

Comunicación y Sociedad²² y ²³

Septiembre 1994 - abril 1995



Departamento de Estudios de la Comunicación Social
Universidad de Guadalajara

© de esta edición. 1995

Universidad de Guadalajara

Departamento de Estudios de la Comunicación Social

Paseo Poniente 2093. Jardines del Country

C.P. 44210, Apartado Postal 6-216,

Guadalajara, Jalisco, México. Fax: 623-75-05

Impreso en Doble Luna Editores e Impresores S.A.

Hugo Vázquez Reyes 24, Col. Industrial Los Belenes, Zapopan, Jalisco, México

ISSN 0188-252X

Certificado de licitud de título número 7608, certificado de licitud de contenido número 5432; expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación; Certificado de reserva de derechos al uso exclusivo del título número 1239/94, expedido por la Dirección General del Derecho de Autor, Subdirección de Reservas.

Comunicación y Sociedad²²y²³

Publicación cuatrimestral del Departamento
de Estudios de la Comunicación Social
septiembre 1994 - abril 1995

INDICE

PRESENTACIÓN

Francisco de Jesús Aceves González. 7

ARTICULOS

¿QUÉ HACER CULTURALMENTE AL CONCLUIR EL SIGLO XX?

Javier Esteinou Madrid. 11

LA INVESTIGACIÓN SOBRE LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN UNA ECONOMÍA ABIERTA

Gaëtan Tremblay. 35

LAS PUBLICACIONES ACADÉMICAS Y LA INSTITUCIO- NALIZACIÓN DEL ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN EN MÉXICO

Raúl Fuentes Navarro. 71

APUNTES PARA UNA HISTORIA DE LA TELECOMUNICACIÓN EN MÉXICO

Armando Martín Ibarra. 103

CINE, TELEVISIÓN Y VIDEO: HÁBITOS DE CONSUMO FÍLMICO EN GUADALAJARA

Enrique E. Sánchez Ruiz. 147

RESEÑA

(1994) *Televidencia: Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*

Sergio Inestrosa. 185

¿Qué hacer culturalmente al concluir el siglo XX?

Javier Esteinou Madrid*

In this article the author approaches the impact that NAFTA will have on national culture. Mexican policy is contradictory and reduces the negotiation of cultural matters to patents and intellectual property. Globalization tendencies have an effect on the psychological and cultural identity of Mexican society, transforming it by the embodiment of new values that exalt neoliberal economics. To face these problems, the author proposes a new cultural policy to the Mexican State.

Los antagonismos

A lo largo de las negociaciones que se han efectuado entre Estados Unidos, México y Canadá para formalizar el Tratado de Libre Comercio, la información que se ha difundido a la opinión pública nacional sobre el mismo, no ha sido coherente ni consecuente del todo con los planteamientos centrales del acuerdo, pues en ocasiones se ha declarado que ciertos rubros

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

sí se considerarían dentro de las negociaciones y en otras fases no. Este es el caso de la comunicación y la cultura nacionales.

Por una parte Herminio Blanco, director de la Comisión Negociadora Mexicana, declaró que

en principio sí se incluirán las industrias del entretenimiento o culturales como son la radio, la televisión, la elaboración de libros, revistas y arte, pues son sectores productores de servicios y los servicios sí se negociarán.¹

Paradójicamente, en otros periodos, el licenciado Jaime Serra Puche, director de la Secretaría de Comercio, señaló que tales realidades no se considerarían dentro de este acuerdo por "no ser áreas importantes para el desarrollo nacional y además la cultura mexicana posee una gran solidez que le viene de la herencia cultural de los mexicanos, por lo que no requiere ser protegida".²

Hasta el momento el Estado mexicano ha realizado estudios directos para negociar sobre todos los aspectos que se consideran vertebrales en la existencia libre y soberana de una sociedad, excepto la cultura y las comunicaciones, dejando el diseño de dichas políticas culturales a la voluntad de las libres fuerzas del mercado, ya que se piensa que estas "no son instancias importantes".

Se han considerado las bases sobre el acceso a mercados, reglamentos del comercio, ley de inversiones extranjeras, propiedad intelectual, servicios, reglamentación bancaria, transformación de las telecomunicaciones, acceso al sector de servicios, establecimiento de acuerdos paralelos, pero no se ha

1. "Las industrias culturales estarán en el TLC: Herminio Blanco", Cable de Notimex, Washington, 25 de junio de 1991.
2. "Tratado de Libre Comercio o integración subordinada", *Excélsior*, 18 de agosto de 1991; "El TLC: ¿Una amenaza para la cultura mexicana?", *La Jornada*, 8 de septiembre de 1991; "Por el momento Estados Unidos dejó de lado el tema cultural", *El Financiero*, 26 de septiembre de 1991; "La educación pública superior se pierde. Hay que defenderla. ¡Por un nuevo acuerdo social para la educación superior!", *Uno Más Uno*, 8 de septiembre de 1991; "Culturalmente ¿qué gana o qué pierde México ante el TLC?" (Primera parte), *El Financiero*, 14 de octubre de 1991.

contemplado lo crucial y estratégico que es normar la difusión cultural y la operación de los medios de comunicación para conservar una nación unida, sólida y con existencia propia.³ En los acuerdos se contempló incluir con todo rigor, algunos aspectos que son menos relevantes que la cultura y la comunicación para el crecimiento nacional, como: protección de las patentes, propiedad intelectual, marcas, piratería y posesión industrial.⁴ Esto se debe a que Estados Unidos no puede establecer un Tratado de Libre Comercio con ningún país donde no exista una sólida ley de patentes y protección a la propiedad intelectual; ya que para la inversión extranjera es fundamental proteger sus inventos o descubrimientos evitando robos a los mismos, y en consecuencia, prevenir la competencia desleal.⁵

