

Radio y Libre Comercio

Alma Rosa Alva de la Selva

Con la firma del Tratado de Libre Comercio (TLC) como una realidad que se aproxima cual conteo regresivo, el terreno de la comunicación se presenta como uno de los que reflejarán con más claridad la incorporación de nuestro país a una nueva lógica de producción, circulación e intercambio de productos que, en este caso, serán bienes culturales.

Si bien el contacto con productos de comunicación del exterior ha venido teniendo lugar desde hace tiempo, aunque de manera muy desequilibrada y desigual -ya que la presencia estadounidense en la materia no tiene punto de comparación con ninguna otra-, a partir de que se suscriba el convenio, y con ello se dé la señal de arranque a la apertura comercial de los medios de comunicación social, la relación será diferente y más intensa, lo cual necesariamente conducirá a cambios en el ámbito comunicativo nacional que asumirán diversos niveles. Ello debido a que es factible que el impacto del TLC en la estructura de medios mexicana, y en particular en la radio, no se limite sólo a la esfera de la difusión de mensajes o la "modernización" tecnológica, sino que también pueda extenderse a lo relacionado con cambios en las estructuras de propiedad o formas de funcionamiento.

Conviene hacer notar que a lo largo del año transcurrido en las negociaciones conducentes a la firma del Tratado, el hermetismo informativo ha sido la pauta a seguir. Es hora en que la opinión pública desconoce en gran medida los puntos de acuerdo y desacuerdo que se han venido discutiendo en la Mesa de Telecomunicaciones, una de las 18 que buscan abarcar los rubros económicos básicos, y por tanto, escasamente puede apreciarse el rumbo que ha tomado la fase final del "estira y afloja" que, finalmente, ha pasado a la mesa de las negociaciones.

Por otra parte, según informaciones periodísticas difundidas en

marzo de este año, a juicio de los concesionarios de radio y televisión de nuestro país, entre los puntos que México debería estar defendiendo en la ronda de discusiones se encontraba la negativa de vender empresas nacionales de medios de comunicación a extranjeros, aunque sí permitir asociaciones, además de limitar la participación extranjera en la gestión de estaciones y canales concesionados para asegurar su control por mexicanos. ¿En qué quedó tal solicitud? No lo sabemos. Fuera de datos sueltos como el anterior, apenas si se han difundido otras informaciones, como el punto de vista de importantes radiodifusores del país sobre el tema. Así, por ejemplo, al celebrarse el Foro Permanente de Información, Opinión y Diálogo del TLC efectuado el año pasado, la industria de la radio comercial dejó ver su optimismo ante la posibilidad de la libre asociación con capitales extranjeros, que en el caso de los grupos radiofónicos consolidados puede convertirse en una buena oportunidad de expansión, y en una exclusión del mercado para aquellos radiodifusores con pocos recursos para enfrentar la competencia.

Pero a escasos días de que finalicen oficialmente las negociaciones, con una amplia agenda de puntos a discutir todavía, que van desde el libre uso de los satélites y estaciones terrenas para subir y bajar señales hasta aspectos fiscales, los trabajos de la Mesa de Telecomunicaciones proseguían este mismo mes, sin dar noción alguna sobre las decisiones de gran importancia que están tomando en un campo tan importante, incluso en términos de soberanía para los países firmantes.

De tal manera, referimos a las posibles repercusiones del TLC en la industria radiofónica actual cae un tanto en el terreno de las especulaciones y como un ejercicio de interpretación, tanto de la escueta información disponible, como de los hechos que van integrando el panorama. Habiendo hecho tal aclaración, comentemos pues, las líneas posibles de los cambios en el sector radiofónico ante las reglas de juego del convenio comercial que pronto de firmará.

En principio, es lógico suponer que, por razones del incremento del intercambio comercial que traerá consigo el TLC, paralelamente se requerirá de transmisión de datos, que deberán ser más eficientes y adecuados, por lo que es muy posible que en el futuro próximo se instalen nuevos consorcios en el rubro de la informática para

apoyar flujos de información más eficientes, especialmente con Estados Unidos. Asimismo, se hará necesario un uso cada vez mayor de tecnologías de comunicación de introducción reciente en nuestro país, de usos útiles para las actividades del libre mercado, como el fax, el videotexto, el teletexto, la teleconferencia y otras que optimicen los procesos de información. Se dará así un desarrollo más acelerado de la telemática, en función del nuevo proyecto económico, terreno en el cual las frecuencias radiofónicas podrán prestarse como la vías para hacer llegar a su destino nuevos servicios, muchos de ellos como posibilidades de explotación económica por su alto valor.

