

# etcétera

una ventana al mundo de los medios

diciembre 2002

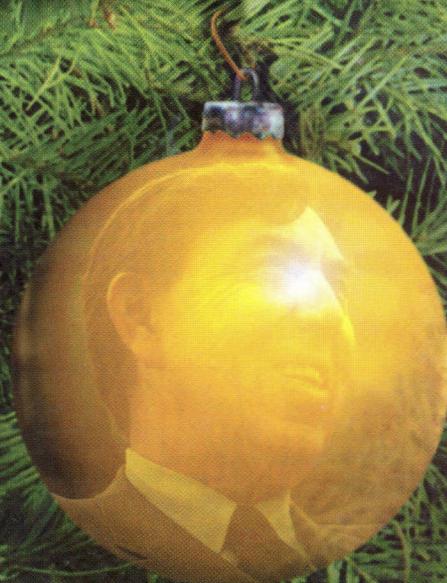
núm. 26



*En 2000, los medios  
tendieron al equilibrio*  
**Ciro Murayama**



*En 2000, las televisoras  
votaron por el PRJ*  
**Mony de Swaan**



**Para dar más  
certidumbre a las campañas  
en los medios, el IFE  
impulsará nuevas reglas**  
**José Woldenberg**



*¿Habrá nuevo  
modelo de  
comunicación  
social?*

*José Carreño Carlón*



**El negocio del  
TELETON**

**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**Jaime Eduardo García  
jegc@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. 56 39 09 16  
suscripciones@etcetera.com.mx**Consejo Editorial**

José Carreño Carlon (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  
 anecdotando.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 São Paulo, Brasil) / Jesús Martín Barbero  
 (ITESO de Guadalajara, México) / Armand Mattelart  
 (Universidad Paris-VIII, Francia) / Jorge Medina  
 Viedas (Universidad Nacional Autónoma de México) /  
 Fernando Mejía Barquera (periodista mexicano) /  
 Carlos Monsiváis (escritor mexicano) / Miquel de  
 Moragas i Spà (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 Lerue (Universidad  
 Autónoma Metropolitana, México) / Raúl Trejo Delarbre  
 (Universidad Nacional Autónoma de México) / Ernesto  
 Villanueva (Universidad Iberoamericana, México)

etc. tera 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: 04-1999-030311093000-102,  
 expedido por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Certifica-  
 do de licitud de título: 10666, 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 Exponentes y Muestradores de los Periódicos de  
 México, A.C., Serapio Rincón 87, col. San Rafael, C.P. 06479. Tel.  
 55 66 62 00. DF: Interior de la República y locales cerrados: Publi-  
 caciones CITEB, S.A. de C.V. Av. Taxqueña 1708, col. Paseo  
 de Taxqueña, C.P. 04250, México. DF: Tel. 56 24 01 00. Impresión:  
 Talleres Clase-Sergio René Zavalegui Robles, Callejón del Zapicho  
 10, col. Argentina Pri, 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\$98.00; Números  
 avorados \$80.00. Oficinas: Edif. 629-C, col. Del Valle, C.P. 03100,  
 México, DF.

Computador: 56 39 09 16. Fax: 56 39 03 12.  
 etc. tera en Internet: www.etcetera.com.mx  
 Correo: etcetera@etcetera.com.mx

**26 Entre la urna y la pantalla**

Rumbo a las elecciones de 2003, Ciro Murayama y Mony de Swaan revisan el vínculo entre los medios y la competencia de partidos.

**El negocio del Teletón 72**

La convocatoria anual que comanda Televisa oscila en el altruismo y el negocio. Pero esto no sería posible, dice Andrés Valdez Zepeda, sin la mercadotecnia impulsada para ello.

**46 Fox gobierna sin mayoría**

Pero con la colusión de los medios, afirma José Carreño.

