

# La Nueva TV Nació Vieja

- ★ Paso Atrás en el Actual Modelo de Modernización
- ★ Instrumento Político y Cultural en Manos Erróneas
- ★ Declaración Antidemocrática de Joven Empresario

LORENZO MEYER

En los sistemas democráticos, la información veraz, amplia y plural no es privilegio sino derecho. Sin ese derecho no puede haber un auténtico ejercicio de la ciudadanía.

En los sistemas totalitarios, la información está controlada; es básicamente propaganda de saturación y muy monótona. Se trata, como señala Giovanni Sartori, de información que no convence pero que logra un objetivo importante de la anti-democracia: crear una opinión pública sistemáticamente malinformada y desinformada. En México, el control de la información no llega a ser del tipo totalitario, pero tampoco del democrático.-Hoy por hoy, la opinión pública mexicana es, básicamente, una opinión desinformada, tal como la requiere el sistema en que vivimos.

El último y triste episodio en el esfuerzo gubernamental por impedir que en México surja un sistema de información masiva verdaderamente libre,

SIGUE EN LA PAGINA VEINTINUEVE

Sigue de la primera plana

policéntrica y plural, acaba de tener lugar con la venta por 645 millones de dólares de los canales 7 y 13, más un estudio y 420 salas de cine, al Grupo Radio Televisora del Centro (GRTC), encabezado por Ricardo B. Salinas Pliego. Ese grupo, según las declaraciones de quien lo representa, puede ser muchas cosas, menos un adelantado de la información democrática y moderna.

Un reportaje de Gabriela Aguilar (*El Financiero* 19 de julio) describe así a Ricardo B. Salinas Pliego, el personaje que aparece al frente de los empresarios que acaban de adquirir los canales del Estado: "Hombre peculiar, apoyador del PRI, no cree en la democracia y piensa que ésta no existe en México. Espera que pase mucho tiempo antes de que se presente en el país, pues hoy los mexicanos no están preparados para ella... Y opina que el proyecto de comunicación de su grupo no es político, sino de entretenimiento... es alguien que añora haber vivido en otros tiempos, como en la época de la Conquista, mas no como indio, sino como conquistador". Salinas Pliego, contador de 37 años, asegura que para él, hacer negocios "es como un juego". Y cuando realmente juega en Las Vegas, lo hace "sin perder más de un límite de 10 mil dólares". Si este personaje va a ser la opción a Emilio Azcárraga Milmo y Televisa en materia de información y cultura, entonces hemos dado un paso hacia atrás en el proceso de modernización.

Si la guerra es algo demasiado seria como para dejar la responsabilidad de su conducción en manos de los generales, lo mismo se puede decir de la televisión: es un medio de información y formación de opinión pública demasiado importante para ser dejado enteramente en manos de personas como Salinas Pliego. Si el "ideario" de este empresario es efectivamente el que se reporta, entonces es inevitable una de estas dos conclusiones. A) La enorme simplificación del mundo que hacen los economistas neoliberales mexicanos, llevó al secretario de Hacienda a privatizar los canales de televisión del Estado fijándose única y exclusivamente en quién pagaba más, olvidándose por entero del papel social de la televisión. B) El maquiavelismo gubernamental dejó los dos canales del Estado en manos de alguien funcional a la prolongación del estilo autoritario de informar y crear opinión pública.

La privatización de la televisión estatal pudo ser una parte sustantiva de una auténtica reforma política. Habría la posibilidad histórica de poner fin a la situación de monopolio que por tanto tiempo ha existido en la televisión privada mexicana, pues Televisa tiene hoy 90% de la audiencia. Sin embargo, ahora hay motivo para sospechar que el mero hecho de contar ya con una segunda cadena privada de televisión, no va a ser una opción.

mo algo más que un mero negocio. Es un formidable instrumento político y cultural. En las manos equivocadas, la TV no sólo pierde su potencial benéfico, sino que puede transformarse en una influencia negativa, como de hecho ha ocurrido en México.