En este sentido, vale la pena tener presente que el ramo de la comunicación ha sido y es atractivo para el capital foráneo no sólo en lo que respecta a las nuevas tecnologías -en cuya introducción y desarrollo en México podrán participar a plenitud, sin proteccionismos de por medio, consorcios extranjeros-, sino también en lo que se refiere al manejo de estaciones de radio y canales de televisión.

Para concretar un tanto más en el punto, podríamos decir que hay, de menos, seis vertientes en las que la liberalización de las telecomunicaciones afectará al sector radiofónico nacional:

1) En primer lugar, la incorporación al TLC implicará, a mediano plazo, modificaciones de peso en la estructura y funcionamiento de la radio nacional, al encontrarse ésta enfrentada a modalidades con más experiencia en el plano de la competitividad internacional, terreno hasta ahora bastante poco explorado por el sector radial del país.

Dicho impacto tendría lugar sobre una amplia porción de la radio mexicana que funciona de acuerdo al modelo comercial, mismo que constituye aproximadamente el 95% de la composición del sector. No es lo mismo intentar sobresalir en un contexto en que privan los mismos esquemas de hace lustros, con una sobreprotección gubernamental en varios órdenes y, con las diferencias de circunstancia, trabajar una misma propuesta, que ganarse a pulso otros "mercados". De tal modo, en la lucha en pos de la competitividad sólo sobrevivirán, como en la selva, los más fuertes, que en este caso resultan ser unos cuantos grupos con intereses arraigados en la industria radiofónica, los mismos que tienen en sus manos buena parte del manejo del medio.

2) Y ya que parece existir un vivo interés de estadounidenses y canadienses por invertir en las telecomunicaciones mexicanas, en asociación con los concesionarios existentes, la industria podría ver reforzado el carácter oligopólico que desde hace tiempo la caracteriza, riesgo que también se corre en el caso de la inversión extranjera directa, en detrimento de una pluralidad de voces en el cuadrante, misma que estamos lejos de alcanzar aún en función de lo objetivos y necesidades de la sociedad nacional.

3) Por otra parte, el TLC intensificará nuestro contacto con modelos para el funcionamiento de los medios que apuntalarán más todavía y por largo tiempo el uso lucrativo del medio, en especial el estadounidense. La presencia de las grandes cadenas radiofónicas norteamericanas reforzará los esquemas de funcionamiento comercial de la radio en México (y esto, como se sabe, no es nuevo: la radio nacional adoptó, desde sus orígenes, las pautas del modelo comercial radiofónico de Estados Unidos). De tal modo, este contacto será mayor, vía de la inversión de capitales externos con nacionales, y reforzará el proyecto de privatización de los medios de comunicación que ya ha tomado auge en nuestro país. Como resultante, se producirá de manera casi definitiva la retirada de los medios llamados "estatales".

Ahora bien, a partir del TLC intensificará nuestra relación con la poderosa industria radiofónica estadounidense, integrada por un conjunto de estaciones que sobrepasan las nueve mil, de las cuales más del 90% son comerciales. La radio pública apenas alcanza un porcentaje de audiencia menos al 10%, con 1128 emisoras (no deja de llamar la atención, por cierto, que incluso en el país abanderado del modelo radiofónico comercial, la radio pública tenga más espacios que en un contexto como el nuestro, donde en proporción la primera es bastante mayor que Estados Unidos, y los espacios de la pública se están reduciendo día con día).

Con un auditorio de aproximadamente 222 millones de radioescuchas, la radio tiene en Estados Unidos una presencia importante, como nos advierten algunas cifras: el número de receptores de radio por hogar es muy alto, de seis, y la audiencia en radioautomóviles se considera generalizada. Parece haber en la radio estadounidense un proceso creciente de concentración del manejo de la industria, pues cada vez son más las emisoras comerciales que se afilian a las grandes redes o networks, bases

de una poderosa industria que depende en gran medida de la difusión de contenidos publicitarios.

De este modo, el modelo estadounidense presenta, aunque en mayor dimensión y alcances, las pautas que privan en el funcionamiento de la industria de la radio comercial en México, misma que, establecidos o acrecentados sus vínculos con las grandes cadenas, verá reforzado sus esquemas, aunque también se vea enfrentada a una industria con una mayor desarrollo tecnológico, más segmentada y con más amplias potencialidades. Ello puede implicar, como ya lo señalábamos, el desplazamiento de los radiodifusores con escasos recursos y elementos para competir.

