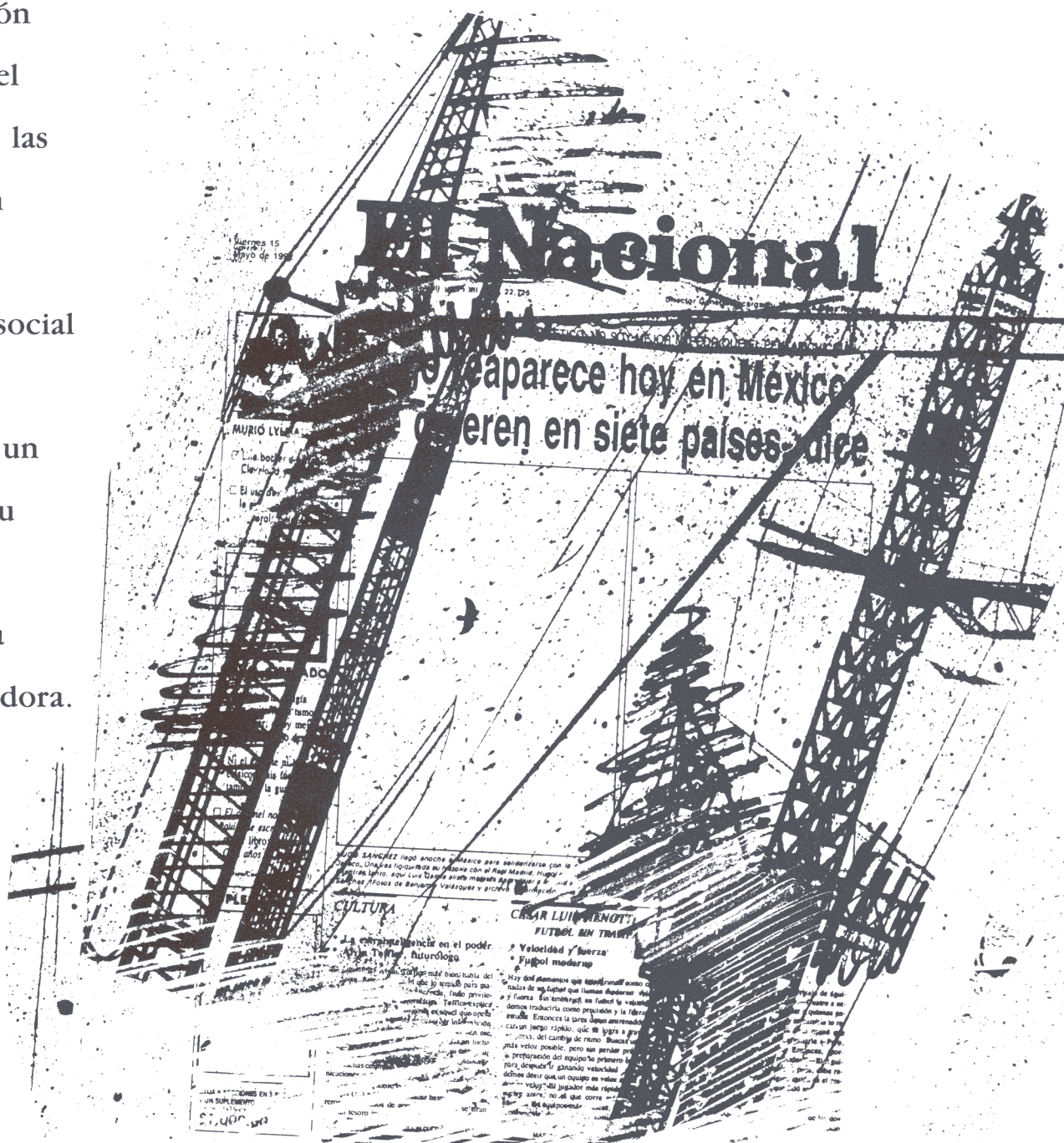


A raíz de una importante serie de medidas tomadas por el gobierno mexicano, en las que se incluyen la venta del periódico *El Nacional* y la desincorporación del Canal 22 del aparato estatal, las perspectivas en materia de comunicación social en México se proyectan con un nuevo perfil. Su privatización responde a una política innovadora.

