que caracterizan el nuevo proyecto de medios de comunicación europeos: la comunicación como sector neurálgico de la economía, la nueva concentración y privatización de los medios, el desplazamiento paulatino del Modelo de Servicio Público, la expansión y homogenización de las redes de información, las nuevas formas de financiamiento, la desregulación legislativa, el arrinconamiento de la identidad y la cultura nacional, la evolución del concepto de lo "nacional" hacia la idea de lo "Europeo", el derrumbe de las fronteras culturales nacionales, la determinación acentuada de la pluralidad y la democracia informativa por las leyes del mercado, la explosión de la realidad del público de masas ante la presencia de las nuevas tecnologías de información el resurgimiento de la tesis del "Libre Flujo Internacional de la Información", la tecnificación intensiva de las empresas comunicativas y el surgimiento de los convertidores lingüísticos.

1.- LA COMUNICACION COMO SECTOR NEURALGICO DE LA ECONOMIA.

En la década de los ochenta presenciamos en Europa como primera tendencia audiovisual una severa transformación de las estructuras de la industria de la comunicación, la información y la cultura, revalorizándose todo el

macrosector y convirtiéndose en un centro de inversión de primer orden, que quizás ya sea el más importante de la actualidad. Esta vitalidad económica que ha mostrado el sector de medios de comunicación ha ido de la mano de los nuevos papeles que cumple la información en el funcionamiento de las sociedades desarrolladas, así como en los escenarios sociales y políticos que ya se diseñan para la nueva fase de la expansión trasnacional.

Por ejemplo, el sector conjunto de telecomunicaciones y gestión de información representa un volumen de negocios mundiales de 50.000 millones de ECUS (Nueva moneda acuñada para el Mercado Común Europeo). El mercado de equipos de telecomunicación alcanzó en 1986 los 90.000 millones de ecus. La Comunidad participó con 17.500 millones de ecus en ese mercado. Los servicios de telecomunicaciones originaron ingresos mundiales en 1986 de 30.000 millones de ecus. La Comunidad facturó 62.500 millones de ecus por ese concepto. Finalmente, si ahora ese sector en conjunto representa un 2% del Producto Interno Bruto Comunitario, se espera que a final de siglo alcance el 7%, implicando, directa o indirectamente a más del 60% del empleo comunitario (60).

Esto significa que, todas las líneas de acción que actúan sobre la comunicación europea, son determinadas por los diferentes intentos de dar respuesta a la gran crisis económica y sociopolítica que ha afectado al sistema capitalista (61).

2.- LA NUEVA CONCENTRACION Y PRIVATIZACION DE LOS MEDIOS.

Debido a la profunda reestructuración del capitalismo europeo, se constata una tendencia creciente a la concentración de medios de comunicación que ha superado la media de concentración de los principales sectores económicos del continente y que parte de aprovechar las condiciones de debilidad relativa de algunos sectores informativos para absorberlos y ampliar su propio campo de acción. De esta concentración se ha derivado la interpenetración del capital privado y financiero en el área de las comunicaciones que ha servido de base para articular la nueva fase de transnacionalización de las mismas, dando origen a los grandes grupos multimedios que abarcan la posición de negocios de televisión, radio, cine, prensa, revistas, satélites, juegos de hogar, cable, telefonía, discos, etc., y que controlan los procesos de producción, distribución y comercialización de sus productos informativos (62).

PRINCIPALES GRUPOS MULTIMEDIOS DE LA COMUNIDAD EUROPEA

De esta manera, se ha configurado "un nuevo orden mundial de la información, pero los ejes sobre los que se articula, nada tienen que ver con la dialéctica Norte-Sur, sino, muy por el contrario, con el orden de la trilateral, es decir, con los intereses de las áreas más desarrolladas que son Estados Unidos, la Comunidad Económica Europea y Japón" (63).

3. EL DESPLAZAMIENTO PAULATINO DEL MODELO DE SERVICIO PUBLICO

Presionado, por una parte por las nuevas vías de financiamiento, por otra, por la dinámica de la "libre competencia" neoliberal, y por último, por el retiro de los subsidios a las televisoras estatales, se observa una fuerte crisis y al mismo tiempo desaparición del modelo de televisión pública que tradicionalmente había funcionado en Europa, para ahora dar paso mayoritariamente al proyecto de televisión privada altamente mercantilizada. Es decir, debido a que las leyes de la "libre competencia" exigen que las empresas contiendan entre sí con sus propias fuerzas y sin apoyo estatal, los gobiernos han retirado gradualmente los subsidios que fortalecían a las televisoras públicas y éstas cada vez más han tenido que luchar con sus recursos personales para sobrevivir ante la fuerte presión de las

empresas privadas. Esta situación ha obligado a que el modelo público se comercialice "reduciendo su pluralismo y la originalidad, abriendo mayor campo aún a los multinacionales tanto en lo que se refiere a la propiedad de las emisoras, como a su programación " (64).

De esta forma, derivado del orden social darwinista que ha impuesto el neoliberalismo para que la sociedad funcione libremente beneficiando al más fuerte, se comprueba la inclinación progresiva de los Estados europeos por reducir o abandonar el financiamiento del modelo de televisión de servicio público a través de permitir la veloz privatización y la adopción del nuevo esquema comercial que dirigen los principios del mercado. Ello ha contribuido a producir una nueva valoración estratégica del campo de las telecomunicaciones y de la industria audiovisual que ha desatado una lucha continental por la concentración privatizada de las cadenas de televisión sin ningún precedente histórico en la región (65).

4.- LA EXPANSION Y HOMOGENIZACION DE LAS REDES DE INFORMACION

Presionado por los fenómenos de alta rentabilidad, monopolización y privatización acelerada del sector de la información, se observa una vertiginosa integración de las redes de telecomunicaciones y servicios para construir a través de las nuevas tecnologías de información un moderno sistema nervioso que vincule a toda la región evitando los

desequilibrios de desarrollo en esta materia y que permita la fluidez de la velocidad crecientemente mayor que está exigiendo la realización de la economía de mercado. Para apoyar la creación de esta infraestructura homogénea se instituyó el programa Special Telecommunications Action For Regional Development (STAR) con el fin de conseguir la creación de redes y servicios avanzados de telecomunicaciones adicionales a las ya consideradas en los planes de desarrollo nacionales. (66).

La formación de esta nueva estructura tecnológica empieza a centrar su acción especialmente en el campo de la transmisión de datos, la telefonía celular, las telecomunicaciones, los complejos digitales, los satélites y las comunicaciones por cable. Todo ello, está acelerando la integración de varios servicios, especialmente, los bancarios que han entrado en una nueva era de la libre competencia financiera (67).

3.- LAS NUEVAS FORMAS DE FINANCIAMIENTO.

Derivado de las realidades anteriores y de la exigencia de la ideología neoliberal que demanda la desaparición de los subsidios estatales de las empresas de comunicación para que éstos se abran a la "libre competencia" del mercado y se enfrenten en las mismas condiciones de igualdad, los canales de televisión, especialmente, los que antes eran

públicos , han tenido que buscar nuevas formas de financiamiento para sobrevivir. Así, los negocios audiovisuales se han alejado de la vía del financiamiento público y han adoptado jerárquicamente las siguientes 3 formas de sobrevivencia económica:

A.- En primer término, se han reunido drásticamente a la publicidad como fuente básica de financiamiento de los medios electrónicos y en particular de la televisión. Ello debido a que a través de la acción publicitaria se realizan dos grandes funciones que colaboran a afianzar el nuevo modelo transnacional europeo de acumulación de capital: por una parte, a través de la publicidad se acelera el consumo de los productos de dicho mercado regional y con ello, se acorta el proceso de realización del capital al pasar más rápidamente de la forma mercancía a la forma dinero. Incluso este proceso se ha impulsado más en los medios de comunicación europeos en la última década debido a que la publicidad se ha convertido en la gran arma antinecesaria de las grandes empresas y se prevee que "en épocas de crisis como las que se avecinan, la publicidad será el milagroso motor de la economía, o al menos de la economía de las campañas y países que pueda afrontar los costos publicitarios a escala global" (68).

Por otra parte, a que el propio sistema económico sin que lo soliciten las empresas audiovisuales requiere invertir cada vez más en el rubro publicitario para lograrse efectuar el proceso anterior, lo que ha convertido a la publicidad en la principal vertiente de apoyo financiero de las estaciones de televisión del viejo continente. Son por estas dos razones que mientras al interior de los E.U. se prevé que el gasto publicitario en 1989 será de 7.2%, las inversiones publicitarias norteamericanas en el exterior, especialmente en Europa, aumentarán 10.9%. De igual forma en España se predice que el gasto publicitario crecerá 23% en términos reales este año y 25% más en los próximos dos años y si conserva este ritmo este país se convertirá en uno de los mercados más grandes de la región, si no es que en el mayor para 1984 (69).

Esta situación ha desatado una feroz competencia por los espacios televisivos y de otros medios electrónicos, pues tener acceso a ellos, significa garantizar los espacios publicitarios que son un eslabón insustituible del nuevo proceso de integración económica que se gesta en el viejo continente. (70)

B.- En segundo término, siendo que en el nuevo marco de lucha darwinista por los mercados culturales el objetivo central es producir ganancias para sobrevivir y evitar ser devorado por el vecino competidor, las empresas televisivas

empiezan a reducir sensiblemente su producción autóctona de programas audiovisuales pues es enormemente más costoso y se

6. LA DESRREGULACION LEWGISLATIVA

Dada la necesidad de un libre juego de los medios audiovisuales para responder a las presiones cada vez mayores que impone las leyes del libre mercado, se contempla una transformación normativa de las legislaciones nacionales sobre medios de comunicación para "eliminar los principales obstáculos jurídicos que impiden el desarrollo de la radiodifusión transnacional dentro de los estados miembros. Así, se están proponiendo que se tomen medidas específicas para eliminar las restricciones a los medios transnacionales en el campo de la publicidad, orden y seguridad pública, protección de los derechos fundamentales de la persona humana, y en particular de los niños y adolescentes, y derecho de réplica y derecho de autor" (75).

2.- La provisión de un servicio de programación no debe estar subordinada a objetivos de carácter comercial y, en particular, a la búsqueda de ingresos por publicidad o patrocinio. Las normas relativas a la cantidad, forma y contenido de la publicidad deben ser establecidas en el nivel europeo y aplicadas a todos los radiodifusores, bajo control público ejercido en el país del organismo emisor.

3.- Todas las organizaciones de televisión, públicas y privadas, deben ser conscientes de su responsabilidad ante el público nacional o europeo al cual van dirigidas sus emisiones.

4.- Se recomienda la adopción al menos temporalmente, del principio de cuotas en materia de programas de origen europeo y programas de producción original. Dichas cuotas deberían ser impuestas a todos los servicios de televisión, independientemente de su naturaleza jurídica o fuentes de financiación.

5.- Se recomienda la revisión y armonización en el nivel europeo de la legislación en materia de derechos de autor y derechos relacionados, vigente en los diferentes países europeos, con objeto de garantizar la justa participación de los autores e intérpretes en los beneficios derivados de la expansión de los campos y modos de difusión en el sector audiovisual.

6.- Se han formulado propuestas de una serie de medidas legislativas fiscales, financieras y otras en aras de la promoción de un mayor dinamismo en la industria de programación televisiva.

7.- Se recomienda establecer servicios multilingües de televisión que trabajen en interés público y se orienten principalmente a la oferta de programación de calidad en base a los recursos de producción de una serie de países, así como en la base a la producción de los servicios noticiosos europeos.

8.- Puede establecerse asimismo un canal especializado multilingüe para la transmisión de noticias a nivel europeo.

9.- El Grupo de Prospectiva recomienda establecer un Foro Europeo de Televisión, un organismo no gubernamental cuya tarea inicial consistiría en promover la implementación de las recomendaciones formuladas en el informe y proseguir el debate público y profesional sobre la estructura, el contenido, la cualidad y el impacto de la televisión transfronteriza en Europa " (82).

Ante este intento de protección de la identidad nacional y de los mercados culturales internos, reaccionó la salvaje lógica neoliberal del mercado que sostiene a los

gigantes transnacionales y a través del Departamento de Comercio de los Estados Unidos argumentando que tales iniciativas dañan el principio de libre competencia, se lanzaron serias advertencias en el sentido de que si el proceso de fortificación de Europa viola las bases del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) en materia de comunicaciones, los Estados Unidos tomaran represalias drásticas en otras áreas industriales y de intercambio en el viejo continente. (83).

Así, se observa un doble proyecto cultural en pugna: el de la Europa de los Mercaderes y el de la Europa de los Pueblos.

B.- En segundo término, debido a la grandísima expansión transnacional en la región y apoyado en la tecnología de transmisión por satélite se constata la tendencia a crear anuncios televisivos "paneuropeos", que utilizan las mismas imágenes, recursos, música, etc., para todos los países, borrando las diferencias de asimilación propias de cada cultura. Así, encontramos que empresas como Coca-Cola, Mc. Donald's y Matel y Pepsi Cola utilizan el mismo nombre y envase en toda la región con lo que disminuyen sus costos de producción e incrementan sus ganancias.

Dicha tendencia se prevee que se acentuará drásticamente en los próximos años, pues debido a la feroz competencia que ya se ha desatado entre las empresas europeas para ganar nuevos mercados y sobrevivir ante los nuevos grupos supertransnacionales que cada vez se fortifican más, se sabe que desaparecerán muchos consorcios y sólo quedarán los más fuertes, unificando y homogenizando consecuentemente su estrategia publicitaria en la zona. Por ejemplo, se sabe que en "la construcción de calentadores de agua de 15 productores existentes a nivel europeo en los próximos años sólo quedarán 4. En la fabricación de

locomotoras eléctricas de 16 sólo quedarán tres o cuatro. En cuanto al aprovisionamiento de centrales telefónicas de comunicación pública, de las 7 empresas que hay después de una apertura total del mercado sólo quedarán a largo plazo dos empresas. (84).

C.- En tercer término, se demuestra que el poder cada vez mayor que ha adquirido la publicidad en esta guerra a muerte por la conquista del mercado europeo, se constata que esta modifica, altera y manipula costumbres hábitos y creencias con tal de obtener las ventas que le afianzan el liderato de las empresas. Por ejemplo, en Italia el aumento de 29% en publicidad de 1981 a 1985 en el ramo de bebidas analcohólicas, especialmente de agua mineral consiguió que el consumo evolucionara de 20 litros anuales a 36 en 1985 (casi el doble) compitiendo fuertemente con la industria cervecera (85). En toda la región del viejo continente incluyendo Alemania se constata que gracias a una fierísima campaña de mercadotecnia que han lanzado las dos firmas norteamericanas más fuertes en el terreno del calzado deportivo que son Nike y Reebok, empiezan a ganarle el mercado a las 2 firmas europeas en este campo que las compañías alemanas Adidas y Puma (86). En toda la Comunidad Europea se comprueba que no obstante que los principales consorcios de alimentos elaboran sus productos a base de manipulación genética, hormonas y productos químicos que son dañinos para la salud de los consumidores pues

desnaturalizan artificialmente sus propiedades han logrado gracias a fuertísimas inversiones publicitarias que la gente coma de forma generalizada frutas homogenizadas (garantizados sin sabor), carne homogenizada (sin contenido de agua), queso homogenizado (con olor normalizado) y acompaña todo esto con vinos homogenizados que no es otra cosa que una asquerosa mezcla de todas las cosechas vinícolas de Europa (87).

Esta realidad revela la dificultad para conservar políticas culturales y de comunicación nacionales propias cuando los países han entrado a la órbita del modelo de desarrollo neoliberal.

8.- LA EVALUACION DEL CONCEPTO DE LO "NACIONAL" HACIA LA IDEA DE LO "EUROPEO".

En términos mentales además del arrinconamiento de la identidad local, se observa una lenta evolución de la concepción, el arraigo, y la práctica de lo nacional, para dar paso al concepto de lo "europeo" aunque aún no tiene contenidos definidos, ni rasgos precisos. Lo que sí está claro es que dentro de dos años tendrán que satisfacerse necesidades informativas y recreativas de 320 millones de personas.

9.- EL DERRUMBE DE LA FRONTERAS CULTURALES.

Dentro del contexto anterior se asiste a una nueva oferta informativa propiciada por el derrumbe de las fronteras ideológicas que propician que los ciudadanos cuenten con una innumerable opción de fuentes informativas regidas por el principio del "libre juego de fuerzas culturales". Así, por ejemplo, sólo en el campo televisivo, se espera que en los próximos 10 años 300 millones de europeos podrán ver 89 canales de televisión (89). En el terreno de la transmisión de datos se pretende digitalizar 65 millones de documentos sobre inversiones e innovaciones industriales de que dispone Europa desde 1920 para que puedan ser transmitidas a altas velocidades de las redes de comunicaciones en 1992 (90).

Proceso que básicamente estará conducido por los lineamientos de las grandes transnacionales multimedias pues son estas empresas las que fundamentalmente podrán dar la batalla en el campo de la radiodifusión.

10.- LA DETERMINACION ACENTUADA DE LA PLURALIDAD Y LA

DEMOCRACIA INFORMATIVA POR LAS LEYES DEL MERCADO.

Derivada de esta nueva forma de propiedad, concentración, financiamiento y organización que tienden a adoptar los medios de comunicación europeos, especialmente audiovisuales, se constata un proceso de hermetismo hacia la participación más plural y abierta de los diversos grupos de la sociedad civil. Esto es ocasionado por los factores anteriores que están desplazando crecientemente el modelo de televisión pública, se presencia que los propietarios y los patrocinadores de estos cada vez más determinan los grupos y las ideologías que participan en la gestión comunicativa de tales instituciones.

Por ejemplo, ante el ferreo control de los medios de comunicación ingleses en septiembre de 1989 resultó una sorpresa el que los sindicatos británicos rompieran el límite salarial del 7% que impuso M. Thatcher, para conquistar el 9%, sin enemistarse con los medios de comunicación que no dan participación obrera (91).

De esta forma, "se introduce un corte en la sociedad entre quienes pueden acordar proyectos de comunicación y quienes no pueden hacerlo y la frontera entre unos y otros pasa por el poder, la capacidad económico-financiera y el "capital experiencia". ¿Cómo puede ser independiente un medio que recibe un 50%, o 70% de sus ingresos de la

publicidad? El mercado se encarga así de determinar el grado de pluralismo y de diversidad informativa de que podemos disponer, reforzando su tendencia de marginar a las mismas y potenciar a unos pocos" (92).

11.- LA EXPLOSION DE LA REALIDAD "PUBLICO DE MASAS ANTE LA PRESENCIA DE LAS NUEVAS TECNOLOGIAS DE INFORMACION.

La proliferación de medios de comunicación y de nuevas tecnologías ha producido una gran oferta informativa que ha impactado sobre la estructura tradicional de los públicos, haciendo que éstos evolucionen de receptores masivos a espectadores individuales que eligen particularmente su programa. De esta forma, en poco tiempo, se ha pasado de la escasez a la abundancia informativa provocando "la crisis del antiguo concepto de 'público de masas', unitario y homogéneo, cuyas necesidades de información, cultura y entretenimiento debían ser satisfechos por los servicios públicos de radiotelevisión. La multiplicación de canales ha acabado con la equilibrada y obstigada dosificación de géneros ofreciendo al telespectador nuevas oportunidades de elección sin otras limitaciones que la adquisición de determinados equipos y el apoyo del servicio solicitado, proporcional al uso que de éste se hace" (93).