Por tal razón, todas estas realidades son vistas desde la perspectiva del *copyright*, y no desde el horizonte de la protección del patrimonio histórico-cultural. Es decir, desde el ángulo anglosajón de los derechos de autor, que se refiere más bien a conservación de las patentes y marcas, y protege más al productor que al autor de una obra, minimizándose con ello su propiedad y participación. Consideran que el no respeto al derecho de autor es una traba al libre comercio, o sea que ven esto sólo en

3. "El crudo, granos y cultura, fuera del Acuerdo: PAN", *El Financiero*, 21 de junio de 1991; "De incluirse la industria cultural en el TLC, el país se ahorraría las divisas por derechos", *Excélsior*, 29 de julio de 1991.
4. "Multas de 5 millones de pesos a quien impulse la piratería tecnológica", *El Financiero*, 28 de agosto de 1991; "En vigor la Ley de fomento a la Propiedad Industrial. Patentes con vigencia de 20 años", *El Financiero*, 28 de junio de 1991; "Negociar la propiedad intelectual en favor del país y no ceder anticipadamente, piden Canacintra y Coece", *El Financiero*, 4 de julio de 1991; "Firmeza ante el tema de propiedad intelectual", *El Financiero*, 4 de julio de 1991; "Son extranjeras 90% de las patentes registradas en México", *El Financiero*, 9 de agosto de 1991.
5. "E.U. no firmará un TLC con países sin ley de patentes: Bailey", *Excélsior*, 10 de agosto de 1991; "Propiedad intelectual y TLC", *Excélsior*, 3 de octubre de 1991.

términos de negocios: Si inviertes, debes ganar, y no es justo que otro que no invirtió, esté ganando.⁶

Sin embargo, el hecho de que existan estos vaivenes políticos para saber si la cultura y la comunicación serán excluidas o abarcadas oficial y directamente dentro del Tratado de Libre Comercio, no significa en lo más mínimo, que ambas queden fuera del impacto de dicho acuerdo, sino que también serán afectadas, simplemente por los procesos globalizadores de este proyecto con fines prioritariamente de mercado lucrativo, debido a las siguientes dos razones:

En primer término, dado que las modificaciones realizadas en 1989 por el Estado mexicano al Reglamento de la Ley para Promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera en el país,⁷ facilitan enormemente sin mayor control, la inversión de capitales extranjeros en el campo de la educación y las comunicaciones. Además ya se ha reconocido públicamente que “el Estado sólo se reserva en exclusividad la comunicación vía satélite, los telégrafos y el correo; el resto del sector de telecomunicaciones queda abierto a la iniciativa privada”, donde puede incluirse el capital extranjero.⁸ Esto ocasionará con mayor rapidez la penetración y formación de una cultura super transnacional en nuestra sociedad, en detrimento de la propia.

Significa que la cultura nacional entendida como la articulación de un sistema de creencias, valores, principios, tradiciones y comportamientos propios, en una palabra la cosmovisión de nuestro proceso histórico, no será protegida por la legislación sobre la propiedad intelectual, las patentes y las marcas; sino que sólo quedarán defendidas por la ley de la oferta y la

6. “Culturalmente ¿qué gana y qué pierde México ante el TLC?”, *El Financiero*, 17 de octubre de 1991.
7. “Reglamento de Ley para Promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera en México”, *Diario Oficial* de la Federación, Secretaría de Gobernación, México D.F., 16 de mayo de 1989, páginas 11 a 37.
8. “En telecomunicaciones sólo los telégrafos, satélites y correos serán para el Estado”, *Excelsior*, 30 de octubre de 1991.

demanda. Esto quiere decir que el proceso de promoción y defensa de nuestra cultura, quedará básicamente, en manos de la dinámica salvaje de la mercadotecnia de las grandes empresas monopólicas, cuyas manifestaciones “creativas” alteran, suprimen o acomodan la significación o sentido colectivo, con tal de vender y concentrar ganancias.

En segundo término, de acuerdo con las clasificaciones económicas formales de las negociaciones trilaterales, el área cultural se contempla en el sector de los servicios, lo que implica que ésta quedaría considerada dentro del área del turismo, y al negociarse ésta con el Tratado de Libre Comercio,⁹ implícitamente se regirá a la cultura por las leyes del mercado. Al quedar ubicada dentro del ámbito de los negocios turísticos,

9. En este sentido es necesario preguntarnos que si la cultura se negociará dentro del sector de los servicios turísticos, ¿cuál es la situación de la industria turística dentro del Tratado de Libre Comercio? Al respecto el coordinador de la Comisión de Asuntos Gubernamentales de la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles A.C., Rafael Suárez Vázquez, señala que “recientemente con la indudable aprobación del Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos, México y Canadá, ha surgido una andanada de declaraciones y artículos periodísticos en donde distintos empresarios y representantes importantes de cadenas y consorcios hoteleros aplauden los mega-proyectos, defienden la construcción de más cuartos de hotel, claman por nuevas inversiones turísticas, muchas de ellas en distintos destinos turísticos indudablemente ya saturados”.

“Estas nuevas construcciones se promueven como parte del proyecto nacional de atraer nuevas inversiones extranjeras, sin tampoco haberse definido claramente cuáles de ellas son realmente inversión y cuales son simplemente ventas de franquicias, comercialización de proyectos arquitectónicos muy caros, de marcas y patentes, renta de sistemas de reservaciones por computadora y aprovechamiento de estímulos fiscales que siempre generan competencia desleal hacia los grupos nacionales que por su desorganización interna y corporativa no tienen acceso a la tecnología de punta y sobre todo a los financiamientos y créditos necesarios para renovarse, modernizarse y poder competir”.

