

## Notas del trimestre

### Un golpe de mano televisivo (primera de dos partes)

Quizá el escritor que más insistió en el carácter reformador del presente régimen, encarnado en la figura del actual presidente de la República, fue Daniel Cosío Villegas, fallecido recientemente. Sus últimos libros y artículos periodísticos se cobijaron bajo los auspicios del proyecto de apertura democrática, quedando como testimonio imperecedero de un estilo intelectual, y como documento historiobiográfico de una etapa y un estratagema político y cultural. La crítica del pensar, la libertad de asociarse y organizarse políticamente, el fortalecimiento de la apariencia de la existencia de un derecho de oposición, ejemplificaron el viraje del actual periodo respecto del inmediato anterior. El proyecto de apertura democrática convirtió al presidente de la República en organizador y vocero obligado de una reforma moral e intelectual del Estado. Todo gobierno que se quiere y presenta como democrático, forzosamente precisa recurrir a uno de los pilares fundamentales de legitimidad: el derecho de oposición y el respeto a las llamadas garantías individuales del régimen de derecho. En las modernas democracias, la llamada opinión pública desempeña una función indispensable en el mantenimiento de las instituciones que la prohijan: es una de las reglas cardinales para el fortalecimiento de las relaciones entre gobernantes y gobernados, es el órgano más sensible de una sociedad organizada y ordenada bajo sus principios.

En Estados Unidos no fue el Congreso quien, independientemente y a través de los mecanismos legales con que dispone, depuso al ex presidente Richard Nixon, sino los efectos de la pública opinión sobre los miembros de dicho cuerpo parlamentario. El Congreso quiso salvaguardar el prestigio de la institución rectora de aquel país, pero se vio impelido a retirarle su apoyo moral para salvarse a sí mismo frente a los embates de la opinión pública. En México, la mayoría de los historiadores de la revolución de 1910 concuerdan en señalar, tanto a la difusión de la afamada entrevista Creelman, como a la publicación del pequeño libro de Madero sobre la sucesión presidencial, como

dos de los elementos que, entre otros, precipitaron la caída de un poder que por el tiempo de su duración parecía incommovible.

Pero, ¿qué es la opinión pública?, ¿por qué se ha dicho que constituye el cuarto poder?, ¿por qué el cuarto poder se ha asimilado a una moneda falsa? Francisco Bulnes, escritor y diputado durante el régimen de Porfirio Díaz, y a quien sólo por un malabarismo intelectual podría calificársele como revolucionario, decía que la opinión pública no era otra cosa más que la opinión de los amos del público. Ciertamente tanto los amos como el público han ido cambiando conforme la organización social y la tecnología de la comunicación se hace más compleja. La única semejanza entre un retórico que discurría ante la asamblea de la *polis* griega y los regentes modernos de los actuales medios de comunicación, es que ambos siguen desempeñando el papel de amos y autores de la opinión pública. La única semejanza entre la asamblea ateniense y el sepulcral anonimato de la masa informe de lectores, radioescuchas y teleaficionados, es que ambos siguen asumiendo el papel de subordinados y transmisores de la opinión, que su asentimiento consagra como reinante.

Antes la industria que fabricaba la opinión pública no era una industria, sino un simple taller artesanal; ahora los que facturan dicha opinión, utilizan elementos artesanales como la letra de molde, el habla, la imagen y el sonido, como engranajes vivaces que humanizan la complicada tecnología industrial que la produce. Antes la cultura era obra y llevaba el sello de cabezas individuales y plumas solitarias; ahora la cultura se produce como cualquier otro producto de la era industrial: habiendo fijado flexiblemente el objetivo deseado en el estampillado del producto, se procesa una cantidad y variedad enorme de insumos a través de modernos métodos de producción.

En días pasados, la industria de la cultura en México ha llamado la atención sobre sí misma. A raíz de una de las reuniones del Consejo Consultivo de la campaña del IEPES, la polémica sobre los medios de comunicación resurgió. Ésta no es nueva, aunque sí relevante; los argumentos esgrimidos no tienen originalidad, aunque sí serias repercusiones económicas, sociales y políticas. La polémica no posee valor ni significación real, si no se la remite a lo que esconde, a lo que encubre, a lo que soslaya con argucia: los intereses económicos y el manejo político de los mismos por diversos representantes gubernamentales.