12 EL RESURGIMIENTO DE LA TESIS DEL "LIBRE FLUJO
INTERNACIONAL DE LA INFORMACION"

Con el fin de ocupar este nuevo reinado de las transnacionales en el campo audiovisual se nota el resurgimiento y el esfuerzo por parte de los fuertes grupos multimédios de la tesis sobre el libre flujo internacional de la información, y paralelamente, la resistencia para aceptar cualquier medida derivada de la discusión sobre la necesidad del Nuevo Orden Internacional de la Información, argumentando que ataca directamente los principios de la libre competencia. Es decir, el verdadero nuevo régimen de comunicación que se está estableciendo en la región no es el de una mayor ampliación del diálogo social, sino el de la expansión cultural transnacional en base a las nuevas necesidades de su acumulación (94). Por consiguiente, al final de los años 80's la ilusión de amplia libertad que plantea la ideología de libre flujo mundial de la información, debe ser substituida por la verdadera realidad que contiene que son las reglas de la nueva acumulación supertransnacional a escala planetaria.

13.- LA TECNIFICACION INTENSIVA DE LAS EMPRESAS COMUNICATIVAS

Ubicados en esta lógica altamente competitiva donde los grandes grupos de multimedios se comen a las instituciones más pequeñas, se observa una fuerte tendencia a tecnificar intensivamente con las últimas novedades electrónicas a los medios audiovisuales y a otros canales de información para enfrentar la feroz lucha por la sobrevivencia empresarial (95).

14.- EL SURGIMIENTO DE LOS CONVERTIDORES LINGUISTICOS

Finalmente dentro de la complejidad de fenómeno multilingüística que viven los 12 países de la Comunidad Europea y ante la necesidad financiera de cohesionar rápidamente a esta región se observa la inclinación cada vez mayor para construir y usar mecanismos de comunicación cibernética que operando como ordenadores traduzcan simultáneamente algunos lenguajes de los idiomas a las versiones lingüísticas requeridas. Dichas nacientes industrias del idioma "son producto de la aplicación de las

nuevas tecnologías de información a la lengua y abarcan desde la traducción por computadora hasta la conversión de texto a voz, pasando por la terminología, la lexicografía y el reconocimiento de la palabra escrita, entre otros muchos aspectos" (96).

De esta manera, se está impulsando la construcción de convertidores automáticos de códigos que contribuyen a superar las barreras lingüísticas que producen una fuerte repercusión negativa en la consolidación del Mercado Común Europeo.

En esta forma, las transformaciones económicas, políticas y sociales que ha originado la creación del Mercado Único Europeo está produciendo una profunda modificación de los medios de comunicación, que a su vez, están generando una drástica mutación de sus proyectos culturales. Cambios mentales que todavía no se sabe a ciencia cierta hacia donde conducirán espiritualmente al viejo continente, pero que es indispensable contemplar muy de cerca pues es un marco histórico muy claro que nos permite comprender con anticipación las mismas tendencias de alteraciones profundas que se producirán en México al aceptar de forma cada vez más directa las leyes universales del modelo de desarrollo neoliberal.

III.- LA TELEVISION MEXICANA ANTE EL SURGIMIENTO DEL NUEVO MODELO DE DESARROLLO NACIONAL.

1.- LA ADOPCION DEL NUEVO MODELO DE DESARROLLO NEOLIBERAL.

El agotamiento del modelo de desarrollo tradicional de México a lo largo de los últimos 15 años, las presiones impuestas por los bancos extranjeros para renegociar la deuda externa y la consecuente crisis sociopolítica que de esto se ha derivado, provocó que el Estado mexicano abandonara su estrategia de consolidación interna a través del clásico esquema de substitución de importaciones seguido durante las 3 décadas pasadas y adoptada como salida básica de crecimiento, especialmente desde 1982, el proyecto de anexión urgente al mercado mundial que propone financiar el crecimiento interno a partir de las exportaciones. Con ello, se anuncia el término de la etapa paternalista y proteccionista heredada de los gobiernos posrevolucionarios que fue la fase en la que vivió inmersa la sociedad mexicana y que dió origen al Estado Asistencia ó Estado subsidiador" que se caracterizó por aplicar "la teoría de que el Estado ideal sería aquel en que toda la sociedad, sin faltar ninguna área, estaría subsidiada" (97). Así, se reconoce públicamente el finde un programa de crecimiento y se acepta que entramos a un "nuevo modelo de desarrollo"

económico donde ahora es necesario que el aparato productivo y político se modernice para hacerle frente a la competitividad mundial o el "ímpetu de transformación que hoy vive el mundo avansaría a nuestra patria" (98).

De esta forma, oficialmente se acepta que no podemos sobrevivir fuera de la moderna división internacional del trabajo y se intenta que nuestro país salga del antiguo eje trasatlántico euroamericano que ha ejercido la hegemonía a escala planetaria en este siglo y se integre a la nueva reorganización profunda del capitalismo occidental vinculándose con los 3 nuevos polos de desarrollo mundial: el Mercado Común Europeo que está compuesto por 12 países que empezarán a funcionar a partir de 1992 (Alemania Federal, Gran Bretaña, Francia, Italia, Holanda, Bélgica, Dinamarca, Grecia, Irlanda, Luxemburgo, Portugal y España); el Mercado Común de América del Norte integrado oficialmente hasta el momento por Estados Unidos y Canadá, y el mercado de la Cuenca del Pacífico formado por 24 países ribereños, 23 isleños y capitaneado por "4 tigres asiáticos" que son Taiwan, Singapur, Hong Kong, y Corea del Sur (100).

Dentro de la formación de esta nueva geopolítica mundial se observa que la tendencia de integración mayoritaria que sufrirá nuestro país, por razones geográficas y políticas, no será el vincularse en igual medida con las 3 nuevas zonas hegemónicas, sino que la

inercia de nuestra histórica dependencia estructural al norte nos llevará a asimilarnos cada vez más rápido a la economía norteamericana que a la asiática y la europea. Por lo tanto, siendo realistas "la tesis de la integración a la economía mundial que se maneja en abstracto, significa en concreto para nuestro país la reorganización de la economía nacional en base a la dinámica de expansión de la economía norteamericana, con la que se realiza como ningún otra nación iberoamericana la mayor parte de nuestro comercio y de nuestras transacciones financieras. Baste recordar que sólo el 66% de nuestra actividad comercial con el exterior se realiza con los E.U. y la inclinación va en aumento. Por ello, dadas las características de la inserción de México en la "economía mundial", la contiguidad geográfica, demográfica y cultural con esa "economía" vía vinculación con Estados Unidos ya se estaría dando de hecho la formación de un mercado común, al menos a nivel económico, aun antes de que se concreten instrumentos más formales, que trascendiendo la esfera económica posteriormente se proyecten al campo político-estratégico" (101).

Para reforzar esta dinámica "el equipo presidencial que tomó el poder en diciembre del año pasado decidió que era indispensable no retrasar más un arreglo de fondo con Estados Unidos. Un acuerdo que aliviara la carga de la deuda externa y permitiera el pleno acceso al mercado estadounidense a nuestras mercancías y abriera las arcas de

las grandes corporaciones del país del norte nuestras demandas de inversión externa directa. Para acabar con las incongruencias del pasado inmediato las autoridades mexicanas decidirán colaborar estrechamente con el Departamento del Tesoro de Estados Unidos para que México fuera el campo de prueba del llamado Plan Brady para la solución del problema de la deuda externa de los países periféricos. Por otra parte el gobierno de Salinas modificó su definición del principio de no intervención para impedir que este llevara a un choque con Estados Unidos a causa de la defenza de un dictador sinvergüenza como es el general panameño Manuel Noriega. Finalmente, las autoridades mexicanas escalaron su acción contra el narcotráfico (102).

2.- LA TRANSFORMACION ECONOMICA DEL PAIS.

Bajo esta modalidad México entra en una muy profunda transformación estructural que no es coyuntural sino que será la base del nuevo modelo de desarrollo que seguirá la sociedad mexicana para, por loenos, los próximos 50 años y el principio del nuevo siglo. Para lograr el tránsito hacia esta nueva forma de desarrollo interdependiente de la economía internacional, el gobierno retomó silenciosamente los lineamientos de la doctrina neoliberal que trazó el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial (B.M.), desde la década de los 70's con el gobierno de R. Regan y en los 80's con M. Thatcher, y que se

han caracterizado por revivir la filosofía del "Dejad Haced, Dejad Pasad", que consiste en permitir que la economía quede totalmente dirigida por las "libres fuerzas del mercado" y que sean las leyes naturales de la oferta y la demanda las que regulen por sí mismas la distribución de la riqueza, las desigualdades económicas, el tipo y manto de producción, y la división internacional del trabajo.

Esto significa, literalmente entrar en el contexto en el que se permite que "los peces grandes se coman a los peces chicos. Con ello se busca una total libertad en el comportamiento del comercio, en el de la producción, en la demanda, en la contratación de trabajadores, en el de la educación, etc., a fin de que sin estorbos institucionales (subsidios, sindicatos, etc.) sean los sectores poderosos, los eficientes quienes ganen las batallas, y consecuentemente, sean ellos quienes marquen el rumbo a seguir socialmente. Esto significa que sobrevivan los poderosos, los competitivos (en el capitalismo se llaman monopolios), pues los débiles son un estorbo, representan ineficiencia y por ello hay que hacerlos a un lado. El neoliberalismo nos muestra así sus lazos consanguíneos con el fascismo". Con estas tesis ideológicas "se valen los sectores más fuertes de los países poderosos con economías de mercado vigorosas para justificar su estrategia de "reordenar" el mundo de tal modo que por medio de las fuertes empresas transnacionales que poseen, puedan seguir dominando

y explotando las riquezas de los países débiles y atarascados como el nuestro" (104).

Traducida al caso de México dicha filosofía neoliberal se concretiza en por lo menos los siguientes 10 principios centrales que se pretenden alcanzar por el Estado mexicano en los próximos años:

"Primero, entre menos estado exista la economía funcionará mejor. la abundancia estará garantizada para todos y la sociedad será feliz. Por lo tanto la actual economía estatal debe limitarse a aquellos servicios básicos (vigilancia y bomberos por ejemplo) y dejar todas las demás en manos de los capitales de la industria, el comercio y los servicios.

Segundo, la inflación es causada por el déficit público y la excesiva emisión monetaria respecto a la producción de mercancías y servicios. Si el Gobierno Gasta únicamente lo que recibe por impuestos, derechos y aprovechamientos y restringe el dinero en circulación, el proceso de incremento de precios se detendrá automáticamente.

Los demás dogmas neoliberales derivan de los dos anteriores y son, entros:

Tercero, las empresas paraestatales y quienes las dirigen -no importa si estos fueron colegas de los empresarios privados- son ineficaces por definición y cunha de crruptelas, nepotismo, desperdicio y rezagos, que serán corregidos si y sólo si son privatizadas o reprivatizadas.

Cuarto, los subsidios fueron inventados para cubrir las fallas de los administradores públicos y por clientelismo político, por lo que se debe exigir su desaparición si es que pretendemos llegar a una economía sana.

Quinto, el paaternalismo gubernamental hacia obreros, empleados, campesinos, y en general, hacia todos los trabajadores, es la causa principal de la crisis actual y, para acabar pronto, de todas las crisis.

Sexto, uno de los orígenes de la falta de inversión, del deterioro económico, de la fuga de capitales, de la carencia de iniciativa privada es la existencia de leyes y reglamentos exagerados que inhiben la correcta actuación de las denominadas "leyes del mercado" y las manifestaciones de la enérgica acción de los particulares, reglamentos exagerados que inhiben la correcta actuación la cual se activará en cuanto se acabe con todo tipo de regulaciones o éstas sean reducidas a su mínima expresión.

Séptimo, toda inversión es buena, aunque la financie el diablo, por lo que no debe ponerse ninguna traba para el arribo de capitales extranjeros en cualquier actividad y proporción accionaria.

Octavo, los controles de precios dan lugar exactamente a su contrario, es decir a aumentos proporcionalmente mayores a los índices generales de precios al consumidor, por ende, la fijación correspondiente debe ser dejada a las relaciones espontáneas entre productores y consumidores.

Noveno, todos los países del mundo son interdependientes e iguales, lo que hace imprescindible la liberación total de los flujos de capital, del comercio y de la tecnología, sin frenos burocráticos o permisos previos para importaciones y exportaciones.

Décimo, las negociaciones y renegociaciones de asuntos tales como el de la deuda externa deben ser realizados bilateralmente y no a partir de bloques de acuerdos multilaterales, dado que la situación de cada país es diferente".

Para lograr la aplicación de las bases neoliberales en nuestra sociedad, en nombre de la eficiencia, el Estado mexicano ha entrado en una fase de "modernización global" que lo ha llevado a transformar y a substituir muchas

estructuras de gobierno, administración y dirección nacional por otros más adecuados para afianzar su nueva etapa de desarrollo monetarista. Así, se ha subastado la industria nacional, se han vendido gran parte de las empresas paraestatales, se ha abierto la puerta a la inversión extranjera en condiciones mayoritarias, se han suprimido subsidios, se ha restringido el financiamiento, se ha liberalizado el comercio exterior, se ha desprotegido a la planta productiva nacional cuando en los países capitalistas avanzados el proteccionismo ha vuelto a emerger drásticamente, se aplicó la libertad cambiaria, se empieza a reconvertir tecnológicamente parte de la base industrial, se modificó el artículo 28 de la constitución para fijar los sectores estratégicos de la rectoría económica del Estado, los arreglos para la liberealización futura del sector de los servicios y de las telecomunicaciones y se ha enviado a competir a los productores mexicanos con los poderosos monopolios altamente transnacionales (106).

De esta forma, el proyecto de adelgazamiento y de "modernización" del Estado ha sido tal que los 34 ingenios estatales del país serán vendidos por su difícil situación financiera (107). Se continúa con el remate a la iniciativa privada de las compañías mineras estatales ó con capital mayoritario hasta solo quedarse acon 16 empresas de este sector, 6 minas y 10 carboníferas. La venta más impresionante de la historia de México y probablemente de

Iberoamérica ha sido la declaración de quiebra, los intentos de privatización y finalmente de reestructuración social de la Compañía Minera de Cananea que el último trimestre de 1988 produjo 35 mil toneladas de cobre que es un mineral estratégico e irremplazable para el desarrollo (108). Se subastó la Cía Aero México y Mexicana de Aviación no obstante que esta última atravesó en el último año 8 millones 438 mil 790 pasajeros y tuvo utilidades netas por 307 mil 606 millones 783 mil pesos (109).

Se ha planteado la venta de empresas altamente estratégicas como Petróleos Mexicanos quien durante los primeros 8 meses de 1988 tuvo ingresos totales por 28 billones 954 mil 600 millones de pesos (110). Se ha privatizado teléfonos de México (TELMEX) que cuenta con activos por más de 400 mil millones de pesos y permitido la participación del capital extranjero hasta en el 49% (111). Se ha liberalizado enormemente la legislación en materia de inversión extranjera hasta llegar a aceptar el 100% en algunas ramas y sólo reservar 21 áreas estratégicas para el Estado, dentro de las cuales sobresalen el petróleo y demás hidrocarburos, la petroquímica básica, la explotación de minerales radioactivos (uranio) y generación de energía nuclear, la minería (reservas nacionales: azufre, fósforo y potasio), electricidad, ferrocarriles, comunicaciones telegráficas y radiotelegráficas y banca (112). Se han creado las condiciones "legales" para la instalación de la

economía maquiladora al grado que después de 10 años de expansión esta rama ha crecido 416.7% y se espera que para 1990 el total de plantas maquiladoras en el país ascienda a 1,850 (113). Se ha adelgazado drásticamente la conformación del Estado Mexicano a través de la venta de empresas paraestatales, al extremo de que de 1982 a 1988 se reemató el 62% de los consorcios públicos y de 1,222 empresas el Estado sólo contempla conservar 413 compañías en este gobierno, (114) etc.).

3.- EL COSTO ECONOMICO Y SOCIAL

_____ Como consecuencia de esta profunda mutación que está viviendo el país al incorporarse a las reglas mundiales de la reestructuración capitalista, se han producido fuertes consecuencias para el desarrollo nacional. Por ejemplo, en los dos últimos años la apertura en el terreno de la electrónica ha producido una pérdida económica de 1000 millones de dólares, el desempleo de más de 23 mil 500 trabajadores y ha provocado la quiebra de 400 de las 900 empresas que existían desde hace 30 años (115). Incluso, se puede observar que gran parte de la empresas electrónicas que sobreviven se han ido convirtiendo, "gracias a la modernidad", en favuqueras no por "ineficientes", sino por el incumplimiento del acuerdo firmado por el Estado en el

que se aceptaba a lo largo de 8 años abrir gradualmente las fronteras para que en ese plazo se prepararan las compañías nacionales para competir con el exterior y no hacerlo en un período de 8 meses como fue como se efectuó (116).

En el mismo sentido, la industria metal mecánica y de bienes de capital se encuentra en franca crisis como fruto de la apertura comercial, no obstante que el 80% de las importaciones tecnológicas que se han efectuado, son pura chatarra (117). En el ramo del vestido la liberación de las fronteras y la desleal compra de fibras acrílicas del exterior ha provocado la virtual quiebra de las empresas textileras, de confección y similares, especialmente de algodón y lana, provocando el contrabando de ropa usada o de segunda y la elevación de las importaciones de prendas hasta en un 300%, la invasión de más de un centenar de marcas piratas, desplomando el mercado interno de esta planta productiva EN UN 25% , sin embargo, en otras zonas el mercado se ha contraído más como es el caso de Chinnconcuac, Estado de México, donde la importación ha abatido el 70% de las ventas y ha provocado la reducción sustancial de los ingresos de más de 1000,000 trabajadores de ese sector (119). Situación que se prevé que aumentará en los próximos años a partir de la aprobación del decreto que elimina el pago de aranceles para ropa y telas en las fronteras y zonas libres del país (120).

En el mismo sentido, en el terreno del pequeño comercio constatamos que miles de comerciantes de mercancía de manufactura nacional del Valle Cuautitlán Texcoco, están al borde de la quiebra debido a que la apertura de fronteras nacionales ha permitido la entrada de miles de chucherías u "objetos chatarra" provenientes de Hong Kong, Taiwan, Malasia, Nueva Zelanda, China y otros países que son consumidos no porque su precio o calidad sean mejores, sino porque existe una especie de síndrome de que lo extranjero resulta superior a lo nacional (122).

De igual forma, los salarios de los empleados de algunas empresas se han reducido para hacer más competitivas las exportaciones (123). En otro campo, constatamos que siguiendo la aplicación de los principios neoliberales en los primeros 6 meses de 1989 los precios de los artículos liberados subieron 150% arriba de los controlados, mientras que estas últimas disminuyeron de manera importante (124), etc.

