



“BIG BROTHER”

- un programa de televisión nocivo -

Televisa ha decidido iniciar a partir de marzo un nuevo programa denominado **Big Brother**, que resulta dañino porque atenta gravemente contra la dignidad de las personas.

Doce desconocidos, 6 hombres y 6 mujeres, serán sometidos a aislamiento y a “situaciones límite” que pongan a prueba su propia resistencia. Durante 106 días, vivirán en una casa construida especialmente para el programa, ajenos a todo contacto con el exterior, ya sea vía telefónica, televisión y toda forma de comunicación personal que existe. Serán observados las 24 horas del día, a través de 40 cámaras y 60 micrófonos.

Los concursantes han sido seleccionados por el equipo de producción de **Televisa** y un grupo de psicólogos que deberán elegir a las personas **cuyo perfil psico-social garantice el espectáculo**, ya que, según lo que ellos mismos afirman, “*de la selección de los participantes dependerá el éxito del programa*”.

El público podrá votar vía telefónica, por quien deberá ir abandonando la casa. Este juicio evidentemente dependerá de que sus actitudes o su conducta “no le parezcan entretenidas”. El vencedor será quien permanezca hasta el final dentro de la casa. **El premio será cuantioso para el ganador**, pero los demás participantes serán también compensados por dejar de lado su vida y toda conciencia de su intimidad.

En la transmisión de este programa en otros países se ha llegado a extremos increíbles de morbo y falta de respeto a las personas y a su intimidad. **Esta agresión** transgrede no sólo a las leyes de nuestro país, sino al reconocimiento internacional sobre la inalienabilidad de los Derechos Humanos. Entre ellos se encuentra el derecho a la privacidad, que como todo **derecho humano está basado en la dignidad de las personas y es irrenunciable**.

Es éticamente inaceptable que con fines comerciales, se haga creer a las personas que exhibir su intimidad, mostrar sus debilidades y bajas pasiones, sea sinónimo de autenticidad y reto, y que pueden ser usadas para ganar dinero. Ésta propuesta de programación, alienta de la forma más burda, la curiosidad morbosa del público mexicano de todas las edades.

Ante la intención manipuladora de “divertirnos” con retos y promesas falsas, los mexicanos, jóvenes y adultos, deseamos hacer valer nuestra identidad, de hombres y mujeres libres que queremos un México mejor.

Si usted lo considera importante, puede dirigirse a Televisa y a las autoridades para expresar su queja o punto de vista, ya sea por carta, teléfono, fax o e:mail y además reproducir este mensaje y difundirlo.

Televisa, S.A. de C.V.

Presidente: Sr. Emilio Azcárraga Jean
Dir. de producción de programación : Lic. Mauro Castillejos
Av. Chapultepec No. 28, 1er. piso. Col. Doctores
México D.F., C.P. 14141

TEL 5224-5000 Fax 5224-5585
e-mail: mcastillejos@televisa.com.mx

Secretaría de Gobernación Dirección de Radio Televisión y Cinematografía RTC

Presidente: Lic. Manuel Gómez Morin.
Roma No. 41, 1er. piso. Col. Juárez.
México D.F., C.P. 06600

TEL. 5140-8106, 5140-8114
e-mail: afcastaneda@segob.gob.mx



"BIG BROTHER"

-un programa de televisión nocivo-

El programa *Big Brother* o Gran Hermano, es un programa creado por el holandés John de Mol. Este programa, que ha sido transmitido en varios países, se considera un *concurso de supervivencia*. Por el tratamiento del mismo, resulta además de un concurso, una telenovela, una comedia y un *talk show*.

▪ Acerca del programa

Los concursantes son personas del público, 6 hombres y 6 mujeres desconocidos entre sí, son sometidas a aislamiento durante los 106 días que dura el programa. Ajenos a todo contacto con el exterior, ya sea vía telefónica, televisión y toda forma de comunicación personal que existe, convivirán entre sí y se irán saliendo de la casa hasta que quede uno sólo de ellos. Se encontrarán en un espacio destinado especialmente para el desarrollo del programa, siendo observados las 24 horas del día, a través de 40 cámaras y 60 micrófonos, colocadas en todos los rincones de la casa de dos recámaras y un baño.

El productor Pedro Torres explica que "se trata de un aislamiento total, literal, sin ninguna forma de comunicación dentro de la casa. Es cero contacto con el mundo externo, ni siquiera con el equipo de producción. Finalmente, *Big Brother* somos todos, somos tú, yo, la audiencia, la Producción; entonces los 12 elegidos se comunicarán con *Big Brother* vía el **confesionario**, un cuarto aislado totalmente, donde de una manera individual podrán platicar sobre cómo se sienten en la casa, el proceso de selección, etc."

Durante su estancia en la casa, estarán sometidos a "situaciones límite", que será la forma de **provocar espacios de conflicto y controversia** en donde esperan ocurra **lo atrevido e inesperado, en donde se exhiba lo más íntimo de las personas**.