La experiencia con la radio canadiense puede ser un tanto distinta en sus matices. Con dos lenguas y dos culturas (la francesa y la inglesa), en Canadá los medios de comunicación operan bifurcándose en dos nociones culturales, que expresan sus puntos de vista. La mayor parte de los medios de comunicación está en manos del sector privado, y también se presenta una tendencia a la concentración de la propiedad de los medios, que en este caso tiene lugar ante una audiencia más reducida que la de México o la de Estados Unidos. Sin embargo, a pesar de ello, la presencia pública en los medios canadienses tiene más tradición y solidez que en la de los países convertidos en socios: en 1932, el gobierno creó la Canadian Broadcasting Corporation, con el fin de que las regiones escasamente pobladas pudieran tener una programación radiofónica de calidad. Actualmente, radio y televisión están reguladas por otro organismo público, la Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission (CRTC), instaurada a raíz de la Ley de Radiodifusión para reglamentar y supervisar los aspectos diversos del sistema nacional de radiodifusión.

En Canadá la radio también mantiene su presencia, incluso en las urbes, de las cuales Montreal cuenta con el mayor número de emisoras. Con contenidos de información, musicales y de entretenimiento, la radio funciona bajo una reglamentación más estricta que la estadounidense o la mexicana, y está muy expuesta a la influencia de Estados Unidos, de modo marcado en el elemento musical.

Actualmente, la radio canadiense asume tres modalidades: el modelo privado, con un 73%; el público (integrado por las emisoras de Radio Canadá), con un 10%, y la radio comunitaria, con un 17%,

cuya programación y forma de funcionamiento la convierten en un elemento particular de la radiofonía nacional.

El ciudadano canadiense es un asiduo radioescucha: se estima que en 1989 la cantidad promedio de tiempo de escucha en el país a la semana era de 21 horas. Hoy, se dice, en Canadá se escucha más la radio que antes. Incluso, a partir de 1976, el número de emisoras se triplicó, hasta llegar a 1207 (1987). Este desarrollo se debe fundamentalmente a la expansión de la banda FM, como también al crecimiento de las radios comunitarias. No obstante, la radio canadiense se está enfrentando ya a una serie de canales televisivos especializados y a opciones informativas y comunicativas telemáticas, transmitidos muchos de ellos por cable y que ahora se han convertido en su competencia. No obstante, hasta ahora la radio parece estar respondiendo a necesidades muy precisas en materia de información y entretenimiento, por lo que cabe pensar que tiene largo tiempo por delante en dicho país.

Y bien, preguntémosnos ahora si el contacto con estos dos contextos radiofónicos repercutiría de algún modo en los contenidos de la radio nacional. Es posible que la lógica de la libre competencia empuje al sector a una renovación es en este sentido, si es que da la aparición en nuestro país de cadenas consolidadas, principalmente estadounidenses, o de la instauración de nuevas estaciones, lo cual podría equivaler a formas de hacer radio un tanto distintas. Por otro lado, la presencia de actores nuevos en el quehacer radial podría entenderse como una mayor oferta de opciones; pero ello en realidad no necesariamente pudiera entenderse como un paso adelante, pues tales posibilidades podrían surgir casi con seguridad, desde la perspectiva del modelo comercial, lo cual implica un reforzamiento del mismo, más que un enriquecimiento de opciones. Habrá que estar, entonces, a la expectativa de que en los tiempos por venir, más que dar entrada a verdaderas nuevas voces del micrófono, el TLC afirmará los esquemas de concentración del medio radio que ya existían, aunque ahora extendiendo lazos internacionales.

4) Ahora bien, la presencia de cadenas radiofónicas extranjeras, o en su caso, de participación estadounidense o canadiense en la radio del país conllevará seguramente, en función de la lógica de la competencia una necesidad de modernización tecnológica para la industria radial mexicana, principalmente para la que opera en el

interior del país por su mayor rezago, lo cual constituye un cuarto factor del impacto del nuevo orden para el funcionamiento de la radiofonía. Es previsible, por ejemplo, la "digitalización" radial, es decir, el avance sustancial de la radio digital.

Sin embargo, esta modernización tecnológica, que a priori puede argumentarse como absolutamente necesaria y aconsejable, confrontada a los antecedentes de la escasa planificación del desarrollo de la comunicación, más marcadamente en el terreno estatal que en el privado, de acuerdo a objetivos claros y específicos, como también el insuficiente e incompleto cuerpo legal respectivo -que ya comienza a hacer estragos en el campo de los nuevos medios-, hace esperar una "modernización" tecnológica precipitada o poco prudente.

