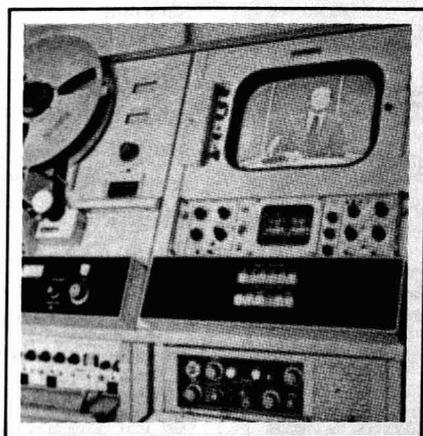


México en la “Aldea global”



El debate sobre la problemática de la modernización económica, política y cultural de la televisión mexicana, no puede circunscribirse, hoy en día, a una polémica nacional al margen de las implicaciones internacionales que sitúan a este medio de comunicación en el ojo del huracán neoliberal: el nuevo orden del “libre comercio de la información”.

El 7 de diciembre de 1990 el *Diario oficial* de la Federación publicó la decisión del Ejecutivo para desincorporar las frecuencias de algunos canales de televisión que el Estado tenía en sus manos: la Red Nacional 7 y Canal 22 del D. F., además de los canales 8 de Monterrey y 2 de Chihuahua.

El 20 de diciembre del mismo año, la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) y la Fundación Manuel Buendía convocaron a una reunión para analizar la desincorporación de las televisoras estatales.

El 26 de enero de 1991, importantes sectores de la sociedad mexicana: escritores, académicos y periodistas, actores y artistas, rectores y científicos de todas las universidades del país y asociaciones civiles, así como academias e institutos, publicaron un desplegado para proponer al Estado el mantenimiento de por lo menos el Canal 22 para destinarlo a la promoción de la cultura a nivel nacional.

Finalmente, el 2 de febrero de 1991, el Presidente de

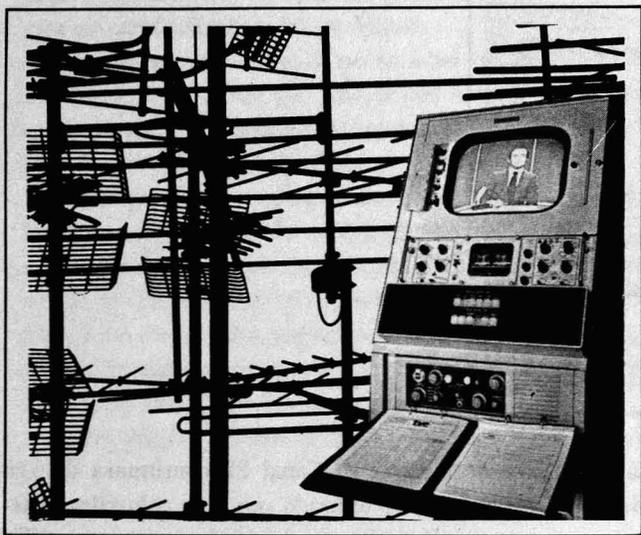
la República decide que el Canal 22 continuará dentro de IMEVISIÓN para ser utilizado con fines culturales. Además, en respuesta al desplegado del 26 de enero, se notifica que un consejo representativo de la comunidad cultural mexicana definirá los contenidos programáticos del mismo. Hoy día, la existencia del mencionado Consejo, cuya elección ha sido muy polémica, busca cumplir con su tarea que parece nada fácil e incluso infructuosa.

