

os años: sin logros
en campaña
osé Carreño Carlón

medios y cultura política
osé Woldenberg

www.etcetera.com.mx

etcétera

una ventana al mundo de los medios

septiembre 2002

núm. 23

ebate: ¿triunfa la
cultura idiota en TV?

1 de septiembre: la
suma de los miedos

l tiraje de los
arios, ¿dónde
quedó la bolita?



La radio, de cabeza

\$ 40.00



www.etcetera.com.mx

Director fundador
Raúl Trejo Delarbre

Director
Marco Levario Turcott
mlevario@etcetera.com.mx

Editor
Julio Chávez Sánchez
julio@etcetera.com.mx

Secretario de la redacción
José Antonio Gurra C.
jgurra@etcetera.com.mx

Redacción
Laura Islas Reyes
lislas@etcetera.com.mx

Diseño y formación
Alejandro Mascarúa Maciel
alex@etcetera.com.mx

Gerente
Ruth Esparza Carvajal
ruth@etcetera.com.mx

Distribución
Silvia Pérez Ceballos
silpc@etcetera.com.mx

Suscripciones
tel. 55 38 97 08
suscripciones@etcetera.com.mx

Consejo Editorial

José Carreño Carlón (Universidad Iberoamericana, México) / **Jorge Carpizo** (Universidad Nacional Autónoma de México) / **Bernardo Díaz Nosty** (Universidad de Málaga, España) / **Javier Esteinou Madrid** (Universidad Autónoma Metropolitana, México) / **Fátima Fernández Christlieb** (Universidad Nacional Autónoma de México) / **Luis Angel Fernández Hermana** (director de la revista electrónica *enredando.com*) / **Néstor García Canclini** (Universidad Autónoma Metropolitana, México) / **Román Gubern** (Universidad Autónoma de Barcelona, España) / **Pablo Hiriart** (periodista mexicano) / **Jose Marques de Melo** (Universidad Metodista de Sao Paulo, Brasil) / **Jesús Martín Barbero** (ITESO de Guadalajara, México) / **Armand Mattelart** (Universidad París-VIII, Francia) / **Jorge Medina Viedas** (Universidad Nacional Autónoma de México) / **Fernando Mejía Barquera** (periodista mexicano) / **Carlos Monsiváis** (escritor mexicano) / **Miquel de Moragas i Spa** (Universidad Autónoma de Barcelona, España) / **Antonio Pasquali** (Universidad Central de Venezuela) / **Alejandro Piscitelli** (Universidad de Buenos Aires, Argentina) / **Enrique Sánchez Ruiz** (Universidad de Guadalajara, México) / **Beatriz Solís Lerey** (Universidad Autónoma Metropolitana, México) / **Raúl Trejo Delarbre** (Universidad Nacional Autónoma de México) / **Ernesto Villanueva** (Universidad Iberoamericana, México)

etcétera en su segunda época es una publicación mensual editada por Análisis, Ediciones y Cultura, S.A. de C.V. Certificado de reserva de derechos al uso exclusivo: 04-1999-030311083000-102, expedido por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Certificado de licitud de título no. 10686; Certificado de licitud de contenido no. 8653, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas. **Distribución** DF: Despacho Everardo Flores y la Unión de Expendedores y Voceadores de los Periódicos de México, A.C., Serapio Rendón 87, col. San Rafael, C.P. 06470. Tel. 55 66 62 00, DF. Interior de la República y locales cerrados: Publicaciones CITEM, S.A. de C.V. Av. Taxqueña 1798, col. Paseos de Taxqueña, C.P. 04250, México, DF. Tel. 56 24 01 00. **Impresión** Talleres Clase-Sergio René Zavalegui Robles, Callejón del Zacatito 10, col. Argentina Pte, C.P. 11270, México, DF. Tel. 55 27 46 06. **Suscripciones por un año** República Mexicana \$400.00; EUA y Canadá US\$94.00; Sudamérica y Europa US\$96.00. Números atrasados \$80.00. **Oficinas** Petén 94, col. Narvarte, C.P. 03020, México, DF.