Anotemos que dicho proceso de modernización no se producirá sólo en lo relativo a la incorporación de equipos de producción y transmisión más sofisticados, pues podría incluir, en el mediano plazo, servicios distintos que tienen como soporte la señal hertziana o sus canales.

5) Añadido a lo anterior podría identificarse, al menos en la porción con meas recursos de la industria, el avance de un proceso hasta ahora poco desarrollado en la radio comercial de nuestro país, aunque en otras latitudes, como por ejemplo, las de nuestros dos nuevos socios, sea una firme premisa para el funcionamiento de los medios y exigida por la publicidad y sus necesidades de llegar a los mercados: la diversificación programática, en función de una cada vez mayor segmentación de las audiencias.

Cada vez menos, en el futuro, la radio se dirigirá a audiencias compactas, a audiencias masivas. Ello desembocará en el surgimiento de modalidades nuevas de uso del mensaje radiofónico para el auditorio mexicano, al que se ofrecerá una programación más selectiva e individual en razón de sus demandas progresivas de contenidos más dirigidos. Podrán abrirse, así, opciones nuevas para la industria radiofónica comercial de nuestro país de las que la televisión diera primicia, todas ellas, por supuesto, de jugosa explotación lucrativa y que por tanto se alejan del alcance del grueso de la población.

6) Estructura jurídica. resulta claro que todo lo anterior entraña la modificación de la estructura jurídica que rige a las telecomunicaciones en nuestro país en aspectos centrales, comenzando, para

facilitar la liberalización del sector, con la redefinición del papel del Estado.

Es difícil de asimilar el percatarse que en el terreno de las telecomunicaciones y la telemática, México llega al TLC sin planteamientos vertebrales para su cauce, e incluso, sin una legislación completa y adecuada. Es por ello que se acrecienta la inquietud sobre el cómo se responderá a las exigencias del libre comercio en la radio y en la comunicación social sin perder puntos en la balanza del poder político en áreas que, pese a las nuevas reglas del juego, seguirán siendo estratégicas para la soberanía, los procesos de intercambio comercial y la propia comunicación, como son los satélites, cuya utilización es de gran utilidad para la difusión de las señales radiofónicas y muchos otros servicios, rubro en el que, como se sabe, el Estado mexicano se reserva la explotación por disposición constitucional.

Por lo que toca a la Ley Federal de Radio y Televisión y el reglamento respectivo, obsoletos e insuficientes en muchos de sus aspectos desde hace largo tiempo, resulta que, según se anunció hace días, ahora sí sufrirán modificaciones a corto plazo, es decir, al vapor, para responder a los requerimientos de apertura del mercado radiotelevisivo, pues, según reconoció hace una semana la Secofi, la adecuación de dicho cuerpo legal es considerada "prioritaria" en el contexto de la negociación del Tratado.

Destacan, entre las disposiciones de la Ley que ahora se ha constituido en obstáculo para la libre competencia radiofónica y televisiva, aquellas relacionadas con el otorgamiento de concesiones de las frecuencias y canales, reservadas, como es sabido, a ciudadanos o sociedades mexicanas y que por tanto hasta el momento cierran el paso a la inversión directa en la industria. De darse modificaciones en este sentido, sería necesario regular legalmente la participación extranjera en los medios electrónicos.

Sin embargo, es previsible que la readecuación legal no termine allí, pues faltaría establecer las bases mínimas para la normatividad de las llamadas nuevas tecnologías, que están ingresando al país sin un marco legal previo y específico, lo que ha derivado en situaciones de aberración jurídica, como ocurrió con el caso de la radio digital.

7) Ante este panorama, cabe preguntarse finalmente qué nos espera en las otras modalidades radiofónicas del país más cerca-

nas a objetivos del tipo social desde su surgimiento. Radios cuya presencia, no obstante ser *minoritaria*, es *significativa* y que, ante el desestímulo que los últimos regímenes de gobierno están practicando ante los medios públicos, se aislarán aún más de la poderosa industria comercial. Es el caso de la radio universitaria, la comunitaria o la indigenista, radios de vieja trayectoria o de la historia reciente que en algunos casos verán ahondarse su marginalidad. Muy posiblemente en lo futuro se existencia misma se vea amenazada, principalmente en razón de sus crecientes problemas de financiamiento.

Es así como, de frente al TLC, la radio en México enfrentará una de las etapas de cambio más difíciles de su ya larga trayectoria, en la que se encontrará con nuevos protagonistas.