

años: sin logros
campana
Carreño Carlón

os y cultura política
Woldenberg

www.etcetera.com.mx

etcétera

una ventana al mundo de los medios

septiembre 2002

núm. 23

te: ¿triunfa la
ra idiota en TV?

septiembre: la
de los miedos

aje de los
os, ¿dónde
ó 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 Gurrea C.
jgurrea@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

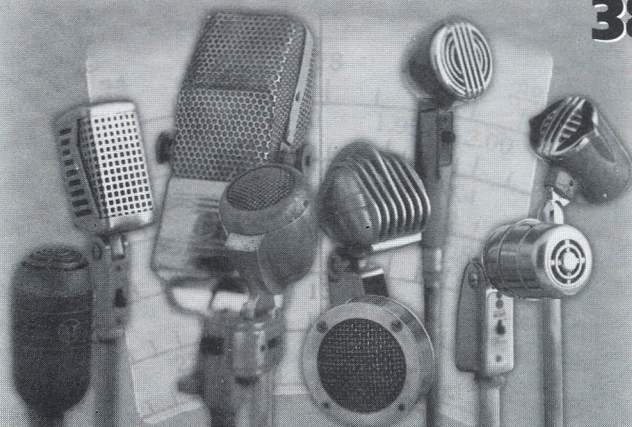
Consejo Editorial

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 Leree** (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 U\$94.00; Sudamérica y Europa U\$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 Heraldo

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 José 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



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

RECUENTO

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

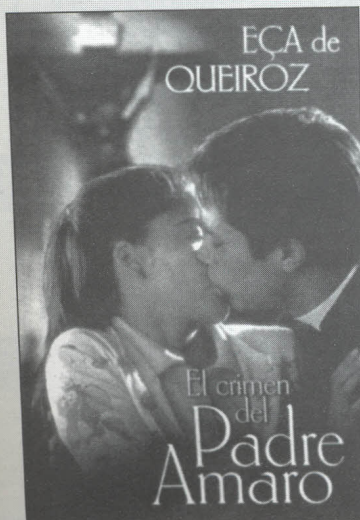
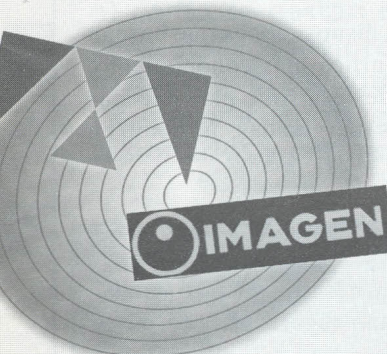
Hackers y crackers
Por Cuauhtémoc Valdiosera R.

75

ESCAPARATE

Sacrificio y estudio, Historia, sociedad e información

78



La democracia en los medios está por construirse

Javier Esteinou Madrid

1. Es cierto que en el proceso de transición política en que nos encontramos, las autoridades constantemente manejan como bandera de avance y apertura de las estructuras de comunicación que la sociedad civil ya participa dentro de éstas, pero esto no es más que un ingrediente demagógico del pastel de democracia maquillado que coti-