LOS MEDIOS Y LA NUEVA POLÍTICA



JORGE MEDINA VIEDAS.
DIRECTOR GENERAL DE RADIO,
TELEVISIÓN Y CINEMATOGRAFÍA
(RTC).

En medio de una atmósfera cultural enrarecida y turbulenta, con escasa diferencia de días y cuando en los círculos elevados del poder se producían importantes reacomodos, el gobierno mexicano decidió la enajenación del canal estatal y de su periódico *El Nacional*, anunció relaciones más claras y abiertas con el gremio periodístico, y fijó un plazo perentorio para la emisión del Canal 22.

El haz de medidas reafirmó la vocación modernizadora de este gobierno y en esa lógica los medios de comunicación —públicos y privados— están obligados a incoar el expediente de su propia transformación, al auspiciarse la recomposición de los medios con el propósito de diversificar su titularidad y para que a la sociedad mexicana, día a día más plural y exigente, le sean ofrecidas nuevas alternativas comunicacionales.

El gobierno así, toma una decisión más allá de la coyuntura y de la expansión actual de los medios: hacer madurar a la sociedad para que ésta module conductas más civilizadas y al mismo tiempo amplíe sus niveles de conocimiento.

Durante mucho tiempo, diversos grupos sociales, con diferentes propósitos políticos e ideológicos, habían objetado que el Estado dispusiera de medios a su servicio. La demanda ha sido escuchada y sin embargo las reacciones han sido contradictorias, particularmente las que dan cuenta de la venta del Canal 13 y del periódico *El Nacional*, y a cuyos argumentos nos queremos referir.

EL ESTADO Y LOS MEDIOS

Como es evidente, la reforma del Estado planteada por el titular del poder ejecutivo ha tenido necesariamente un efecto directo en los medios de comunicación, y delinearé su futuro papel en la configuración de una sociedad plenamente plural y abierta.

No solamente la relación con todos los medios de comunicación se ha ubicado en un marco de estricto apego a la normatividad vigente, sino que se ha buscado respetar los perfiles que cada uno de ellos imprime a su estilo, a su programación y a su orientación. Ello ha permitido dar contenido a la libertad de expresión y ofrecer a la sociedad oportunidad de información de acuerdo con nuestra conformación plural en la democracia.

El Estado mexicano busca equilibrar la libertad de expresión individual y la garantía social a la información

La sociedad ha utilizado también los distintos medios de comunicación como vehículos de expresión, y esto se observa en los variados tipos de prensa que conocemos, así como en su participación activa en los programas radiales y televisivos de opinión y de debate, en donde se han transmitido las voces más disímboles para tratar cualquier problema de interés. Es bajo este contexto, que se comprende el derecho a la información como una garantía social por antonomasia en nuestro fundamento constitucional, pues como afirma un autor:

El derecho social a la información es, en suma, para nuestro modo de pensar, la necesidad de estar informado en todo momento de toda clase de acontecimientos, de los avances técnicos y culturales que se produzcan en el mundo, de cualquier innovación creadora, en una palabra, de documentos, notas o noticias de interés colectivo; es decir, tener libre acceso a estos medios en forma realista y objetiva, correspondiendo al Estado ser quien garantice y regule su difusión y quien proteja al mismo tiempo el interés individual.¹

Es en la anterior tónica que los medios públicos de comunicación han adquirido otra dimensión. Una idea central de la

1. C. Santiago Barajas Montes de Oca, "Las garantías sociales", en varios autores, *Estudios jurídicos en torno a la Constitución mexicana en su septuagésimo quinto aniversario*, México, D.F., Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM, 1992, pp. 19-40.

que parte la política de comunicación social del Estado mexicano es la de equilibrio: respetar la libertad individual de expresión y la garantía social a la información; regular y aplicar los ordenamientos jurídicos, sin menoscabar las oportunidades de la sociedad; mantener los medios públicos que son propiedad del Estado allí donde se juzgue conveniente, y retirarlos cuando su funcionamiento administrativo, financiero, o incluso su función social resulte una carga para la sociedad misma, que es de donde proviene su sentido y su soporte. Es un hecho que la relación entre el Estado y la sociedad en México tiene hoy un rasgo de mayor dinamismo, y es por eso que el concepto de equilibrio obliga a revisar cotidianamente esa relación.