Los eventos anteriores manifiestan claramente dos cosas: por un lado, el Estado considera que la televisión (medio de comunicación por excelencia) no debe formar parte de su estructura administrativa, y que corresponde a los particulares definir el espectro de la información, la formación y el entretenimiento. Por otro lado, los sectores pensantes de la sociedad civil se oponen a que el Estado deje de asumir esta tarea y que, por el contrario, sea él quien se responsabilice de la difusión de la cultura por televisión. Dos concepciones se vislumbran: una, la del reclamo de algunas fuerzas sociales (los intelectuales) por un Estado asistencial, y otra (la del gobierno) con una posición típicamente neoliberal ante el problema. Sin embargo, el peso de la decisión para conservar el Canal 22 como cultural puede interpretarse de varias maneras: a) como una respuesta del Estado a la comunidad científica y cultural de México que sólo abogó por el Canal 22 y no por una televisión estatal comprometida con el arte, la ciencia y la cultura. Recordemos el caso de la Red Nacional 13 que sigue funcionando sin aclarar hasta el momento la lógica de su estructura administrativa; b) como una respuesta del Estado para legitimar la privatización de la Red Nacional 7 y los cana-

* Profesor-investigador del Posgrado en Ciencias de la Comunicación, en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. Coordinador del mismo de 1984 a 1991.

les 8 de Monterrey y 2 de Chihuahua; c) como una respuesta con la cual el Estado decide que la cultura por televisión se difunda por UHF (cobertura limitada), pues el comunicado no atiende la petición de especificar el alcance de la cobertura nacional que Canal 22 deberá poseer, ni menos aún la petición de que los recursos de la venta de la Red Nacional 7 se destinen al financiamiento del 22. He ahí un gran problema que tendrá que ventilarse en el mencionado Consejo.

En síntesis, lo que se ha logrado hasta la fecha es, para decirlo con una metáfora: la respuesta de un Estado asistencial de corte neoliberal que satisface las expectativas de los intelectuales que quieren difundir cultura por TV, y las expectativas de los empresarios que quieren comercializarla.



Las posiciones antes expuestas revelan los ejes del debate de una problemática que trasciende el espacio nacional porque se ven implicados asuntos de orden internacional. La desincorporación de la televisión pública en todo el orbe, incluso en aquellos países que se caracterizaban por desarrollar una enconiable televisión cultural (Francia, Italia, Alemania, Reino Unido), hoy forma parte de una estrategia no sólo de comunicación, sino de desarrollo económico.

Aquello que los economistas definen como "globalización de la economía" parece materializarse en la "globalización de las comunicaciones" y por ende, de la televisión. Cabe recordar que a mediados de los sesenta, el polémico comunicólogo Marshall MacLuhan profetizó el surgimiento de una "aldea global" o "aldea planetaria", gracias al desarrollo de las telecomunicaciones. El impacto de su "teoría" provocó encono en todos aquellos que defendían la tesis de los Estados Nacionales como baluarte de la integridad cultural y desarrollo de la misma. Sin embargo, a finales de los setenta y principios de los ochenta —por lo menos en Europa— se empezaba a diseñar la posibilidad de que, como consecuencia de la consolidación de la Comunidad Económica Europea se debería desarrollar, entre otras tareas, una televisión comunitaria. Para ello la CFE destinaría esfuerzos tecnológicos y económicos considerables, con la finalidad de ser autosuficientes en materia de telecomunicaciones y satélites. Dichos esfuerzos deberían re-

flejarse a principios de los noventa con el surgimiento de dicha televisión comunitaria, al lado del nacimiento de los Estados Unidos de Europa (1° de enero de 1992). Lo curioso de todo es que para consolidar este proyecto de televisión continental, los diferentes Estados europeos se hayan visto en la necesidad de privatizar la televisión, o al menos de permitir la ruptura del monopolio estatal (televisión cultural), autorizando la aparición de cadenas privadas (televisión comercial).