Según la misma información que se filtró, sobre todo la radio y televisión privada, el cuadro sería el siguiente: ante un ataque de adjetivos de losponentes del Consejo, el candidato del Partido Revolucionario Institucional habría hecho una mordaz y tajante defensa de la misión actual de dichos medios. Y no sólo eso, sino que incluso se habría enfatizado la necesidad de lanzar perros de presa sobre el verdadero cáncer de la opinión pública: la industria periodística y los escritores de ciertas páginas editoriales. Los ánimos se encendieron, el libelo hizo su acostumbrada aparición y la radio, pero sobre todo la televisión, se erigieron en patrióticos garantes de la li-

bertad de expresión, y en guardianes de la conciencia moral de los sectores sociales medios. El exceso no tardó en perfilarse: el señor de la televisión privada en el país, admirador confesado del Perón de la televisión mesocrática argentina, Pipo Mancera, lanzó mexicanamente un desafío a los impugnadores. El próximo 21 de marzo, se realizará un curioso maratón televisivo con idénticas finalidades a las de la Cruz Roja mexicana: obtener, por el óbolo pasivo de un público ya comercialmente desangrado, sangre regeneradora para inyectarla en las venas y arterias del corazón de la opinión pública mexicana, la televisión privada.

El cuadro presentado y dramatizado por la radio y televisión y ciertos periódicos a ellos asociados, es falso. En el próximo programa podrá analizarse objetivamente lo que realmente se dijo o se dejó de decir en la mencionada reunión del Consejo Consultivo.

En este programa se expondrán brevemente, no las bases históricas del actual conflicto —bases perfectamente asentadas en el programa de la semana pasada—, sino las bases económicas y jurídicas del mismo.

Empecemos por las económicas. TELEVISA, nombre que otorga personalidad jurídica y moral al consorcio que administra los intereses de Telesistema Mexicano (canales 2, 4 y 5) y Televisión Independiente de México (canal 8 del grupo Monterrey), es un monopolio. En un sistema de libre empresa como el mexicano, el monopolio es su antítesis. Si dios es la libre empresa, el monopolio es su diablo; y así como dios es inconcebible sin la existencia del diablo, así la ideología de la libre determinación de los precios por el libre juego de la oferta y la demanda, es inconcebible sin la real existencia de empresas con altas concentraciones de capital y una tecnología muy costosa, que a su antojo y albedrío determina el precio de venta de sus productos. El monopolio en la industrial televisiva sólo es posible por la posesión, en pocas manos, de los recursos económicos necesarios para comprar el equipo requerido y montar una empresa productiva con las exigencias de la comunicación moderna. Esto, a su vez, permite ejercer los derechos privilegiados del gran capital en un mercado cautivo; en un mercado en el que, por no haber otras empresas que puedan asumir los costos de inversión y administración necesarios, no pueden competir en el servicio que los medios de comunicación masiva, sobre todo el de la televisión, vende. Así pues, la concentración de capitales y su inversión en dicho medio, permite la posesión de un dominio privilegiado del mercado: dominio que no es metáfora pues sólo TELEVISA es el único consorcio que en México vende, al precio que sus costos fijos y de administración le imponen como una restricción, imagen y sonido comercial que se traducen en "entretenimiento", publicidad y sobre todo información, es decir, que es el único vendedor de hábitos de consumo, penetrantes modelos de vida, ideas y anteojos para percibir la realidad del modo que más le interesa a ellos y a sus clientes.

Pero el privilegio del precio es relativo, si se pondera el privilegio de acceso exclusivo a un mercado cautivo, ya que es éste el que da o no da en-

trada a ideas, representaciones y acontecimientos a la masa de televidentes. Además de ello, el monopolio representa un carácter de irracionalidad: es un obstáculo para el empleo eficiente de los escasos recursos económicos de la nación, pues el verse solo en un mercado sin competencia efectiva, incurre en un uso ineficiente de los recursos que posee, o en gastos de lujo innecesarios como el de dedicar un día completo del costosísimo tiempo de su programación, para exhibir las bondades intrínsecas de la televisión privada mexicana, o sermonear eclesiásticamente y en domingo, a los críticos de la irracionalidad del monopolio. En México precisa agregarse que TELEVIS.A también adquiere los visos de un monoposonio: no sólo vendedor exclusivo ante un mercado inerte, sino comprador exclusivo de la oferta de trabajo en dicho medio.