Los participantes serán seleccionados por el equipo de producción de **Televisa** y un equipo de psicólogos que deberán elegir a las personas **cuyo perfil psico-social garantiza el espectáculo**, ya que, según ellos mismos afirman, "*de la selección de los participantes dependerá el éxito del programa*".

La convocatoria para elegir a los participantes de este concurso, fue abierta desde el 3 de diciembre y se cerró el 16 de enero. Los candidatos que podían acceder a la convocatoria fueron: mexicanos mayores de 21 años que se inscribieran telefónicamente, vía internet o a través de los formularios publicados en medios impresos de circulación nacional.

Una vez iniciada la transmisión, el público podrá votar vía telefónica, por quien deberá ir abandonando la casa. Este juicio evidentemente dependerá de que sus actitudes o su conducta "*no le parezcan entretenidas*". El vencedor será quien permanezca hasta el final dentro de la casa, quien recibirá un **cuantioso premio**, además de fama y popularidad efímeras.

Los participantes tendrán posibilidad de votar por quienes de sus compañeros deben salir y también tendrán posibilidad de incrementar sus ingresos si son capaces de superar las diferentes pruebas a las que serán sometidos.

Millones de mexicanos, a través del **espacio público** de televisión abierta, podrán observar la edición de la vida privada de estos desconocidos en convivencia íntima, para divertirse con lo que ahí suceda. Vía internet y televisión de paga, se hará la transmisión de las 24 hrs. de la vida de los concursantes, **sin edición alguna**.

Asociación a Favor de lo Mejor, A.C.
 Shakespeare No.39 3er Piso Col. Anzures C.P. 11590 México, D.F.
 Tel. 55.45.12.74 55.45.92.44 55.45.93.05 Fax ext. 101
<http://www.afavordelomejor.org>

de unos pocos se lastima el interés de muchos. Con dos añadidos impertinentes. Por una parte, la reacción presidencial indica cuán sensible es a las expresiones de descontento del poder norteamericano, público o privado. Los exportadores de fructosa a México hallaron en Washington eco en su inconformidad con la medida legislativa, juzgada violatoria a las normas del libre comercio consagradas en el tratado respectivo del norte de este continente. Por otro lado, el Presidente cayó en la tentación de suponer que con esta muestra de buena voluntad puede obtener una simétrica y aun de alcance mayor, consistente en la aceptación norteamericana de un volumen tres veces más grande de exportaciones de azúcar mexicana a Estados Unidos.

Conforme al TLC, la industria del dulce de caña debería poder colocar sus excedentes en el mercado estadounidense. Interpretaciones especiosas de aquel lado impiden que así sea, lo que se ha traducido en la reimplantación en la práctica del sistema de cuotas a que estuvo sujeta la industria mexicana durante largo tiempo. Por añadidura la cuota resulta mucho menor de lo que es posible y necesario colocar allí. A falta de ese destino, y para que los sobrantes no afecten el precio interno y empeoren las condiciones de la industria, se subsidia la exportación a otros mercados distintos del norteamericano, en que los precios se han envilecido.

A revertir ese tratamiento se orienta la decisión del Presidente. Pero suele ocurrir en las negociaciones que el que cede primero puede no obtener satisfacción a sus demandas. Y si eso sucede el Presidente Fox habrá perdido doblemente, pues será maltratado por su principal socio comercial y se enajenará voluntades políticas aun dentro de su partido.

Aplicar el artículo 39 del Código Fiscal, adecuado a la forma en este caso, pondrá bajo sospecha las capacidades legislativas del Presidente. Es una tendencia del constitucionalismo moderno el de ensanchar las atribuciones presidenciales mediante lo que en Estados Unidos se llaman órdenes ejecutivos y que en el caso mexicano corresponden a estas resoluciones de carácter general, verdaderas leyes por su alcance y contenido, aunque no sean expedidas por el Congreso.

En este caso, sin embargo, el Presidente Fox utilizó esa facultad como supletoria del veto. Ya lo había ejercido el año pasado para frenar la ley de desarrollo rural y tal vez por eso no quiso acudir de nuevo a esa forma extrema de expresar su desacuerdo con el legislativo. Por eso, y por la premura con que se acometieron las enmiendas en San Lázaro y Xicoténcatl prefirió este camino que revela un talante taimado y por eso irritante. Esta facultad materialmente legislativa del Presidente debe ser utilizada con prudencia, para el logro de fines que el legislador no previó, y no para suscitar un enfrentamiento con el Congreso, que lastima una zona ya dañada.

▪ **Es un buen negocio, éticamente inaceptable**

La experiencia de la transmisión de este programa en otros países ha sido comercialmente exitosa, ya que despertar las pasiones más bajas, los recursos comicidad soez y el morbo, son y han sido siempre el recurso más fácil y menos creativo para llamar la atención. Sin embargo, estos recursos son cuestionables desde todos los puntos de vista, especialmente desde una perspectiva ética y de responsabilidad social.