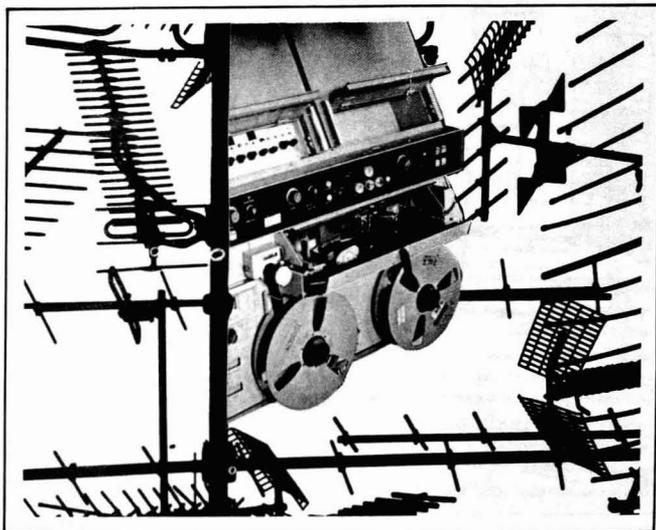
Como puede observarse, el debate sobre la televisión pública en México se sitúa en un escenario complejo de relaciones de poder que está determinado por la aparición de nuevos bloques políticos y económicos en todo el orbe. No obstante, la diferencia de fondo entre la televisión comercial-privada de México, que ha alcanzado un importante desarrollo a nivel nacional, continental e internacional, ha sido en detrimento de una televisión cultural-pública como la que se impulsó en Europa hasta antes del nuevo orden económico y político que estamos viviendo. Es más, cabría afirmar que la televisión privada en México ha constituido, incluso antes de la desincorporación de buena parte de la televisión pública, una red transnacional de información. El desarrollo de la televisión de Estado no ha podido equipararse en ningún momento al de la televisión privada. Tan es así que el 24 de enero de 1991 la televisión privada firmó un convenio de cooperación e intercambio con la televisión soviética; hecho inusitado, no sólo en México, sino en el mundo. A partir de este año, una hora de televisión soviética (presumiblemente musicales) aparecerá en las pantallas mexicanas y, a su vez, una hora de telenovelas se presentará en la televisión soviética ("Los ricos también lloran") para inaugurar el nuevo rostro de la televisión en la URSS. Como se ve, la desincorporación de la televisión a nivel internacional no sólo es en la forma, sino también en el contenido.

Pero ¿por qué centrar la discusión sobre los *media* hoy día particularmente en la televisión? ¿Por qué no analizar el fenómeno de la radio o el de la prensa? Porque, al parecer, las estrategias de desarrollo económico neoliberales han dado



prioridad, entre sus variables, a la modernización de la televisión. Para entender este fenómeno se hace necesario retomar dos categorías propias de la economía política y la econometría: la circulación del capital y la globalización de la economía. El hecho de que en el mundo se estén consolidando bloques a partir de Acuerdos de Libre Comercio y otros semejantes, manifiesta claramente cómo la economía de mercado y de libre competencia se han impuesto a cualquier otra forma de organización económica (la economía centralizada, por ejemplo).

La tangible y cada vez mayor interdependencia de los países en materia económica y política parece determinar el uso de formas de comunicación globalizadoras que permiten a ese



mercado anunciarse y transgredir, sin impedimento alguno, las fronteras políticas de los Estados. La eficacia de la televisión en este sentido ya ha sido probada no sólo en cuestiones informativas, sino en eventos espectaculares como los deportivos y las guerras que envuelven a todo el orbe. Pero hay otro elemento más que le ha dado sustento a este éxito globalizador de imágenes y sonidos: la publicidad. Si bien ésta no garantiza la venta del producto —tal y como lo sostiene hoy día alguna corriente de la publicística— sí lo coloca en el mercado y en el juego de la libre competencia. Con ello —se afirma— existe la posibilidad de que el impacto frecuente en los espectadores y las cualidades del producto, permitan que los productores rivalicen por “apropiarse” de los consumidores, y éstos tengan la “libertad” de elección.