**Entrevista con Peter Parker 54****INFORME****En México y Argentina, gobiernos al servicio de los zares mediáticos**

Por Sergio Marelli

**66****COLUMNISTAS****días de radio  
Revolución sonora**

Por Fernando Mejía Barquera

**57**

ciberia

**Elecciones en Brasil**

Por Antulio Sánchez

**58**

dineros

**Radiópolis, en el proyecto de Prisa**

Por José Yuste

**59**

zapeo

**Sobre el nuevo reglamento de la Ley de Radio y Televisión: Una opinión divergente**

Por Francisco Báez Rodríguez

**60**

# Proyecto excluyente

Y el decretazo del 10 de octubre



**"Con esa magna concentración de poder, los canales de información electrónicos gradualmente construyeron un Estado dentro del Estado tradicional que permitió que ampliaran sus concesiones de fuerza e influencia"**

▼ **Javier Esteinou Madrid** es representante de la academia en la Mesa de Diálogo e investigador titular del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco.

**A** partir de las grandes condicionantes históricas de control político aplicadas al funcionamiento de los medios de información en México, se construyó por décadas en el país un modelo dominante de comunicación que se caracterizó por ser monopolístico (duopolístico), vertical, discrecional, excluyente de los grandes grupos sociales, cancelador del derecho a la información, restrictor de la libertad de expresión, negador de los derechos comunicativos elementales de los ciudadanos y fomentador de la dinámica de mercado y no del servicio público.

Ese modelo fue una pieza fundamental que colaboró sustancialmente a conservar por más de siete décadas al viejo régimen político. Al respecto, en los 80 Carlos Monsiváis declaró: "En México el verdadero Ministerio de Educación era Televisa y no la Secretaría de Educación Pública" y que "gracias a la programación de la televisión mexicana ya habían nacido varias generaciones de norteamericanos en México". Esta realidad obtuvo su cúspide cuando Emilio Azcárraga Milmo externó en 1993 que "estamos en el negocio del entretenimiento y de la información, y podemos educar, pero fundamentalmente entretener... México es una clase modesta muy jodida, que no va a salir de jodida... para la televisión es una obligación llevar diversión a esa gente y sacarla de su triste realidad y de su futuro difícil..."<sup>1</sup>

Por lo tanto, durante varios sexenios surgió el *Modelo de comunicación para los jodidos* cuya esencia, con distintos matices, adaptaciones y características, fue el prototipo informativo que, en mayor o menor grado, también siguieron y aplicaron otras empresas de televisión en México.

A su vez, el Estado mexicano de los últimos 40 años aportó su cuota para conservar el *Modelo de comunicación para los jodidos* al no reglamentar durante tres décadas el derecho a la información ni incorporar alguna de las miles de propuestas planteadas en los foros populares, las consultas públicas y los espacios de discusión organizados por los gobiernos en turno para examinar y transformar el proyecto de comunicación de la República y crear los planes sexenales de desarrollo en esa materia.

Los medios se transformaron en el monopolio del poder que generó una *mediocracia* que durante varias décadas contribuyó sustancialmente a producir un país de siervos obedientes y no pensantes y actuantes críticos. De esta manera, la hermética estructura de control de los medios ocasionó, cada vez más, que las políticas públicas se elaboraran desde los criterios e intereses privados y no desde las dinámicas colectivas. Las necesidades de la reproducción del gran capital y los motivos del viejo poder fueron el marco donde se reprodujo cotidianamente lo colectivo y lo público. El espacio público generado por los medios electrónicos se privatizó, transformando lentamente lo privado en público y lo público en privado, adquiriendo lo público las características de una mercancía más regida por las leyes del *marketing*.

Con esa magna concentración de poder, los canales de información electrónicos gradualmente construyeron un Estado dentro del Estado tradicional que permitió que ampliaran sus concesiones de fuerza e influencia. Así, mientras la estructura de la comunicación social se convirtió en el primer poder que vigila, juzga, fiscaliza y somete a todas las áreas del funcionamiento de nuestra sociedad, especialmente del Estado-gobierno, al mismo tiempo es el único poder autocrático que en la práctica política permanece sin ser supervisado por el interés colectivo y cada vez más, se propuso la autorregulación como herramienta básica para el acotamiento de los medios y no la ley como reflejo elemental del interés social. Con ello, se realizaron múltiples grados de impunidad desde éstos ante la ciudadanía sin que exista eficientes límites contenedores que los acoten.

