

Y ahora ¿para dónde?

RAYMUNDO RIVA PALACIO

Mil novecientos noventa y uno terminó con luces amarillas, prendiéndose en los medios de comunicación mexicanos.

1. Las presiones gubernamentales, aprovechando una larga racha de problemas económicos en el periódico *El Porvenir* de Monterrey, pusieron fin a la agonía de su director, Jesús Cantú, quien se vio forzado a renunciar -como él mismo denunció en un editorial en la primera plana del diario- por presiones de Los Pinos.

2. Disputas familiares provocaron violentas escenas en el endémico periódico *El Dictamen* de Veracruz, por diferencias sobre la eventual venta del decano de la prensa nacional.

3. Discrepancias familiares están provocando fricciones en los mandos ejecutivos familiares de *Ovaciones*, cuyo periódico vespertino es uno de los diarios más exitosos en el país, y que presuntamente se encuentra en la mira del magnate de la televisión, Emilio Az-cárraga.

4. Informes confidenciales entregados a la Secretaría de Comercio por firmas consultoras donde se examina la Ley de Radio y Televisión, que prohíbe concesionar a extranjeros, están haciendo pensar sobre una revisión de la ley para entregar, al mejor postor, las redes nacionales de medios audiovisuales.

Por otra parte, el presidente Carlos Salinas se tomó tiempo para acudir al aniversario de *El Universal*, y realizar una visita de cortesía a *Excélsior*, tres días antes de su asamblea anual de cooperativistas.

Los medios de comunicación en México están siendo sacudidos de diversas formas. Su relaciones internas están sometidas a reestructuración en algunos casos y, en otros, se está buscando un cambio en los centros de mando. Recuperación o control de posiciones de poder se encuentran detrás de los últimos acontecimientos, aunque no son pocos los que piensan en la posibilidad de que la gestión salmista dé un golpe de mano contra ellos en la parte final de su mandato. No puede descartarse la probabilidad, pero dependería de diversos factores, de un consenso en la élite del poder y, sobre todo, si el costo político es inferior al resultado de la acción.

Este será el año de relevos en los mandos de la comunicación gubernamental, y el presidente Salinas inició hace unos meses la consulta sobre sus preferencias con algunos ejecutivos en los medios. Necesita los cambios, tanto para inyectar vida a su proyecto y proveer un escudo a aquellos que lo defendieron como boxeadores de barrio en la primera parte de su mandato, como para preparar el equipo de la sucesión presidencial. Pero eso, empero, no cambiará en esencia las relaciones con los medios, a los cuales desprecian intelectualmente. En todo caso, se podrán acentuar, de manera más política, menos abrupta y brutal, los mecanismos de control y presión sobre la prensa mexicana.

No se vislumbra ningún afán demo-cratizador hacia el interior del gobierno que pudiera impactar positivamente en los medios. Pero tampoco, es cierto, los medios están preocupándose por su futuro; siguen empantanados en su relación con el gobierno, sin atender a sus lectores, ni preocuparse por el papel que podrían o deberían jugar en el proceso de transición democrática. Ese error, por omisión, es el que deben corregir si aspiran a llegar con salud, fuerza y vida, incluso, al próximo milenio.

Véase el caso de los periódicos de la ciudad de México, microcosmos de la mayoría nacional. Entre más de una treintena que se editan diariamente, 11 son los que se llaman a sí mismos "nacionales". Sin entrar a rebatir la falacia del argumento en la mayoría de los casos, esos 11 periódicos no suman un tiraje combinado real de 450 mil ejemplares. Alarmante cifra, si se toma como parámetro comparativo el tiraje diario del *Newark Star-Ledger* de la ciudad que ocupa el 29 lugar en Estados Unidos, que es superior en 12 mil ejemplares a ese total; o el casi doble de tiro de *The Washington Post*, en una ciudad con alrededor del 10 por ciento de los habitantes del Distrito Federal; o que representa casi una cuarta parte de los ejemplares diarios de *The Wall Street Journal*.