Por todo esto, es atentatorio a los más elementales principios de la lógica y de la verdad, que sea el monopolio televisivo, que de hecho representa los intereses de los monopolios del gran capital industrial y financiero privado, el que se presente ante el público como garante único y sacrosanto de un sistema de libre empresa y de opinión, que él es el primero en violar y transgredir. Pero, como diría el porfirista Bulnes, esta contradicción económico-ideológica pasa a ser execrable chancletismo intelectual, cuando el fabricante de la opinión pública es el que justamente se exhibe como agente objetivo e imparcial de ella.

El régimen legal bajo el cual se encuentra sancionada la explotación de los medios masivos de comunicación en México, es el antiquísimo régimen de concesiones. Esto es así, porque los productos radiofónicos y televisivos no podrían llegar a los hogares mexicanos sin la intermediación de un medio, que no por intangible resulta menos real: el espacio aéreo. Para que las ondas electromagnéticas sean vistas y escuchadas, así como para que el agua pueda ser bebida, se necesita de un medio recipiendario. Éste, para el caso del bebedor lo es el vaso, como para el caso del televidente lo es el espacio aéreo, y finalmente su aparato televisor. Pero ¿a quién pertenece el espacio aéreo por derecho histórico y constitucional? Según el artículo 42 fracción VI constitucional, aquél pertenece a la nación; según el derecho histórico, también. Antes de la independencia el régimen de concesiones y regalías resultaba del derecho que, por origen, pertenecía a los soberanos de España: el rey cedía para su explotación, por causa de pública utilidad y atendiendo al proceso racional de creación de riquezas, lo que era patrimonio suyo. Pero cuando se produjo la independencia, lo que era patrimonio de la corona pasó a ser patrimonio de la nación, y lo que era una concesión graciosa del soberano en beneficio último de la colonia y directo de los súbditos, pasó a ser una cesión de derechos de la nación toda para beneficio colectivo y para la explotación de los detentadores del capital. Pero si esto es así en teoría, existe un abismo en cuanto a su práctica real, ya que las relaciones entre particulares y el Estado han hecho que el régimen de concesiones quede históricamente invertido. No ha sido la nación la que a través del Estado cede derechos

de explotación a particulares, sino al contrario, han sido los particulares los que han cedido graciosamente derechos de uso limitadísimo a la nación a través del Estado. Esta inversión aberrante de un derecho histórico y constitucional ha sido protagonizada por los agentes invisibles del capital monopólico y del Estado, es decir, TELEVISA y los gobiernos revolucionarios.

Como se puso de relieve en el programa de la semana pasada, el Estado mexicano, no por falta de capacidad legal, sino política, se ha limitado a ser el administrador legal de los avances de las empresas de radiodifusión y telecomunicación en México. Todos los intentos por ejercer un derecho que de suyo le pertenece a la nación mexicana a través del Estado, han resultado fallidos cuando no con repercusiones de retroceso. La legislación sobre radio y televisión la han hecho en México los propietarios de dichos medios; el Congreso de la Unión a través del Senado, se ha limitado a sancionar el régimen de privilegio monopólico de este ramo. El veto presidencial ha sido opacado con creces por el veto real del consorcio TELEVISA.

Quedando así planteadas las relaciones generales entre el Estado mexicano y el monopolio económico televisivo, restará analizar, en el próximo programa, las probables relaciones y zonas conflictivas que el gobierno que se inaugurará con el año que termina, protagonizará con TELEVISA. Conviene, sin embargo, adelantar que de TELEVISA podría decirse lo que decía Voltaire de los jesuitas: "Para que el consorcio TELEVISA sea útil al país, es preciso impedirle ser necesario."

18 de marzo

*Patricio E. Marcos*