En síntesis, podríamos decir que ni en los años del gran desorden macroeconómico en 1986 y 1987, ni en los del plan estaabilizador de choque se ha generado una oleada incontrolable de destrucción de la planta productiva del sector industrial y de servicios, como se ha producido con la acelerada apertura de la economía al mercado mundial, pues a

partir del inicio de este fenómeno han quebrado 77 mil pequeñas y medianas industrias, más las 731 empresas que se han declarado en bancarrota de 1986 a 1989, creando un desempleo directo de más de 285,000 trabajadores y un desempleo indirecto de aproximadamente un millón ciento cincuenta mil plazas (125). Panorama que según el Instituto Mexicano de Control de Calidad tenderá a agravarse pues la mitad de las 220 mil empresas industriales que existen en el país pueden desaparecer si continúan aplicándose los mismos criterios modernizadores (126).

De esta manera, la "política modernizadora" del gobierno, nos ha llevado a vivir un cuádruple fenómeno regresivo a largo plazo. En primer término, "debido a la desincorporación de las empresas paraestatales se ha aminorado la capacidad de fuerza y de soberanía de nuestro Estado-Nación y se ha acentuado la dependencia con las grandes empresas transnacionales especialmente estadounidenses y la subordinación creciente de nuestra sociedad al gobierno norteamericano. ¿o si no preguntémosnos ¿si después del Convenio Comercial firmado durante el sexenio anterior no se está formalizando ya un "área de libre comercio y, más específicamente una "unificación aduanera" con los E.U.? ¿No es por ahí donde han venido presionando al país las autoridades estadounidenses a través de las cartas de intención de la renegociación de la deuda?. ¿No se está dando ya claramente un intento sistemático por

parte de E.U. para lograr establecer "jurisdicción" en áreas vitales para la soberanía y la independencia nacionales? ¿Qué significa que ahora el senado de E.U. se adjudique autoridad para "certificar" el comportamiento mexicano respecto al narcotráfico? ¿Tienen jurisdicción o no las autoridades localizadas en Washington respecto al diseño nada menos que del presupuesto federal de México? (127).

En segundo término, al retirarse abruptamente el Estado subsidiador y entrar en el esquema privatizante de la economía, se anula una de las formas de redistribución del ingreso a las mayorías más desfavorecidas surgiendo el "realismo económico" implacable. Esto implica el enriquecimiento ilimitado de los sectores tradicionalmente beneficiados por el desarrollo y el empobrecimiento mayor de los sectores desprotegidos. Lo cual representa a largo plazo, un enfrentamiento cada vez más brutal de las clases sociales lo que ocasionará en el mediano y largo plazo fuertes contradicciones para mantener la estabilidad del sistema social.

En tercer término, al desaparecer el "Estado benefactor" y al permitir la acelerada desregulación de la economía y de la sociedad, entramos cada vez más en una realidad regida por las "leyes naturales del mercado". Situación que para finales de la década de los 80's y principios de los 90's ya no plantea el estar gobernados por

los principios de las relativamente bases sanas de la "libre competencia" de inicios de siglo, sino dirigidos por las normas de los gigantescos monopolios que son quienes conducen la economía mexicana y mundial. Hecho que implica que nuestras vidas cotidianas entren cada vez más dentro de las leyes del individualismo, la atomización y la competencia salvaje que son las dinámicas institucionales y sociales que sustentan la estructura de los grandes trusts. Fase que nos llevará a destruir las relaciones humanas fuertes que todavía conserva la sociedad mexicana y a entrar en una etapa más inhumana de la vida presentada con fachada modernizadora

En cuarto término, el anexarse de manera enormemente estrecha uestro modelo de desarrollo con la dinámica de la economía norteamericana, la estrategia de crecimiento nacional queda enormemente frágil pues cualquier cambio en la economía del norte arrastrará a nuestra economía interna, como se ha visto ampliamente como robado en el martes negro de noviembre de 1987 y el lunes obscuro de octubre de 1989 cuando la caída de la Bolsa de Valores americana ocasionó el drástico descenso del Mercado Mexicano de Valores con cuantiosas pérdidas para los inversionistas (128).

Hasta el momento hay que considerar que la apertura de algunas ramas productivas mexicanas hacia la economía estadounidense ha sido favorable pues ha permitido la

captación de millones de divisas. Sin embargo, no hay que caer en el espejismo de olvidar que nuestra planta productiva todavía alcanzó el ciclo de expansión económica norteamericana, pero, cuando este termine (y quizás sea más pronto de lo que se calcula) el mercado de este país se va a contraer y va a afectar de manera inmediata y negativa las exportaciones manufactureras de México, a través de políticas proteccionistas que evitarán el flujo de mercancías de Sur a Norte (129). Ante este panorama el proyecto de desarrollo nacional se verá en mayores dificultades que los que ahora enfrenta, pues a sus alturas nuestra estrategia de crecimiento interno estará altamente integrada a la dinámica de la economía del norte.

De esta manera, hoy no sólo presenciarnos el final de un modelo tradicional de expansión económica, sino que asistimos al funeral del intento colectivo para crear y sostener un programa planificado de desarrollo colectivo a través del Estado. Es decir, somos testigos de la derrota del esfuerzo de vivir grupalmente un proceso de crecimiento humano más racional que el que ofrecía a principios de siglo las pautas del mercado libre y ante ello, ahora sí plantea que la única salida es la de asumir las reglas internacionales del gran capital ultra monopolístico.

4.- LA COMUNICACION Y LA SOCIEDAD DORMIDA

Sin embargo, lo más impresionante de este fenómeno desnacionalizador no es el hecho que se da, pues la poderosísima dinámica mundial de la reconversión de modo de producción capitalista así lo está exigiendo a escala planetaria. Lo sorprendente es que siendo el cambio más profundo que se ha producido en los últimos sexenios consistente en la transformación de un modelo de desarrollo proteccionista de sustitución de importaciones por un modelo neoliberal de competencia salvaje; y que después de un largo y costosísimo proceso histórico de más de 6 décadas para construir nuestra planta industrial (independientemente de las desviaciones que la han caracterizado como ha sido la presencia de la corrupción, los deficientes manejos administrativos, el exceso de personal, la burocratización externa, el "aviadurismo", etc.), la sociedad mexicana no protesta mayoritaria y álgidamente ante la destrucción de esta, salvo las oposiciones aisladas de pequeños grupos como han sido la resistencia de los mineros de Cananea, algunas áreas sindicales de Teléfonos de México, expresiones secundarias de los partidos disidentes en la Cámara de Diputados, los Trabajadores de Sicartsa, del Partido de la Revolución Mexicana y otros sectores menores. Especialmente, cuando, por una parte, estamos llegando a la fase en que "la economía mixta estaría caracterizada por socializar las

pérdidas privadas y privatizar los beneficios públicos" (130).

Y por otra, cuando de la aplicación de este criterio neoliberal para vender la mayor parte de las empresas públicas y modernizar la estructura del Estado, sólo se han obtenido hasta el momento 1 billon 682 mil millones de pesos, lo que equivale a aproximadamente 2,500 millones de dólares y representa el 2.1 % del producto generado por el sector gubernamental en su conjunto. Cantidad que no obstante el enorme sacrificio realizado por la sociedad al vender la mayor parte de sus compañías estatales, en cualquier momento debido a la libertad cambiaria que existe en nuestro sistema financiero puede salir del país ante la menor crisis de confianza que encuentre el gran capital, como sucedió con más de 8.000 millones de dólares que emigraron al exterior en los últimos años de gobierno del Presidente Miguel de la Madrid. De esta forma, pese a que el Estado se ha adelgazado drásticamente, vendiendo muchas de sus bases económicas, de la noche a la mañana, podremos quedarnos sin nada.

Creemos que este fenómeno de inmovilización y apatía ciudadana se debe a varios factores como el control partidista, la debilidad sindical, la anemia de la sociedad civil, la alta tolerancia de una economía subterránea (132), la estructura vertical del poder, el abstencionismo para la

participación colectiva, la constitución corporativista del Estado mexicano, la raquítica educación política (133), etc. pero también a la presencia de una cultura altamente esquisofrénica que han producido los medios electrónicos, especialmente, la televisión, y que se ha caracterizado por el elaborar una visión cotidiana de la realidad basada en el triple eje del consumo, los deportes y las ideologías del espectáculo, desinformando a la población de nuestros problemas centrales y concentrando nuestra atención en aspectos frívolos y secundarios (134). Pensamos que esta cultura es uno de los principales elementos que ha creado las bases del derrumbe nacional e incluso ha producido las condiciones mentales más favorables para la venta de la República, sin necesidad de la intervención de los "marines", la "V Flota", la "Central de Inteligencia" u otros cuerpos armados como fue necesario en los siglos pasados de nuestra historia para el remate de nuestro territorio.

Creemos que este es un indicador básico que nos muestra que las "condiciones psíquicas" y organizativas para la desnacionalización global del país ya están dadas en importantes porcentajes de la población. Por lo cual, ante esta situación muy delicada debemos preguntarnos ¿dentro de este contexto de desnacionalización cerebral que clase de reacción social defensiva podría suscitarse en la población

si por motivos "modernizadores" se considera que el territorio nacional es demasiado grande para administrarlo, y por lo tanto, sería necesario adelgazarlo a través de la venta de otra parte de República Mexicana?

5.- LA CULTURA Y LA TELEVISION ANTE EL NUEVO MODELO MODERNIZADOR.

Frente al debilitamiento de nuestro proyecto mental de sociedad es fundamental 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? ¿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 entrará en contacto intenso con la saturación ideológica de las nuevas hegemonías a través de las redes de televisión y del complejo del video?

Ante esta realidad pensamos, que es la irresponsabilidad que se mostró al no planificar el uso de los medios electrónicos en las últimas 3 décadas, la falta de voluntad política para formar desde los canales masivos una cultura para el desarrollo, la debilidad de los gobiernos postcardenistas para defender la cultura nacional, y la complicidad de las autoridades públicas ante la penetración del proyecto transnacional en el terreno psíquico, el Estado mexicano ha perdido un enorme terreno para formar, a través de las industrias electrónicas, un fuerte nacionalismo y una sólida identidad y cohesión nacional que sirvieron como punto de despegue para el proyecto de crecimiento interno. Esto a menos de que suceda en nuestro país profundos cambios políticos que renueven la posibilidad de retomar los intentos de desarrollo autónomo, independiente y democráticos que hoy parece que se han pospuesto.

Es decir, sin conocer y asimilar todavía a fondo las alteraciones culturales que nos produjo la Conquista Española hace 480 años y las mutaciones mentales que nos ocasionó la sociedad de consumo con el proyecto de sustitución de importaciones durante la industriaización nacional desde la década de los 50's, ahora nuevamente sin estar preparados culturalmente nos vuelve a sorprender la profunda dinámica de la reestructuración económica, política e ideológica mundial con la "ola modernizante" y nuestra

sociedd, una vez más, se incorpora a ese proceso sin la creación de proyecto cerebral propio, sino que una vez más se encaja en los huecos marginales que deja esta profundísima transformación planetaria.

Vinculando este horizonte con los medios de comunicación, encontramos que aunque en términos de hechos (no de discurso) la televisión se encuentra todavía muy desfazada del proyecto modernizador, pues este se ha dado ampliamente en el campo económico -normativo, un poco en el político-cultural y casi nada en el terreno comunicativo, sabemos que para que el modelo de desarrollo neoliberal se pueda realizar en México, es indispensable la presencia de nuevas condiciones legales, productivas, tecnológicas, laborales, jurídicas, etc, pero además exige la presencia insustituible de una nueva conciencia masiva neoliberal que respalde y afiance las acciones anteriores. Dicha conciencia creemos que intentará crear a través de los medios electrónicos las condiciones subjetivas necesarias para el funcionamiento de nuestra sociedad dentro de las nuevas relaciones competitivas del mercado mundial.

Es decir, pensamos que estamos por iniciar 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 la distribución desrregulada de mercancías que exige el moderno

programa de crecimiento neoliberal que ha elegido seguir el sector cúpula del Estado Mexicano para las próximas décadas. Así, proyectando sobre el campo de la conciencia colectiva las determinantes estructurales que gradualmente está imponiendo el nuevo programa de crecimiento nacional, creemos que la moderna subjetividad que producirán los medios electrónicos en el futuro estará caracterizado, en parte, por fomentar el individualismo por sobre las relaciones solidarias; acentuar la competitividad por sobre el trabajo compartido ("tequio"); el canibalismo salvaje por sobre la fraternidad; la marcada admiración por lo extranjero que por lo nacional; el interés por la no planificación colectiva sino por la altamente privatizada; la lucha por la libertad y felicidad aislada y no por la grupal; el valor supremo de la "eficiencia" por sobre otras metas humanas superiores; la tecnificación extrema como sentido del éxito y no el acercamiento humano, etc.

Ello debido a que las leyes internacionales del nuevo patrón de acumulación de capital que se está gestando y que permean todos los niveles de la sociedad, están exigiendo en la esfera cultural el alma colectiva que se construya en el país a través de los canales electrónicos de información se base en una visión de la vida más "cosificada" y transnacionalizada que nos lleve a saber cada vez más del gran mundo externo y cada día menos de nosotros como República y como personas. No debemos olvidar que la

expansión de la economía multinacional obliga crecientemente a crear un "global super-market para reproducirse a escala ampliada en todo el planeta, ante lo cual la existencia de Estados Nacionales y de políticas culturales regionales aparecen como un fuerte estorbo que hay que superar" (135).

Por ello, el mercado mundial está recurriendo crecientemente al uso de dos ideologías neoliberales para legitimar su avance y penetración en la periferia: la tesis del "Libre Flujo Internacional de la Información" y la idea de la "Modernidad Cultural". Así, por una parte, revitaliza el argumento del "libre Flujo Internacional de la Información" para ampliar sus posiciones, y que en el fondo, no es otra cosa que la premisa para permitir la fácil difusión y penetración de las imágenes transnacionales a todas las zonas del planeta, pues son sólo estas empresas las que pueden competir intensamente a escala global. Por otra, se promueve la adopción de la ideología de la "modernidad cultural" que en términos de concepciones de masas es la visión que intenta homogenizar la mayor parte de los campos de imaginarios sociales en base a los nuevos valores del consumo y el disfrute neoliberal para facilitar la expansión del mercado capitalista que exige el proceso de concentración de capital a escala mundial. Con esto, las instituciones representantes del comercio internacional están exigiendo mediante sus acciones diplomáticas, políticas y económicas que los valores y las identidades nacionales se

flexibilicen y abran a lamodernidad para "formar un mercado universal sin barreras o límites" (136) a través de sus campañas de marketing hasta lograr que estos se adapten de manera más favorable a su nueva dinámica de concentración material.

De esta forma, no obstante que en la superficie de la sociedad mexicana las declaraciones oficiales del gobierno señalan que "los mexicanos queremos ser cada vez mejores amigos de los Estados Unidos, pero jamás a costa de nuestros valores que determinan nuestra esencia y nos conforman como nación" (137), y de la firma oficial de convenios internacionales que indican "que es imperativo el establecimiento de políticas nacionales de comunicación que resguarden la pluralidad cultural y plítica, reafirmen la soberanía nacional y movilicen la participación de la comunidad"(138), en las entrañas de nuestra realidad hoy estamos ante el silencioso embate de nuestras culuras y diferencias tradicionales para destruirelos o reacomodarlas dentro del nuevo esquema de división del mundo por modernas zonas hegemónicas. Reconstrucción mental que gradual y silenciosamente está unificando los campos imaginarios y las aspiraciones profundas a través de la construcción de un nuevo concepto de relaciones humanas, de triunfo, de felicidad, de moral, de etnia, etc., en una idea, de un nuevo sentido y estilo de vida determinado por las nuevas exigencias de maduración del comercio mundial que se

concretiza, entre otros espacios, en los valores de la programación y de la publicidad de los medios de comunicación electrónicos.

Nuevos valores que se distinguirán por exaltar, por ejemplo, el alto pragmatismo por encima de otras cualidades humanas superiores; por promover el "futuro fung" que el de la participación creciente en nuestro proceso histórico; el impulsar el "culto a la juventud" por ser la etapa más productiva del individuo y el desprecio a los viejos por improductivos; la predilección por la modernidad entendida como el estilo de vida que permanentemente se ajusta a la adquisición de la última novedad y el rechazo a lo tradicional y lo antiguo; la invención de una nueva identidad basada en la mayor asimilación de las culturas externas y no en el enriquecimiento del "México Profundo", la construcción de la "alegría" a partir de la adquisición de lo ajeno y no del dominio creciente de lo propio, etc.

Ante ello, es conveniente considerar que si la historia de la publicidad en México a lo largo de los últimos 40 años ha demostrado con tal de vender las mercancías para acelerar el proceso de circulación del capital esta estuvo dispuesta a banalizar e incluso prostituir finalmente la imagen de la mujer para presentarla fundamentalmente como un objeto de uso sexual; a añadirle cualidades falsas o "fetichizar" los productos para hacerlos más atractivos; a crear necesidades

artificiales en los consumidores para alentar la compra; a hacer creer que el valor de las personas se deriva de la marca que eligen y no en el porcentaje que se concen a sí mismos; a impulsar que el éxito de los individuos se da en la medida en que se acumulan pertenencias y no en el grado en que se es humano; a modificar la identidad nacional para revalorarse socialmente a través de la adquisición progresiva de más productos transnacionales, etc.; es posible pensar que al entrar en la fase de desarrollo de "libres fronteras" se cnstruirá masivamente a través de las industrias culturales una visión del hombre y de la vida cada vez más condicionada por los requerimientos de expansión y fortalecimiento del mercado universal y no de la humanización de los individuos.

El surgimiento de este panorama lo palpamos, cuando, por ejemplo, ante las necesidades de venta de las primeras mercancías extranjeras que llegan a nuestro territorio como adelanto de la presencia de la formación de los nuevos mercados europeos, del Pacífico y de América del Norte, la publicidad empieza a promover las cafeteras diciendo: "¡Philips, el superior estilo europeo entra en tu hogar!". O los aparatos electrónicos, señalando "¡Zonda: el nuevo status en importación!". O la compra mensual del super, recalcando "¡Todos los vinos, licores, artículos del hogar, electrodomésticos, latería, dulces, productos de limpieza, etc., que siempre soñó traer de los E.U. se los llevamos

hasta la puerta de su hogar!" (139). O la venta de nuevos automóviles, difundiendo i"Ko-seino! alto desempeño eficiente en perfecto equilibrio" (140), etc.