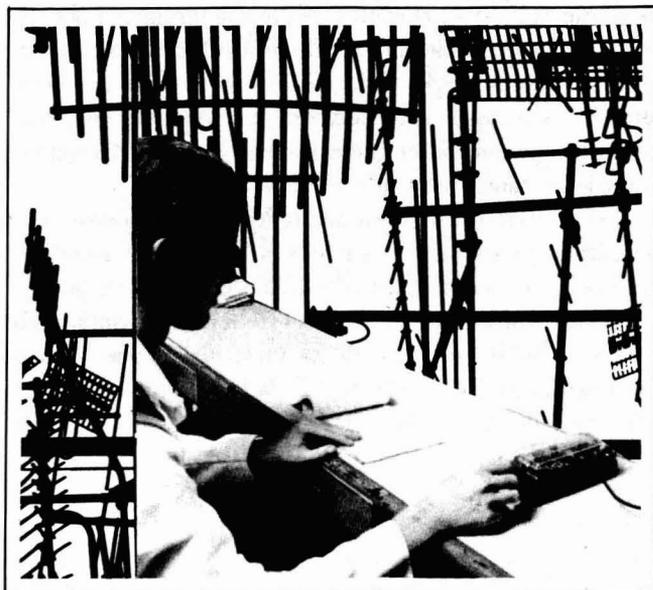
La televisión, en este sentido, ha sido el instrumento para el desarrollo de una sociedad de consumo a gran escala. Su influencia ha sido determinante no sólo en lo que a intercambio de bienes y servicios de capital se refiere, sino que juega incluso una función preponderante en la comunicación política. Particularmente en eso que los estrategas electorales definen como *marketing* político, donde las contiendas electorales y el ejercicio político se realizan mediante estrategias de comunicación publicitaria, imponiéndose a las viejas teorías de la propaganda y el quehacer políticos. Hoy —al decir de estos nuevos comunicadores— ya no se debaten ideas, se ven-

den candidatos. Pero la comunicación audiovisual también ha coadyuvado a la creación de una nueva forma de “arte”, prototipo de la denominada industria cultural, al grado tal de que los lenguajes audiovisuales han incluso determinado formas innovadoras de comunicación, como lo manifiesta el naciente arte de la video y el cada vez más sofisticado lenguaje de la publicidad.

Estamos prácticamente en el umbral de una nueva sociedad en lo referente al nuevo orden económico y político internacional. También ante la globalización de las comunicaciones, vía televisión y computadoras, que se aprestan a generar nuevas formas de percibir nuestra “aldea global”. Y son curiosamente estos instrumentos relacionados con las telecomunicaciones los que están actualmente en el centro del debate político-cultural.

En México no es casual que el Estado busque desincorporar la televisión ni menos aún la red telefónica (sistemas nervioso de las telecomunicaciones en el futuro). Esto, en cuestión de comunicación, es la materialización de la modernidad económica que no sólo se da en México, sino que ya ha sido definido en Europa e incluso se habla de la desincorporación paulatina de la televisión en la Unión Soviética. No obstante, este proyecto no tendría sentido si contempláramos la libre competencia de productos en zonas restringidas (estados nacionales o regiones de países o continentes). El hecho es que los costos de promoción publicitaria en las cadenas nacionales y continentales de televisión son tan elevados, que sólo los grandes consorcios internacionales tendrán (ya tienen) posibilidades para anunciarse. De ahí la importancia de la televisión continental, pero sobre todo, de la televisión privada.

El debate de la televisión pública en México *versus* la televisión privada, o de la responsabilidad que debe asumir un Estado asistencial en la consolidación de una televisión pública cultural, a diferencia de la televisión privada comercial, se centra en la concepción de mundo expresada en el “discurso racional” de la modernidad que vulnera la cultura, y éste no es un hecho novedoso. Los frankfurtianos Adorno y Horkei-



mer ya lo habían analizado. También habían detectado la "civilización de la barbarie" que se bosquejaba con el surgimiento de la cultura de masas (la industria cultural), pese a que aún no existía la televisión. Pero aún más, la postmodernidad nos ha hecho saber que la cultura fomentada por el Estado nunca ha sido garante de una cultura libremente ejercida. Tal parece que esa cultura promovida por los medios estatales, en el caso de la televisión, no alcanzaba la posibilidad de mayor difusión, inconformando a los sectores a los cuales no se les garantizaba un espacio propio de manifestación. Dentro de esta lógica, el Consejo de Planeación para el Canal 22, tiene la responsabilidad de garantizar la libertad y pluralidad cultural.