“La excusa para fomentar más y más cuartos de hotel, es que van a traer nuevos turistas, van a crear nuevos empleos y van a traer divisas. Pero si estas inversiones se hacen en lugares saturados, lo que generarán es exactamente lo contrario. Por lo tanto es muy peligroso y alarmante que ya empiecen las cadenas de la “necesidad imperiosa” de construir más cuartos

los prestadores de éste servicio querrán aprovechar tanto nuestro folklore, como nuestros monumentos y la rica cultura mexicana, para atraer turismo y en función de esto hacer negocio. Lo que impulsará este proyecto será el arte ya probado comercialmente, como son los bailes folklóricos, los mariachis, las ruinas arqueológicas, los museos, los eventos culturales redituables. Esto implicará para la cultura nacional que, por ejemplo, los centros turísticos contratarán artistas y pintores para que les hicieran cuadros o murales, y bajo esta forma tuvieran una ocupación transitoria dentro de los actos turísticos, dentro de los bares o dentro de las tareas recreativas, etcétera.¹⁰

Despejando las fantasías que existen alrededor de los beneficios que aportará el Tratado de Libre Comercio a nuestra sociedad, el fomento de nuestra cultura no tendrá que ver en este caso con la realización de un mayor intercambio en los aspectos científico, artístico, literario, académico, técnico, filosófico, entre las tres naciones; sino que estará fundamentalmente relacionado con la intención de sacarle el mayor provecho mercantil a nuestra gran cultura nacional, incrementando el proyecto de acumulación monopólica. En la esencia pragmática y monetarista de la naturaleza del Libre Comercio, lo importan-

de hotel en las carreteras de México, en los estados del norte, y en las ciudades. Habitaciones turísticas que van a venir a competir con las ya existentes, cuando el panorama indica que apenas se logran alcanzar ocupaciones rentables y a precios que les permitan a sus dueños capitalizar sus negocios, cuando empieza la avalancha de ofertas de franquicias, que no son inversión directa". "Competencia desleal en turismo. Desventaja para los inversionistas mexicanos", *Excélsior*, 14 de octubre de 1991.

Si frente al Tratado de Libre Comercio este es el panorama para la industria turística que cuenta con sólidos apoyos del Estado, debemos reflexionar ¿cuál será el futuro de nuestra cultura, que posee raquíticos respaldos financieros?

10. "Culturalmente ¿qué gana o qué pierde México ante el TLC?", (Segunda parte), *El Financiero*, 15 de octubre de 1991.

Sobre este aspecto la cantante de ópera Victoria de los Angeles señala que "Hoy en día todo está muy comercializado. Los grandes vencedores del momento son las empresas multinacionales que arrasan con todo, a costa de la música, de la intimidad, de la poesía, del arte. A pesar de eso debemos de continuar con el empeño de sostener la auténtica verdad de la música". ("Las multinacionales arrasan con el arte", *Excélsior*, 11 de octubre de 1991).

te es la ganancia lucrativa y no lo son el desarrollo del conocimiento y el incremento de la comprensión de nuestra cultura, ni la promoción de la sensibilidad humana; por ejemplo, en el Acuerdo establecido entre Canadá y Estados Unidos en 1988, el imperio norteamericano jamás abrió sus puertas a la literatura de Canadá.¹¹

Se corre el serio riesgo de que el peso básico que recibirá nuestra estructura cultural con la presencia del Tratado de Libre Comercio, será la introducción y fortalecimiento de una comunicación y cultura fundadas en las premisas de los contenidos publicitarios; violencia temática, consumismo, menosprecio del individuo, el principio de "ganancia a toda costa", frivolidad, información distorsionada, la cosmovisión hollywoodense de la vida. Esto representa la formación de una "cultura parasitaria" que nada tiene que ver con la resolución de nuestras grandes necesidades estructurales de crecimiento material y espiritual que requerimos cubrir como pueblo y civilización para sobrevivir; crecientemente más conocedora e informadora de lo lejano y evasora de lo propio. La propuesta cultural del proyecto de modernidad aplicado por los medios masivos de comunicación, nos llevará a alejarnos de nosotros como personas, grupo y Nación, y a acercarnos más a lo ajeno disfrazado de moderno.

Frente a esta perspectiva,

el principal patrocinador de las actividades culturales en México ha sido el Estado, abarcando desde la educación básica, pasando por el nivel universitario, hasta todo lo que es el arte, la difusión etc. Entonces si no se contempla una manera de proteger todos estos subsidios del Estado para apoyar estas actividades, es muy posible que al firmarse el Tratado de Libre Comercio, la contraparte estadounidense exija que esas subvenciones se reduzcan o desaparezcan para poder competir en igualdad de circunstancias.¹²

11. "Mínima atención a la cultura en el TLC: Beausoleil", Cable de Notimex, Toluca, México, 6 de septiembre de 1991.
12. "¿Qué gana o qué pierde México ante el TLC?", (Tercera parte), *El Financiero*, 16 de octubre de 1991.

Ante ello debemos preguntarnos: ¿Qué sucederá con nuestro proyecto cultural? Contemplar que

el fomento a la cultura mexicana es otra cosa, y no le corresponde a los empresarios este servicio porque ellos no van a fomentar una actividad en la que no ganarán. El fomento cultural le corresponde fundamentalmente al Estado y a sus órganos de gobierno.¹³

El no ser incluida expresamente la cultura dentro de la acción trinacional de libre mercado, no la excluye de sufrir las consecuencias de este trascendental fenómeno pragmático; sino que simplemente éstas se realizarán por “debajo del agua”, como hasta ahora ha sucedido con la difusión de las series norteamericanas de televisión, la circulación de ideologías proyanquis, el debilitamiento de la identidad nacional, la circulación de los valores transnacionales y la creación de una psicología consumista, por las empresas extranjeras en nuestro país. En otras palabras, no quiere decir que se conserve y fortalezca nuestro proyecto cultural interno; sino que las grandes empresas monopólicas, nacionales y transnacionales, continuarán con las manos libres para actuar sobre este campo a través de los medios de comunicación, especialmente electrónicos, para modelar nuestra idiosincrasia con base en sus necesidades de acumulación de capital.