Incluso unos meses después de que el país se anexó al Acuerdo General de Aranceles y Comercio (GATT) para abrir nuestras fronteras en algunos rubros y en otros donde se ha tolerado el contrabando, observamos que por la ideología "malinchista" que platea que los productos extranjeros son por principio superiores a los nacionales y complementada con la mentalidad de que la adquisición de bienes norteamericanos, europeos y japoneses eleva el reconocimiento del grupo, algunos sectores sociales independientemente de la calidad ofrecida ya se encuentran volcados al consumo de mercancías provenientes del exterior. Así encontramos, por ejemplo, que "hoy se están adquiriendo muchas toneladas de dulces y chocolates procedentes de Estados Unidos, los cuales se venden indiscriminadamente en todo el territorio nacional, no obstante que dichas golosinas fueron retiradas del mercado del país vecino del noreste por razones de "control de calidad", pues el exceso de algunas grasas o de pinturas vegetales causaron intoxicaciones a los niños que se manifestaron en dolores de estómago, pérdida del apetito o diarreas. Males que ya han aparecido en una gran cantidad de infantes y adultos de la República Mexicana" (142). De igual forma, pese a que la importación de "productos acabados" ha colocado en una muy

seria crisis de sobrevivencia a la industria textil nacional, encontramos que "gran parte de las 210 tintorerías y lavanderías industriales y de autoservicio en Guadalajara se encuentran en grandes problemas con sus clientes pues la pésima calidad de las prendas importadas han ocasionado decoloramiento, encogimiento, y en muchos casos, hasta roturas de las mismas al ser sometidas a su limpieza" (143).

De la misma manera, encontramos que la cultura de admiración por el exterior ocasionó que ante la apertura del mercado nacional en la rama del juguete los productos de importación legales o ilegales amparan ya más del 45% del consumo interno y de seguir la tendencia como va los jugueteros mexicanos sólo se quedarán con el 15% de la demanda nacional poniendo en peligro el empleo de 50 mil trabajadores. Ello, no obstante, que el Instituto Nacional del Consumidor ha demostrado que el 90% de dichos bienes nacionales son de excelente calidad, el 5% tienen buen nivel y el resto es dudosa, en contra de los juguetes extranjeros que han resultado los peores (144).

El mismo cuadro se repite en áreas complementarias cuando encontramos que "no estamos trayendo del exterior a aquellos productos que son indispensables para el desarrollo de nuestra industria sino todas aquellas mercancías factibles de venderse en México. Por ejemplo, una rápida visita a un supermercado en el D.F. permite comprobar, que

es posible hoy día conseguir agua mineral francesa, alimentos para animales provenientes de E.U., piña enlatada en Hawaii, postres suizos y gringos, pure de jitomate estadounidense?, entre muchos otros productos. No son esas importaciones necesarias, ni tampoco buscan reducir los precios de los productos domésticos; se trata sólo de importaciones que se venderán en México, pues la adquisición de dichos productos produce en la mente de ciertos grupos sociales un status superior" (145).

Esta situación también se da en materia tecnológica donde presenciamos que muchas empresas "están llenas de chatarra adquirida para los sectores industriales, escuelas, hospitales, etc., donde en algunas ocasiones estos equipos nunca se utilizaron adecuadamente por lo que se puede decir que gran parte de la inversión de la deuda se convirtió en desperdicio" (146).

Actitud que se prevé que aumentará ahora que con la renegociación de la deuda aportará fuertes créditos frescos que en algún porcentaje importante contribuirán a elevar el nivel de ingreso de los trabajadores (147). Restitución salarial que en la medida en que se fortalezca, una porción significativa podría estar dirigida por esta nueva mentalidad consumista-modernista que se empieza a afianzar en el país, ya que se mira que la población no está reaccionando preferentemente por el criterio de elección en base a la

calidad del producto, sino básicamente por el mecanismo de compensación psíquica ante la baja autoestima del mexicano proocada por el fenómeno de inseguridad y pérdida de la identidad nacional. Situación que plantea que la forma más rápida para reivindicar la devaluación nacional y personal, es asimilar y reproducir lo más rápidamente las creencias, los hábitos y las formas de vida de los países altamente industriaizados, particularmente, estadounidenses y europeos. No hay que olvidar que simplemente en 1988 en plena crisis social, durante la apertura económica los bienes de consumo importados se incrementarán en un 150% (148).

Ante este contexto psíquico colectivo parecería como si las nuevas mercancías que nos provienen del exterior estuvieran actuando otra vez sobre nuestra conciencia como las lentejuelals y las cuentas de vidrio que utilizaron los primeros conquistadores para cambiar nuestros metales preciosos por baratijas extrañas.

Esta irracionalidad cultural y social propiciada por la apertura acelerada de fronteras ha llegado a tal extremo delicado que el propio Consejo Nacional de la Publicidad se

ha visto obligado a "lanzar una campaña prooagandística a favor de la calidad de los productos nacionales, para contrarrestar los efectos de la invasión de productos extranjeros que sólo han traído engaños, timos y chatarra" (149).

De esta manera, constatamos que el proyecto de neoliberalismo cultural está mercantilizando al extremo el funcionamiento de los medios electrónicos y en particular de la televisión, lo que provocará que gran parte de nuestra reproducción espiritual cotidiana se enajene con tal de vender y acumular. Es decir, en términos culturales el país entregará su alma al diablo con tal de competir de la dinámica dentro de la dinámica de apertura internacional. Ello significa que mayoritariamente la nueva conciencia colectiva producida por industrias culturales en la inteligencia del mexicano de finales del siglo XX y las primeras décadas del siglo XXI estará predeterminada por las exigencias de reproducción neoliberal del mercado mundial y no por los requerimientos de plenitud humana que hoy demandan los individuos en las ciudades.

No debemos olvidar que las enseñanzas de la historia mental del país nos han mostrado que a todo profundo cambio económico en nuestra sociedad le ha seguido la realización de una paralela transformación cultural. Por ello, pensamos que para que se pueda realizara el paso acelerado de la

creciente liberalización de nuestra economía. trde ó temprano, se exigirá la liberación igualmente progresiva de nuestras fronteras culturales a través de los avanzados medios electrónicos, especialmente de la televisión.

Esta realidad, pensamos que alcanzará mayor esplendor cuando constataremos la presencia de las dos siguientes realidades. Por una parte, debido a que observamos que el actual gobierno ha declarado que "no asumirá la rectoría cultural, sino que sólo apoyará las iniciativas de los grupos creadores de cultura, los cuales serán valorados por la "clase intelectual" no por los funcionarios del ramo" (150). Situación que queda ampliamente confirmada cuando constataremos las tareas restrictivas que se le han asignado al ejercicio cultural en el Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994 (151) y cuando el decreto constitutivo del órgano de máxima dirección y ejecución de la cultura en nuestro país denominado Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA) ha señalado que dicha entidad sólo ejercerá funciones de promoción y difusión de la cultura y las artes, y no de creación y rectoría cultural del país (152).

Es dentro de esta perspectiva que podemos decir que "la estrategia del Estado en asuntos de cultura no tiene nada de moderna, pues a la aceleración propiamente política, este ha

decidido oponer una directriz cultural arcaica, sin ninguna propuesta realmente novedosa y sin otra velocidad que la rapidez que impone la elaboración de los documentos sobre las rodillas" (153).

Por otra parte, debido a que el proyecto de desarrollo neoliberal que ha adoptado el país plantea el retiro cada vez más rápido de la presencia del Estado benefactor mexicano del campo de la cultura y la comunicación, para estas sean crecientemente gobernados por las leyes del mercado, nos enfrentamos, a corto plazo, a una transformación del modelo de comunicación pública, y a largo plazo, quizás a su desaparición o existencia muy restringida. Esto significa, que el esquema de televisión del servicio al dar marcha atrás el Estado subsidiador que la mantenía a base del presupuesto oficial, tendrá que buscar a otras fuentes de ingreso para sobrevivir que, básicamente, girarán alrededor de la venta del tiempo de pantalla a las grandes empresas monopólicas y de la comercialización publicitaria. Situación, que por ejemplo, se confirma plenamente con las transformaciones financieras que ha vivido la principal corporación audiovisual del gobierno, el Instituto Mexicano de Televisión (IMEVISION) quien al experimentar la aplicación del modelo neoliberal en su estructura financiera desde principios del régimen del Presidente Miguel de la Madrid, se logró alcanzar el superávit económico, pues hace 10 años los ingresos de la televisión de Estado estaban

compuestos por 90% de subsidio y 10% de ingresos propios, y en 1987 se logró que las entradas fueran 90% de ingresos propios y 10% subsidio gubernamental con apoyo de 150 comerciantes importantes" (15d).

Esto significa, o que la opción para construir vía la televisión una mentalidad colectiva preventiva frente a nuestros grandes problemas de desarrollo nacional como son la protección ecológica, la producción de alimentos, la atención a los sectores marginados, la promoción de la mujer, la conservación de especies naturales, el combate a la erosión de la tierra, etc., cada vez más será más difícil lograrla pues son áreas poco rentables para las leyes del mercado que progresivamente gobernarán el proyecto de t.v. pública (155). Es decir, debido a que la nueva forma de financiamiento que plantea el modelo neoliberal lleva a que los medios gubernamentales se comercialicen más, y por lo tanto, sean los patrocinadores quienes determinen el contenido de transmisión de los canales, será cada vez más difícil promover una "cultura social" desde estas pues el esquema de sostenimiento de dichas empresas buscará crecientemente la obtención de la máxima ganancia económica a corto plazo. Hecho que se constata cuando el Lic. Alvarez Luna Director de IMEVISION señala que "las necesidades de

comunicación del sector publicitario y público determinarán la programación de la empresa, pues nosotros no somos una entidad autónoma que pueda tomar decisiones arbitrarias, sino estamos condicionados por esas dos realidades" (156).

Por consiguiente, se puede pensar que debido a las profundas transformaciones urbanas que se han dado al interior de la población nacional a la desarticulación, global que vive el proyecto cultural gubernamental, a los avances tecnológicos que se han conquistado en el terreno audiovisual y a la renuncia del Estado mexicano para ejercer la real conducción mental del país, la dirección cultural de la sociedad mexicana, especialmente, de las clases medias metropolitanas, será realizada, cada vez más, desde las industrias audiovisuales, particularmente, transnacionales. Situación que en la medida en que se consolide llevará al país a una mayor dependencia estructural del exterior y en algunos casos a la parálisis cultural pues crecientemente conoceremos más sobre lo secundario y no sobre lo central para nuestro desarrollo. Realidad que en el grado en el que se afiance acentuará nuestra crisis nacional, y por consiguiente, ahondará nuestro estado generalizado de infelicidad humana.

Ante esta realidad comunicativa observamos cotidianamente la presencia de un Estado mexicano crecientemente más débil, pues no cuenta con un proyecto de

desarrollo mental para la rectoría de los medios de comunicación electrónicos, sino que el mismo los ha abandonado, mayoritariamente, a las "libres fuerzas del mercado" interno y externo. Esto es, ante el financiamiento crecientemente mercantil de los medios de comunicación hoy somos cada vez más testigos de la derrota del Estado y la sociedad civil en el terreno cerebral para mantener y ampliar el proyecto de identidad nacional a través de superestructura audiovisual de la República.

6.- ¿QUE HACER?: LA FORMACION DE UNA NUEVA POLITICA NACIONAL DE COMUNICACION.

Por ello, creemos que ante la anexión de cada vez más acelerada de nuestra sociedad a las leyes culturales de mercado internacional que se está dando a través de nuestra vinculación al Sistema General de Aranceles y Comercio (GATT) de la apertura a los países de la Cuenca del Pacífico, de la integración muy dinámica y silenciosa a la economía norteamericana y de la relación con el nuevo Mercado Común Europe para 1992, si el Estado mexicano no construye un proyecto cultural nacional cada vez más sólido a través del empleo racional de los medios de comunicación electrónicos, y en particular a través de la televisión, estará cavando su tumba, de forma cada vez más profunda, al permitir que se destruyan en la conciencia de la población las bases mentales que requiere para existir como Estado Nacional. Destrucción que rápidamente tiende a acentuarse

pues el proyecto neoliberal del Estado presiona a que los medios de comunicación funcionen como negocios y no como servicio público. Especialmente, cuando en esta fase de "modernización" las leyes del mercado atraviesan de manera más profunda la estructura de los canales de información, y por consiguiente, son las "fuerzas de la libre competencia" las que crecientemente gobiernan el proyecto cultural de las industrias audiovisuales y no el proyecto de desarrollo social y humano de la población.

Esto es, a diferencia de otras fases de la historia de México en las que lo que mantenía cohesionada a la sociedad mexicana era su proyecto cultural de constitución como nación, creemos que lo que hoy conserva relativamente unida al conjunto social y es lo que en parte ha evitado un mayor desbordamiento social, ha sido el modelo de existencia en las urbes, la presencia de viejos aparatos burocráticos, la capacidad de absorción esponjosa del partido gobernante, la constitución corporativista del Estado mexicano, el refuerzo de eficaces apoyos policiaco-militares, etc., pero no la fuerte presencia del proyecto cultural que actualmente se encuentra en bancarrota ideológica. Por ello, "si en el futuro deseamos existir como nación debemos luchar por que se reconozca la importancia de la cultura en la construcción cotidiana del proyecto del país en la cual juega un doble papel fundamental: por una parte, contribuye al rescate del

sentido profundo y humano del desarrollo fortaleciendo la conciencia propia, y por otra, hace posible la realización del proyecto nacional" (157).

De aquí la importancia estratégica de reactivar prioritariamente el liderazgo del Estado desde su avanzada cultura y no desde las simples trincheras económicas tradicionales que lo que hacen es subordinar la vocación de expansión universal del espíritu nacional a las necesidades coyunturales de reproducción del capital. No podemos olvidar que no hay nación que se desarrolle que no tenga una conciencia nacional fuerte en ese sentido detrás del nacionalismo mexicano existe una ausencia de integración nacional.

Por ello, ante el sistema de contenidos de los medios de comunicación electrónicos altamente desintegradores del país, pues no fomentan la participación ni la expresión de pluralidad de opiniones, y por lo tanto, la formación de una conciencia crítica, la única forma de enfrentar la vertiginosa transformación mental que si nos viene con la liberación de fronteras, es la construcción de una sólida política nacionalista de comunicación para el país. Política que debe elaborar un fuerte espíritu nacional a través del reconocimiento autocrítico de nuestras limitaciones como sociedad y de la aceptación profunda de la que somos para ser lo que tenemos que ser. La única forma de saltar

sanamente hacia la modernidad que nos impone la dinámica de evolución mundial es asimilar el cambio desde los marcos del conocimiento profundo de nuestra cultura y no desde los seductores espejismos modernizantes y consumistas que se esfuerzan por imponernos los países desarrollados para fortalecer su estructura de acumulación de capital.

Ante esta situación, es necesario tener presente que para realizar con éxito las metas que pretende alcanzar el "Moderno Estado Mexicano", es necesario aplicar muchas acciones administrativas, legislativas, políticas, infraestructurales, organizativas, etc., pero además de estas actividades a nivel material, es indispensable ejecutar intensos y muy sólidos proyectos culturales orgánicos que respalden las acciones de gobierno y desarrollo nacional. Para ello, es central que el Estado Mexicano abandone sus tradicionales desviaciones "antisocráticas", "folkloristas", "elitistas" y "culturalistas" que ha practicado durante varias décadas y que han entendido la acción cultural en un sentido restringido como la expresión de las sensibilidades más refinadas en todas las órdenes de las artes y del conocimiento; y la replantee ahora en un sentido amplio como la producción de una nueva cultura orgánica que responda las principales problemáticas cotidianas que la sociedad mexicana tiene que resolver para sobrevivir.

Cultura orgánica, que supere la simple acción de alfabetizar, incrementar el nivel cuantitativo de la matrícula escolar básica, ampliar la educación formal, atender eficientemente los trámites instructivos, etc., y que prioritariamente, se oriente a propiciar el desarrollo del país a través de la creación de mayores niveles de conciencia sobre nuestras trabas que nos impiden crecer como sociedad. Situación que políticamente, hoy día, es totalmente posible de producirse desde el momento en que este gobierno al pasar el control de los medios de comunicación estatales de la Secretaría de Gobernación (acción legitimadora) al Consejo Nacional de Cultura y de las Artes dependientes de la Secretaría de Educación Pública (acción formadora), les ha devuelto la verdadera naturaleza que les corresponde y el único sentido que los puede justificar: su vocación educativa. En términos de historia global, pensamos que éste cambio podría ser equivalente en el terreno cultural a la nacionalización petrolera, pues es haberlo expropiado las orientaciones equivocadas que han llevado los medios de comunicación gubernamentales durante décadas para crear ahora las bases políticas que permitan un nuevo despegue y florecimiento mental del país. Horizonte que de aplicarse en la actualidad en toda su dimensión posibilita la creación de una nueva era cultural de la sociedad mexicana.

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

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

Hoy todos los recusos poéticos, musicales, dancísticos, teatrales, literarios, escultóricos, plásticos, etc., de nuestra intelectualidad nacional exigen ser orientados para contribuir a resolver los grandes problemas de crecimiento que nos estancan como país y no a su simple dispersa manifestación espontánea. En otros términos, la fase de despertar nacional por la que atraviesa nuestra República demanda que la belleza, el arte, la sensibilidad y la estética estén al servicio del cambio social y no a la disposición de la egolatría, el individualismo y el narcisismo como ha sido la tendencia mavoritaria que se ha seguido en las últimas décadas por los proyectos culturales (150).

Ello significa, que el Estado mexicano debe fundamentalmente canalizar la mayoría de su energía financiera, material, artística y espiritual a la producción de una nueva cultura agrícola para la producción de alimentos que disminuya las más de 9 mil toneladas de nutrientes que actualmente importamos para existir. Una nueva cultura natural que evite que se sigan destruyendo más de 200 especies animales y vegetales que se han aniquilado en lo que va de este siglo en nuestra República. Una nueva cultura local que aminore la migración de más de 10 mil personas diarias a las principales ciudades del país. Una nueva cultura forestal que disminuya la erosión de más de 500 mil hectáreas anuales que se destruyen en el país. Una

nueva cultura acuífera que permita darle un valor racional al agua para aprovecharla civilizadamente y ahorrar el 30% del líquido potable que hoy se desperdicia irresponsablemente en las urbes. Una nueva cultura ecológica que contribuya a disminuir las más de 6,000 toneladas diarias de partículas contaminantes que se acumulan en la atmósfera del Valle de México y que silenciosamente cada vez más nos suprimen la vida. Una nueva cultura femenina que permita la amplia participación social de las mujeres mexicanas que son el 50% de la población nacional. Una nueva cultura energética que nos lleve a vivir lo más justamente la transición motivada por la que atraviesa el país al pasar de la era del petróleo a otra fase de desarrollo. Una nueva cultura nutricional que posibilite disminuir la inanición en más del 60% de la población nacional, especialmente infantil, que permanentemente vive sin los mínimos alimenticios requeridos para sobrevivir. Una nueva cultura que permita valorar y amar profundamente lo mexicano para afirmar nuestra cada vez más débil identidad nacional y evitar la rapidísima pérdida de nuestro proyecto cultural del país ante la apertura de fronteras. Una nueva cultura para las emergencias nacionales, especialmente de naturaleza sísmica en el Valle de México cuando sabemos que los especialistas sismólogos de la Universidad Autónoma de

México han anticipado la presencia de fuertes movimientos de las capas telúricas para este y los próximos años como ya se comprobó una vez más con el temblor de 9 grados en la escala de Richter del 25 de abril de 1989 (159), etc.

