



Javier Esteinou Madrid

**LA COMUNICACIÓN
Y LA CULTURA
NACIONALES**

EN LOS TIEMPOS DEL LIBRE COMERCIO



El 12 de septiembre de 1984 fue constituida la FMBAC, cuyos objetivos fundamentales son difundir la obra y el pensamiento del insigne periodista y contribuir al análisis, discusión y formación de recursos humanos en materia de comunicación social.

Presidente fundador: Francisco Martínez de la Vega †
Presidente: Miguel Angel Sánchez de Armas
Vicepresidente: Sabás Huesca Rebolledo

***LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA NACIONALES
EN LOS TIEMPOS DEL LIBRE COMERCIO***

Primera edición, diciembre de 1993

© MCMXCIII Javier Esteinou Madrid.

© MCMXCIII Fundación Manuel Buendía, AC, Guaymas 8-408, Col. Roma, Delegación Cuauhtémoc, 06700. México, DF.

ISBN: 968-6348-10-7

Colección: Pistas

Director: Miguel Angel Sánchez de Armas

Editor: Omar Raúl Martínez

Reservados todos los derechos. El contenido de esta obra no podrá reproducirse total ni parcialmente, ni almacenarse en sistemas de reproducción, ni transmitirse en forma alguna, ni por procedimiento mecánico, electrónico, o de fotocopia, grabación u otro cualquiera, sin el permiso previo de los editores por escrito.

Diseño de Portada: Fernando Rodríguez

PRIMERA EDICIÓN 1993. IMPRESO EN MÉXICO

ÍNDICE

I. DESARROLLO SIN CULTURA.....	13
II. MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE LAS POLÍTICAS CULTURALES.....	17
III. TELEVISIÓN Y RETROCESO DE LA MENTALIDAD NACIONAL	23
1) Sociedad de consumo	24
2) Debilitamiento de la identidad nacional	27
IV. FRAGILIDAD DEL ESTADO MEXICANO	41
V. ADOPCIÓN DEL NUEVO MODELO DE DESARROLLO NEOLIBERAL.....	47
VI. TRANSFORMACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA DE DESARROLLO NACIONAL	55
1) Cambios económicos del país.....	55
2) Modificaciones en las vías de comunicación materiales.	61
VII. COSTO ECONÓMICO Y SOCIAL.....	67
VIII. LÍMITES DEL PROYECTO NEOLIBERAL.....	79
1) Debilitamiento del Estado nacional.....	79
2) Empobrecimiento de los grandes grupos sociales.....	80
3) Reinado de las leyes del mercado.....	81

4) Macroconcentración de la riqueza.....	82
5) Descomposición institucional.....	82
6) Fuga de capitales.....	83
7) Creciente dependencia de la economía norteamericana	84
8) Volatibilidad económica	84
9) Dificultad crediticia.....	85
10) Resurgimiento del proteccionismo	85
11) Acentuación del desempleo nacional	86
12) El descontrol de los precios.....	89
13) Pérdida de soberanía nacional.....	90
IX. COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD DORMIDA.....	93
X. NUEVA ESTRUCTURA CULTURAL.....	97
1) Las raíces del nuevo proyecto mental	97
2) Surgimiento del <i>mexicano tuerca</i>	103
3) Hacia la formación de la <i>cultura de mercado</i>	110
4) ¿Qué hacer?: Hacia la construcción de una nueva <i>cultura del renacimiento del hombre</i>	114
XI. CULTURA Y TELEVISIÓN ANTE LA NUEVA DINÁMICA MODERNIZADORA.....	119
1) Preguntas ante la globalización cultural	119
2) Posiciones oficiales y sociales ante el Tratado de Libre Comercio	121
a) El consenso a favor, 124; b) La opinión en contra, 127.	
3) ¿Cómo afecta el Tratado de Libre Comercio a la cultura y la comunicación?	133
4) Las leyes del mercado como rectoras del proceso comunicativo.....	140
5) Las nuevas tendencias modernizadoras en el campo de la comunicación y la cultura nacional.....	148
a) La comunicación como aceleradora del proceso de realización del capital, 149; b) Obtención creciente de la ganancia a corto plazo, 152; c) Generación progresiva del ingreso en términos monetarios, 153; d) Retiro del modelo estatal, 156; e) Surgimiento del neoconsumo nacional, 159; f) Empleo de nuevas ideologías para abrir las fronteras culturales, 168; g) Surgimiento de los nuevos	

valores sociales y transformación de la identidad nacional, 170; h) ¿Modernización o desmantelamiento de la cultura y los medios de comunicación?, 175; i) Liquidación de las formas de conciencia social, 178; j) Producción de la cultura parasitaria, 181; k) ¿Comunicación moderna o retroceso humano?, 183; l) Pérdida cultural de la sociedad mexicana con el TLC, 194; m) Nuevos obstáculos: dificultades para formar una cultura para la sobrevivencia humana, 196.

XII. ¿QUÉ HACER?: HACIA LA FORMACIÓN DE UNA NUEVA POLITICA NACIONAL DE CULTURA Y COMUNICACIÓN COLECTIVAS	201
1) Reactivación del liderazgo del Estado desde la cultura.....	201
2) Creación de una nueva cultura orgánica	206
3) Formación de una política de liberalismo social en el campo de la comunicación colectiva.....	215
XIII. NOTAS	221
XIV. FUENTES.....	259