Si ya se modificaron diversas posiciones estratégicas de nuestra existencia como nación relativamente autónoma, como son la ley de inversiones extranjeras, mercado de valores, Banca Central, petroquímica secundaria, telecomunicaciones, relaciones Estado-Iglesia, servicios, minería, banca, ejido, líneas aéreas, puertos, etcétera, dándole todas las facilidades al capital transnacional para que defina nuestro proyecto de desarrollo neoliberal, ¿qué impedirá que nuestra cultura, comunicación e identidad nacional no se adapten, debiliten o destruyan si la dinámica de expansión del mercado mundial así lo requiere para avanzar sobre nuestra República?

13. “Culturalmente ¿qué gana o qué pierde México ante el TLC?”, (Segunda parte), *El Financiero*, 15 de octubre de 1991.

La transformación psiquico-cultural de la sociedad

Las modificaciones realizadas en el nuevo modelo de crecimiento modernizador que ha adoptado México desde los años ochenta, no sólo están afectando las infraestructuras e instituciones formales de nuestra comunidad nacional, sino también la mentalidad y la vida cotidiana de las personas en su conjunto. Con objeto de adaptarse el país a las nuevas exigencias de la producción globalizada, las instituciones culturales nacionales, demandan que se produzcan otros rasgos en el prototipo de ser humano que existe en nuestra comunidad para que sea más funcional en la dinámica de la integración mundial. Para ello, no sólo ha sido necesario transformar las estructuras sociales anteriores, sino que también ha sido indispensable modificar a través de los medios de comunicación y de otras infraestructuras culturales, los sistemas de valores psiquico-morales que articulan a los mexicanos.

Para que el modelo de desarrollo neoliberal se pueda realizar en México dentro del marco internacional es indispensable la existencia de nuevas condiciones de infraestructura material. Además exige la presencia insustituible de una nueva conciencia masiva neoliberal que respalde y afiance las acciones anteriores, produciendo —a través de las principales instituciones culturales y de los medios electrónicos de comunicación—, las condiciones subjetivas necesarias para alcanzar el óptimo funcionamiento de nuestra sociedad dentro de las nuevas relaciones competitivas del mercado mundial.

Así como el capitalismo mexicano para afianzarse en su fase de industrialización creó a mediados del siglo XX un tejido cultural consumista, que con el tiempo se convirtió en la religión de las ciudades, desde el cual los individuos construimos gran parte de nuestro sentido más profundo para vivir y apoyamos el modelo de acumulación material, ahora el “capitalismo modernizador” para consolidarse en su etapa neoliberal de apertura de fronteras, requiere producir otros rasgos de la identidad nacional a través de una nueva estructura de valores —eficiencia, tecnificación, pragmatismo, supercompetencia,

privatización, obsolescencia, desregulación, desestatización, internacionalización, globalización, aceleración— misma que a la vez se distingue por cancelar los valores del antiguo “Estado de Bienestar” nacional generado a partir de la Revolución de 1910, e introducir los valores del moderno “Estado Neoliberal” que mantiene como centro de gravedad el *laissez faire, laissez passer* del proyecto de acumulación ampliada en el campo de la comunicación, cultura, conciencia y espíritu.

Por lo tanto, sobre las bases del primer sincretismo cultural realizado en nuestro país durante el siglo XX con la sociedad norteamericana después de la Segunda Guerra Mundial, ahora iniciamos un segundo sincretismo mental con la cultura norteamericana a partir de la formación del Tratado de Libre Comercio y la influencia intensiva de la ideología de la modernidad en nuestra sociedad. Bajo esta perspectiva, con la incorporación de nuestra sociedad a los procesos de globalización internacional, no comienza la penetración cultural, la pérdida de identidad nacional y la instauración de los principios capitalistas en el campo de nuestra conciencia colectiva, pero sí se inicia a través de las industrias culturales —en particular de la televisión—, una nueva fase acelerada de inversión de valores nacionales mediante la circulación de nuevas ideologías y prácticas sociales para apuntalar el fortalecimiento del sistema productivo y la distribución desregulada de mercancías que exige el moderno programa de crecimiento neoliberal elegido por el sector cúpula del Estado mexicano para las próximas décadas.

Con el proceso globalizador se intensifica la proliferación de diversas expectativas pragmáticas del conocimiento y la vida. En particular, “se da un mayor énfasis científico y tecnológico en nuestra tradición intelectual; que hasta el momento ha sido más propicia a la influencia de la cultura humanista y jurídica”.¹⁴

Proyectando sobre el campo de la conciencia colectiva las nuevas determinantes estructurales que gradualmente impone el programa de crecimiento neoliberal —catalizado por el Tra-

14. “Las culturas aisladas perecen; sólo las comunicadas sobreviven: Fuentes”, *La Jornada*, 20 de julio de 1991.

tado Trilateral de Libre Comercio—, la moderna subjetividad que produce la estructura cultural y los medios electrónicos está caracterizada en parte, por fomentar el individualismo sobre las relaciones solidarias; acentuar la competitividad, sobre el trabajo compartido (Tequio); el canibalismo salvaje, por sobre la fraternidad; la marcada admiración por lo extranjero, más que por lo nacional; el interés no por la planificación colectiva, sino por la altamente privatizada; la lucha por la libertad y felicidad aisladas, no grupales; el valor supremo de la “eficiencia”, por sobre metas humanas superiores; el abandono de los valores tradicionales, para asimilar los “modernos”; el dinero como base del reconocimiento y la valoración social, el hedonismo y la “cultura del yo”, como nuevo cristal para mirar la vida; la tecnificación extrema como sentido del éxito, y no el diálogo y el acercamiento humanos.

A partir de la acción del proyecto neoliberal sobre la estructura cultural de la sociedad mexicana nos enfrentamos a la redefinición y cambio profundo de nuestra identidad psíquica, cultural y humana como sociedad pluriétnica y pluricultural; para ahora incorporar otros marcos de cosmovisión y de prácticas de la existencia, desde las premisas de la “modernidad”, bases de visión de la vida y del espíritu que mayoritariamente tienden a ser la mirada de la reproducción ampliada del capital a escala planetaria.