Hoy, es indispensable considerar que la edificación del nuevo Estado Mexicano no se puede construir sobre la base de los viejos valores sociales, especialmente cuando fueron dichos principios los que nos llevaron a la profunda crisis estructural que actualmente vivimos. En esta coyuntura es indispensable reconocer que el verdadero Estado Moderno, no surge de la realización de simples cambios administrativos, de las "aperturas políticas", de las transformaciones tecnológicas, de la apertura a la inversión extranjera del adelgazamiento gubernamental, de las modificaciones de la retórica oficial, etc., sino que, en última instancia, parte del cambio mental de la población. Esto es, las verdaderas bases del Moderno Estado Mexicano tienen que surgir de la profundidad y coherencia que posea su proyecto cultural y no de las simples respuestas coyunturales atrevidas que se pretendan implementar en el terreno económico y político. Por lo que es indispensable construir, a través de los canales de información, nuevos valores que produzcan una nueva visión cotidiana sobre nuestras personas, nuestras vidas, nuestra nación, nuestra historia y sobre la misión del hombre en el planeta tierra.

Perspectiva que hasta el momento sólo ha sido concebida por el Estado de forma muy limitada cuando exclusivamente a nivel teórico se ha pretendido atender la efervescencia política y la macro concentración urbana en el Valle de México y el nuevo gobierno ha reconocido la necesidad de que se debe formar, respectivamente, una nueva cultura política y una nueva cultura para la convivencia en la zona metropolitana del país, marginando una enorme cantidad de realidades prioritarias que también deben ser urgentemente atendidas por la acción cultural del gobierno y del sector civil.

De lo contrario, se intentará implementar un proyecto de desarrollo material de la sociedad mexicana, sin un programa racional colectivo que lo respalde. Esto implicará gobernar sin bases mentales, pues se intentará modificar el estómago, los brazos y los pulmones del país, sin transformar la cabeza social, lo cual, creará un gobierno descerebrado. Esto es, el ejecutivo gobernará en una atmósfera esquizofrénica pues la cabeza del ente social, en el mejor de los casos, pensará en los valores de las exquisiteces sensoriales, mientras el cuerpo masivo luchará por sobrevivir en el crudo remolino de la realidad nacional.

En estos momentos, debido al breve lapso de vida transcurrido por este nuevo gobierno todavía nos se puede decir radicalmente que por no contemplarse intensivamente la

acción cultural en sentido amplio dentro de los programas de desarrollo nacional, el proyecto de gobernabilidad del Presidente Carlos Salinas esté condenado al fracaso; pero lo que sí podemos afirmar es que por tales ausencias, a esta altura, esta administración ha seguido el camino más largo, difícil y costoso para alcanzar las metas políticas propuestas, cuando podría haber ahorrado enormes recursos y procesos sociales si considerara prioritariamente la acción de los medios de comunicación como agentes centrales del cambio cerebral y afectivo de nuestra sociedad.

Por lo mismo, de no producirse esta cultura orgánica, de muy poco o nada, servirá para el urgente programa de crecimiento nacional de belleza producida por la retórica literaria, la luz generada por la pintura exquisita, las estrofas rítmicas de la poesía, las curvas excelsas de la escultura perfecta, la plástica deliciosa de la danza, los lenguajes artísticos del cine, etc., si antes no se produce una verdadera cultura orgánica que incremente los niveles de claridad y de compromiso grupal de la población frente a los grandes problemas nacionales que nos ahogan. Esto es, de no darse esta orientación de conocimiento orgánico y sólo impulsar una línea de elite intelectual y artística, el Estado posibilitará la acumulación de una sensibilidad más refinada para el país pero que, finalmente, no podrá ser aprovechada extensivamente por nuestra sociedad, pues el hambre, el desempleo, la violencia, la neurósis, la

contaminación, la enajenación, la pobreza, la hacinación, etc., en una palabra, la deshumanización que cada vez más se acentúa en nuestra República, serán los jinetes del apocalipsis que harán inaccesibles todos estos deleites para la mayoría nacional. No se puede volver a repetir en el país la situación de Bisancio en la antigüedad que permitió que mientras los bárbaros atacaban la ciudad de Constantinopla sus "sabios" discutían con todo rigor si los angeles tenía o no alas.

En otros términos, esto quiere decir que para que la propuesta global de avance del nuevo ejecutivo se pueda realizar, además de la creación de los 3 acuerdos nacionales fijados por el Presidente Salinas de Gortari (acuerdo para la ampliación de nuestra vida democrática, acuerdo para la recuperación y estabilidad económica y acuerdo para el mejoramiento productivo del bienestar popular) ahora, es indispensable crear un cuarto acuerdo nacional para el cambio mental del país a través de los medios de comunicación y de otros órganos culturales. Esto significa, que así como en su proceso de modernización el Estado mexicano para garantizar su soberanía en el terreno de la dirección económica ha declarado como áreas estratégicas a "Petróleos Mexicanos, la petroquímica básica, la comisión Federal de Electricidad, minerales radioactivos, generación de energía nuclear, ferrocarriles, correos, comunicación vía satélite, e instituciones fundamentales como Conasupo (160) ahora ante

el proceso de apertura de fronteras culturales vía las nuevas tecnologías de información, para que el Estado mantenga su soberanía ideológica, es indispensable que eleve a nivel de ubicación estratégica la acción cultural, la identidad nacional y sus instrumentos de materialización colectiva como son los medios de comunicación masivos. De lo contrario, el proceso de modernización del país sólo habrá conseguido mantener la autonomía en los brazos y piernas del organismo social, pero no en su cerebro colectivo. Ante lo cual debemos preguntarnos ¿De qué clase de modernización se trata?. (161)

Por eso, mientras los medios de comunicación, y en especial la t.v., no produzca en sus auditorios un profundo cambio mental a nivel cultural, el Estado seguirá gobernando contra la inercia ideológica de las masas frente a los grandes problemas nacionales y el único respaldo con que contará para concertar la voluntad de las mayorías alrededor de su propuesta de cambio, serán los aparatos logísticos, administrativos, policiales y militares. Esto es, de no producirse a través de los medios de comunicación una nueva cultura global para el avance del país, las acciones de modificación estructural de la sociedad mexicana tendrán que realizarse por medio de la intervención de los recursos burocráticos y represivos pues no se contará con los respaldos de transformación mental que son quienes, a final de cuentas, aceleran o retardan las evoluciones sociales.

Por lo mismo, de no efectuar esta tarea el Estado vía los medios de comunicación, y dedicarse principalmente al deleite de los refinamientos sensitivos, los organismos culturales se convertirán en entidades de adorno del Estado Mexicano y desaprovecharán la oportunidad histórica que la sociedad mexicana les ha construido para corregir el rumbo del espíritu nacional hacia una nueva fase superior de claridad colectiva. Visto en términos globales será como haber utilizado los recursos que nos dió la expropiación petrolera para construir exclusivamente vitrinas de lujo con las flores y aromas más exóticos del planeta. Desperdicio de espacio espacio que será aprovechando por otros órganos nacionales y transnacionales para propiciar el desarrollo cultural del país desde los intereses mercadológicos voraces de la acumulación de capital y no desde su crecimiento social y humano.

Por eso, para corregir la dirección de nuestro espíritu nacional hoy es estratégicamente fundamental incluir el papel que ocupan los medios de comunicación electrónicos, y particularmente de la televisión, dentro del examen, diseño y realización de las políticas culturales, pues es desde estos desde donde se esta construyendo cotidianamente con mayor fuerza el proyecto mental de la República. Dada la pérdida de la rectoria cultural de la sociedad mexicana por parte del gobierno, actualmente, es RAZON DE ESTADO el que

este planifique los medios de comunicación para el desarrollo del país. Hay que considerar que debido a la aceleradísima crisis global que vivimos de nada servirá intentar corregir los pies económicos, los brazos tecnológicos, las manos labores, el estómago agropecuario, los pulmones ecológicos del país, etc., si no modificamos el alma que le da vida a nuestra sociedad, pues el cuerpo, tarde o temprano, se volverá a desmoronar y, cada vez más, con mayor profundidad.

NOTAS

(1) Haza Remus, Luis Armando; Políticas de financiamiento de la cultura, Seminario: política Cultural en México, Coordinación de Humanidades, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias, Universidad Nacional Autónoma de México, 8 de noviembre de 1988, México D.F.

(2) Ibid.

(3) Ibid.

(4) Esta situación no es propia de México sino extensiva a América Latina, pues según el pensador argentino Uslar Pietri, "la intelectualidad de la región ha abandonado parcialmente su tradicional función de maestra y conductora

y por un afán imitativo de modas ideológicas europeas, ha perdido rango y audiencia en la vida latinoamericana y ahora tiene muchísimo menos peso del que tuvo memoria. Por ello, los latinoamericanos necesitamos una gran cura de realidad y revisar a fondo nuestros ideales, objetivos y posibilidades para lograr la consolidación de una democracia verdadera". La intelectualidad regional pierde rango y audiencia, Excélsior, 19 de julio de 1989.

(5) Al respecto consultar el papel que ha desempeñado la cultura en los últimos 4 gobiernos Primer informe de Gustavo Díaz Ordás (1965), El Financiero, 3 de octubre de 1988; Tercer informe de Gustavo Díaz Ordás (1967), El Financiero, 5 de octubre de 1988; Cuarto informe de Gustavo Díaz Ordás (1968), El Financiero, 6 de octubre de 1988; Quinto informe de Gustavo Díaz Ordás (1969), El Financiero, 7 de octubre de 1988; Ultimo informe de Gustavo Díaz Ordás (1970), El Financiero, 8 de octubre de 1988; Primer Informe de Luis Echeverría Alvarez (1971), El Financiero, 11 de octubre de 1988; Segundo Informe de Luis Echeverría Alvarez (1972), El Financiero, 12 de octubre de 1988; Tercer Informe de Luis Echeverría Alvarez (1973), El Financiero, 13 de octubre de 1988; Cuarto Informe de Luis Echeverría Alvarez (1974), El Financiero, 14 de octubre de 1988; Quinto Informe de Luis Echeverría Alvarez (1975), El Financiero, 15 de octubre de 1988; Ultimo informe de Luis Echeverría Alvarez (1976), El Financiero, 16 de octubre de 1988; Primer informe

de José López Portillo (1977), El financiero, 19 de octubre de 1988; Segundo Informe de José López Portillo (1978), El financiero, 20 de octubre de 1988; Tercer informe de José López Portillo (1979), El Financiero, 20 de octubre de 1988; Cuarto informe de José López Portillo (1980), El Financiero, 20 de octubre de 1988; Quinto informe de José López Portillo (1981), El Financiero, 21 de octubre de 1988; Ultimo informe de José López Portillo (1982), El Financiero, 22 de octubre de 1989; Primer informe de Miguel de la Madrid (1983), El Financiero, 23 de octubre de 1988; Segundo Informe de Miguel de la Madrid (1984), El Financiero, 23 de octubre de 1988; Tercer informe de Miguel de la Madrid (1985), El Financiero, 24 de octubre de 1988; Cuarto Informe de Miguel de la Madrid (1986), El Financiero, 25 de octubre de 1988; Quinto informe de Miguel de la Madrid (1987), El Financiero, 26 de octubre de 1988; Ultimo informe de Miguel de la Madrid (1988), El financiero, 27 de octubre de 1988.

(6) Ver los principales "suplementos culturales" de los diarios metropolitanos.

(7) Una de las cosas que mejor ilustran dicha realidad es la propuesta de programación "cultural" del canal 9 de TELEVISIA.

Uruguay y Venezuela donde la acción cultural se comprende en los mismos términos restringidos. Situación que se deriva de la agenda de discusión de los ocho ministros y que abarca los siguientes puntos:

- Desafíos de la educación superior para el año 2000, en virtud de la crisis por la que atraviesan las universidades de América Latina, en curricula, matrícula y financiamiento.

- Educación permanente de los adultos no sólo en cuanto al proceso indispensable de alfabetizarlos, sino par llegar a su educación básica y la capacitación para el trabajo.

- Enseñanza de las ciencias en la educación básica, imprescindibles para incorporar el dinámico desarrollo científico y tecnológico que hav en el mundo.

- Planificación de la educación, por lo que hace el intercambio de experiencias.

- Educación tecnológica, en cuanto al ajuste de los sistemas educativos a un desenvolvimiento tecnológico cada vez más acelerado y complejo.

- Industrias culturales en lo relativo a la preservación de la identidad cultural y por ende al fortalecimiento de la soberanía.

- Los indicadores culturales, respecto a contar con parámetros para advertir y comprar el desarrollo cultural de los países de la región.

- Protección y restauración del patrimonio cultural, en virtud de la carencia del personal especializado.

- Formación de promotores culturales, sobre todo a nivel de la comunidad.

- Un seminario permanente latinoamericano de cultura popular, con el fin de estimular la creación artística entre los grupos populares y afirmar así las raíces comunes de nuestros pueblos.

En suma, también se plantearon la actividad editorial, el intercambio de series culturales para los medios de comunicación masiva, el financiamiento y los mecanismos de concertación a fin de alcanzar los objetivos del compromiso acordado.

Guzmán Ferrer, Martín Luis; Integración Cultural, Excélsior, 2 de agosto de 1988.

De igual forma este panorama volvió a repetirse en junio de 1989 en el primer Encuentro de Ministros de Cultura de América Latina y el Caribe celebrado en Río de Janeiro, Brasil. En dicho evento se planteó a los ministros examinar, entre otros, las siguientes 3 propuestas.

1.- "Crear un foro permanente de ministros de cultura que se reuniría anualmente realizando su próximo evento en 1990, en la ciudad de México.

2.- Crear un comité de expertos que se reúna con la ALADI para poner en práctica el acuerdo de alcance parcial sobre la libre circulación en comercialización de bienes culturales.

3.- Exhortar a los países latinoamericanos que aún no se ha adherido a suscribir el acuerdo de alcance parcial de la ALADI.

Entre los proyectos que se discutieron y aprobaron, figuran los siguientes:

- 1) Creación de un consejo latinoamericano de cultura.
- 2) Establecimiento de un fondo de protección de bienes culturales.
- 3) Creación de un mercado latinoamericano de cine y video.

- 4) Divulgación de la herencia cultural africana y de latinoamérica.
- 5) Poner en práctica los acuerdos del Grupo de los Ocho para la supresión de tarifas a la circulación de obras de arte.
- 6) Participar en los festejos de los 500 años de la llegada a América de los españoles que avanzaron hasta los vestigios de las grandes culturas de los pueblos que vivían desde México hasta la frontera sur del Encanto en la parte norte de Chile y Argentina. (Valiente manera de profundizar en el encuentro de nuestras raíces culturales". La Cultura en América Latina, Sinónimo de soberanía y lucha por la democracia, Excélsior, 12 de agosto de 1989.

(11) Ver las temáticas de los cursos que se organizan sobre este punto. Licenciatura para la administración del tiempo libre, Revista Tiempo Libre, 29 de junio 5 de julio, México D.F. 1989; Capacita el ISSSTE a más de 300 promotores del área cultural, Uno Más Uno, 30 de junio de 1989.

(12) Ver el festival Cervantino, el Festival de la Ciudad de México, El Festival Internacional de Cultura del Caribe. Gran festival de la Ciudad de México, Excélsior, 21 de julio de 1989; El primer gran festival significa cultura y humanización, Excélsior, 27 de julio de 1989; En vez de

cuestionarlo nos debería de alegrar el festival. La Jornada, 28 de julio de 1989; El festival de las vanidades. El Universal, 31 de julio de 1989; Los Festivales del Poder. El Buzo, Excélsior, 20 de agosto de 1989.

La única excepción que encontramos en este terreno corresponde al II Festival Internacional de Cultura del Caribe organizado por el Programa Cultural de las Fronteras donde además de tocarse los temas tradicionales como la literatura, el cine, la historia, la música y la arquitectura del Caribe, por primera vez se amplía el concepto de cultura y se analizan problemas ambientales, proyectos de ecodesarrollo; investigación sobre flora, fauna y acervos de información. II Festival Internacional del Caribe. , Uno Más Uno, 27 de julio de 1989; Inauguran hoy el Festival del Caribe. Excélsior, 18 de agosto de 1989.

(13) Sobre este punto ver el trabajo de la Comisión de Altura y deportes del sindicato de trabajadores de la Universidad Iberoamericana, Comité Ejecutivo, México D.F., agosto de 1989.

(14) Nos referimos a la ley Federal de Radio y Televisión que en su artículo 51 inciso f) considera que "son programas culturales aquellos que contribuyen a la comprensión y al entendimiento de la literatura, la música, las bellas artes, la historia, la geografía, las ciencias

sociales y naturales, preparados por ó con la cooperación de las universidades, museos y otras instituciones culturales, así como en conferencias, exposiciones, conciertos, orientación vocacional y noticias sobre libros". Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Industria Cinematográfica Relativo al Contenido de las Transmisiones en Radio y Televisión, Diario Oficial de la Federación, 4 de abril de 1973; México D.F.

(15) Revisar por ejemplo las convocatorias de los concursos "culturales" del Instituto Mexiquense de Cultura y los resultados de la convocatoria del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes en el ramo de artes plásticas, arquitecturas, letras, música, artes escénicas y danza. Convocatorias a los premios nacionales 1989, Excélsior, 30 de julio de 1989; Resultados de la convocatoria a los creadores intelectuales y artistas de México, Uno Más Uno, 9 de agosto de 1989.

(16) Nos referimos, por ejemplo, a las acciones realizadas por la Subdirección de Acción Cultural del ISSTE frente a los ancianos. Programa cultural para mayores de 60 años, Excélsior, 2 de agosto de 1989.

(17) Consultar Festejos por la semana cultural del anciano organizados por el INSEN, Excélsior, 5 de agosto de 1989.

(18) El Plan Nacional de Desarrollo plantea que para 1989-1994 la política cultural del gobierno de la República perseguirá como primer objetivo, la protección y difusión de nuestro patrimonio arqueológico, histórico y artístico. Se trata en este sentido, de rescatar, investigar, catalogar y conservar el acervo de todos los mexicanos. Para ello se prevén, entre otros proyectos, acciones tendientes a salvaguardar zonas y monumentos prehispánicos, revitalizar los centros históricos de origen colonial, consolidar la infraestructura de la red de museos y promover el rescate y la difusión de las diversas manifestaciones de cultura popular, tanto urbanas como rurales.

Como segundo objetivo se realizará el estímulo a la creatividad artística. Con ese fin, se presentará especial atención a la reestructuración de la educación artística, especialmente en el nivel profesional; se reforzarán los proyectos de capacitación de maestros como promotores culturales; se establecerán nuevos talleres y centros regionales de formación y, a través del Fondo Nacional para

la Cultura y las Artes, se ofrecerán becas de alto nivel para que los artistas e intelectuales se dediquen exclusivamente, por un tiempo determinado, a la obra de creación.

Como tercer objetivo se pretende la difusión del arte y la cultura. Para alcanzarlo se prevé la consolidación y el desarrollo de la red nacional de bibliotecas públicas y la promoción de nuevas ediciones, que atiendan de manera particular a los niños y a los jóvenes, así como una más amplia distribución, a lo largo de todo el país de las publicaciones nacionales y extranjeras. Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994, Poder Ejecutivo Federal, Secretaría de Programación y Presupuesto, México D.F. mayo de 1989, p-116 y 117.