Salinas Pliego es presidente del Grupo Elektra —vendedor de aparatos electrodomésticos— y nieto del fundador de la cadena de tiendas Salinas y Rocha. Según la entrevista citada, el señor Salinas Pliego hubiera deseado ser estadista “mas no político”. Es difícil saber qué es exactamente lo que entiende el nuevo empresario de televisión por político, pues, si bien es cierto que el grueso de los políticos no son estadistas, todos los estadistas son políticos, por definición. Pero sea como fuere, es claro que toda televisión, al formar opinión directa o indirectamente sobre los asuntos públicos, hace política y, por tanto, Salinas Pliego ahora es político. Si como él dice, le atrae la política de altos vuelos —la propia de estadistas y no de meros “políticos”— haría bien en revisar su visión histórica sobre México y sobre el papel que deberá desempeñar su nueva empresa. Por ejemplo ¿realmente sabe lo que significa admitir públicamente en un país de conquistados que se tiene como modelo al conquistador? ¿Y decir esto en un país de profunda raíz indígena y donde el trauma brutal de la conquista aún no ha sido totalmente superado? También sería necesario que el señor Salinas Pliego revisara su visión porfirista sobre la democracia, esa que le llevó a afirmar: “los mexicanos aún no están preparados para ella”. Si no estamos preparados para la democracia, ¿entonces para qué estamos preparados? Si, como dice Salinas Pliego, en México no hay democracia entonces ¿qué hay?

Como persona privada cada uno de nosotros tenemos pleno derecho a emitir las opiniones que se nos antoje, por disparatadas y absurdas que puedan parecer. Así, por ejemplo, Salinas Pliego está muy en su derecho de considerar que la mujer no puede ser la igual del hombre sino “un complemento”, o que la televisión es básicamente “un instrumento mediante el cual la gente se distrae y se relaja”. Pero cuando alguien recibe y asume la responsabilidad de explotar una concesión que le hace la sociedad para bien servir al interés colectivo, entonces lo que hace y dice en público deja de ser un asunto meramente de opinión para convertirse en algo más serio: en materia de interés público y de debate.

Como el señor Salinas Pliego es nuevo en asuntos de televisión, nosotros, los del público, no podemos aún juzgarlo por lo que ha hecho en este campo, que es nada. Tenemos entonces que juzgarlo por lo que dice, y su discurso es deplorable. En contra de lo que él sostiene, la democracia —sus valores y sus prácticas— no es algo a lo que un pueblo llega “cuando ya se está preparado”, (¿quién le va a dar el certificado de aptitud?), sino que se llega por la práctica, que generalmente es un proceso largo, difícil y lleno de errores. Comparados con los países democráticos, los mexicanos tenemos ya un retraso de dos siglos en esta materia. No podemos seguir esperando. Para contar con una tradición democrática —base insustituible de una democracia fuerte y efectiva— hay que empezar a vivir su práctica. Y la televisión no puede ser neutral en este asunto: es una ayuda o un obstáculo, no hay punto intermedio. Si Salinas Pliego es congruente con sus declaraciones, GRTC va a ser un obstáculo. Los que demandamos la democracia a la que tenemos derecho, debemos exigir que GRTC modifique de inmediato su postura en este tema de importancia vital o que se le retire la concesión.

Si México fuera ya un país democrático, las opiniones antidemocráticas de un empresario de televisión importarían relativamente poco, pues mediante la acción de los partidos, del Congreso, de los otros medios masivos de comunicación y de la sociedad, se le obligaría a comportarse de acuerdo con los legítimos intereses mayoritarios. Pero como en México no tenemos un sistema de partidos sino de partido de Estado y como tampoco tenemos un poder legislativo digno de tal nombre, la situación creada por el otorgamiento de la nueva concesión de televisión a GRTC, se torna grave.