Estamos ante el silencioso embate de nuestra cultura e ideología tradicionales, para reacomodarlas o destruirlas dentro del nuevo esquema de división del mundo por modernos bloques hegemónicos. Una recomposición mental que gradual y silenciosamente está unificando nuestros campos imaginarios, aspiraciones profundas y cosmovisión, a través de un nuevo concepto de relaciones humanas: placer, triunfo, trabajo, felicidad, moral, religión, etnia; un sentido y estilo de vida determinados por las exigencias de maduración del comercio mundial. Situación que se condensa en la creación del “México imaginario de la fase de la globalización mundial”, que se opone al México profundo y de finales del siglo XX.

Lo anterior se concretiza en los valores que difunde la programación y la publicidad de los medios de comunicación electrónicos que operan en nuestro país, los cuales se distinguen por exaltar el alto pragmatismo, por encima de otras cualidades humana superiores; por promover el “futuro *funny*”, en lugar de la participación creciente en nuestro proceso histórico, 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, por el rechazo a lo tradicional y lo antiguo; el fomento de una nueva identidad basada en la mayor asimilación de las culturas externas, y no en el enriquecimiento del México profundo; el aprendizaje del idioma inglés expandiendo el código lingüístico de la ampliación del capital, sobre la asimilación del castellano y otras lenguas indígenas propias; la realización del principio de “ganancia salvaje a costa de lo que sea”, y no la obtención racional de la riqueza respetando los órdenes naturales de la vida; la enajenación estadounidense en nuestra cosmovisión, y no el regreso a las formas milenarias de sabiduría de nuestro legado cultural; la construcción de la “felicidad” a costa de lo ajeno, y no del dominio creciente de lo propio.

Ante esta transformación, conviene considerar que la publicidad en México a lo largo de los últimos 40 años, con tal de vender las mercancías para acelerar el proceso de circulación del capital, se dispuso a prostituir finamente la imagen de la mujer, presentándola como un objeto, a fetichizar los productos para hacerlos más atractivos y vender más, a crear necesidades artificiales en los consumidores para alentar la compra, a hacer creer que el valor de las personas radica en las marcas que eligen y no en lo que se conocen a sí mismos, a creer que el éxito de los individuos es a medida en que acumulan pertenencias y no en el grado en que desarrollan sus cualidades humanas, a modificar la identidad nacional para revalorarse socialmente mediante la adquisición de productos transnacionales. Al entrar en la fase de desarrollo de “libres fronteras”, se construirá

masivamente a través de los medios de comunicación, 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.

Las dificultades modernas

Con el principio mercantil sobre la función y proceso de la comunicación, será difícil desarrollar vía la televisión, una mentalidad colectiva de carácter preventivo o correctivo frente a nuestros grandes problemas de desarrollo nacional como son protección ecológica, producción de alimentos, atención a los sectores marginados, promoción de la mujer, aceptación de los grupos indígenas (fundadores de este territorio), atención de los ancianos, la rehumanización de las ciudades, etcétera, pues éstas son áreas poco rentables para las leyes del mercado que progresivamente gobernarán el proyecto de la televisión pública.

La nueva forma de financiamiento que plantea el modelo neoliberal, lleva a que los medios de comunicación se comercialicen más, y por lo tanto, los patrocinadores sean quienes determinen el contenido de transmisión de los canales televisivos; será cada vez más difícil promover una “cultura de desarrollo social” desde éstos, pues el esquema mercantil de dichas empresas, buscará la obtención de la máxima ganancia monetaria a corto plazo; hecho que se constata cuando el licenciado Alvarez Lima, exdirector de Imevisión señaló que

las necesidades de comunicación de los sectores 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.¹⁵

15. “La televisión estatal debe reflejar mejor la realidad plural del país: Alvarez Lima”, *Uno Más Uno*, 31 de enero de 1989.

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

Observamos un Estado mexicano más débil, pues no cuenta con un proyecto cultural para la rectoría de los medios de comunicación electrónicos, sino que él mismo los ha abandonado a los caprichos de las libres fuerzas del mercado interno y externo. Ante el creciente financiamiento mercantil de los medios de comunicación, somos cada vez más testigos de la derrota del proyecto cultural del Estado y de la sociedad civil en el terreno mental, para mantener y ampliar el programa de identidad y democratización nacional a través de la superestructura audiovisual de la República.

Contrariamente a las tesis modernizadoras del Estado mexicano que plantean que éste se desregula y se privatiza para ya no ser más un Estado propietario, sino una entidad orientadora y directora de la sociedad, en la práctica constatamos que dentro del terreno cultural, se ha convertido en una realidad endeble sin capacidad para dirigir a la sociedad mexicana hacia un proyecto cultural propio y autónomo.

Desde esta perspectiva,

el México profundo está de nuevo bajo el riguroso control del México imaginario que, como pocas veces, ha hecho suyo el proyecto de las potencias dominantes. Sin embargo, ese México

profundo sigue vivo y su contradicción con el México imaginario no ha desaparecido, sino todo lo contrario se ha agudizado.¹⁶

¿Qué hacer? Final de siglo y nueva política cultural

El modelo de desarrollo modernizador que gradualmente ha adoptado México al final del siglo XX en el área cultural para incorporarse al nuevo orden mundial que surge después de la guerra fría —basado mayoritariamente en el supuesto del “mágico poder regulatorio” de la “mano invisible” de las fuerzas del mercado para dirigir la participación social—,¹⁷ ha comprobado en una década sus enormes limitaciones y las deformaciones humanas que ha producido. Después del fracaso de dicho modelo ahora se requiere la búsqueda e implementación de nuevas políticas para lograr la participación de la sociedad a través de otros procesos de comunicación y contribuir con ello, a resolver las agudas contradicciones culturales de nuestra nación.