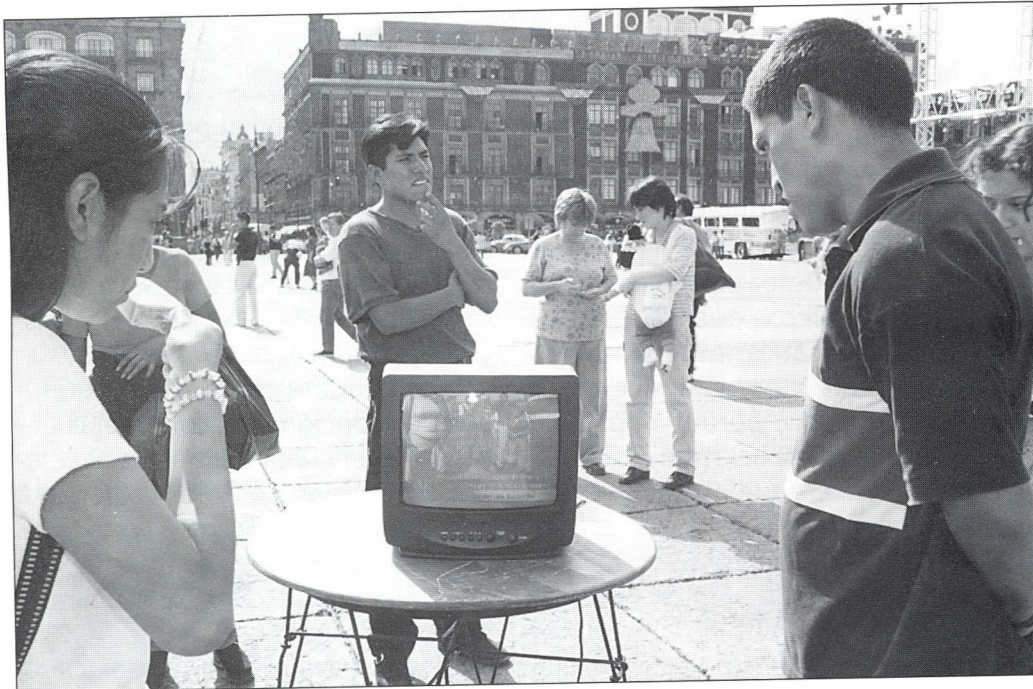
casas, las asociaciones de padres de familia, los grupos de colonos, los estudiantes, los profesionistas, no disponen de espacios en los medios de información para plantear y discutir sus problemáticas particulares. Las únicas excepciones se dan cuando alguno de estos sectores, por cualquier circunstancia, se convierten en noticia y entonces son difundidos como las

igual, pero con simples cambios de escenografía política.

3. Por más obstáculos y dificultades que existan para enfrentar la profunda crisis de civilización por la que atravesamos, se requieren realizar muchas acciones de carácter estructural. Y una muy estratégica es replantear la función del Estado-nación y del modelo de comunicación colectivo existente, para crear otro que permita la fluidez de nuevos actores sociales que equilibren el proyecto político de desarrollo. Con ello, se podrán difundir en el *espacio público* otras concepciones sobre la realidad, la moral, la política, la historia, las coyunturas, la organización, las mentalidades, la economía, las ciudades, la religión, ... la vida, que desatarán nuevas interacciones en la sociedad, las cuales serán indispensables para construir una cultura regenerativa que enfrente el actual caos civilizatorio que nos envuelve.

En este proceso el papel de los medios de información masivos es central, pues actualmente ellos son el gran cerebro colectivo que organiza cotidianamente la conciencia del conjunto social, para su avance o retroceso.

4. Coincido plenamente en que para avanzar a la democracia es necesario que la sociedad mexicana construya otro modelo de Estado que supere los vicios y limitaciones del actual. En este proyecto alternativo debe haber un *espacio público* con gran autonomía del *espacio mediático*, dentro del cual la sociedad civil sea una eficiente protagonista central que influya de forma independiente y crítica frente al gobierno y al Estado, en la toma de decisiones sobre los destinos de la nación. Por ello, esta acción debe ser una prioridad de la sociedad civil para construirse por todas las vías en esta fase de transición a la democracia



dianamente se nos cocina en los espacios de la opinión pública nacional. Lo cierto es que la sociedad civil, después de 72 años de la radio y de 51 de televisión en México, continúa totalmente marginada de los medios.

En este sentido constatamos, por ejemplo, que las organizaciones campesinas, los sindicatos, los partidos políticos, los numerosos grupos indígenas, los movimientos ecologistas, los sectores magisteriales, los organismos no gubernamentales, las iglesias, los productores agropecuarios, la mayoría de las universidades o centros de educación superior, los transportistas, los grupos de amas de

mercancías informativas del momento y desaparecen cuando dejan de ser novedosos, sin contar con ningún derecho civil para participar en los medios cuando así lo requieren.

2. La "mano invisible del mercado", con sus respectivas garras de intereses, no es invisible sino que es totalmente identificable. Lo importante es identificar el proyecto de comunicación que por décadas se ha construido desde ese modelo de autorregulación de los monopolios de la mano invisible del mercado, para precisar si éste ha cambiado en el intento social de transición a la democracia a partir de 2002, o todo sigue