

Tendencias de concentración de los medios en la sociedad globalizada*

Diputado Alejandro Ordorica Saavedra**

LA GLOBALIDAD es ese nuevo fantasma que recorre el mundo, en vivo y en directo, vía satélite.

Es ubicuo y omnipresente, aparece por todos lados, y llena espacios múltiples, forzándonos a ir más allá de las fronteras propias hasta abrirlas indiscriminadamente.

Globalización, como se llama, que entrevera mitos, verdades, riesgos, fantasías, ventajas e intenciones de dominación.

Y son, sí, los medios de comunicación con su penetrante arsenal tecnológico, los que envuelven a este globo con las nuevas coordenadas de lo instantáneo y lo simultáneo.

Los entusiastas de este fenómeno social, tan propio de nuestros tiempos modernos, exaltan la capacidad de enlaces informativos y contenidos de entretenimiento desde cualquier punto de la tierra, sumando audiencias de millones de hombres y mujeres.

Pero cuidado, los imperios gustan de la globalización, así como Roma pretendió extender sus confines y acentuar los intercambios.

La tecnología avasalladora ya está entre nosotros, brilla ante nuestros ojos y retumba en nuestros oídos.

Queda sin embargo, un sedimento en este firmamento informativo que nos cuestiona: Realmente une y comunica mejor nuestras vivencias, realidades y culturas, especialmente cuando atestigüamos que las reglas del mercado sofocan otros valores y pueden distorsionar el desarrollo integral, social y humano e incluso espiritual de los pueblos. A propósito, nos imaginamos que Gutenberg, globalizador de letras, sabiduría y progreso humano, seguramente hoy hubiera demandado a la televisión por dejar de difundir no solamente al libro sino a la cultura impresa en su conjunto.

En efecto, Estados Unidos, Japón y Europa imponen, en lo económico, criterios y políticas y son quienes más ventajas obtienen; pero sin duda en materia de medios de comunicación, en su acepción más amplia, es Estados Unidos quien liderea y controla.

Si en los medios globalizados, también apologéticos de sectas satánicas, de violencia

153

* Ponencia presentada ante la II Conferencia Internacional de Medios de Comunicación.

** Diputado Federal, miembro del grupo parlamentario del PRD, Presidente de la Comisión del Distrito Federal de la LVII Legislatura.

incesante, destructividad, drogas o pornografía infantil, predominara, por ejemplo, la defensa de los derechos humanos como recientemente ocurrió en el caso Pinochet o la lucha contra los latrocinios ecológicos, transitaríamos entonces por mejores caminos.

La globalización no ha servido hasta ahora para muchos casos y cosas. No nos ha puesto a dialogar, a compenetrarnos, a intercambiar visiones, a retroalimentar culturas disímbolas para su enriquecimiento recíproco. A punto de terminar el siglo, por ejemplo, un niño esquimal no sabe nada de un niño totztil de Chiapas ni viceversa.

Pero no somos ni queremos ser apocalípticos y menos parecer integrados, dentro de esta dimensión dual de Eco. Tampoco apostaremos a la descalificación, aun cuando bajo el concepto de la globalidad se han escondido a la vez que justificado decisiones públicas, a la vez se han registrado acciones, las más de las veces desbrujuladas o ajenas a los intereses nacionales.

Sabemos que en sí la globalización no es neutra, porque responde a un esquema de poderes y fuerzas económicas que conllevan intereses políticos dominantes, y así se traslucen en el mundo de las comunicaciones.

En este sentido, la globalización puede afectar a los medios en tres aspectos:

- La tendencia de ser absorbidos por los grandes consorcios internacionales y su efecto concentrador de orden oligopólico, que transforme el esquema tradicional de la propiedad de los medios.
- La tendencia a la homogeneización de sus contenidos, lo cual atañe a la identidad cultural, al trasfondo ideológico y al mercantilismo.
- La tendencia al rezago y a la marginación de los países que no generan o adquieren las nuevas tecnologías de la información, pues por un lado desaparecen las fronteras del conocimiento y se democratiza en cierto modo la cultura universal, pero muchos se estancan en el atraso y la pobreza. La clave y correcta

síntesis de esta contradicción sería que la misma tecnología de vanguardia permitiera llegar a los sectores marginados y reducir la brecha.

