

El Tratado de Libre Comercio y los medios de comunicación *

José Luis Fernández Herrera•

La apertura de México es ya prácticamente un hecho histórico, que más que un riesgo hay que verlo como un *reto deseable*. Nuestro país merece ser actor en la modernización económica y social del orbe; los mexicanos merecemos ser partícipes de los beneficios de una *Economía Global*. Producir para todo el mundo y consumir e invertir lo que todo el mundo produce, es *aprovechar* las científicamente denominadas “Economías de Escala”.

Quiero empero, *con sencillez*, hacerles llegar tres preguntas que a menudo me formulo, no sin la preocupación de que resulten, por lo demás, *obvias*:

Primera.— ¿Cómo vamos a ingeniarnos, —porque los mexicanos somos muy ingeniosos—, para prepararnos, con la velocidad que el caso requiere, a competir en el mundo como “compradores maduros”; a efecto de comprar del exterior y *sin necesidad de mayor regulación, de preferencia* los bienes y servicios (los “Comerciables” como se les llama en economía) que sirvan realmente para satisfacer nuestras necesidades tanto de desarrollo como individuales; en lugar de comprar compulsiva e indiscriminadamente *cualquier cosa o servicio que se nos ofrezca*? Esta pregunta es válida tanto para lo que tiene que ver con bienes y servicios de consumo, como para máquinas, tecnología o mercadotecnia, etcétera.

Segunda.— ¿Cómo vamos a ingeniárnosla para que nuestros “Comerciables” sean *bien conocidos, bien evaluados y bien aceptados* universalmente, y así evitar tener que sacrificar *precios, márgenes de beneficio o lo más importante* de todo *imagen y prestigio*?

Tercera.— En fin ¿cómo vamos a defender nuestros términos de intercambio?

* Documento presentado en el Foro de Consulta del Tratado de Libre Comercio en la Cámara de Senadores, junio de 1991.

• Empresario del Sector Comunicación; Presidente del Grupo Radiodifusor, XELA.

Desde luego ya están dadas las estrategias y está actuándose de acuerdo para resolver problemas tales como los de transporte, la calidad de los comerciables y su adaptación a las necesidades de *un mercado global*, etcétera.

Hasta ahora hemos aportado al mundo: bellas playas, arte y artesanía, petróleo, café, plata, limitadamente especies marinas, legumbres diversas, cítricos, etc. Sin embargo, las barreras proteccionistas de otros países y sus cuotas, los bloqueos de mercados y otros obstáculos de la más diversa índole han evitado que ampliemos nuestra cobertura. Las negociaciones *trilaterales, bilaterales y multilaterales* están logrando con grandes esfuerzos y a pasos agigantados, subsanar esta situación.

En lo que toca a nuestra estructura económica, *no partimos de cero*. Las facilidades desarrolladas como resultado de nuestra actividad exportadora tradicional y durante la vigencia de nuestro modelo de sustitución de importaciones, —que dicho sea de paso agotó ya sus posibilidades—, pueden ser, según sea el caso desarrolladas, ampliadas, reconvertidas, reordenadas y complementadas, como punto de arranque.

Pero, en el fondo y en la esencia, ¿acaso no estamos hablando de una reafirmación de actitudes de nosotros mismos?

- 1.— ¿De hacernos cada vez más competitivos?
- 2.— ¿De hacernos cada vez solidarios, y por qué no decirlo con sus palabras cada vez más autodisciplinados?
- 3.— ¿De hacernos cada vez menos atendidos “a que otro resuelva nuestro quehacer diario?”.

En otro orden de ideas, a la información junto con los factores de la producción se le ha llamado la primera faceta de un diamante de cuatro aristas. A través de los “medios”, *tanto los instantáneos como los diferidos* circula toda la comunicación (instructiva, informativa, analítica y persuasiva) es por ello “que los que tenemos el compromiso y el privilegio de trabajar en ellos”, no podemos menos que darnos cuenta de lo que sucede, de lo que se opina, en suma, de lo que “flota en el aire” y que benéfica para todos resulta una comunicación “sana, estimulante, objetiva y solidaria”.

En fin, estoy cierto, que los medios de comunicación, en general, y los electrónicos en particular, seguiremos con la mejor de las voluntades, colaborando en las siguientes tareas:

A.— *Internamente*: dando a conocer con *objetividad*, el sentido del TLC; destacando que hay que ser cada vez más competitivos, más ingeniosos, más comprensivos de los demás y tener más orgullo por lo que producimos y exportamos.

B.— *Y hacia el exterior*: haciendo que se conozca lo que producimos, y se sepa que lo producimos bien; que nos vean y oigan tal y como somos en la realidad, a diferencia de como han querido o podido vernos y oírnos; y que se sepa que a pesar de nuestras diferencias de detalle, estamos de acuerdo; y que para nosotros es bienvenido e históricamente deseable el reto que implica “nuestra apertura al mundo”.