La televisión tardó en transformarse en el medio masivo de comunicación y gran negocio que es ahora. La primera transmisión de televisión se llevó a cabo hace 67 años, pero fue sólo hasta después de la Segunda Guerra, cuando este medio de entretenimiento e información logró su auténtico despegue. El mundo de hoy no se entiende plenamente sin la televisión. De acuerdo a un informe de la UNESCO, al fin del decenio pasado, había en el mundo 900 millones de aparatos de televisión en uso. Como negocio, la televisión es igualmente impresionante: el año pasado la cadena CBS, en Estados Unidos, cobró 850 mil dólares por comerciales de 30 segundos durante el juego del Super Tazón. Clientes de esa televisión, como Procter & Gamble, reportaron en la misma fecha, gastos en publicidad por televisión por dos mil cien millones de dólares. En México, y según las cifras de la revista Fortune (28 de junio de 1993), la familia Azcárraga (Emilio Azcárraga Milmo, Laura Azcárraga, Alejandro Burillo Azcárraga y Emilio Azcárraga Jean), que controla 64.5% de Televisa, poseía activos por valor de 3,700 millones de dólares. Ahora bien, que la televisión es un gran negocio en México nadie lo duda, lo que aún está por demostrarse es que la comunidad se haya beneficiado por sus actividades de una manera equivalente.

Hoy, las clases medias y altas mexicanas disponen de una variedad de fuentes de información, incluso en materia de televisión (parabólicas, cable y Multivisión). La presencia o ausencia de GRTC, no va a cambiar gran cosa su situación. La importancia potencial del nuevo grupo está en las clases populares, pues en este sector no ha existido hasta ahora opción en Televisa.

De acuerdo con datos de un estudio aún inédito de Sergio Puente —un investigador univer-

sitario— sobre el "consumo cultural" en cuatro colonias de la ciudad de México —Arenal, El Sol, 2 de Octubre y Guerrero—, representativas de la forma de vida de las clases populares (aquellas con un ingreso por familia equivalente a dos y medio salarios mínimos), se tiene que: 97.2% de los hogares cuentan al menos con un aparato de televisión y 25.9% con dos o más. En 68.5% de los hogares, el promedio de horas que la familia ve la televisión, varía de una a cuatro. Al presentarles una lista de todos los canales, sólo 10.2% de los encuestados dijeron ver aquellos canales que no eran de Televisa (7, 11 y 13). El tipo de programas favoritos son las telenovelas (43.5%) y las caricaturas (11.1%); los noticieros vienen en un distante tercer lugar, con 6.5%. En relación al otro medio masivo de información, la prensa, 31.5% de los encuestados declaró que no lee ningún periódico, y entre el resto el más popular es *La Prensa* (14.8%) seguido por un diario controlado por Televisa, *Ovaciones* (7.4%). Finalmente está el libro, la forma de transmisión de conocimiento más compleja e interesante pero menos popular. El 12% de los encuestados dijo que el último libro leído era un texto escolar y 8.3% mencionó la Biblia; ningún otro libro sobrepasó 1%.

En resumen, en las clases populares urbanas, los órganos de Televisa y un periódico, constituyen sus principales fuentes de información. Son fuentes que se caracterizan por su apoyo al statu quo. El nuevo grupo de empresarios de la televisión, no parece tener la voluntad de alterar este panorama, sino de consolidarlo. El anunciado compromiso del gobierno con la modernidad no es tal.

Afortunadamente, en la formación de la opinión pública, los medios masivos de información —televisión, radio y prensa— no son tan determinantes como lo es la propia realidad. Es por ello que en 1988, pese a que la televisión y en menor medida el resto de los medios, fueron abiertas, incluso descaradamente, parciales en favor del candidato del PRI, la votación por el partido del Estado no correspondió a las preferencias defendidas por los medios. De todas maneras, en la inminente negociación de la reforma política con el gobierno, la oposición debe luchar a fondo por lograr que la conducta informativa de la televisión se apegue a criterios de imparcialidad democrática, independientemente de cuán pobres sean las opiniones de sus propietarios sobre la democracia.