Tampoco postulamos el aislacionismo como alternativa del desarrollo económico y social, además de que en la práctica se hace ya casi imposible en nuestros días; sólo es aceptable el intercambio cuando apega a la equidad y el beneficio recíproco.

La soberanía, en este caso, es eje temático sustancial de tales disquisiciones, pero no sinónimo de murallas aislacionistas ni de paraísos proteccionistas. Es, sí, poder supremo para decir como nación lo que queremos, es decir una decisión colectiva, que a todos compete y que a nadie excluye.

A México, salvo excepciones, le ha correspondido en estos procesos de globalización, el triste papel de importador desaforado de series norteamericanas que no tienen que ver nada con nosotros y exportador de una que otra telenovela, que tampoco tienen que ver nada con nosotros. No queremos Mundos Felices al estilo de Huxley, tampoco Sociedades Robóticas y menos Big Brothers que nos opriman.

El punto de partida tendría que ser entonces otro, pues si se dice que la globalidad es un flujo permanente de interrelación e intercambio, México debería ser globalizado hacia dentro, y en paralelo conectarlo mejor a la globalidad de afuera. De lo contrario la tal mundialización nos ubicaría a todos, en alguna medida o grado, como vecinos distantes.

En esta perspectiva, hay que insistir en los medios de servicio público, medios que tendrán que responder más a nuestras identidades y nuestras regiones, a comunicar lo nuestro, a analizar mejor sobre lo que pasa dentro y fuera del país.

De hecho, hasta ahora y dentro de esta definición, los medios públicos no han tenido en México una presencia significativa.

Por ello, para referirse a los medios públicos y estar en posibilidad de discutir en torno a su problemática, de entrada habría que ubicarse en otra perspectiva, que entienda la participación del Estado en los medios de un modo diferente al que conocemos hasta ahora en México.

En nuestro país, se entiende que cuando el Estado participa en los medios, lo ha hecho a partir de que es el gobierno el que decide sobre los espacios y los administra. Así, en México los llamados medios estatales han sido manejados en función de los intereses del gobierno y de grupos en el poder. Si hubiesen sido auténticamente medios del Estado, medios públicos, la sociedad, incluyendo la disidencia, podrían haber tenido mayor oportunidad de estar y participar en ellos, desde mucho antes.

Han sido de gobierno y con benevolencia, por excepción y a momentos, de Estado, pero no en un sentido, estricto y ortodoxo medios de servicio público, es decir operados por y para la sociedad.

No obstante debe reconocerse el esfuerzo meritorio de las comunidades de trabajo de algunos medios con perfil educativo y cultural, de ya larga trayectoria en México, como la telesecundaria, Radio Educación y Canal 11, a la vez que la labor desarrollada por algunas radio-difusoras en lenguas indígenas. Otra mención merece la calidad cultural del Canal 22, aunque en su origen haya habido una maniobra sectaria y una manipulación política de grupos afines al salinismo. Recordemos igualmente la rica experiencia del Programa Cultural de la Fronteras en apoyo de medios públicos y sociales operados por las universidades o siste-

mas de comunicación estatal como una singular experiencia de carácter regional y comunitaria, en apoyo a la identidad cultural.

Es preciso hoy, entonces, usar a plenitud estos medios como contrapeso del centralismo, de la desarticulación de la realidad nacional, de los rezagos educativos y del verticalismo antidemocrático.

La televisión y la radio educativas y culturales tienen que considerarse como un servicio público que necesariamente deben contar con el apoyo financiero del Estado. Su privatización sería de serias consecuencias, aunque no debe descartarse que las universidades privadas tengan sus propios medios y recurran, por ejemplo, a la enseñanza a distancia utilizando los avances técnicos disponibles.

Sin embargo existe el peligro de que sólo grandes cadenas y consorcios privados supranacionales dominen la enseñanza por televisión, contrariamente a experiencias locales como el extraordinario servicio que se prestó en apoyo a la "primaria por televisión", a raíz de los sismos del 1985, para atender a la población escolar de las miles de escuelas colapsadas.

