

La tercera cadena: más que competencia, soberanía

Alfredo Acle Tomasini©

Muchos aspectos de la vida del hombre nos muestran con claridad que, en la mayoría de las veces, la competencia conlleva al logro de mejores resultados para la sociedad en su conjunto, porque se convierte en un estímulo constante para superar y establecer estándares cada vez más altos, a partir de un incesante proceso de innovación que tiene, a la voz del consumidor, como punto de referencia. Ésta es el fiel de la balanza que, al final del día, señala a ganadores y perdedores.

Pero, si esto es válido para cualquier industria, las cosas resultan mucho más complejas en los medios de comunicación masiva, porque como su nombre lo indica, éstos son esencia transmisores que vinculan contenidos con audiencias. Por ello, su impacto final no termina en la pantalla o en la bocina del radio, sino en la mente de las personas que los ven y escuchan para entretenerse, informarse y, a veces, para aprender.

No en vano, durante el largo predominio del PRI, las concesiones de radio y televisión fueron consustanciales a éste al crearse un relación simbiótica entre concesionarios y gobierno donde a todos les era claro lo que se daba y lo que se pedía; lo que se permitía y lo que se prohibía; lo que se ganaba y lo que se lucraba. Así, el control del Estado sobre los medios de comunicación, terminaba sellándose con la venta de papel periódico y la publicidad oficial, lo que permitía enviar mensajes contundentes para demostrar el aprecio a los amigos o la molestia a quienes se empeñaban en no serlo.

Basta recordar que El Financiero, bajo la dirección de Rogelio Cárdenas, resintió en carne propia, el precio de sostener posiciones que, en su momento, no fueron del agrado de Salinas, porque no se festinaban los supuestos avances sino señalaban la fragilidad de sus cimientos y los riesgos crecientes de seguir construyendo sobre ellos, hasta que, finalmente, la realidad se impuso, el país sufrió y el costo lo asimilamos todos.

Desde entonces, muchas cosas han cambiado. Hoy no podemos negar el enorme avance que hemos visto en la radio y los medios de comunicación escritos. Respecto al primero caso, la amplitud de la oferta radiofónica en cuanto a contenidos es un hecho innegable, como también lo es la posibilidad de oír muchas voces y visiones que debaten sobre la realidad del país. Mientras, en el segundo, hoy día no sólo existen más periódicos y revistas, sino que en ellos aparecen comentarios, opiniones o temas que hace apenas veinticinco años hubiera sido difícil encontrar en sus páginas.

Y esta transformación va de la mano con los cambios que el país ha experimentado en prácticamente todos los ámbitos de la vida nacional, así como en la estructura y distribución geográfica de su población; ayer hablamos de reducir la tasa de natalidad, hoy debatimos los efectos del envejecimiento; ayer estábamos más dispersos, hoy la mayoría reside en centros urbanos; ayer el fraude fue acicate para crear instituciones electorales, hoy, pese a su incipiente madurez, éstas lo previenen y se consolidan.

Pero, no obstante lo anterior, en el caso de la televisión pública parecemos congelados en el tiempo, como si ésta fuera una parte de un México que, aunque éste avance, se diversifique y crezca, ella se niega a cambiar.

Hay dos aspectos que, desde la perspectiva del interés nacional, obligan a meditar con profundidad la conveniencia de mantener el duopolio de la televisión pública. Una es la soberanía nacional y otra es la libertad de expresión.

Si por soberanía entendemos que prevalezca la voluntad de la mayoría como fórmula para definir el destino del país, resulta evidente que la concentración de la riqueza, en este caso de la propiedad de las televisoras, limita y pone en riesgo dicha posibilidad, porque prácticamente les otorga un poder ilimitado y, sobretodo, libre de rendición de cuentas, para influir, de acuerdo a sus intereses, en la formación y opinión de millones de mexicanos, lo que en esencia se convierte en una especie de censura donde sólo dos deciden qué, cuándo y cómo se dice. Peor aún si consideramos lo poco que leemos.

Quizá una tercera cadena nacional no cambie mucho de esto, pero sería un paso en la dirección correcta, porque abriría más espacios a quienes participan en dicha industria y se ofrecerían mayores opciones. Sin embargo, el objetivo central no debe ser sólo estimular la competencia sino fortalecer nuestra soberanía y democracia, lo que reclama la presencia de muchos más que dos.