Es fundamental sustituir, dentro del contexto de la modernidad, la idea de crear un “Estado mínimo” o “ultra mínimo” en el área cultural de México a través de la adopción indiscriminada de la política del “*laissez faire* informativo”, para ahora introducir la concepción estratégica del “Nuevo Estado Básico para la Sobrevivencia Social”, sin el cual no podrá construirse un orden civilizatorio superior que mantenga las condiciones elementales de la convivencia en comunidad, especialmente, a medida que en el país, somos sociedades de masas cada vez mayores.¹⁸ “Nuevo Estado Básico para la

16. “El ‘México profundo’ sigue vivo”, *Excélsior*, 31 de julio de 1991.
17. “En el TLC el mercado fijará precios a los básicos”, *Excélsior*, 27 de marzo de 1992; “¿De qué sirve la democracia si pervive el mercantilismo en América Latina?”, *Excélsior*, 3 de junio de 1992; “Está en duda que el mercado solucionará mágicamente los problemas económicos”, *El Financiero*, 26 de noviembre de 1993.
18. “La lógica del mercado”, *El Financiero*, 4 de agosto de 1992; “Regula la existencia de la sociedad”, *Excélsior*, 31 de mayo de 1992; “Base del

Sobrevivencia Social” que no se limite a ejercer la labor de vigilancia policiaca, atención a las urgencias inmediatas, cubrir el servicio de recolección de basura, asistencia de bomberos, etcétera, sino que haga posible la participación democrática de la población en los procesos de creación de cultura y comunicación. Es decir, un Estado al servicio del hombre y no el hombre al servicio del mercado.

En el siglo XIX las profundas alteraciones que produjo el funcionamiento autónomo del mercado autoregulado en México, generaron tantas contradicciones sociales, que dieron origen al capitalismo salvaje e hicieron indispensable el surgimiento del Estado benefactor para corregir dichos antagonismos insostenibles. Por ello, desde principios del siglo XX, se intentó sustituir la lógica de la supremacía del mercado, por otra lógica más sensible y humana de justicia y participación social.¹⁹

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

Estado corporativo”, *Excélsior*, 2 de junio de 1992; “Intervencionismo del Estado. Orígenes y modalidades del Estado”, *Excélsior*, 3 de junio de 1992; “Izquierda y totalitarismo. Orígenes y modalidades del Estado”, *Excélsior*, 4 de junio de 1992; “La teoría del Estado. Orígenes y modalidades del Estado”, *Excélsior*, 5 de junio de 1992.

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

en la gestación de las macro políticas de crecimiento, pero no supone suprimirlo.²⁰

Ante el nivel límite de evolución en que nos encontramos como civilización nacional, y frente a la creciente necesidad de establecer la “iniciativa del mercado” en el campo de la cultura y la comunicación colectiva del país, debemos considerar que así como una cantidad de actividades estratégicas para el desarrollo del Estado mexicano no pueden dejarse en manos del sector mercantil, a riesgo de que desaparezcan —como es el caso de la medicina preventiva, generación del transporte urbano público, impulso a la ciencia básica, producción de infraestructura urbana—,²¹ así tampoco puede delegarse a éste la construcción de una “cultura social para la sobrevivencia nacional”. Paradójicamente la planificación cultural es la inversión económica a largo plazo más rentable que existe en México, sin embargo, no es lucrativa dentro de los criterios de “ganancia pecuniaria” y de corto plazo que establece la actual concepción neoliberal de la vida.

20. “Sí al neoestatismo para guiar y no remplazar al mercado”, *Excélsior*, 13 de abril de 1992; “Corrige J. Major a M. Tatcher y fortalece al Estado Benefactor”, *Excélsior*, 15 de julio de 1992; “Profundo rechazo en Wall Street a Clinton. Temor a un incremento de tasas de interés e inflación”, *El Financiero*, 13 de noviembre de 1992; “El Neointervencionismo Estatal”, *El Financiero*, 23 de noviembre de 1992; “Clinton: ¿Un nuevo Liberalismo Social?”, *El Financiero*, 24 de noviembre de 1992; “Clinton, intervencionista astuto si concilia Estado y mercado”, *Excélsior*, 26 de noviembre de 1992.

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

21. “Las fuerzas del mercado solas no resuelven problemas: MCS”, *Excélsior*, 20 de mayo de 1992; “La disputa entre liberalismo y nacionalismo amenaza a la paz mundial”, *Excélsior*, 2 de diciembre de 1992.

Por ejemplo en el campo de la física, el descubrimiento del “Boscon de Higgs” o el invento del acelerador de partículas más costoso del mundo SSC, no pudieron desarrollarse sin la aportación multimillonaria de los Estados de la Comunidad Económica Europea y del Estado americano.²² De igual forma, la conciencia de una cultura para sobrevivir en nuestra nación tendrá que ser creada por el Estado y la sociedad civil, y no por el sector privado-mercantil.

Por la desigualdad comunicativa y espiritual que se establece en nuestra región con la acción mayoritaria de las leyes del mercado, es necesario que en el Estado mexicano se den las condiciones de otro equilibrio cultural, a través de la elaboración de una nueva política de “liberalismo social en el terreno comunicativo”, que se requiere para coexistir en nuestro territorio. Así como en el campo económico el Estado reprivatizó la banca estatal y paralelamente impulsó la banca de desarrollo para apoyar a los sectores más desfavorecidos, así como vendió empresas públicas para destinar fondos a proyectos de equilibrio social vía el Programa Nacional de Solidaridad,²³ así como ha permitido crecientemente el juego de los principios del