Los medios públicos de vocación educativa y cultural deben mantenerse actualizados tecnológicamente, aprovechar las virtudes y ricas posibilidades de las nuevas tecnologías para dar un mejor servicio social y producir mucho más.

Aplicar la tecnología y popularizar los conocimientos, para que por ejemplo en las áreas rurales los agricultores y campesinos mexicanos produzcan más y eleven su nivel de vida.

En este aspecto hay que resaltar la riqueza informativa que nos ofrece Internet, la red de redes, para que todas las instituciones educativas, culturales, políticas y de cualquier índole tengan sus páginas incluidas y sosten-

gan a diálogos electrónicos ante un pleno mundial.

Y no olvidar que el antídoto de la globalidad es la proximidad, la localidad, es decir lo particular sobre lo general y la diferenciación. A mayor infraestructura y capacidad de los sistemas regionales, se logran buenos equilibrios, disminución hegemónica e inmunización contra lo uniformidad planetaria.

Los medios de Estado tienen que vincularse, pues, a un proyecto de nación y éste sustentarse en el conocimiento y aceptación colectivas.

Necesitamos aquí medios públicos, libres, independientes, eficaces, vinculados a su audiencia y activistas de la diversidad y la pluralidad y en ese sentido medios en busca del tiempo perdido.

Por otra parte lo que se refiere a la experiencia y situación actual de los medios públicos en el mundo, es variable según la nación y región de la que se trate. No ha habido ni hay un modelo único de medios públicos, pues ello está ligado a las condiciones políticas, económicas y culturales de cada país pero destacan las experiencias europeas. Y no obstante, existen otras experiencias significativas aunque poco conocidas incluso aquí en México, cuya evolución es preciso seguir. En otras latitudes, por ejemplo, la radio pública norteamericana –sobre todo la PBS y la CPB– y en el Japón la importante experiencia de la Nippon Hoso (NHK), corporación pública nacional con una amplia red de medios, y la cual ha mantenido un papel de vanguardia tecnológica.

También mucho se dice que, frente al proceso de globalización de la comunicación, dominado por consorcios de corte planetario, los medios públicos están sufriendo un retroceso a nivel mundial, pero nuevamente aquí habría que señalar que no es posible

hacer afirmaciones contundentes y definitivas en este sentido, ya que en cada nación, la situación es diferente. En Europa, por ejemplo, la privatización de las redes, si bien está avanzando, se encuentra con el peso de la tradición del servicio público en la audiencia, que si bien se siente atraída por los contenidos más comerciales no se apartan de la noción de calidad que han ofrecido los medios de servicio público y un gran ejemplo lo vimos hoy en la BBC (lo digo en español BBC).

Sabemos que en Italia la privatización ha sido más rápida y ha desplazado un tanto a los medios públicos, aun cuando compiten con las cadenas privadas, que incluso se ven presionadas a transmitir contenidos de mayor nivel. En Alemania, la TV pública mantiene su presencia hasta ahora, en tanto que en Francia y España los medios públicos están perdiendo terreno.

Por lo que se refiere a la radio pública de otras latitudes, se ha acrecentado su presencia en la sociedad, donde, con un modelo consolidado, cuenta con cientos de emisoras que son sintonizadas por millones de escuchas. Con una amplia diversidad programática, estas radios también han respondido al reto tecnológico incorporando tecnología de punta.

Puede decirse que algo que sí ocurre a nivel general es la etapa de redefinición que están viviendo los medios públicos para la construcción de nuevos modelos, y a partir de este hecho, en Europa, por ejemplo algunos sistemas radio-televisivos públicos están pasando claramente a formatos mixtos, lo cual conlleva, entre otros perfiles:

- A pasar de los objetivos característicos de los primeros tiempos del servicio público –como son la función pedagógico-educativa, o de integración de la identidad cultural y nacional–, a contenidos más populares y ligeros pero imaginativos; incluso incorporando ciertos

elementos de los medios comerciales, pero sin sus excesos y riesgos. No obstante, esta postura está generando ciertas críticas sobre “la pérdida” de la esencia del servicio público.