Con el fin de superar esta realidad, el actual gobierno decidió impulsar la reforma del Estado en materia de comunicación social. Para ello, la Secretaría de Gobernación inauguró el 5 de marzo de 2001 la Mesa de Diálogo para la Revisión Integral de la Legislación de Medios Electrónicos, cuyo objetivo, según el secretario de Gobernación, Santiago Creel Miranda, sería "lograr en el ámbito de un absoluto respeto a las libertades —y particularmente a la libertad de expresión— una relación sana, transparente y responsable entre el gobierno, los medios y la sociedad, para que a través de esta vinculación democrática se pueda garantizar la certidumbre y la seguridad jurídica a gobernantes y gobernados". Según el gobierno, los acuerdos alcanzados en este espacio, se sustentarán en cinco grandes criterios: garantizar la libertad de expresión, transparentar el otorgamiento de concesiones, contribuir al afianzamiento de la unidad nacional, enriquecer nuestra cultura y educación, el respeto a los principios humanistas, la dignidad de la persona y la unidad de las familias, el fortalecimiento de las convicciones democráticas y el desarrollo armónico de la ciudadanía.<sup>2</sup>

Aquel espacio tuvo un carácter consultivo, no deliberativo, y operó con todos los sectores durante un año ocho meses en la elaboración de un anteproyecto de ley de reforma integral de los medios electrónicos. No obstante, en plena fase de ese proceso, el 10 de octubre el presidente Vicente Fox anunció sorpresivamente la expedición de un nuevo acuerdo presidencial sobre el manejo del 12.5% de los tiempos de Estado y un nuevo reglamento para la Ley Federal de Radio y Televisión, que dejó de lado la iniciativa de reforma integral de los medios electrónicos, instalada por la Secretaría de Gobernación.

Con el *decretazo* se renovó el viejo pacto existente entre gobierno y concesionarios de los medios para modernizar el tradicional modelo de comunicación excluyente de la sociedad y reforzar los intereses de la gobernabilidad de la administración en turno. Con esa determinación unilateral, el gobierno creó, una vez más, las bases de la renovación del *Modelo de comunicación para los jodidos* en los medios electrónicos para las próximas décadas. La creación de las condiciones políticas para la reinstalación de ese modelo provocará en la sociedad mexicana un fuerte desorden informativo que producirá una anarquía cultural al permitir que estemos altamente informados sobre lo secundario y no sobre lo fundamental.

Esta anarquía acelerada por la dinámica del mercado producirá un caos en la conciencia colectiva al permitir que la energía social se concentre en los procesos de acumulación de riqueza o de fuga de la realidad e impedirá que se centre en la resolución de los grandes problemas de la agenda nacional. Con ello, se fortalecerá, a través de los medios masivos de difusión, la producción de



"Renovación de viejos pactos"

Foto: Miguel A. Navarrete

una *comunicación parasitaria* que nos llevará a saber, cada vez más, del gran mundo externo y cada día menos de nosotros como nación, comunidad y como personas.

Derivado de ello, se renovará en la atmósfera mental de México la cultura idiota que se distingue por construir 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 transmiten los medios sobre nuestros sentidos.<sup>3</sup> El modelo se caracteriza por promover en grandes dimensiones la difusión intensiva de la información secundaria; la violencia temática; el consumo exacerbado; la invasión de la privacidad; la banalización de la realidad; la comunicación alarmante, morbosa y sensacionalista; la transmisión saturante de los contenidos publicitarios; la imposición mental del principio de la ganancia a toda costa; la frivolidad informativa; el show como anteojos para ver la vida; el entretenimiento vulgar y estafalario; la cosmovisión hollywoodense de la vida, etcétera, con tal de obtener *ratings* y vender. Las preocupaciones

sociales son poco rentables para las leyes del mercado que, además, progresivamente gobiernan más el proyecto de los medios públicos.

La nueva forma de financiamiento que plantea el modelo neoliberal lleva a que los medios gubernamentales se comercialicen más y, por lo tanto, sean los patrocinadores quienes determinen el contenido de transmisión de los canales, progresivamente, será más difícil promover una *cultura de desarrollo social* desde éstos.