La función pública no pretende ser la única fuerza que guíe las preferencias de la sociedad. Es ésta quien plantea, en virtud del ámbito de libertades en que convivimos, el perfil de los medios privados de comunicación. Al Estado corresponde suscribir y apoyar estas iniciativas pero, en la misma medida, alentar otras que respondan a la pluralidad de México. Así el equilibrio deviene, se convierte en corresponsabilidad, tanto para el Estado como para los propios medios.

Tal y como lo señaló el presidente Salinas el 8 de abril de 1992 ante el Sindicato de Trabajadores de la Industria de la Radio y la Televisión, asistimos a un proceso que dará cuenta de una nueva relación del Estado con los medios e, igualmente, se ha puesto en marcha una política de comunicación del Estado que no se orienta por el criterio de que mientras más medios de comunicación posea mejor comunicador será.

El principio de que se parte aquí es que el Estado no abandona su obligación de informar con veracidad, oportunidad y objetividad a la sociedad, ni soslaya el deber de vigilar que la información que se difunda no dañe a terceros o sea parcial.

Por ello, en circunstancias especiales el Estado buscó elevar a niveles de eficiencia y competitividad el Canal 13 y el diario *El Nacional*, para que como medios públicos ejercieran también el derecho de dar a conocer la noción y versión del Estado sobre problemas específicos, y difundieran en momentos de intensa competencia política, los argumentos y las ra-

ziones del Estado frente a la crítica de determinadas políticas públicas. Habrá que reconocer que parte del éxito del diario *El Nacional* se debe a que, con racionalidad y no escasa agudeza, en sus páginas se propició la crítica y el debate plural, legitimando la capacidad y el derecho de todas las partes de participar en las controversias de interés general. De manera sistemática y a contracorriente de una larga tradición de abstinencia de los actores de la franja estatal en este tipo de polémicas, se intentaba demostrar que la exclusión de alguno de los protagonistas habría provocado, entonces sí, la privatización de dicho debate en beneficio de las tendencias autoritarias que en los medio impresos y electrónicos se tienen en abundancia.

El Estado, pues, asumiendo el pluralismo de la sociedad y la existencia por lo tanto de diferentes puntos de vista, hizo acto de presencia con sus argumentos y sus razones en el campo de la controversia en una época de intensa competencia política.

En tal sentido se ha venido produciendo un cambio cualitativo, y no exclusivamente cuantitativo, de la política de comunicación social del Estado. Antes predominaba una visión propagandística de la acción pública. En términos generales, la comunicación se entendía bajo el supuesto equívoco de difundir los actos, los mensajes y las obras del gobierno. En otras palabras, no era una política de Estado sino de gobierno, parcial, excluyente y exclusiva. Y además se trataba de una auténtica comunicación ya que el flujo no era dinámico entre las dos partes, no había una correspondencia entre la sociedad y el Estado. Hoy apreciamos una nueva política que, por el contrario, es inclusiva, plural y abierta, que atiende sus necesidades en virtud de las demandas reales de la sociedad.

Esta política busca privilegiar en materia informativa la veracidad por sobre la verosimilitud, y lo seguirá siendo en la medida en que el Estado, en representación de la sociedad, ejerza sus derechos tanto en la radio como en la televisión.

REGULACIÓN, NO CONNIVENCIA

Una crítica que ha surgido con la venta de los medios públicos es que, por un

El Nacional

Director General Encargado: Francisco Báez Rodríguez

Viernes 15
Mayo de 1992

México, D.F. Año LXIII Tomo XII Núm. 22,725

20% de aumento a maestros; 231% acumulado desde 1988

Alcanza el magisterio salario profesional, como proponía el SNTE

DESAPARECE BANPECO

Se compromete Serró a desalentar el ambulante

(Página 23)

¿Y LAS TELMEX L?