No hay sintonía en la radio

38



Por Carlos
Gómez Valero
y Laura
Islas Reyes

Consolidación democrática y cultura política

60

Por José
Woldenberg



SECCIONES

agenda

- **Cuánto venden los diarios en locales cerrados**
- **El carácter de Milenio**
- **La crisis de Epoca**

5

zapeo

La destrucción (mediática) de Praga

Por Francisco Báez Rodríguez

18



etcétera lamenta profundamente
el fallecimiento de

Emma Dolores Carlón
viuda de Carreño

madre de nuestro querido amigo y colaborador

José Carreño Carlón

SECCIONES

textos

El cambio en Notimex
Por José Antonio Díaz García

19

primera plana
Los sacrilegios de El Herald

Por Julio Chávez Sánchez

20

días de radio
Alianzas y desencuentros
Por Fernando Mejía Barquera

21

dineros
Radio Centro e InfoRed: prolongado litigio
Por José Yuste

22

ciberia
La cultura Windows
Por Antulio Sánchez

23

la granja
Teleparodia
Por Raúl Trejo Delarbre

24

COLUMNISTAS

campus

Intercom cumple 25 años
Por Jose Marques de Melo

25

rotafolio
El padre Amaro
Por Javier Corral Jurado

27

butaca
Dormir tranquilas
Por María Rojo

29

televidente
La visita y el crimen
Por Javier Solórzano Zinser

30



EN EL BALCON

Guillermo Ortega
"Soy feliz en la radio"
Por Nelly Mejía Méndez

32

ENSAYO

Segundo informe: sin logros
Por José Carreño Carlón

34

RECUESTO

La suma de todos los miedos
Por Iván de la Torre

68



DEBATE

El triunfo de la cultura idiota
Por Javier Esteinou Madrid

52

No hay manos invisibles
Por Cuauhtémoc Arista

55

TERRITORIOS

Las fotos de la verdad
Por Sergio Marelli

66

INFORME

Hackers y crackers
Por Cuauhtémoc Valdiosera R.

75

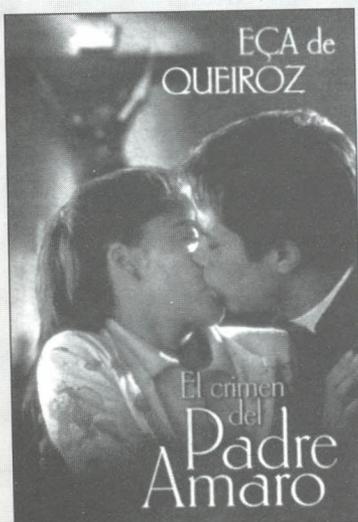
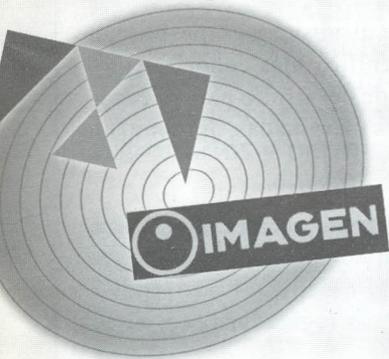
ESCAPARATE

Sacrificio y estudio, Historia, sociedad e información

78

Arte en portada: Alejandro Mascarúa a partir de una fotografía de José Antonio Gurrea C.

Los textos aparecidos en las páginas 4 y 50 son inserciones pagadas.



Javier Esteinou Madrid

El triunfo de la cultura idiota



Se requiere mayor participación del Estado en la cultura

“El proyecto modernizador del país ha formado intensivamente una nueva cultura chatarra de la expansión del capital y una reducción de la cultura de la vida y de la humanización”

El proceso mexicano de modernización ha producido cambios profundos tanto en las estructuras culturales e informativas como en la mentalidad de la sociedad. La mutación más grande es el retiro creciente del Estado como instancia rectora de los procesos de cultura y comunicación, para delegar ahora su dirección a la dinámica del mercado bajo el mecanismo de acción de la oferta y la demanda informativas.

La rectoría del Estado en el campo de la conciencia de lo público quedó sustituida por la intervención de las leyes del mercado con su “mano invisible” de regulación natural, que no ha sido otra realidad que la acción de la “garra invisible” de los intereses de los grandes monopolios de la difusión sobre el proceso de la cultura y la conciencia nacional.

Ante el florecimiento de las tesis modernizadoras que han sostenido el adelgazamiento, la privatización, la desregulación y la transnacionalización de todos los campos de lo público, ahora se formula oficialmente que la dirección cultural de la sociedad mexicana no debe conducirse por las políticas planificadoras del Estado, sino que debe ser guiada por el equilibrio “natural” y perfecto que produce el juego de los “libres” principios del mercado entre productores y consumidores culturales.

Esta tendencia ha reforzado el modelo de *comunicación-mercado* y ha marginado la presencia de otros modelos de comunicación social, especialmente de servicio público. Cada vez

más, los procesos de comunicación se conciben como instrumentos aceleradores del proceso de realización de capital y no como herramientas culturales para la elevación de la conciencia para resolver nuestros problemas de crecimiento nacional. Esto contribuye a producir una nueva valoración estratégica de las telecomunicaciones y de la industria audiovisual que ha desatado una lucha nacional y continental por la concentración privatizada de las cadenas de difusión sin ningún precedente histórico en el país y la región.