(19) Sobre este punto es sintomático que en la organización de los Programas Nacionales de Mediano Plazo del Sistema Nacional de Planeación Democrática para el período 1989-1994 se distribuyen las diversas actividades nacionales por ramas de importancia, integrándose la cultura, la modernización educativa y el deporte en el mismo apartado. Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994, obra citada p-134.

(20) Consultar la información de la nota 3 bis.

(21) Al respecto ver la propuesta de uso cultural de los medios de comunicación para este gobierno. Plan Nacional de Desarrollo, obra citada, p-117.

(22) Un ejemplo muy claro de esta incomprensión se localiza en el texto preliminar del Dr. Enrique Florescano donde revisa las políticas culturales más importantes del país y los medios de comunicación son marginados nuevamente a un lugar insignificante dentro de este balance. Enrique Florescano, La política cultural en México; Seminario sobre la política cultural en México. Universidad Nacional Autónoma de México e Instituto Nacional de Antropología e Historia, 8 de noviembre de 1988, México D.F.

(23) El término religión lo empleamos en el sentido de Erich Fromm "no referido a un sistema que necesariamente se relaciona con el concepto de Dios o de los ídolos, ni a un sistema percibido como religión, sino a cualquier sistema de pensamiento y acción compartido por un grupo que ofrece al individuo un marco de orientación y un objeto de devoción". Erich Fromm, Ser o Tener, Fondo de Cultura Económica, México D.F., 1987, p-32.

(24) Fuentes, Carlos: La crisis del "sueño americano"; Excélsior 18 de julio de 1989.

(25) La derrota del "sueño norteamericano" ha sido tal que una reciente encuesta realizada por el Wall Street Journal y la cadena de televisión CBS, "revela que hay una mayoría de norteamericanos que piensa que su nivel de vida está en descenso. Setenta y tres por ciento creen que mejor que sus padres pero 70% creen que sus hijos vivirán peor que ellos."

"Entre 1946 y 1973 la productividad estadounidense aumentó anualmente a razón de -%. Hoy, araña apenas el 1% y es la más baja del "primer mundo". Equivale a la mitad de la productividad de la República Federal Alemana; a una tercera parte de la inglesa, a una cuarta parte de la francesa y a otra cuarta parte de la japonesa. El trabajador estadounidense gana hoy casi 10.5 menos que en 1972. Pero consume más que nunca. ¿Por qué?. Para mantener un nivel de vida que amenaza descender tan vertiginosamente como la producción o los salarios".

Esto se amplifica más cuando observamos que la crisis de hegemonía de los E.U. ante el mundo occidental lo han llevado a instaurar movimientos bélicos que produjeron "una deuda de consumo de 550 millones de dólares. La deuda

hipotecaria al trillón y medio de dólares. La deuda federal a otros dos trillones y si los activos se disparan más, las deudas quedan y sólo se pueden corregir, a la postre, mediante la reducción de los niveles de vida del pueblo estadounidense. Lo impensable lo que más vulnera al sueño norteamericano. Fuentes, Carlos; La crisis del "sueño Americano", Excélsior, 18 de julio de 1989.

(26) Para profundizar en esta realidad contemporánea, ver el libro maravilloso de Erick Fromm, Ser o Tener Fondo de Cultura Económica, México D.F. 1987.

(27) Al respecto es importante considerar que la visión de la cultura norteamericana que cada día se impone más sobre México es tan prepotente que "los anglosajones que escriben sobre nuestro país, pero muy en particular los norteamericanos, creen entender la mentalidad mexicana cuando dicen que por agrarios caducos y distorsionados, México no ha sido capaz de ver con objetividad a Estados Unidos, que no ha hecho de la historia una ciencia sino una idiosincracia, una fábrica de mitos. Su consejo favorito es que los mexicanos nos despojemos de lo que llaman nuestra obsesión por la historia y nos lancemos al futuro ciegamente, sin mirar hacia atrás." Aguilar Zinser, Adolfo; Abismo entre México y Estados Unidos, Excélsior, 29 de mayo de 1989.

De igual forma, la cultura norteamericana es tan despectiva con la herencia mexicana y latinoamericana que "uno de los principales problemas con los que se enfrenta aquel que se dedica a tratar de difundir la cultura de habla hispana en E.U. es la poca importancia que los norteamericanos le otorgan a todo lo que sucede al sur del río Grande. Por ejemplo, Gastón Fernández, Chairman del Depto. de Letras de la Universidad de Arkansas señala que cuando viaja por América Latina al conversar con cualquier profesor hispano, no pasan 15 minutos cuando ya el tema de los E.U. está presente en la charla. Sin embargo, los gringos, si llegan a hablar de América Latina, lo hacen, quizás, cada seis meses y no sólo en lo que toca a la literatura, sino en general: en lo político y lo social. La cultura latinoamericana es vista en E.U. como un esqueleto que carece de profundidad, Uno Más Uno, 19 de junio de 1989.

(28) Rebeil Corella, Ma. Antonieta y Montoya Martín del Campo Alberto, Los adolescentes frente a las representaciones de la televisión, en Televisión y Desnacionalización. Varios Autores, Editorial Universidad de Colima, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), Colima, México 1987, p. 59.

(29) La televisión y los niños, conocimiento de la realidad televisiva vs conocimiento de la realidad nacional. Cuadernos del Consumidor, Instituto Nacional de Consumidor (INCO), noviembre de 1982, México D.F.

(30) En defensa del idioma, Excélsior, 25 de mayo de 1987; Defender el idioma, bandera, de todo el país, Excélsior, 20 de mayo de 1987; Diputados, SEP, INCO, SCT, impugnaron el desplazamiento del español por el inglés, Uno Más Uno, 24 de julio de 1987; Urgen leyes que eviten agresions al idioma, Excélsior, 24 de julio de 1987; Invadirán a México con productos obsoletos y miles de baratijas a costa del idioma español, Ovaciones, 24 de julio de 1987.

(31) García Cantú, Gastón: Defensa de la cultura, Excélsior, 29 de junio de 1989.

(32) Dentro de otro contexto esa misma fuerza es la que se produce en gran parte de "los verdaderos científicos" pues no son los miserables salarios que se perciben los que los incitan a continuar en su disciplinadísima labor, sino la pasión que le da el descubrimiento a través del conocimiento. Al respecto consultar Murió a los 87 años uno de los últimos pastevianos de formación y de espíritu, Excélsior, 25 de junio de 1989.

(33) Sobre el punto ver la conquista espiritual de México, Excélsior, 26 de julio de 1989.

(34) Expresión de Carlos Monsiváis.

(35) Ideas elaboradas a partir de la conversación telefónica con Vigilio Caballero Director del Sistema Oaxaqueño de Radio y Televisión el 10 de agosto de 1989.

(36) Al respecto ver Plaza Theatre of Wax and Ripley's Believe it or not, 301 Alamo Plaza, San Antonio Texas, E.U.A.

(37) La fascinación que nos ha producido la cultura norteamericana a lo largo de varios años a través de la televisión, es tal, que siendo que México tiene dos fronteras civiles, la población mexicana de la década de los 90's se inclina por conocer preferentemente los Estados Unidos de América antes que otro país latinoamericano como Guatemala y Honduras donde se cuenta con más historia y resulta más barato viajar e incluso se está dispuesto a realizar cualquier sacrificio con tal de lograrlo. Por ejemplo, especialmente en la temporada de vacaciones, para obtener la visa de ingreso al país del norte más de 4,000 mexicanos aceptamos diariamente en el Distrito Federal realizar colas desde las 7 de la noche del día anterior bajo

la lluvia y el frío de la noche ó el sol tajanate de la mañana, esperar ente 01 y 15 horas sin ingerir aimentos para reaizar los trámites y llevar los documentos más sofisticados que se exigen como son comorobantes oficiales de trabajo, recibos de pago de los últimos 6 meses, copia de registro al Instituto Mexicano de Seguro ocial, carta confidencial de cuentas bancarias con cantidades precisas de ahorro e inversiones (se subraya que si no aparecen dichos datos no se aceptarán) testimonio de pago de impuestos en México, demostración de propiedad e bienes raíces, etc. Esfuerzo que sólo se ha visto que la población está dispuesta a realizar cuando tiene que ganar su turno para inscribi a sus hijos en la escuela pública, ó ante situaciones de presión como fue la fase de obtener lkas calcomanías de automovilista contra la contaminación, ó cuando en la carestía la CONASUPO ha ofrecido leche a un bajo costo, ó en circunsancias similares de trascendencia personal.

(38) ¿México en los umbrales de una profunda reordenación cultural? Suplemento cultural El Buzo, Excélsior, 23 de octubre de 1988; En México la crisis no es sólo económica sino tmabién cultural, Uno Más Uno, 11 de febrero de 1989.

(39) Para ampliar este punto consultar. Evitar una generación perdida, Excélsior, 5 de octubre de 1988; Década perdida, Excélsior, 31 de octubre de 1988.

(40) Creación renacentista del individuo, Excélsior, 19 de marzo de 1989.

(41) El Estado pelea en reversa: Buendía en 1982, Excélsior 31 de junio de 1989.

(42) Ibid.

(43) Europa 1992: ¿Un desafío para quién?, Uno Más Uno, 7 de mayo de 1989; Errores en la reparación del mercado único en Europa: puede ser paso en falso; Hoskyns, Excélsior, 9 de mayo de 1989; cambio estructural de la DCEG ante el Mercomún 1992, Excélsior 21 de junio de 1989; Predomina en la C.E. un mercado sorprendentemente abierto, Excélsior, 25 de julio de 1989.

(44) Europa vive una fiebre de fusiones empresariales, Excélsior, 29 de julio de 1988; Se fusionan la Volvo y una firma sudcoreana, Excélsior, 25 de agosto de 1989; Oleada de fusiones en Europa: WSJ, Excélsior, 25 de agosto de 1989; Se agudiza la rivalidad entre Mercedes Benz y BMW, Excélsior, 31 de agosto de 1989. BASF Ag Adquiere a la empresa familiar Aurodin, Excélsior 31 de agosto de 1989.

(45) La formación de esta nueva integración monetaria, pasará por tres etapas:

La primera etapa busca establecer una convergencia más fuerte de las economías nacionales manteniendo las instituciones existentes hasta la fecha.

La segunda etapa es un período de transición. En esta fase el consejo de maestros de la C. Europea pueden establecer reglas (aunque no obligatorias) a efecto de reducir los déficits presupuestales de los estados nacionales. De comienza a establecer las estructuras que deberán lograr el Sistema Europeo de Bancos Centrales. Comienza a existir reglamentaciones monetarias más estrictas.

La tercera etapa es la última. Se fijan paridades monetarias fijas e irrevocables. El consejo de ministros de la C. Europea detenta un verdadero poder fuerte a los gobiernos de estados nacionales en materia presupuestal. El Sistema Europeo de Bancos Centrales adquiere y administra las reservas de los 12 países miembros. La política monetaria se concibe en el seno del Sistema Europeo de Bancos Centrales y se ejecuta por los bancos centrales nacionales. Progresivamente se introduce el ECU como moneda común.

Aplica ya Europa discrecionalmente su legislación antidumping. Excélsior, 24 de junio de 1989. La RFA lider monetario de Europa. Excélsior, 13 de julio de 1989; La integración financiera de Europa y el surgimiento de una

nueva moneda mundial, Excélsior, 20 de julio de 1989; La configuración monetaria en Europa, Excélsior, 22 de julio de 1989; Renuncia Europa a aislarse y constituir una fortaleza económica, Excélsior, 24 de julio de 1989; Alientan a la formación de un mercado único europeo, El Financiero, 28 de julio de 1989.

(46) Elimina París trabas al capital extranjero, Excélsior 21 de abril de 1989; Establece Europa el mecanismo financiero del Mercado Común, Excélsior 24 de agosto de 1989.

(47) La banca italiana en defensa ante 1992, Excélsior, 9 de agosto de 1989; Revolución busáti en España, Excélsior, 28 de agosto de 1989. Opaca a la bolsa de Italia su desrregulación, Excélsior, 10 de septiembre de 1989.

(48) Comienzan a sentirse los efectos de la Europa 92, Excélsior, 15 de abril de 1982.

(49) La guerra comercial entre E.U. y Japón puede dañar a Europa, en el ramo de la electrónica, Excélsior, 8 de junio de 1989.

(50) Hay graves obstáculos para privatizar agua y luz en la Gran Bretaña; Excélsior, 7 de agosto de 1989.

(51) Disminuir reclamentos europeos para 1992, Excélsior, 21 de abril de 1989; Aplica ya Europa discrecionalmente su legislación antidumping, Excélsior, 24 de junio de 1989; Había medidas proteccionistas contra productos de América Latina; UIA, Excélsior, 31 de agosto de 1989.

(52) Europa unirá sus mercados y su política exterior, Excélsior, 28 de agosto de 1989; Rechaza la CEE el nuevo gobierno de Panamá, Uno Más Uno, 3 de septiembre de 1989.

(53) La Europa que ya está en puerta lanza su primer tentáculo a ultramar; Excélsior, 17 de mayo de 1989.

(54) Debe agilizarse el flujo de mercancías, Excélsior, 21 de abril de 1989; Presión para moderar a sindicatos, Excélsior 20 de junio de 1989.

(55) Miles de hombres serán despedidos para alcanzar los supuestos benéficos, Excélsior, 3 de mayo de 1989.

(56) Posible una policía para toda la Comunidad Europea, Excélsior, 16 de agosto de 1989.

(57) Teme Europa que la desaparición de fronteras en 1992 haga incontenible el narcotráfico mundial; Excélsior, 21 de abril de 1989; Espera la mafia beneficiarse con la Europa sin fronteras en 1992, Excélsior, 18 de agosto de 1989; Europa próximo objetivo de narcotraficantes, Excélsior, 2 de septiembre de 1989.

(58) Las amenazas al ambiente evidencian las desventajas ecológicas del mercado libre, Excélsior, 5 de octubre de 1988; Europa acelera la destrucción ecológica con el mercado, Excélsior, 3 de mayo de 1989.

(59) Algunos de los principales acuerdos que propone el "libro verde" sobre el desarrollo del Mercado Común de los Servicios y Equipos de telecomunicaciones son los siguientes 10 aspectos:

A) Aceptación de la continuación de los derechos especiales de provisión exclusiva para las Administraciones Telefónicas en relación a la provisión y operación de la infraestructura de red. Cuando un Estado miembro escoge un régimen más libera, para toda o parte de la red, debe ser asegurada la integridad de la infraestructura general de red a corto y medio plazo.

Necesita un mayor análisis la supervisión detallada de la oferta de sistemas bidireccionales de comunicaciones por satélite. Esta debe ser permitida en una base de caso por caso, cuando sea necesaria para desarrollar unos servicios totalmente europeos donde el impacto en la viabilidad financiera de los principales proveedores no sea sustancial. Una definición y un entendimiento únicos en relación a la provisión de la infraestructura serán desarrollados en el punto E).

B) Aceptación de la continuación de los derechos especiales o de provisión exclusiva para las A.A.T.T. en relación a la provisión de un número limitado de servicios básicos, donde se considera esencial la provisión exclusiva en esta etapa para salvaguardar las metas del servicio público.

La provisión exclusiva debe interpretarse estrechamente y ser objeto de revisiones en intervalos dados de tiempo teniendo en cuenta el desarrollo tecnológico y especialmente la evolución hacia una infraestructura digital. Los "servicios reservados" no deben estar definidos para extender el monopolio de los servicios de las A.A.T.T. de forma inconsistente con el tratado. Normalmente, dado el consenso general en la comunidad el servicio telefónico vocal parec ser el único y obvio candidato.

C) La provisión libre (sin restricciones) de todos los otros servicios (servicios competitivos" incluyendo en particular los "servicios de valor añadido") dentro de los Estados miembros y entre éstos (en competencia con las A.A.T.T.) para su propio uso compartido, o provisión a terceras partes sujetos a las condiciones de uso de las infraestructuras de red será definida en E).

Los servicios competitivos deberían incluir todos los servicios excepto los básicos explícitamente reservados para las A.A.T.T. (véase B)

D) Requisitos estrictos en relación a los estándares para la infraestructura de red y los servicios suministrados por las A.A.T.T. o proveedores de servicios de importancia comparable en orden a mantener o crear una inter-operabilidad total europea. Estos requisitos deben basarse en particular en las Directivas 83/189/EEC y 86/361/EEC en la Decisión 87/ 95/EEC y en la Recomendación 86/361/EEC en la Decisión 887/ 95/EEC y en la Recomendación 86/659/EEC.

Los Estados miembros y la Comunidad deben asegurar y promover la provisión por las A.A.T.T. de comunicaciones eficaces en toda Europa y en el mundo en particular en relación a aquellos servicios (sean reservados o competitivos) recomendados para su provisión en toda la Comunidad, según la recomendación 86/659/EEC.

E) Definición clara por una Directiva Comunitaria de los requisitos generales impuestos por las A.A.T.T. a los proveedores de servicios cocompetitivos para el uso de la red, incluyendo definiciones en relación a la provisión de infraestructuras de red.

Esta debe incluir obligaciones claras de interconexión y acceso por las A.A.T.T. para los proveedores de servicios transfronteras en orden a prevenir infracciones del tratado. Debe alcanzarse un consenso sobre estándares frecuencias y principios tarifanos, en orden a convenir las condiciones generales impuestas por los proveedores de servicios en el sector competitivo. Detalles de esta Directiva de Provisión de Red Abierta (ONP) deben ser preparadas en consulta con los Estados miembros las A.A.T.T. y las otras partes implicadas en el marco del Grupo de Oficiales Senior en Telecomunicaciones (SOG-T).

F) Provisión libre (sin restricciones) de equipos terminales dentro de los Estados miembros (en competencia con las A.A.T.T.), sujeto a una aprobación tipo y compatible con las obligaciones del tratado y Directivas existentes. La provisión del primer aparato telefónico (convencional) se puede excluir de la provisión sin restricciones en una base temporal.

Las estaciones terrenas únicamente receptoras (ROES) para las vías descendentes del satélite deben ser asimiladas a equipos terminales y estar solo sujetas a homologación.

G) Separación de las actividades operativas y regulatorias de las A.A.T.T. Las actividades regulatorias conciernen en particular a las licencias, control de la homologación especificaciones de interface distribución de frecuencias y vigilancia general de las condiciones de uso de la red.

H) Estricta revisión continua de las actividades operativas (comerciales) de las A.A.T.T., de acuerdo a los artículos 85, 86 y 90 del Tratado de la CEE. Esto se aplica en particular a las prácticas de subsidios cruzados entre actividades en el sector de servicios competitivos y de las actividades en manufacturas.

I) Estricta revisión continua de todos los proveedores privados en los nuevos sectores abiertos de acuerdo a los artículos 85 y 86, para evitar los abusos de posiciones dominantes.

J) Aplicación plena de la política comercial común comunitaria a las telecomunicaciones. Notificación por las A.A.T.T. bajo la Regulación 17/62 de todos los acuerdos entre ellos o con terceros países, las cuales puedan afectar la competencia dentro de la Comunidad. Provisión de información en la extensión requerida por la Comunidad en orden a crear una

posición consistente comunitaria para las negociaciones del GATT y sus relaciones con terceros países.