Hoy, columna Bursátiles de Eduardo Torreblanca

(Página 23)

ARDE VLADIVOSTOK

Estalló un arsenal; miles de evacuados

(Página 19)

EDITORIAL

Estímulos reales al magisterio

Responsabilidades de los partidos

EDITORIAL

Refundación estructural del PRI

CSG: su reconstrucción responde a reclamos del México nuevo

Sin desmantelamiento orgánico, sumaremos pueblo al partido: GBE

EL MUNDO: LOS HECHOS

Juan María Alponente

EL MUNDO: LOS HECHOS

Juan María Alponente

EL MUNDO: LOS HECHOS

Juan María Alponente

DEBATE

David Shields

Estrategia de diez puntos contra el ozono

Amador Rodríguez Lozano

Una secretaria para la solidaridad y el desarrollo

ECONOMÍA

Clemente Ruiz Durán

- Cajas de ahorro?
- A fortalecerlas

POLÍTICA

Miguel Ángel Velázquez

- Síndrome de la torre
- Síndrome de Guadalupe

EL MUNDO: LOS HECHOS

Juan María Alponente

EL MUNDO: LOS HECHOS

Juan María Alponente

EL MUNDO: LOS HECHOS

Juan María Alponente

DEBATE

David Shields

Estrategia de diez puntos contra el ozono

Amador Rodríguez Lozano

Una secretaria para la solidaridad y el desarrollo

ECONOMÍA

Clemente Ruiz Durán

- Cajas de ahorro?
- A fortalecerlas

POLÍTICA

Miguel Ángel Velázquez

- Síndrome de la torre
- Síndrome de Guadalupe

EN FORMA independiente al aumento de 20 por ciento a maestros, el gobierno federal hará las aportaciones requeridas del 2 por ciento para constituir el Sistema de Ahorro para el Retiro, con un costo de 158 mil millones de pesos.

EN FORMA independiente al aumento de 20 por ciento a maestros, el gobierno federal hará las aportaciones requeridas del 2 por ciento para constituir el Sistema de Ahorro para el Retiro, con un costo de 158 mil millones de pesos.

EN FORMA independiente al aumento de 20 por ciento a maestros, el gobierno federal hará las aportaciones requeridas del 2 por ciento para constituir el Sistema de Ahorro para el Retiro, con un costo de 158 mil millones de pesos.

lado, los medios privados han demostrado ser los mejores aliados del gobierno, y por eso es innecesario contar con medios propios; a decir de estos observadores, los medios privados legitiman más eficazmente las acciones gubernamentales. Por otra parte, se arguye que la venta consolidará monopolios radiotelevisivos y no alentará la participación de diversos sectores de la sociedad. Creo que no se han revisado a fondo las implicaciones de las medidas adoptadas, cuyos objetivos exceden con mucho el tiempo sexenal. En otras palabras, cualquier supuesta alianza, como la historia lo ha enseñado, es siempre circunstancial y cae con las voluntades que la originaron, y tiene como límite la libertad de cada uno de los actores. Esto significa que si tal connivencia existiere —y de la que los responsables del gobierno federal nunca hemos tenido noticia—, sería tan frágil que bastaría someterla a la prueba del tiempo para desmentirla.

Por otra parte, justamente la función reguladora y la noción de equilibrio que hemos examinado tiene como objetivo, entre otros, evitar la formación o la consolidación de monopolios. Es esta una tarea particularmente ardua, pues aun en países con grados de desarrollo elevados, se ha afianzado un modelo de *monopolio corporativo* en donde los anunciantes y la publicidad parecen tener primacía sobre la sociedad en general. Tenemos así que:

El producto de los nuevos medios, cuyo contenido no está diseñado para servir al comprador —o al lector— sino para complacer a un tercero —el publicista—, ha comenzado a perder su valor como institución. Cuando las noticias están hechas para excluir a una tercera o a la mitad de la población, sacrifican mucho de su papel democrático. Y si trata asuntos diversos sin relacionarlos con el mundo real, ha comenzado a declinar como fuerza importante en cualquier sociedad.²