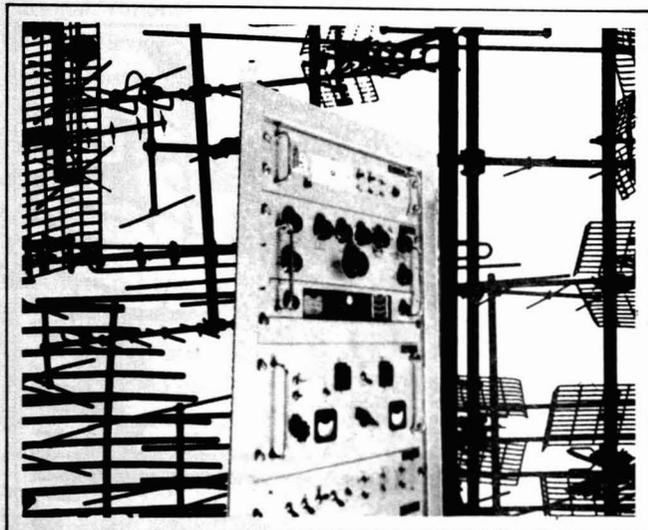
Resulta curioso cómo, por ejemplo, en la Francia de finales de los setenta y principios de los ochenta, sectores importantes de la sociedad civil se pronunciaban por la ruptura del monopolio estatal de la radio y la televisión. La campaña del candidato Mitterrand en 1980 incluía —entre sus consignas— la asignación de frecuencias de radio a particulares. El Partido Socialista Francés violó incluso, en los años previos a la victoria de mayo de 1980, la ley en materia de Radio y Televisión en Francia. El propio Mitterrand fue juzgado por ello al transmitirse una entrevista suya en la "radio libre" del PS. Los proyectos de privatización de la televisión vendrían después, aunque ya desde finales de los años setenta el entorno del entonces presidente Giscard d'Estaing manejaba dicha posibilidad, la que se concretó con el gobierno socialista. De tres cadenas nacionales (TF1, A2 y FR3) el Estado desincorporó la de mayor audiencia e infraestructura (TF1); fusionó dentro de una misma estructura la televisión regional (FR3) con la otra cadena nacional (A2), y concesionó a particulares tres nuevas frecuencias.

Lo mismo sucedió, con sus peculiaridades, en España, en Italia con más antelación que los otros, en Alemania, Reino Unido y otros miembros de la comunidad. El argumento fundamental para dichas privatizaciones era básicamente económico. La carga que el Estado resentía para sostener los costos de operación, producción y mantenimiento de una televisión pública era demasiada. Conservarla implicaría una elevada carga impositiva para el contribuyente que terminaría por reventar. Además, desde el punto de vista político representaba un riesgo ante la creciente demanda de la sociedad civil. Por otro lado, y aunque las democracias europeas sean democracias, había que reconocer que el manejo de la información no era todo lo transparente que se quisiera.

Ante el diagnóstico global que reflejan las economías occidentales en materia de televisión, y la "occidentalización" de las economías orientales, parece poco viable que en México sea posible consolidar un proyecto de televisión cultural en manos del Estado (o incluso de los intelectuales), pues además de la verticalidad que esto implica, la ley vigente asigna a la televisión cultural el carácter de permiso, lo que le impide la comercialización y la deja en manos de la subvención (es decir, de las políticas de escasos recursos para la educación y la cultura).