22. “¿Realmente debemos confiar todo a la Iniciativa Privada?: El caso de la Física”, *El Financiero*, 1 de noviembre de 1991.
23. “Liberalismo social, nuestra filosofía: Contra Estatismo y Neoliberalismo absorbente”, *El Financiero*, 5 de marzo de 1992. “El liberalismo social”, *Excélsior*, 7 de marzo de 1992; “El liberalismo social: Nuestro camino”, *Uno Más Uno*, 8 de marzo de 1992; “¿Neoliberalismo social?”, *Uno Más Uno*, 11 de marzo de 1992; “Entre la política y la economía. La condición de los serviles”, *Excélsior*, 13 de marzo de 1992; “El liberalismo social fortalece la soberanía”, *Uno Más Uno*, 13 de marzo de 1992; “Recursos a los marginados con mecanismos de mercado”, *Excélsior*, 14 de marzo de 1992; “Qué del liberalismo”, *Uno Más Uno*, 17 de marzo de 1992; “De nuevo sobre el liberalismo”, *Uno Más Uno*, 10 de marzo de 1992; “El liberalismo social se vive con el Pronasol”, *Excélsior*, 21 de marzo de 1992; “Ni la soberanía es obsoleta, ni existe un modelo único”, *Excélsior*, 22 de marzo de 1992; “El liberalismo social no es un antagonismo”, *Uno Más Uno*, 27 de marzo de 1992; “El liberalismo social no tiene cabida en una sociedad pasiva y apolítica”, *Uno Más Uno*, 27 de marzo de 1992; “El liberalismo social

mercado en el área cultural, ahora es necesario que apoye la dinámica de la “comunicación social” que surge de las necesidades de expresión y participación ideológica más apremiantes de los grupos mayoritarios del país.

La aplicación de la lógica del mercado en el terreno cultural sin un programa social que lo guíe y complemente, se convertirá en una dinámica de abuso de los más dotados sobre los menos favorecidos; y la racionalidad del mercado en el área de la comunicación creará las bases para la “Política de Comunicación Social de Mercado” que será la médula del nuevo orden mental que se requiere construir en México, el continente y el mundo.²⁴

Con ello se podrán rescatar los aspectos positivos que ofrece la economía de mercado en el campo cultural, como son eficiencia, competitividad, libertad individual, apertura de mercados, adopción de nuevos financiamientos, igualdad de oportunidades, entre otras y al mismo tiempo se aplicarán los contrapesos para nivelar la conciencia cultural, que no están incluidos dentro del frío cálculo económico del neoliberalismo mexicano. La práctica del libre juego de las fuerzas culturales y comunicativas, por sí mismas, no generarán automáticamente un proceso superior de comunicación en México; sino que para lograrlo se requiere la presencia y la acción de procesos sociales planificadores, con alto nivel de participación de la sociedad civil nacional, que no sean burocráticos, estatistas, paternalistas o populistas; sino que vinculen los principales requerimientos de desarrollo social con la dinámica de difusión cultural.

De lo contrario, los grandes límites que por sí misma fija la economía de mercado sobre las dinámicas comunicativas, generarán más contradicciones culturales, mismas que se pretende resolver por la acción de la oferta y la demanda; y que sólo podrán ser resueltas con la “racionalidad de la comunicación social”. De no construirse esta política de liberalismo social en el área comunicativa y cultural del país, se vivirá el profundo divorcio entre necesidades materiales y espirituales para el crecimiento social y la formación de una mentalidad colectiva para resolverlas.

Por nuestro propio bien como continente, estamos obligados a preguntarnos con todo rigor: ¿Hasta dónde a mediano y largo plazo este modelo de desarrollo a través del Tratado de Libre Comercio, creará una cultura que propicie el verdadero crecimiento de nuestras comunidades nacionales o producirá un retroceso? ¿Qué acciones culturales debemos de realizar para reforzar nuestra identidad nacional dentro de los marcos de los principios del mercado? ¿Cómo producir una cultura del desarrollo social mexicano dentro de la dinámica de la oferta y la demanda? ¿Cómo conciliar las presiones de un modelo económico que tiende a deformar la estructura cultural de nuestro país, con la necesidad urgente de formar una cultura global para la sobrevivencia humana y el respeto a la vida? ¿Cuáles deben ser los contenidos culturales de una política nacional de comunicación social en el México de final de siglo XX?

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

Documentación consultada

- "Base del Estado corporativo", *Excélsior*, 2 de junio de 1992.
- "Clinton, intervencionista astuto si concilia Estado y mercado", *Excélsior*, 26 de noviembre de 1992.
- "Clinton: ¿Un nuevo liberalismo social?", *El Financiero*, 24 de noviembre de 1992.

- "Competencia desleal en turismo. Desventaja para los inversionistas mexicanos", *Excélsior*, 14 de octubre de 1991.
- "Corrige J. Major a M. Thatcher y fortalece al Estado Benefactor", *Excélsior*, 15 de julio de 1992.
- "Culturalmente ¿qué gana o qué pierde México ante el TLC?" (Primera parte), *El Financiero*, 14 de octubre de 1991.
- "Culturalmente ¿qué gana o qué pierde México ante el TLC?" (Segunda parte), *El Financiero*, 15 de octubre de 1991.
- "Culturalmente ¿qué gana o qué pierde México ante el TLC?" (Tercera parte), *El Financiero*, 16 de octubre de 1991.
- "Culturalmente ¿qué gana o qué pierde México ante el TLC?", *El Financiero*, 17 de octubre de 1991.
- "De incluirse la industria cultural en el TLC, el país se ahorraría las divisas por derechos", *Excélsior*, 29 de julio de 1991.
- "De nuevo sobre el liberalismo", *Uno Más Uno*, 10 de marzo de 1992.
- "¿De qué sirve la democracia si pervive el mercantilismo en América Latina?", *Excélsior*, 3 de junio de 1992.
- "E.U. no firmará un TLC con países sin ley de patentes: Bailey", *Excélsior*, 10 de agosto de 1991.
- "El cambio debe ser garantía de justicia", *Excélsior*, 28 de septiembre de 1993.
- "El crudo, granos y cultura, fuera del Acuerdo: PAN", *El Financiero*, 21 de junio de 1991.
- "El liberalismo social", *Excélsior*, 7 de marzo de 1992.
- "El liberalismo social fortalece la soberanía", *Uno Más Uno*, 13 de marzo de 1992.
- "El liberalismo social no es un antagonismo", *Uno Más Uno*, 27 de marzo de 1992.
- "El liberalismo social no tiene cabida en una sociedad pasiva y apolítica", *Uno Más Uno*, 27 de marzo de 1992.
- "El liberalismo social: Nuestro camino", *Uno Más Uno*, 8 de marzo de 1992.