Varias son las causales de los bajos tirajes. La falta de competencia entre los medios por entregar un mejor producto a los lectores, es un factor. Otro es la falta de credibilidad de los medios, resultado en algunos casos de la poca seriedad de su información, y de su gigantesca dependencia financiera y política del gobierno. También hay que considerar el poco interés que manifiestan para atraer nuevos lectores. Un ejemplo lo dio hace un par de años un ejecutivo en *Excélsior*, quien desestimó una crítica prepositiva sobre el obsoleto formato del diario -imaginado por don Rodrigo de Llano, que fue su director durante tres décadas hasta su muerte a principios de los sesenta-. "*Excélsior* no tiene por qué cambiar -respondió-. Sus lectores están acostumbrados a ese formato".

Con aquella frase en mente, a mediados de noviembre se realizó un experimento con 20 estudiantes de posgrado y se escogió a *Excélsior* por ser una institución sólida, el periódico más influyente en la clase política mexicana y el más conocido en el extranjero. A la pregunta de quién leía regularmente *Excélsior*, cinco levantaron la mano. A la siguiente pregunta de quiénes de ellos lo compraban, nadie la levantó. La explicación es que aquellos que lo leían era porque sus padres tenían la suscripción. Si ese experimento se extrapolara, se podría concluir que la vida de *Excélsior* está determinada por la vida de los adultos que se mantienen como suscriptores.

Hay diversos asegunes en el experimento, y el principal de ellos sería que *Excélsior* no vive de sus

lectores como ningún medio en el mundo lo hace, sino de su publicidad. Pero un contrargumen-to es que la publicidad está directamente relacionada con la penetración, y si el periódico pierde lectores, el gobierno y el sector privado comenzarán a mirar hacia otros horizontes. También se puede rebatir lo acientífico de la muestra, pero no deja de ser significativo que ese perfil de jóvenes, cuyos hábitos y necesidades de lectura están probados, y que seguramente formarán parte de la élites que gobiernen México en el próximo siglo, no estén interesados en *Excélsior*.

Pero no es *Excélsior* el único periódico en problemas, y leerlo de esa manera sería un error. Ningún diario en México hace encuestas sobre su mercado de lectores, y aunque sí mantienen un control sobre el tiraje real, no están tomando las medidas necesarias para captar más lectores, en el cómodo entendido de que los subsidios que vienen del gobierno, en la forma de papel y propaganda, se mantendrán inamovibles.

No obstante, las relaciones prensa-gobierno van a cambiar a pesar, aún, de la prensa y el gobierno. La apertura económica está descentralizando el poder, y por lo tanto, se están redistribuyendo y se están creando nuevos centros de tomas de decisiones, más dinámicos, más prácticos, más en busca del costo-beneficio. El tiempo consolidará los nuevos poderes políticos, y dependerá de esa nueva clase de tomadores de decisiones el cuándo y el cómo ejercerán su autoridad.

En ese momento, si no hay reacción antes, los medios se verán forzados a cambiar. Para la mayoría de ellos será muy difícil, y en algunos casos imposible, pues el relevo generacional que se ha dado en muchos de los actores sociales, ha estado ausente de los medios. Una buena parte de quienes manejan ahora los medios, lo hacían en los sesenta y setenta. Quizás en aquel entonces estaban bien equipados para los desafíos de la época, pero en los tiempos actuales de la información cibernética y por satélite, sus conocimientos se encuentran desfasados.

Si bien muy cuesta arriba, ello no les impide transitar por el camino del cambio. Lo que se requiere es voluntad y creatividad, no autoelogios y complacencias, porque no sólo se perjudican a sí mismos y al periodismo en particular, sino a la sociedad en general que se está quedando sin verdaderos vasos comunicantes con quienes los gobiernan.

El año comienza sin rayos de esperanza para un cambio en las relaciones del gobierno con la prensa, pero no hay por qué esperar que de ahí venga. La indisposición gubernamental al cambio refleja claramente su preferencia por tener medios serviles y manipulables. Prefieren dictar titulares, columnas e informaciones, regañar y gritar a dueños y directores de medios, que establecer nuevas reglas de juego ajenas a la corrupción, la represión y el sometimiento.

La iniciativa debe partir de los mismos medios. Finanzas sanas e independencia. Reglamentos éticos y profesionales hacia el interior, y transparencia, respeto y seriedad con los poderes establecidos. Mejores salarios y mejor calidad del producto entregado. Lograrlo es una incógnita, pero de no iniciar los medios un camino firme en esa dirección, se podrá afianzar la idea de que los medios, en su mayoría, son los panegíricos del gobernante en turno. Y uno de los principales diques en la transición democrática. Comprobarlo sería una triste realidad.