Cuando en 1973 el gobierno mexicano optó por la creación de medios de comunicación electrónicos bajo su propiedad, se

pensaba que este tipo de radio y televisión no sería oficioso, sino tendiente a ser una alternativa culturizante ante la gran influencia de la televisión privada que adolecía de este enfoque. Lo más grave de todo es que la televisión estatal nunca ha podido definir el perfil de una televisión cultural. Cuando los efectos de la crisis la obligaron —a petición de la Federación— a ser autosuficiente en su financiamiento, se puso a competir comercialmente con la televisión privada. Pero sucedió otra cosa todavía más grave: en ese momento de crisis económica (1985), el Estado mexicano decidió crear otra red nacional de televisión (la del 7), a partir de la red existente de TRM. La del 7 sería una segunda red nacional complementaria de la del 13. Ésta, bajo la figura jurídica de concesión, podía ser comer-



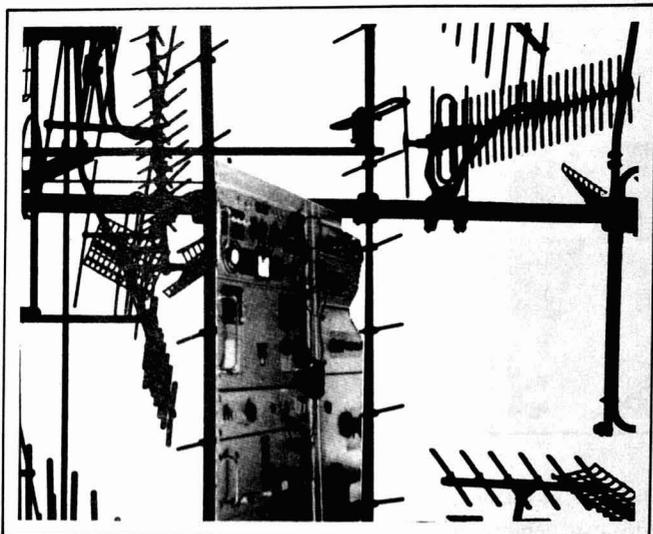
cial, mientras que el 7 y el 22 aparecían como de "utilidad pública" (figura poco clara en la legislación en la materia), no pudiendo vender tiempos de transmisión.

Aparte de todo esto, en esa misma época de crisis económica fueron apareciendo, en los diferentes estados de la República, nuevos canales regionales, además de los ya existentes. Generalmente éstos se regían bajo la figura de permiso, lo que les impidió, por ley, allegarse recursos por concepto de venta de publicidad, así como su definición cultural, aunque su manejo sea más que oficioso. El crecimiento de estos canales estaba sujeto —como aún lo está— a los presupuestos de los estados.

De lo anterior podemos deducir que el anhelado sentido culturalista de la televisión ha querido desarrollarse en el contexto de un discurso racionalizador propio de la modernidad, lo que garantiza de antemano su fracaso como proyecto cultural. No obstante, resulta sintomático y alentador que sectores importantes de la *intelligentsia* mexicana hayan solicitado al Estado la conservación del Canal 22 como cultural, con el compromiso de que sea de proyección nacional. La respuesta parece más política que otra cosa. Sin embargo, puede pensarse —de funcionar— que un canal con proyección nacional y recursos suficientes (?), podría cubrir la necesidad de una televisión cultural en México que prácticamente nunca ha existido, y los intentos que han habido tampoco han sido apoyados

íntegramente por parte del Estado. El Canal 11 vive en la inacción, mientras que la televisión privada canceló su "proyecto alternativo" de televisión cultural (Canal 9).

La globalización de la economía, de las comunicaciones y de la televisión parecen redefinir los términos de la "sociodinámica de la cultura". Sus componentes no serán definidos bajo los mismos criterios que esta pomposa teoría de los sesenta estableció (cfr. A. Moles). Las reglas del juego han variado sensiblemente y el hecho de que la "aldea global" sea cada vez más una realidad tangible hace que los actores del proceso de comunicación no se definan ya por el espacio nacional en el que se ubican, sino por su poder de transnacionalidad, como es el caso de la televisión privada en México; o el de su multina-



cionalidad, como la televisión comunitaria que pretende desarrollar la CEE.