- “El liberalismo social permite rechazar, por igual, capitalismo salvaje y populismo”, *Uno Más Uno*, 27 de marzo de 1992.
- “El liberalismo social se vive con el Pronasol”, *Excélsior*, 21 de marzo de 1992.
- “El ‘México profundo’ sigue vivo”, *Excélsior*, 31 de julio de 1991.
- “El neointervencionismo estatal”, *El Financiero*, 23 de noviembre de 1992.
- “El neoliberalismo continúa haciendo ‘agua’ en Estados Unidos”, *El Universal*, 2 de octubre de 1993.
- “El retiro del Estado impone retos capitales al neoliberalismo”, *Excélsior*, 28 de septiembre de 1993.
- “El TLC: ¿Una amenaza para la cultura mexicana?”, *La Jornada*, 8 de septiembre de 1991.
- “En el TLC el mercado fijará precios a los básicos”, *Excélsior*, 27 de marzo de 1992.
- “En telecomunicaciones sólo telégrafos, satélites y correos serán para el Estado”, *Excélsior*, 30 de octubre de 1991.
- “En vigor la Ley de fomento a la propiedad industrial”.
- “Entre la política y la economía. La condición de los serviles”, *Excélsior*, 13 de marzo de 1992.
- “Está en duda que el mercado solucionará mágicamente los problemas económicos”, *El Financiero*, 26 de noviembre de 1993.
- “Firmeza ante el tema de propiedad intelectual”, *El Financiero*, 4 de julio de 1991.
- “Intervencionismo del Estado. Orígenes y modalidades del Estado”, *Excélsior*, 3 de julio de 1992.
- “Izquierda y totalitarismo. Orígenes y modalidades del Estado”, *Excélsior*, 4 de junio de 1992.
- “La disputa entre liberalismo y nacionalismo amenaza a la paz mundial”, *Excélsior*, 2 de diciembre de 1992.
- “La educación pública superior se pierde. Hay que defenderla. ¡Por un nuevo acuerdo social para la educación superior!”, *Uno Más Uno*, 8 de septiembre de 1991.

- “La lógica del mercado”, *El Financiero*, 4 de agosto de 1992.
- “La nueva cara del regulador económico”, *Excélsior*, 28 de septiembre de 1993.
- “La televisión estatal debe reflejar mejor la realidad plural del país: Alvarez Lima”, *Uno Más Uno*, 31 de enero de 1989.
- “La teoría del Estado. Orígenes y modalidades del Estado”, *Excélsior*, 5 de junio de 1992.
- “Las culturas aisladas perecen: sólo las comunicadas sobreviven: Fuentes”, *La Jornada*, 20 de julio de 1991.
- “Las fuerzas del mercado solas no resuelven problemas: MCS”, *Excélsior*, 20 de mayo de 1992.
- “Las industrias culturales estarán en el TLC: Herminio Blanco”, Cable de Notimex, Washington, 25 de junio de 1991.
- “Las multinacionales arrasan con el arte”, *Excélsior*, 11 de octubre de 1991.
- “Liberalismo social, nuestra filosofía. Contra estatismo y neoliberalismo absorbente”, *El Financiero*, 5 de marzo de 1992.
- “Mercado con política social: Salinas”, *Excélsior*, 23 de noviembre de 1993.
- “Mínima atención a la cultura en el TLC: Beausoleil”, Cable de Notimex, Toluca, México, 6 de septiembre de 1991.
- “Multas hasta de 5 millones de pesos a quien impulse la piratería tecnológica”, *El Financiero*, 28 de agosto de 1991.
- “Negociar la propiedad intelectual en favor del país y no ceder anticipadamente, piden Canacintra y Coece”, *El Financiero*, 4 de julio de 1991.
- “¿Neoliberalismo social?”, *Uno Más Uno*, 11 de marzo de 1992.
- “Ni la soberanía es obsoleta, ni existe un modelo único”, *Excélsior*, 22 de marzo de 1992.
- “Occidente debe olvidar la privatización a ultranza”, *Excélsior*, 1 de junio de 1992.
- “Patentes con vigencia de 20 años”, *El Financiero*, 28 de junio de 1991.

- “Peligro el capitalismo salvaje”, *Excélsior*, 2 de noviembre de 1993.
- “Por el momento Estados Unidos dejó de lado el tema cultural”, *El Financiero*, 26 de septiembre de 1991.
- “Profundo rechazo en Wall Street a Clinton. Temor a un incremento de tasas de interés e inflación”, *El Financiero*, 13 de noviembre de 1992.
- “Propiedad intelectual y TLC”, *Excélsior*, 3 de octubre de 1991.
- “Qué del liberalismo”, *Uno Más Uno*, 17 de marzo de 1992.
- “¿Realmente debemos confiar todo a la iniciativa privada?: El caso de la Física”, *El Financiero*, 1 de noviembre de 1991.
- “Recursos a los marginados con mecanismos de mercado”, *Excélsior*, 14 de marzo de 1992.
- “Reglamento de Ley para Promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera en México”, *Diario Oficial de la Federación*, Secretaría de Gobernación, México, D.F., 16 de mayo de 1989, páginas 11 a 37.
- “Regula la existencia de la sociedad”, *Excélsior*, 31 de mayo de 1992.
- “Sí al neoestatismo para guiar y no remplazar al mercado”, *Excélsior*, 13 de abril de 1992.
- “Son extranjeras 90% de las patentes registradas en México”, *El Financiero*, 9 de agosto de 1991.
- “Tratado de Libre Comercio o integración subordinada”, *Excélsior*, 18 de agosto de 1991.

Comunicación y Sociedad 22

se terminó de imprimir
en junio de 1995,

en Doble Luna Editores e Impresores, S. A.

Tiro: 1 000 ejemplares