El sociólogo Luis Alberto Quevedo, quien intervino en la selección de los participantes afirma que: "Su intención no es volver felices a los doce participantes ni cambiar la estética de la TV, sino hacer un negocio".

Giovanni Sartori expresa esta idea en una entrevista radiofónica reciente, al decir: "**El rating, no puede ser el único criterio para elegir programación**". A este respecto alguien hizo la reflexión de que, todos sabemos que un cantinero le sirve a sus clientes lo que ellos piden, aunque los tenga que sacar arrastrando de la cantina.

Pero ¿Es válido aplicar este criterio exclusivamente comercial a los espacios públicos destinados a la comunicación?, ¿Es este el criterio que esperamos que consideren los productores y dueños de medios, para seleccionar entretenimiento que ofrecen a nuestras familias?

Por supuesto que después les oiremos decir: "el rating nos dice que esto es lo que el público quiere". *Esta falacia, es la consecuencia de una conducta irresponsable al ofrecernos este tipo de programación.*

Los productores conscientes de la agresión que significa este programa afirman; "Quien no lo quiera ver, que no lo vea". ¿Estamos dispuestos a renunciar a un espacio que debería ser creativo y de entretenimiento sano? ¿Tendremos que aislar a nuestra familia y renunciar a un espacio público que debe estar encaminado al bien común y no sólo al éxito económico de unos cuantos?

Es éticamente inaceptable que con fines comerciales, se haga creer a las personas que exhibir su intimidad, mostrar sus debilidades y bajas pasiones, sea sinónimo de autenticidad y reto, y que pueden ser usadas para ganar dinero.

En un espacio aislado, sometido a situaciones extremas, observado en todo momento, incluso en el que se realizan las necesidades naturales, es la propuesta de entretenimiento de este programa. **Nada más poco creativo y nada más denigrante que esta violación de la Intimidad**, en donde Televisa es la promotora, los participantes los voluntarios protagonistas y la sociedad que los observa, los cómplices de la degradación.

**A la humanidad le ha costado mucho salir de la barbarie.
¿Por qué empeñarnos en regresar a ella?**

ASOCIACION A FAVOR DE LO MEJOR, A.C.

Es indudable que el Presidente de la República puede emitir resoluciones generales para eximir de contribuciones a una rama de actividad cuando "se afecte su situación". El artículo 39 del Código Fiscal de la Federación consigna esa facultad, remanente quizá del presidencialismo exacerbado pero atribución vigente. Por eso carece de sentido imaginar que una controversia constitucional concluyera en una desautorización de la Suprema Corte al decreto del Ejecutivo publicado el martes y que entró en vigor ayer. Por lo demás, conviene tener presente que tal recurso no es ejercible por cualquier legislador irritado. Es un modo de controlar la constitucionalidad y, en un caso como este, sólo puede iniciarlo el Congreso de la Unión o una de sus cámaras (o la Comisión Permanente, que en este receso deja de funcionar dentro de ocho días). Aunque el líder de la diputación panista Felipe Calderón no anunció objeciones de su grupo al intento opositor de plantearla en San Lázaro, difícilmente se reunirá la mayoría necesaria para iniciar la controversia, a diferencia de lo que ocurrió en 1999, cuando la Corte obligó a la Presidencia a ofrecer información requerida por el poder legislativo.

La decisión presidencial de eliminar el impuesto de 20 por ciento a la industria refresquera y conexas que utilicen endulzantes distintos de la caña de azúcar, es decir alta fructosa, tiene fundamento legal. Pero es un error político. En el mejor de los casos es una apuesta riesgosa. Si Fox gana se atenuará el efecto negativo que ya generó esta exención. Si pierde, quedará de manifiesto que sus vacilaciones son uno de los mayores defectos de su gestión gubernativa.

Aunque no fue suya la decisión de establecer ese gravamen, la medida fiscal adoptada por los los legisladores, a impulsos de los veracruzanos, correspondía al propósito del Ejecutivo de ordenar y alentar a la industria azucarera, en cuyo propósito el Presidente llegó al extremo, contrario a su temperamento y sus convicciones, de expropiar 27 ingenios. Al encarecer fiscalmente el uso de la miel de maíz los legisladores buscaron ampliar el mercado del azúcar de caña, necesitado de crecimiento. Por eso, entre todas las disposiciones tributarias que a última hora dictó el Congreso esta contó entre las menos impugnadas. Ciertamente dañó intereses: el de los refresqueros y similares así como el de los importadores y productores de fructosa, pero social y económicamente mayor que ese daño era el beneficio para la industria y el campo cañero.

En esa misma medida ha sido aberrante volver atrás las cosas, porque en beneficio