La hegemonía de este modelo genera en la sociedad mexicana un fuerte desorden informativo que ha producido silenciosamente una anarquía cultural, al permitir que estemos muy informados sobre lo secundario y no sobre lo fundamental. Dicha anarquía cultural dirigida por la *mano invisible* del mercado ha creado un caos en la conciencia colectiva, la cual impide resolver más rápidamente nuestros grandes conflictos.

Es decir, en la sociedad mexicana regida exclusiva o mayoritariamente por los principios de la oferta y la demanda, el mercado está liquidando “naturalmente” a todas aquellas formas culturales que son “ineficientes” para respaldar e impulsar el proceso de sobreacumulación y super consumo social y fomenta a las que sí permiten su expansión material. Experimentamos cada vez más la práctica de un *malthusianismo cultural* que permite que sólo sobrevivan las estructuras de conciencia más aptas según los criterios del mercado. Así, la conciencia de lo social es desplazada para dar paso irrefrenable a la mentalidad de los negocios, la ideología de la posesión material como sentido de la vida y la visión del

▼ **Javier Esteinou Madrid** es representante del Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (Coneicc) ante la Mesa de diálogo para la reforma integral de los medios electrónicos y profesor-investigador titular del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco.

progreso técnico como nueva religión por encima de otros valores urgentes.

En nuestra sociedad hay la necesidad estratégica de producir desde los medios, especialmente los electrónicos, una mentalidad para la sobrevivencia social como es la construcción de una cultura ecológica y una cultura de la civilidad. En ese contexto de prioridades, los medios electrónicos producen una cultura de la frivolidad, la "novedad" y el hiperconsumo, una cultura de la transnacionalización, del espectáculo, lo *light* y el chisme, que a corto plazo son altamente rentables, pero que despilfarran la enorme energía del país para enfrentar nuestros grandes problemas.

El proyecto "modernizador" del país ha formado intensivamente una nueva cultura chatarra de la expansión del capital y una reducción de la cultura de la vida y de la humanización. Desde los criterios monetaristas de la mo-

truir una visión de la vida altamente fragmentada, descontextualizada y superficial, que se produce con los enormes y rápidos torrentes de información secundaria o terciaria que dirigen los medios sobre nuestros sentidos. Amparada en la tesis de la "libertad de comunicación", esa cultura nos lleva a saber cada vez más del gran mundo externo y cada día menos de nosotros como nación, comunidades y como personas.

Su modelo promueve la violencia temática, el consumo exacerbado, la invasión de la privacidad, la banalización, la comunicación morbosa y sensacionalista, la imposición mental del principio de la ganancia a toda costa, la frivolidad informativa, el entretenimiento vulgar, la cosmovisión hollywoodense de la vida, etcétera. Todo eso, con tal de obtener ratings y vender.

Es el triunfo de la cultura idiota en México. Podemos pensar que por la

nueva generación de programas audiovisuales calificados como "modernos", "avanzados" y "abiertos" que impulsan desmedidamente la violencia, el amarillismo, la invasión de la privacidad, el sensacionalismo, la intolerancia, el voyeurismo, etcétera, con tal de conquistar audiencias e incrementar sus ventas.

En México, durante los últimos cinco años se observa el surgimiento de dos nuevos modelos de televisión. Uno, el modelo de *televisión vampiro*, que para generar ratings alimenta constantemente la programación de sus pantallas con series y escenas altamente violentas. Entre los programas que han impulsado dicho modelo figuran *Duro y directo*, *Ciudad desnuda*, *Fuera de la ley*, *Visión urbana* y *Metrópolis*. Después de ser retirados algunos de estos programas por diversas protestas sociales, dicho género televisivo ha sido reactualizado con otras series