En la actualidad, la aldea planetaria macluhiana parece responder adecuadamente a la lógica de una sociedad de mercado. En este contexto, los medios de comunicación en México, al menos la televisión privada, han sabido responder a esta lógica y lo inusitado de su convenio con la Unión Soviética, así como la internacionalización de sus productos en países como China, Italia, Francia, España y casi todos los países de América Latina, lo demuestran. Por otro lado, un hecho lamentable parece ser el referido a la televisión pública. El momento de su desincorporación se circunscribe en un proceso de modernización económica que busca "sanear las finanzas" y priorizar los gastos. Además, la modernización mexicana confía (y requiere cada vez más) en los capitales privados (nacionales y extranjeros) para consolidar este proyecto modernizador. El conservar Canal 22 como "canal de interés público y de contenido cultural" no garantiza que éste vaya a cumplir con su función. Sobre todo porque la industria cultural televisiva está en manos de un poderoso consorcio privado que conoce perfectamente las reglas del juego y que, hoy por hoy, es uno de los más grandes del mundo.

La educación y la cultura nunca han sido rentables. Tan es así que los Estados neoliberales tienden a privatizarlas. En consecuencia, es impensable que la televisión logre cumplir

con una tarea que básicamente corresponde al Estado. En México la televisión privada ha cumplido ampliamente con sus objetivos mercantiles, pues es un negocio. La que definitivamente nunca lo ha logrado es la televisión pública, y al parecer, nunca lo hará, si partimos del supuesto de que la Red Nacional 13 continuará con una lógica de competencia que le garantice autofinanciamiento, y que el Canal 22 sufrirá de los mismos tratos que reciben Canal 11, la televisión universitaria, la televisión regional y en general la cultura y la educación en México.

Ante este panorama parecería necesario pensar en fórmulas que se circunscribieran en las lógicas de producción neoliberales, en donde los capitales -nacionales o extranjeros- deberían adquirir un compromiso con la cultura nacional. Para esto se requiere de modificaciones necesarias (modernizar) en la legislación para la radio y la televisión. Por ejemplo, uno de los cuellos de botella para el sostenimiento digno de las televisoras regionales, es el impedimento que la ley les hace para allegarse recursos por la venta de tiempo. A los Estados se les otorga un permiso para el uso de una frecuencia con fines culturales y no lucrativos. ¿No sería necesario pensar que la cultura también requiere de financiamiento para su desarrollo? Si no hay recursos cómo es posible plantear un proyecto cultural nacional.

Ante este panorama cabría hacerse algunas preguntas finales: ¿el Consejo de Planeación discutirá los objetivos a corto, mediano y largo plazo de esta nueva entidad de televisión cultural, otorgando autonomía a cada uno de los canales para instrumentar sus políticas de producción, co-producción, comercialización, intercambio y programación, así como de financiamiento extraordinario? ¿O cumplirá una función centralizadora? ¿Será posible concebir la cultura como algo más que las bellas artes y considerarla como toda actividad de carácter científico, tecnológico, de la vida cotidiana, humanístico, artístico, susceptible de ser difundido por una televisión plural, participativa, crítica, experimental y de servicio a la comunidad? En este nuevo contexto comunicacional el futuro del Canal 22 debe vislumbrarse diferente al del Canal 11 o el de las televisoras regionales. Los recursos que se destinen a la cultura y a la educación deberán satisfacer no sólo las necesidades básicas, sino impulsar la producción cultural en sus diferentes manifestaciones. Debe discutirse si es conveniente enmarcar en una nueva entidad jurídica toda la televisión cultural en México: Canal 22, Canal 11 y televisoras regionales. El hecho es que el proceso de creación de la cultura y su difusión tiene que repensar sus lógicas de "producción, circulación y consumo". Pero, más aún, hay que repensar y evaluar los procesos de apropiación cultural de la sociedad civil mexicana. Sobre todo si reconocemos que el "desarrollo" de la cultura en México se ha visto condicionado por la cada vez mayor exposición de esta sociedad a la televisión. Además porque el mercado de la televisión en México ha estado dominado por una sola entidad que no ha fomentado y difundido realmente todas las manifestaciones de la cultura, sino que sólo ha promovido los valores *kitch* de la cultura de masas, sin siquiera reconocer y explorar todas las potencialidades creativas de ésta. ◇