Lera, Emilio; La política europea de Telecomunicaciones. ¿Pragmatismo o audacia? en Revista Telas No. 15, Madrid, España, Septiembre-noviembre de 1988, p-31.

(60) Lera, Emilio; La política europea de telecomunicaciones ¿Pragmatismo o audacia? Revista Telos No. 15, Fundesco, Madrid, España, noviembre de 1988, p-30

(61) Giordano, Eduardo y Carlos, Zeller; Europa en el juego de la comunicación. Los Libros de Fundesco, Colección Impacto, Madrid, 1988, p-249.

(62) Para ampliar este panorama consultar de Giordano, Eduardo y Zeller Carlos; Europa en el juego de la comunicación. Los libros de Fundesco, Colección Impacto, Madrid, 1988; Gamez-Reino; Enrique y Carlostá; El Mercado Común y los medios de comunicación social. Revista Telos No. 3, Fundesco, Madrid, España, p- 131 a 138.

(63) Lewis, Peter M. y Booth, Jeremy, Profundas transformaciones de la radio británica. Revista Telos No. 14, Fundesco, Madrid, España junio-agosto de 1988, pág. 117.

(64) Europa en el juego de la comunicación, obra cit., p-250.

Para ampliar este horizonte consultar Braverio Raffaele; Television en Europa: una década de convulsiones y cambios, Revista Telos No-3, Fundesco, Madrid, España, julio-septiembre de 1985; Caffarel, Carmen y Romano, Vicente; La competencia de los medios de comunicación entre los dos Estados alemanes, Revista Telos No. 13, Fundesco, Madrid, España, marzo-mayo de 1988; Franquet, Rosa, Concentración radiofónica: un proceso inconcluso, Revista Telos No. 14, Fundesco, Madrid, España, junio-gosto de 1988. Lera, Emilio, La política Europea de telecomunicaciones ¿Pragmatismo o audacia?, Revista Telos No. 15, Fundesco, Madrid, España, septiembre-noviembre de 1988; Guillu, Beranrd, Transformaciones de los sistemas audiovisuales: Causas y retos, Revista Telos O. 25, Fundesco, Madrid España, septiembre- noviembre de 1988; El mercado Común Europeo de las Telecomunicaciones, Revista Telos No-16, Fundesco, Madrid España, diciembre-febrero 1988-89; Jeandan, Jean Paul, Los cambios en la industria Televisiva: una renovación necesaria de la intervención pública, Revista Telos No. 16, Fundesco, Madrid, España, diciembre- febrero 1988-89; Purian Guy y Musso, Pierre, La larga marcha de la televisión francesa hacia la privatización, Revista Telos

No.17, Fundesco, Madrid, España, marzo-abril de 1989 y Europa en el juego de las telecomunicaciones, obra cit.

(65) Ruíz de Marcos, José Manuel y Tirado Montero, Carlos; Las telecomunicaciones en el desarrollo regional. Boletín de Fundesco No. 90. Fundación para el Desarrollo de la Función Social de las Comunicaciones (FUNDESCO), Madrid, España, febrero de 1989, p-7.

(66) Para ampliar este punto consultar el Boletín Fundesco No.-86 dedicado a las nuevas tecnologías en el sector bancario, Fundesco, Madrid, España, octubre de 1988. 16 páginas; Larrinaga, Asunción; La economía europea de los 90 debe contar con servicios de información electrónica. Boletín Fundesco No 78, Madrid, España, febrero de 1988, p-5 y Revolución cultural en España para promover la bolsa. Excélsior, 22 de julio de 1989.

(67) Europa competencia por los espacios televisivos. Uno Más Uno, 30 de julio de 1989.

(68) Feroz competencia por los espacios televisivos. Uno Más Uno, 30 de julio de 1989.

(69) Más atractivo el crecimiento del mercado de
publicidad Asiático que el de Europa, Excelsior, 19 de julio
de 1989.

(70) Transformaciones de los sistemas audiovisuales: causas y efectos, obra citada, p-37.

(71) Ibid, p-42

(72) La larga marcha de la televisión francesa hacia la privatización, obra citada, p-18.

(73) Transformación de los sistemas audiovisuales: causas y efectos; obra citada, p-42

(74) Gómez-Reino. Enrique y Carlota; El Mercado Común los Medios de Comunicación Social, en Revista Telos No-3, Madrid, España, julio-septiembre de 1985, p-138.

(75) Europa en el juego de la comunicación global, obra cit, p- 23.

(76) Ibid, p-41

(77) Estudian en Europa si las series televisivas de violencia de E.U. refuerzan la beligerancia infantil, Excélsior, 29 de agosto de 1989.

(78) Becker, Jorg, La política informativa en Europa Occidental Revista El Periodista Demócrata No-3, revista internacional de la Organizació Internacional de Periodistas, Checoslovaquia, Praga, marzo de 1989, 6-10.

(79) La política informativa en Europa Occidental, obra citada, pág.10: Privatización de la televisión española, Uno Más Uno, 27 de agosto de 1989; La verdadera fuerza de la cultura de E.U. se apoderó de Europa hasta la Postguerra, Excélsior, 29 de agosto de 1989.

(80) Ante el surgimiento de esta nueva cosmovisión banal de la vida, silenciosa, desarticulada y lentamente la sociedad europea en sus profundidades empieza a reaccionar planteando la necesidad de adquirir otra visión de la existencia. Así, en una reciente encuesta realizada por el European-Value-Systems Study Group sobre "Los Valores del Tiempo Presente" se revela que ante el abatimiento de la moral, las personas cada vez más tienden a buscar valores más sólidos como la integración familiar, la virtud de la honestidad, la tolerancia y el respeto hacia los demás, las buenas maneras, la responsabilidad, la cortesía y la lealtad. Es decir, se inclinan por consruir una moral profunda y no de superficie ¿Marcha Europea hacia la desmoralización?, Excélsior, 8 de septiembre de 1989.

(81) Estudian en Europa si las series televisivas de violencia de Estados Unidos refuerzan la beligerancia infantil. Excélsior, 29 de agosto d 1989.

(82) Prevratil, Rudolf; Preocupada Europa Occidental por su televisión. Revista • El Periodista Demócrata No. 9, Revista de la Organización Internacional de Periodistas, Checoslovaquia, Praga, Septiembre de 1988.

(83) Represalias si Europa restringe emisiones de televisión. Excélsior, 20 de mayo de 1989; El Mercado Común Europeo se resiste a la t.v. americana. Excélsior, 26 de julio de 1982.

Para ampliar más este punto consultar de Jaime Septien, El juego de las identidades en 1992, I v II. Uno Más Uno, 9 de junio de 1989.

(84) Monopolios industriales amenazan con desplazar a los alimentos naturales. Excélsior, 3 de mayo de 1989.

(85) Rápidamente se incrementa el consumo de bebidas sin alcohol por persona en Italia. Excélsior, 28 de septiembre de 1989.

(86) Se reducen las ventas por los zapatos deportivos.
Excélsior, 10 de septiembre de 1989.

(87) Monopolios industriales amenazan con desplazar a los alimentos naturales. Excélsior, 3 de mayo de 1989.

(88) Los medios de comunicación europeos ante la integración. Uno Más Uno, 8 de octubre de 1989.

(89) En los próximos 10 años 300 millones de europeos podrán ver 89 canales de televisión. Boletín Fundesco No. 89, Madrid, España, diciembre de 1988, p-14 y Jaime Seotien, La revolución improbable. Uno Más Uno 25 de junio de 1989.

(90) Las oficinas de patentes europeas digitalizaran 65 millones de documentos. Revista Fundesco No-77, Madrid, España, Enero 1988, p-18.

(91) Sin enemistarse con los medios de comunicación los sindicatos de la Gran Bretaña lograron romper el límite salarial. Excélsior, 4 de septiembre de 1989.

(92) La Europa en el juego de la comunicación. obra cit, p-252.

(93) Barbeiro. Raffaele: Televisiones en Europa: Una década de convulsiones y cambios, Revista Telos No-3, Madrid, España, julio-septiembre de 1985; p-70.

(94) Para ampliar este aspecto consultar de Callen Roach, Los Estados Unidos y el Nuevo Orden mundial de la Información y de la Comunicación, en Revista Telos No-16, Madrid, España, diciembre-febrero 1988-1989, p-47-57.

(95) Para ampliar el panorama sobre como la prensa se ha modernizado constantemente consultar: Prensa y Tecnología: La reconversión permanente en Boletín Fundesco No-85, Madrid, España, septiembre de 1988 y Los retos de la prensa técnica de cara a 1992, en Boletín Fundesco No-87, Madrid, España, noviembre de 1988.

(96) Bernal, Obddulio Martín; Rodríguez Jiménez: Las industrias del idioma. El Proyecto LAFE iniciativa de la Comunidad Económica Europea frente a Japón y Estados Unidos, Revista Telos No-16, Madrid, España, diciembre-febrero de 1988-1989, p-70.

Sobre este punto consultar Europa se prepara para la industria del idioma, Boletín Fundesco No.-81, Madrid,

España, mayo de 1988, p-10 v 11; Marin, Marcos F; Sandoval, A. Moreno y Sánchez León, F.; El Proyecto Eurotra en el marco de la investigación sobre traductor por ordenador. Revista Telos, No-16; obra citada p-90 a 99 v Rodríguez Bravo, Angel A., Máquinas que hablan y escuchan hacia una interpretación integral de la expresión sonora. Revista Telos No-16, obra citada p-117-124.

Sin embargo, la introducción de estas máquinas parlantes a todos los niveles está enfrentándose a resistencias en las actuales generaciones. Por ejemplo, "un reciente estudio de una Compañía comercializadora de contestadores automáticos muestra que más del 50% de las veces la gente se niega a hablar y cuelga sin dejar respuesta esperando mejor ocasión para hablar con su dueño. También se ha demostrado que los consumidores rechazan la posibilidad de que un aparato electrodoméstico ó de uso habitual les hable, explique cosas o dé órdenes. Por ejemplo, a principios de esta década las compañías electrónicas empezaron a desarrollar despertadores que lo hacían con una voz suavemente femenina, hornos que avisaban cuando la comida estaba a punto, las vajillas que advertían el fin del enjuague, cámaras fotográficas que señalaban que la luz era demasiado escasa para obtener una buena foto, automóviles que avisaban que se acababa la gasolina ó no estaba abrochado el cinturón de seguridad, etc., y tuvieron

que retirarlos del mercado y esperar que las nuevas generaciones que se educaron con juguetes y ordenadores parlantes tengan capacidad de compra para asimilar estos productos. Las máquinas parlantes no son para este tiempo. Excélsior, 25 de septiembre de 1989.

(97) Salinas de Gortari, Carlos: Nos modernizamos o el cambio mundial amenaza al país: Salinas, Excélsior 11 de abril de 1989.

Para ampliar este panorama consultar Urge modernizar todo el aparato productivo en bienes y servicios. Excélsior, 8 de octubre de 1988: Describe los esfuerzos de México por integrarse a la economía mundial la carta de intención 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 fácil. Excélsior, 9 de mayo de 1989: En Marzo la economía del país estará lista para su desregulación: Córdoba, Excélsior, 21 de junio de 1989: Ni liberalismo a ultranza, ni estatismo ultrajante: Zedillo, Excélsior, 30 de junio de 1979: Sucumbió el paternalismo hoy se necesita eficiencia: Peligran los avances por el déficit en paraestatales: Excélsior, 28 de julio de 1989: La apertura comercial es una

decisión permanente: Secofin, Excélsior, 16 de agosto de 1989.

(98) Al respecto revisar En 1992 el país debe estar abierto a la Comunidad Económica Europea, Uno Más Uno, 23 de abril de 1989; Ofrece Europa a México más inversiones y abrir sus mercados a nuestros productos, Uno Más Uno, 21 de mayo de 1989; Estamos listos a enfrentar el reto del mercado único en 1992, Excélsior, 27 de mayo de 1989; Las logias de

La gira de CSG por Europa base para construir un México moderno; Uno Más Uno 16 de julio de 1989; Viaje de Carlos Salinas, Uno Más Uno, 18 de julio de 1989.

(99) Al respecto revisar El acuerdo de libre comercio entre Estados Unidos y Canadá, Revista Comercio Exterior Vol-39, No. 4, abril de 1989, México D.F., p-339, 347.

(100) 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, Excélsior 3 de mayo de 1989; La Cuenca del Pacífico: Un nuevo espacio estratégico, Uno Más Uno, 4 de mayo de 1988; Vitalidad regional: Cuenca del Pacífico, Excélsior, 14 de mayo de 1989; Latinoamérica está lejos del Pacífico, Uno Más Uno, 19 de agosto de 1989.

(101) Saxe Fernando, John: Integración y modernidad: Conceptos muy manoseados, Excélsior, 26 de abril de 1989.

Para ampliar sobre este punto consultar: Sería fatal para México la formación de un mercado común norteamericano, Excélsior, 128 de marzo de 1989; Apertura comercial y estructura de la protección en México, Revista Comercio Exterior Vol. 39, No-4, Abril de 1989, México D.F. p-312 a 329; Rolando Cordera: El gobierno ha recuperado la iniciativa Política, Uno Más Uno, 24 de mayo de 1989:

Estamos preparados para la nueva etapa política: México desde el cerro de la silla, Uno Más Uno, 28 de mayo de 1989; Luiselli, Cassio: México: Rumbo a Estados Unidos, Revista Nexos No-137, mayo de 1989, p-45 a 50.

(102) Meyer, Lorenzo: Alianza de elites México-EU, Excélsior, 17 de agosto de 1989.

(103) Crisis, educación y neoliberalismo, Excélsior, 5 de agosto de 1988.

(104) Ibid.

(105) Bernal Sahagún, Victor Manuel: Las contradicciones. Los dogmas neoliberales I y II; Excélsior.

2 de agosto de 1989 v Excélsior, 9 de agosto de 1989, respectivamente.

(106) CSG: Se mantendrá rectoría en telecomunicaciones. Uno Más Uno, 23 de abril de 1989; liberalización del sector servicios. Uno Más Uno, 9 de mayo de 1989; Posibilidad de apertura económica en el sector de los servicios. Legorreta, Uno Más Uno, 9 de mayo de 1989; La transición prolongada. Uno Más Uno, 30 de mayo de 1989; Esquema del presente: La situación. Excélsior, 28 de julio de 1989; Universidad y solución a la crisis. No a las recetas neoliberales. Excélsior, 26 de julio de 1989.

(107) SEMIP da a conocer los nombres de 16 ingenios en venta. Excélsior 14 de enero de 1989; Por su difícil situación financiera, los 34 ingenios del país serán vendidos. CNPP, Excélsior, 16 de julio de 1989.

(108) Seguirá la reprivatización de la Minera de Cananea. Excélsior, 10 de marzo de 1989; Continuará la venta de paraestatales mineras. Excélsior, 7 de marzo de 1989; Declaran en quiebra a la Compañía Minera de Cananea. Excélsior, 21 de agosto de 1989.

(109) Se creará un fideicomiso para vender Mexicana. Uno Más Uno, 24 de mayo de 1989.

(110) Obtuvo Pemex ingresos por 28 billones en 1988.
Excélsior, 15 de octubre de 1985: Los dogmas neoliberales.
Contadicciones, Excélsior, 9 de agosto de 1989.

(111) La reprivatización de teléfonos de México está
en estudio. Uno Más Uno, 26 de marzo de 1989: Concamin:
Reprivatizar única solución viable para teléfonos. Uno Más
Uno, 7 de marzo de 1989: Declara el director de TELMEX que
no hay nada concreto sobre la reprivatización. Uno Más Uno.

10 de marzo de 1989: Teléfonos al borde un ataque de nervios, Uno Más Uno, 26 de marzo de 1989; Podrá entrar capital externo sólo hasta 49%, Excélsior, 29 de junio de 1989.

(112) Podría permitirse hasta 100% de inversión extranjera en algunos sectores competitivos, Excélsior, 19 de abril de 1989; Los beneficiarios de la crisis el gran capital financiero internacional, Uno Más Uno, 13 de mayo de 1989; Fija el reglamento rubros vedados al capital foráneo, Uno Más Uno, 16 de mayo de 1989; Nuevo reglamento para la inversión extranjera, Excélsior, 17 de mayo de 1989; Se libera el capital externo de Tabues, Excélsior, 17 de mayo de 1989; La apertura a la inversión "pone en riesgo a la soberanía nacional", Uno Más Uno, 17 de mayo de 1989; No hay apertura indiscriminada al capital externo, JSP, Excélsior, 17 de mayo de 1989; Preámbulo a la total apertura, Uno Más Uno, 18 de mayo de 1989. ¡Solamente 11% de la inversión en México es extranjera!, SECOFIN, Excélsior, 18 de mayo de 1989; Generará empleos el nuevo reglamento de inversiones, Sectur, Excélsior, 19 de mayo de 1989; ¿Soberanía en riesgo?, Excélsior, 20 de mayo de 1989; Inversión extranjera de 100% automáticamente salvo en 21 áreas, Sería P., Excélsior, 21 de mayo de 1989; La inversión extranjera cuenta en México con mano de obra

barata y fácil entrada. Uno Más Uno, 25 de mayo de 1989; Inversión extranjera valiosa herramienta para el desarrollo nacional. Excélsior, 26 de mayo de 1989; Apasionada entrega a la soberanía. Excélsior, 26 de mayo de 1989.; Socios a cambio de acreedores Excélsior, 26 de mayo de 1989; Faltó profundidad a reglamento que regula el capital foráneo. Excélsior, 26 de mayo de 1989.

(113) A Monterrey \$9,600 millones para una maquiladora japonesa. Excélsior, 21 de abril de 1989; Inversión millonaria de la IP y del gobierno para traer maquiladoras. Excélsior, 25 de abril de 1989; 6,650 maquiladoras a fin de año: BANCOMEMR. Excélsior, 9 de julio de 1989; En 1989 las maquiladoras habrán crecido 416.7% después de 10 años de expansión. Uno Más Uno, 14 de agosto de 1989; Quedarán instalados 250 nuevas maquiladoras este mismo año. Excélsior, 18 de agosto de 1989; Se instalaron otras 250 maquiladoras en el país. Uno Más Uno, 18 de agosto de 1989.

(114) El Estado de México pone a venta 20 paramunicipales. Uno Más Uno, 3 de marzo de 1989; No desaparecerá el sector paraestatal. Uno Más Uno, 9 de mayo de 1989; Avanzó 74% el gobierno federal en la desincorporación de paraestatales. Uno Más Uno, 21 de mayo de 1989; Desde 82 el número de paraestatales se redujó 62%;

Excélsior. 15 de julio de 1988: Quedarse con 413 empresas públicas meta del gobierno. El Financiero. 31 de julio de 1989.

(115) Ha perdido la industria electrónica 13.500 empleos y 350 empresas: Cámara Nacional de la Industria Electrónica, Excélsior, 17 de agosto de de 1989.

(116) Quebraron 400 emopresas electrónicas debido a que se aceleró la apertura de fronteras. Uno Más Uno. 27 de agosto de 1989.