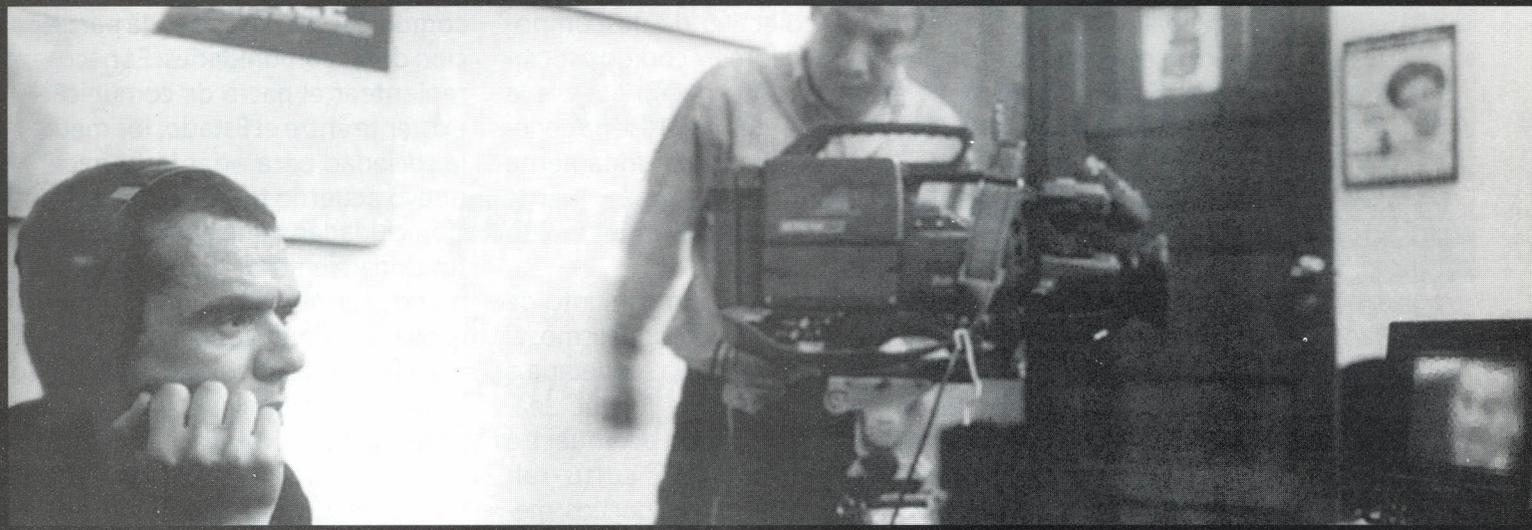


Foto: Memoria Gráfica de la Democracia 2000/IFE

dernidad, el impulso de la cultura de la vida y de la humanización no es una actividad lucrativa que valga la pena fomentar, a menos que el proyecto de desarrollo material llegue a fases críticas donde el deterioro social avance tanto que se establezca en contradicción con la tasa de producción y concentración de la riqueza. Con la acumulación de dichas tendencias se establece un sistema de *comunicación salvaje* que ha producido una enorme crisis cultural, ética y moral y que ha colaborado a minar algunas bases fundamentales de nuestra civilización.

Derivada de las lógicas anteriores y de la respectiva anarquía cultural surgió en la atmósfera mental de México una cultura idiota que se distingue por cons-

nueva forma de financiamiento que plantea el modelo neoliberal, los medios gubernamentales se comercialicen más y, por lo tanto, sean los patrocinadores quienes determinen sus contenidos. Cada vez ha sido más difícil promover una "cultura de desarrollo social" desde éstos, pues el esquema de sostenimiento de dichas empresas ha buscado la obtención a corto plazo de la máxima ganancia monetaria.

Con la victoria del modelo de comunicación-mercado se fortalece la cultura de la muerte que plantea la deformación o destrucción de cualquier valor, estructura mental, sistema ético o idiosincrasia. Por eso surgió, desde 1990 a la fecha en las principales empresas de televisión nacionales, una

más ligeras pero con el mismo modelo como *Planeta salvaje*, *Anatomía del desastre*, *Lo insólito* y otros más.

El otro, el modelo de *televisión de lavadero*, basada en el género de *talk show*, exhibe a las personas como mercancías, para lo cual se recurre como materia prima a la difusión pública y antiética de la vida privada, de los conflictos personales, las crisis familiares y el dolor humano de los participantes populares con tal de obtener rating y vender.

Así, derivado de la globalización cultural y de la lógica de mercado surge una morbosa industria audiovisual de presentación de las miserias humanas que promueve como "valores" el chisme, la intolerancia, la agresión, el sar-



LA PEOR MANERA

casmo, el juicio descalificador, la humillación y la invasión de la intimidad. Con ello, la televisión se convierte en la plaza o el tribunal público desde donde se enjuicia el nivel de sanidad psíquica y emocional del pueblo y se aplican los castigos morales del veredicto. Entre los principales programas que han fortalecido ese modelo figuran *Hasta en las mejores familias*, *Laura en América*, *Cosas de la vida* y *Cristina*.