- Muchos sistemas de medios públicos se están lanzando al escenario internacional, asociándose entre sí. Parece claro que la distribución de producciones en mercados mundiales puede ser para los medios públicos una fuente de financiamiento importante y válida. Este hecho refleja que los medios públicos están en la búsqueda de nuevas formas de financiamiento.

- Asimismo, actualmente se aprecia que la puesta en práctica del servicio público “de éxito” redunda en la elevación del nivel de la competencia, que se ve obligada a producir contenidos más dignos, en lugar de la homogeneización de la programación a partir de niveles más bajos.

- Y finalmente, a la circunstancia de que dar voz a los distintos sectores sociales y ser portavoz de la pluralidad es una constante y no la excepción.

En otra dimensión y me parece muy importante aquí señalarlo, nos referimos a los medios privados, que sin dejar de serlo, podrían también aumentar su contenido en el contexto del servicio público.

Así, al privilegiarse un mayor contenido social en los medios concesionados y abrir nuevos espacios a la sociedad se dará una benigna sinergia social, sin detrimento de los propósitos que orientan particularmente a unos y otros medios, los públicos y los privados.

Pero para ir más allá se requieren reformas, no tan simples ni tan fáciles de concebir e instrumentar.

Nos referimos fundamentalmente a una Reforma del Estado que en este caso incluya a los medios gubernamentales para que se transformen en sistemas de radio y televisión de Estado, no de gobierno.

La globalización nos exige igualmente actualizar nuestra legislación en materia de medios de comunicación, pues las leyes actuales, con décadas de anacronía y rezagos es verdaderamente ya obsoleta. De igual modo urge

legislar para dar facilidades a las organizaciones sociales, centros de estudio, partidos y sindicatos que podrían tener medios de comunicación propios y acceder a los tiempos oficiales hasta ahora vedados. También debe favorecerse la descentralización y la regionalización de los medios promoviendo la radio comunitaria y reavivando, por ejemplo, las radiodifusoras en lenguas indígenas en todo el país, pero bajo un modelo autogestivo, casi al término de este título. Pero igualmente hay que decirlo apoyando y fortaleciendo en el ámbito internacional a la industria de la radio y la televisión mexicana en su conjunto.

No legislar significa omisión y dejar de establecer normas para dejar el asunto de los medios sometido a las otras leyes, las del mercado y las del “capitalismo salvaje”.

En la medida que estos medios no se orienten al servicio de la sociedad, a sus aspiraciones, como lo es por ejemplo el cambio hacia un sistema plenamente democrático, no avanzaremos tampoco, económica ni socialmente. Sin cambios positivos en los medios la democracia tampoco se dará, será imperfecta, no culminará y procesos reconocidos como de transición, muy propios de nuestro tiempo correrán el riesgo de quedar girando en su propio eje, hasta disolverse y provocar inestabilidad.

Es preciso también, entre otras acciones revisar el TLC, y equiparar la opción de Canadá con México respecto a Estados Unidos, en el apartado de Industria Cultural, hasta ahora desventajoso e inequitativo.

Es preciso concebir y construir más sistemas informativos y redes latinoamericanas de comunicación, que incluyan preponderantemente a la población de origen latino en Norteamérica, y en general al mundo de habla hispana, sin dejar de estar presentes y ser com-

petitivos en los principales canales y espacios planetarios.

Igualmente revisar juntos convenios y tratados en el más amplio ámbito de las comunicaciones que aporten a nuestros países otras ventajas y beneficios mayores.

Pero no a las aduanas y a los retenes, pero además un no rotundo a perder el perfil propio; existencia, sí, de límites o fronteras, como un buen pretexto para intercambiar sin de-

jar de ser nosotros, obligados siempre a tener presente el pasado para asegurar futuro de nación.

En fin, que si la globalización reduce la distancia y el tiempo, entonces que nos acerque a la democracia más rápida, al intercambio con equidad, a una vasta y veraz información, a un mayor acceso a la educación y a la cultura, y en fin a una globalidad con llenura de libertades, cooperación y prosperidad común.