(117) Chatarra más del 80% de las importaciones en tecnología: CANACINTRA de Jalisco. Excélsior. 16 de agosto de 1989..

(118) Cierre de fábricas y reajuste de personal por la apertura: CTM. Excélsior. 30 de abril de 1989; La importación abate 70% de la hechura de ropa en Chinconcuac. Excélsior. 18 de agosto de 1989; Práctica desleal la importación de fdibras acrílicas. Excélsior. 28 de septiembre de 1989.

(120) No pagarán arancel ropa, telas y alimentos en las fronteras y zonas libres del país. Excélsior, 22 de octubre de 1989.

(121) Declina la industria del plástico. Uno Más Uno, 8 de septiembre de 1989.

(122) Al borde de la quiebra los comerciantes del Valle Cuautitlán. Texcoco ante la venta de Favuca: CANACO. Excélsior, 19 de octubre de 1989.

(123) Alerta el Congreso del Trabajo ante intentos neocapitalistas de la IP. Excélsior, 16 de junio de 1988.

(124) Subieron los artículos liberados 150% arriba de los controlados. Uno Más Uno, 2 de julio de 1989.

(125) ¿Reestructuración ó desindustrialización? Uno Más Uno, 25 de agosto de 1989.

(126) Quebraron 700 empresas por la apertura del comercio. Uno Más Uno, 26 de septiembre de 1989; Podrían desaparecer 110.000 industrias con el despeque hacia la modernidad. Excélsior, 28 de septiembre de 1989.

(127) Reprivatizaciones. Festín Desnacionalizador.
Excélsior, 22 de marzo de 1988; Integración. Modernidad.
Conceptos muy manoseados. Excélsior, 26 de abril de 1989;
Apasionada entrega de la soberanía. Excélsior, 26 de mayo de
1989

(128) Meyer, Lorenzo. Alianza de elites México-EU.
Excélsior, 17 de agosto de 1989.

(129) Cavó la Bolsa 35.614 puntos. Uno Más Uno, 17 de octubre de 1989; Cerró al alza el mercado bursátil. Uno Más Uno, 18 de octubre de 1989; También hubo recuperación parcial en Asia y Europa. Uno Más Uno, 18 de octubre de 1989; Nuevo retraso en la Bolsa Mexicana de Valores. Uno Más Uno, 25 de octubre de 1989; ¿Determina Nueva York a la Bolsa de México?. Excélsior, 30 de octubre de 1989.

(130) Festín Desnacionalizador. Excélsior, 22 de marzo de 1988.

(131) Ha dejado un billón 682 mil millones de pesos la venta de empresas paraestatales. Uno Más Uno, 25 de agosto de 1989; Ingresos por 2.000 millones de dólares por la venta de paraestatales. Uno Más Uno, 17 de septiembre de 1989.

(132) Creemos que una de las estrategias que ha seguido el Estado para evitar los estallidos sociales ante estas presiones ha sido la fuerte tolerancia a la existencia de una economía informal que asciende a más del 47% del total nacional. Es subterránea el 97% de la economía nacional: García Suárez, Excélsior, 22 de octubre de 1989.

(133) Para cumplir la visión sobre el tipo de educación política que tenemos en el país, consultar Razgos de la cultura política en el México contemporáneo, Revista A, volúmen IX, No-23-24, Varios autores Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco, enero-agosto de 1988, 220 páginas.

(134) Para profundizar sobre este punto, consultar nuestro trabajo titulado "Hacia la Primavera del Espíritu Nacional. Propuesta cultural para una nueva televisión mexicana", Ed. Funcación Manuel Buendía y Programa Cultural de las Fronteras: enero de 1989, 94 páginas.

(135) Nuestro retraso social, no tecnológico, Excélsior, 30 de mayo de 1989.

(136) Concepción del expresidente Ronald Regan.

(137) Discurso presentado por el Lic. Fernando Solana, titular de la Secretaría de Relaciones Exteriores en la sesión de apertura de la VII Reunión Binacional México-Estados Unidos, en Tlaltelolco, México, Nada a costa de nuestros valores, Excélsior, 8 de agosto de 1989.

(138) Declaración de Quito sobre el espacio audiovisual latinoamericano, firmada por el gobierno mexicano y otros 14 países de la región el 10 de marzo de 1989 en Quito Ecuador. Video Red, Año 2, No-5, abril-mayo de 1989, Lima, Perú.

(139) Anuncio de servicio de importación de víveres, Excélsior, 20 de septiembre de 1989.

(140) Publicidad de los nuevos automóviles Nissan 1990, Uno Más Uno, 23 de octubre de 1989.

(141) Publicidad sobre artículos electrónicos, Excélsior, 6 de noviembre de 1989.

(142) Indiscriminada venta de chocolates tóxicos procedentes de E.U., Excélsior, 19 de agosto de 1989.

(143) Las tintorerías en problemas por ropa importada corriente, Excélsior, 25 de agosto de 1989.

Simplemente hay que decir que desde el 28 de agosto de 1988 hasta la fecha la Cámara Nacional de la Industria del Vestido (CNEU) ha detectado que el 90% de las prendas que se han importado son de baja calidad, al grado que no alcanzan en la mayoría de los casos el rango de

segunda con evidentes fallas y defectos que van en perjuicios del consumidor. Productividad y eficiencia clave del desarrollo: CNCV. Uno Más Uno, 26 de octubre de 1989; De mala calidad 90% de la ropa extranjera aquí: Cisneros Botello, Excélsior 28 de octubre de 1989.

(144) Remate de juguetes y cientos de quejas. Excélsior, 7 de enero de 1988: En peligro el empleo de jugueteros de seguir la importación legal o ilegal; Excélsior, 8 de enero de 1988.

(145) Plan Nacional de Desarrollo: ¿Ciudadosa apertura ahacia el exterior?, Uno Más Uno, 5 de junio de 1989.

(146) Sobre este punto el agregado comercial de E.U. en México señala que "su país no puede controlar todos los productos que se importan a México, por lo que si hay quejas de que muchos de esos artículos son chatarra es responsabilidad de las autoridades mexicanas al permitir o negar su acceso al mercado. Cabe aclarar que la mayoría de las mercancías que se elaboran en aquel país "son de buena calidad". lo que sucede es que muchos de los productos que llegan a México son de procedencia oriental, ya sea de Japón o de Corea ó Francesa sólo que primero llegan al mercado estadounidense y después son traídas a México." La invasión de productos "chatarra" es culpa de importadores mexicanos;

E.U.: Unó Más Uno. 28 de febrero de 1989; Gran parte de la deuda se convirtió en chatarra por mal uso del crédito. Excélsior. 28 de agosto de 1989.

(147) Al respecto consultar a partir de 1992 será más fácil para México ir al mercado europeo; Fouere, Excélsior, 8 de junio de 1989; Mercadotecnia para la apertura comercial, Excélsior, 31 de julio de 1989; Crecerán las exportaciones de Estados Unidos a México, Uno Más Uno, 19 de agosto de 1989.

(148) Meollo de la balanza comercial. Consumo insatisfecho, Excélsior, 7 de octubre de 1989.

(149) Intensa campaña en todo el país contra la invasión de productos extranjeros, Excélsior, 21 de julio de 1989.

(150) Política cultural y modernización: Boletín en Marcha, publicación del Monumento del Pueblo Mexicano, No.2, agosto de 1989, México D.F. p-32.

(151) Al respecto consultar los objetivos asignados a la cultura y el arte en el punto 6.,2.7 del Plan Nacional de Desarrollo. Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994.

(152) Decreto constitutivo del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Diario Oficial No-4. Tomo CDXXII, órgano oficial de la federación. 7 de diciembre de 1988. México D.F., p-11 a 14. Para ampliar este aspecto consultar la entrevista que Antulio Sánchez y Patricia de Leonardo le realizan al Lic. Victor Fibres Olea en El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes un órgano coordinador. Revista Topodrillo No.-6. La Cultura en México. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, México D.F., Verano de 1989. p-29 a 35.

Sobre la labor que hasta el momento ha realizado el Consejo dentro del marco de acelerada apertura de fronteras es importante tener en cuenta la evaluación de Carlos Monsiváis sobre el desempeño del Consejo y quien señala que:

"1) Aún no conocemos (por lo menos yo no conozco) el provecho general de CONACULTA. lo que hemos visto hasta el momento es un cúmulo de proyectos y declaraciones que se refieren en lo fundamental a la relación más adecuada entre el gobierno y los artistas e intelectuales. Esto, que tiene tanto que ver con el hambre de legitimidad del gobierno de los 100 días, es también, en otra medida, justo e indispensable. Con una sociedad civil de alcances todavía tan precarios, y con la tradición oficial de regateo.

censura y entrega de recursos parcial y condicionada, la renegociación con el Gran Patrocinador, el Estado, es vital.

Pero hemos descrito sólo una parte del proceso. Desde sus inicios, y no obstante esfuerzos muy vastos, sobre todo y casi exclusivamente concentrados en la educación primaria, el Estado de la Revolución (o de la posrevolución, o de la reconversión, o de la modernización) ha actuado con reticencia, por decir lo menos, en el campo de la difusión cultural en lo que a la población entera se refiere. Ha preferido por lo común, centrarse en la atención a públicos fijos: el de Bellas Artes, el universitario, los sectores ilustrados de la capital y en menor escala, de Guadalajara y Monterrey. El resto le parece inalcanzable y, en el fondo, no le atañe. Hasta ahora, a los gobiernos les ha desinteresado el derecho a la cultura (entendida ésta en el sentido más restringido, clásico y formativo) de las mayorías nacionales. Las ediciones de la SEP son de cinco mil ejemplares, los grandes acontecimientos del Festival Cervantino se confinaron únicamente al Teatro Juárez de Guanajuato, la Sinfónica Nacional y los grupos de danza siguen actuando básicamente en el Palacio de Bellas Artes. Y no hay protestas o comentarios al respecto, porque se considera que lo cultural es minoritario, por fuerza.

2) El avance industrial ha probado lo contrario. Hoy, millones de personas tienen, gracias a las ediciones masivas de libros, discos y artes gráficas, acceso a los clásicos literarios, musicales y pictóricos. Lo que el gobierno sólo ha concedido a trechos y sintomáticamente, la industria cultural lo consiguió con amplitud, estimulada por la capacidad adquisitiva de las clases medias emergentes. Así, por vía de la comercialización la sociedad ha ido más allá de los ofrecimientos del gobierno y los programas de los partidos. Por lo mismo, ¿qué caso tiene que el PRI declare: "En cultura, el abandono de todo paternalismo"? Hace décadas que la capacidad individual y colectiva para hacerse al margen del gobierno, y de sus estímulos culturales trascendió en lo cultural al paternalismo.

Con todo, estos avances del ofrecimiento industrial no alcanzan al conjunto de la población, ni incluyen -por falta de rentabilidad- elementos sólo al alcance del gobierno, el cual a su vez puede darse esos lujos gracias a que no opera con criterios mercantiles en el campo de la cultura (más bien ha procedido con criterios del más intenso derroche). Pongo un ejemplo reciente: La baja o nula calidad de la mayoría de las películas alquilables en videoclubes en una zona hoy tan amolida como la del videocassete. Al gobierno le correspondería instalar videoclubes con un acervo de clásicos, o de películas interesantes, aunque no

se clasifiquen estrictamente como obras de arte. Esto, por ejemplo, debería ser proyecto obligado del gobierno, en la medida en que los cineclubes son cada vez más minoritarios, y la Cineteca Nacional sólo tiene cabida para un público exiguo (eso no lo digo en demérito de la Cineteca).

El avance de la industria cultural liquida por su cuenta la pretensión paternalista de la izquierda y del gobierno (El arte para el pueblo). Ya Bach y Mozart, García Márquez y Eco, Hemingway y Truman Capote, Rulfo y Sábines son en buena medida cultura popular. Los casi tres millones de estudiantes de enseñanza media y superior, la explosión demográfica del conocimiento de idiomas, la multiplicación de revistas y suplementos, las librerías/almacenes, cambian el panorama. Ante eso, la cultura oficial es restringida. Ya cientos de miles de lectores y espectadores tienen en distintos niveles sus propios sistemas informativos.

3)- EL CONACULTA todavía no define su proyecto en lo tocante a la descentralización. Al respecto, el pronunciamiento del licenciado Víctor Flores Olea, presidente de CONACULTA, no me parece convincente. Según él, la descentralización sólo funcionará cuando la sociedad civil tome a su cargo la tarea de llevarla adelante, lo cual no será posible en un plazo inmediato. La sociedad civil es

débil; su parte empresarial está consagrada al ornato, y el grueso de los recursos le pertenece al gran culpable de la centralización, el gobierno. ¿Cómo descentralizar sin dinero para ampliar o fundar la infraestructura cultural en todo lo que no es el D.F.? ¿Y cómo descentralizar sin proyectos de los gobiernos de los Estados, y con los recursos del gobierno federal centrados básicamente en salarios? (En las universidades de provincia, los salarios ocupan el 92% o el 96% del presupuesto; en la SEP es el 84%). ¿Cómo liquidar los efectos anímicos y políticos encerrados en el término "provincia"? ¿Cómo resolver las consecuencias de la falta de librerías, bibliotecas, sinfónicas, academias de danza, infraestructura teatral, etcétera? Hasta hoy, lo que se da con ciertos resultados es la lejana promesa de ofrecimientos alguna vez similares a los de París, Londres o Nueva York. En rigor, la descentralización cultural es apenas un asomo de proyecto, pese a lo avanzado en Guadalajara y Monterrey (que a su vez requieren descentralización).

4) En síntesis, el licenciado Flores Olea, desde su discurso de toma de posesión ha insistido en sus puntos centrales: habrá libertad de expresión artística, no habrá rectoría cultural del gobierno y se apoyará a la pluralidad.

Esto me parece muy bien, pero es un debate saldado hace mucho. Nadie se imagina al gobierno legislando en materia de literatura y pintura, o promoviendo un "alinismo narrativo", o forzando con granaderos el regreso al arte figurativo. La libertad artística y la pluralidad son conquistas definitivas y no están en cuestión. Está bien que el gobierno los reafirme, y estaría mejor que de paso eliminase a la ubicua censura televisiva, cinematográfica y teatral, pero eso no resulta lo central. Lo central es cómo alcanzar a la mayoría de los habitantes del país, hasta ahora excluidos de la acción gubernamental. El proyecto del CONACULTA, por lo anterior, me parece a la vez necesario y muy falible. Necesario porque la dispersión de esfuerzos no se ha traducido en mayor creatividad, sino en repeticiones al infinito de fórmulas trilladas, y porque es tiempo de incorporar a la cultura, en sus diversos sentidos, entre los objetivos primordiales del Estado mexicano. Temible, por la inercia burocrática, tan superior casi siempre a las mejores intenciones, y porque sus vaguedades enunciativas remiten siempre a la fórmula tradicional: "La cultura es para las minorías, porque las mayorías sólo quieren entretenerse". El que esto sea por un lado falso, y por otro efecto de la tradición clasista, no es aún muy tomado en cuenta por el CONACULTA".

Carlos Monsiváis. Respuesta a Topodrilio. Revista Topodrilio No-6, obra cit., pág. 36 y 37.

(150) Evodio Escalante, La cultura en el contexto del Estado modernizador. Revista Topodrilio No.-6, obra citada p-46.

(151) No hay política definida para financiar la Televisión estatal. Excélsior. 29 de abril de 1986; Autosuficiencia la meta de IMEVISION. Uno Más Uno. 22 de mayo de 1987; La televisión estatal, un eficaz instrumento al servicio de la Nación. Marentes. Excélsior. 18 de junio de 1987; La disputa por el teleauditorio. Revista Expansión. No-483, Vol-XX, febrero de 1988, México D.F.

De sus anunciantes simplemente 7 de ellos. Chrysler, Bancomer, Banamex. Colgate. Volkswagen. Nissan y Bimbo. invirtieron en 1988 en la T.T. de Estado cerca de 20 mil millones de pesos. Florence Toussant. La política informativa de IMEVISION coordinada por la Coordinación de Comunicación Social de la Presidencia: Alvarez Lima. Revista Proceso 644. 6 de marzo de 1989. México D.F. p. 48 y 49.

(155) Sobre este punto el director de IMEVISION señala que el consorcio "aspirará a no ser una carga financiera para el Estado, sino a incrementar la calidad de las

191

transmisiones para ser un medio eficaz en la promoción de productos y servicios, para ser una empresa próspera financieramente hablando... Ante todo IMEVISION busca ser una compañía prósperamente rentable, por lo cual el perfil de los canales de la emisora será el de una televisión de calidad que atienda a convertirse en un atractivo para las inversiones publicitarias" La primera competencia que debemos ganar sean nosotros mismos: Alvarez Lima, Uno Más Uno, 11 de diciembre de 1988.

(156) La televisión estatal debe reflejar mejor la realidad plural del país: Alvarez Lima, Uno Más Uno, 31 de enero de 1989.

(157) Políticas de financiamiento de la cultura, obra cit, p-5

(158) Al respecto esto se confirma a través de la renuncia del director de la Casa de la Cultura de Juchitán, Oaxaca, quien señala que después de 10 años claudica a su cargo porque "estoy desencantado porque el bello proyecto de los amigos se canceló por chismes, por mezquindad humana.

(155) Sobre este punto el director de IMEVISION señala que el consorcio "aspirará a no ser una carga financiera para el Estado, sino a incrementar la calidad de las

191

transmisiones para ser un medio eficaz en la promoción de productos y servicios, para ser una empresa próspera financieramente hablando... Ante todo IMEVISION busca ser una compañía prósperamente rentable, por lo cual el perfil de los canales de la emisora será el de una televisión de calidad que atienda a convertirse en un atractivo para las inversiones publicitarias" La primera competencia que debemos ganar sean nosotros mismos: Alvarez Lima, Uno Más Uno, 11 de diciembre de 1988.

(156) La televisión estatal debe reflejar mejor la realidad plural del país: Alvarez Lima, Uno Más Uno, 31 de enero de 1989.

(157) Políticas de financiamiento de la cultura, obra cit, p-5

(158) Al respecto esto se confirma a través de la renuncia del director de la Casa de la Cultura de Juchitán, Oaxaca, quien señala que después de 10 años claudica a su cargo porque "estoy desencantado porque el bello proyecto de los amigos se canceló por chismes, por mezquindad humana.

Los intelectuales se pelean entre sí y se llevan entre las patas el proyecto cultural de un pueblo". Renuncio a la Casa

de la Cultura porque ahora cuido paredes. Uno Más Uno, 21 de abril de 1989.

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

(160) Salinas de Gortari, Carlos: Primer Informe de gobierno, Secretaría de la Presidencia, Excélsior, 2 de noviembre de 1989; Cuarta parte de la sección A, pág.2

(161) Curiosamente cuando se trata de autonomía el Estado protege aquellos sectores que le parecen estratégicos para no perder su rectoría como es el abasto a las unidades, pero no cuando se refiere a cultura y comunicación que los entrega a las libres fuerzas del mercado. Consultar, No esta a discusión la rectoría del Estado en el abasto, El Día, 29 de marzo de 1989.