Finalmente, el modelo de *televisión intrusiva* protagonizado por *Big Brother* y la amplia generación de programas que de ésta se han derivado. Plantean que la vida privada ya no debe existir como espacio íntimo, sino que ahora en los tiempos de la postmodernidad todo puede ser atravesado y difundido por la televisión. La intrusión se convierte en norma social y en espectáculo. Los contenidos de dicho modelo le enseñan al auditorio que el poder de penetración y transmisión de la televisión es tan fuerte, que lo íntimo ya no debe existir. Se genera la ausencia del pensamiento crítico y se establecen las bases colectivas para la creación del autoritarismo que puede llegar a extremos fascistas.

La evidencia histórica demuestra que la aplicación desregulada de la dinámica de la "mano invisible del mercado" a los procesos de comunicación no ha construido en nuestras sociedades un sistema de comunicación superior y de mayor calidad, al contrario.

Con la acumulación de estas tendencias se ha generado en el seno cultural del país una profunda crisis ético-moral. Al examinar el origen de

las crisis del país, tradicionalmente se han privilegiado—casi con exclusividad—las explicaciones de carácter económico y político que han producido este fenómeno, y se olvida que detrás de dichos factores infraestructurales existe una drástica crisis de cultura y de valores que, en última instancia, ha provocado el colapso de nuestra sociedad.¹

Al olvidar o renunciar a que la ética y la moral fueran el alma de nuestra dirección nacional, permitimos que el proyecto salvaje de la acumulación de capital a escala mundial actuara como la fuerza que rigiera la dinámica cotidiana de nuestra sociedad. Hay un proceso colectivo de descomposición de los valores y códigos sociales elementales que hacen posible la convivencia comunitaria y se ha generado una sociedad profundamente enferma que, cada vez más, pierde su capacidad mental de autodirección equilibrada.²

Constatamos que un conjunto de antivalores como el individualismo, el culto al ego, la ganancia monetaria a corto plazo a costa de lo que sea, ahora son presentados por nuestro decadente sistema cultural; especialmente difundido por los medios electrónicos, como los nuevos "valores" modernos que hay que perseguir e imitar para tener éxito y aceptación social.³

El gobierno creciente de este complejo sistema de antivalores nacionales ha creado un reforzamiento de la cultura de la acumulación materialista que está exterminando todas las relaciones de armonía y formas de vida en México y el planeta. Así, cada vez

más, disfrazada de moderna y avanzada, se refuerza en nuestra sociedad la presencia de la *cultura de la muerte* que mina todas las relaciones básicas de convivencia del hombre con su entorno y evita la construcción de una cultura de la paz.⁴

La presencia de esta devastación cultural refleja que no asistimos a un simple reajuste cíclico o coyuntural de las estructuras económicas, políticas o culturales, sino que ahora estamos ante una profunda crisis de civilización. De ahí la necesidad urgente de preguntarnos: ¿cuál debe ser el papel del Estado mexicano para construir una política de comunicación y cultura colectivas que permita el avance de nuestra nación y no la simple subordinación subjetiva al modelo internacional de la acumulación de capital?

Es indispensable que el Estado rescate su función rectora en el campo de la información y la cultura nacional para construir un nuevo proyecto de comunicación basado en la participación de las comunidades. Es necesario replantear el pacto de comunicación existente entre el Estado, los medios y la sociedad para orientarlo hacia un nuevo acuerdo tripartita de participación ciudadana que equilibre el actual funcionamiento desigual del proceso mundial de globalización informativa, el cual ha modificado los contenidos y las fronteras ideológicas de las sociedades nacionales.

De no buscar otra salida, la cultura de nuestra sociedad correrá el gran riesgo de quedar sepultada por los nuevos espejismos de la modernidad y sus derivados simbólicos parasitarios de esta nueva fase del desarrollo de la sociedad capitalista internacional, sin atender la resolución de las grandes contradicciones estructurales que impiden nuestro progreso social. Con ello, la crisis social continuará reduciendo, a corto plazo, nuestro nivel de calidad de vida y, a largo plazo, generando la anarquía social ☉

Notas

1 Javier Esteinou Madrid, "Crisis económico-política, cultura y reforma moral", VIII Semana de la Investigación Científica, *Cuadernos de Extensión Universitaria*, Coordinación de Extensión Universitaria, UAM- Xochimilco, octubre, 1998, y Javier Esteinou Madrid, "Crisis, valores y reforma moral" (tres partes), en *Excelsior*, 3 a 5 de septiembre de 1996.

2 "Crisis económico-política...", *op cit.*

3 *Ibid.*

4 *Ibid.*