Un aspecto fundamental es que estos nuevos lineamientos de comunicación del Estado no neutralizan a la política, ar-

gumentación subyacente en las críticas elaboradas recientemente. Abrir propuestas de ideas y de información es también abrir paso a la elección en política; cuando una nación controla estrechamente la información, pronto estará fuertemente ceñida a un control político sutil o francamente brutal.³

La venta de medios públicos de comunicación se inscribe en un marco de acción novedoso. Por una parte, una sociedad civil más crítica, más cuestionadora. Por otra, actores políticos legitimamente más demandantes. Y finalmente, un Estado y un gobierno con importantes transformaciones internas para adecuarse a un entorno doméstico y a un escenario internacional dinámico y competitivo. Por otras razones, la política de comunicación social del Estado mexicano vence viejas inercias del sistema político y abre las opciones a actores que no se identifican con el gobierno pero que responden al interés de la sociedad. La venta de los medios públicos se hace de forma transparente y analizando quiénes ofrecen las mejores expectativas para prestar un servicio de calidad, y no únicamente quiénes garantizan la operación financiera. El Estado no está en retirada sino asignando con responsabilidad algo que originariamente es prerrogativa social.

Desde esta perspectiva, la política de comunicación social del Estado es, a la vez, condición y objetivo de la ampliación de la vida democrática de la nación. Esta nueva cultura comunicacional busca afianzar la difusión de los valores de tolerancia, respeto y reconocimiento a las propuestas de instancias políticas y sociales distintas de las del gobierno mismo. Podríamos decir que se trata de una razón de Estado menos política y más ligada a los intereses de la sociedad.

Si por razón política de Estado algunos han entendido la prevalencia de un conjunto de valores y de actitudes que someten a la sociedad a designios irracionales y que frecuentemente se oponen al disfrute pleno de los derechos humanos, se advierte entonces, el abandono

no de esa concepción por una línea de comunicación más racional, más social, más humana y más legítima.

PERSPECTIVAS

En suma: en pocos años tendremos una recomposición de los medios electrónicos cuyos contenidos, programas y perfiles responderán a los requerimientos de una sociedad más madura, más democrática y con mayores conocimientos: se producirá una mayor democratización del saber y la cultura.

Será el resultado de una política de comunicación social que se funda en la orientación del proyecto de modernización que tiene como imperativo conjugar libertades y la ampliación de oportunidades para todos.

Mientras tanto, apuntalado en el objetivo de la decisión de abril de 1992, el Estado pondrá en práctica la estrategia de transición con la cual estará en condiciones de consolidar los renovados instrumentos de comunicación a fin de mantener sus vínculos con la sociedad que representa.

Será una transición de concertación de medios privados y públicos corresponsables en su cometido social; fortalecerá los canales 11 y 22 como opciones culturales con fuerte participación de los grupos sociales y propiciará que los sistemas regionales de radio y televisión se conviertan en verdaderos centros de producción al servicio de sus respectivas comunidades. Además, alentará eficiencia y calidad en la difusión de campañas sociales y de servicio público a través de los tiempos oficiales, y ante todo consolidará el Instituto Mexicano de la Radio, que será en el mar de la radiodifusión privada el delta de la comunicación pública. Todo lo anterior, sin menoscabo de su acción reguladora en cumplimiento de su función normativa.

A finales del siglo tendremos sistemas de radiodifusión y radiocomunicación de avanzadas tecnologías, la mayor parte de ellos bajo la tutela de los grupos privados, un Estado propietario mínimo pero eficaz con capacidad para concertar y con autoridad para formentar tradiciones, historia y los más importantes valores que nos dan sentido como nación: soberanía con justicia, libertad con democracia.

2. Véase: Ben H. Bagdikian, *The Media Monopoly*, 2a. ed., Boston, Beacon Press, 1987, p. 207.

3. A este respecto puede verse: Oswald H. Ganley y Gladys D. Ganley, *To Inform or to Control? The New Communications Net Work*, Nueva York, McGraw-Hill Book Co., 1982, xvi + 250 pp.