Con el *decretazo*, el gobierno renunció a que la ética y moral fueran el alma de nuestra dirección nacional y permitió que el proyecto salvaje de la acumulación de capital actuara como la fuerza rectora de la sociedad. Con ello, se ha respaldado un proceso colectivo de descomposición de los valores y códigos sociales elementales que hacen posible la convivencia comunitaria y se generará una sociedad profundamente enferma que, cada vez más, pierde su capacidad mental de auto dirección equilibrada.<sup>4</sup> Así, cada vez más, disfrazada de moderna y avanzada, se incrementará 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 que evita la construcción de una cultura de la paz para sobrevivir.

No asistimos a un simple reajuste cíclico o coyuntural más de las estructuras económicas, políticas o culturales. Estamos ante una profunda crisis de civilización que tiene su origen en el deterioro de su fundamento ético-moral. Ante ese panorama debemos tener presente que por la irresponsabilidad que se mostró al no planificar con fines colectivos el uso de los medios electrónicos en las últimas tres décadas, la falta de voluntad política para formar desde los canales masivos una cultura para el desarrollo, la debilidad de los gobiernos postcardenistas para defender la cultura nacional, la complicidad de las autoridades públicas ante la penetración del proyecto transnacional en el terreno psíquico, la desarticulación global que vive el proyecto cultural gubernamental, el recién-

te *decretazo* y el retiro sustancial de la presencia del Estado del campo de la comunicación colectiva para que ésta sea conducida mayoritariamente por el mercado. El Estado perdió un enorme terreno para formar, a través de las industrias electrónicas, un fuerte nacionalismo, una sólida identidad, cohesión nacional y una cultura sustentable

## **“El Congreso de la Unión tiene la enorme responsabilidad de reaccionar para lograr una Ley Federal de Radio y Televisión que atienda a las actuales circunstancias políticas, sociales y técnicas del país”**

que sirvieran como punto de despegue para el proyecto de crecimiento y sobrevivencia interna.

El Estado no tiene un proyecto para la rectoría de los medios electrónicos. Por ello, ante la privatización progresiva y el financiamiento crecientemente mercantil de los medios públicos, hoy somos testigos de la derrota del proyecto cultural del Estado y de la sociedad civil para mantener y ampliar el programa de identidad y democratización nacio-

nal a través de la superestructura audiovisual de la República.

Contrariamente a las tesis modernizadoras del Estado, que han planteado 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 en el terreno cultural el Estado se ha convertido en una realidad progresivamente más endeble que no tiene capacidad para dirigir a la sociedad mexicana hacia un proyecto cultural propio, autónomo, sustentable y de superación. Podemos decir “que 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”.<sup>5</sup>

Ahora el Congreso de la Unión tiene la enorme responsabilidad de reaccionar para lograr una Ley Federal de Radio y Televisión que atienda a las actuales circunstancias políticas, sociales y técnicas del país y el mundo. El afán del gobierno federal para suplantar a los legisladores pero sobre todo la necesidad de reivindicar el interés de la sociedad en las reglas para la radio y la televisión, exigen de los diputados y senadores una respuesta rápida y consecuente con la representación nacional que les fue delegada ☉

### **Notas**

1 “Televisa no está vinculada al poder ni a la política”, en *El Nacional*, 11 de febrero, 1993 y “Televisa y la clase media”, en *Proceso*, 15 de febrero, 1993; Carlos Monsiváis, *Aires de Familia. Cultura y Sociedad en América Latina*, México, Anagrama, 2000. Para ampliar esta visión, consultar Claudia Fernández y Andrew Paxman, *El Tigre. Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*, México, Editorial Mondadori, Colección Mitos de Bolsillo, 2001.

2 Javier Esteinou Madrid, “Mesa de diálogo”, en *etcétera*, núm. 6, abril de 2001, p. 67.

3 Javier Esteinou Madrid, “Crisis económica-política, cultura y reforma moral”, en *Cuadernos de Extensión Universitaria*, UAM-Xochimilco, octubre de 1998, pp. 173-177; y Javier Esteinou Madrid, “Crisis, valores y reforma moral”, en *Excélsior*, 3 de septiembre, 1996.

4 “Crisis económica-política...”, *op cit.*

5 Javier Esteinou Madrid, “El ‘México profundo’ sigue vivo”, en *Excélsior*, 31 de julio, 1991.