

LOS MEDIOS ESTATALES AL MEJOR POSTOR

Raymundo Riva Palacio

Más de un año ha pasado desde que se comenzó a hablar de la venta de lo que era Imevisión. La programación se redujo. Salió del aire un canal y lo que fue la Red Nacional se hundió -a decir de los trabajadores de la empresa estatal- en el peor hoyo de su joven historia.

Se esperaba que la venta se produjera a principios de este año, pero nada sucedió. Dos grupos españoles asociados con empresarios mexicanos que estaban interesados en la compra de los canales 7 y 13 se mantienen en espera de la luz verde de lo que parece, en un principio, una decisión estrictamente política.

Estrictamente no ha sido así del todo.

De la Secretaría de Hacienda se filtró la siguiente información: la venta del Canal 13 podrá realizarse hasta el próximo año, debido al caos administrativo en que se encuentra el medio.

Un periódico, *Factor Financiero*, adelantó escuetamente la primicia a fines de julio, y el columnista de *La Jornada* Alberto Barranco la amplió, y precisó en los primeros días de agosto: "La compañía en proceso de reprivatización que dirige Romeo Flores Caballero enfrenta un desorden financiero tan grave, que siete meses después no pueden entregar sus registros de 1991 al dictamen del auditor externo. Y nadie tiene certeza de que puedan venderse los terrenos federales donde se ubican sus equipos de transmisión".

Como el gobierno quiere vender los canales 7 y 13 en paquete, es de esperarse que el primero tampoco saldrá a la venta este año, y los grupos en pugna tendrán que velar sus armas para el próximo año, en caso de que Flores Caballero y sus administradores logren poner pies y cabeza a un monstruo crecido al amparo, precisamente, gubernamental.

El gobierno del presidente Carlos Salinas de Gortari quiere deshacerse de una parte de sus medios estatales.

En la lista de privatización se encuentra el periódico gubernamental *El Nacional*. La Secretaría de Hacienda no había recibido hasta principios de agosto ninguna documentación para iniciar la operación de venta. De cualquier forma, las ofertas y demandas, en época de libre mercado, ya están dadas.

De acuerdo con fuentes de la industria, *El Nacional* fue ofrecido a la empresa editora del diario *El Norte*, de Monterrey, que la habría rechazado sin meditar siquiera la sugerencia emanada de Los Pinos. *El Norte* es un periódico con una gran organización interna, con proyecto y metas. La lógica indica que con la compra de *El Nacional* no se iba a enriquecer o fortalecer.

Anulada esa opción, los ojos gubernamentales voltearon hacia otro continente: España.

Seducidos por la calidad del periódico madrileño *El País*, se iniciaron coqueteos con el grupo que lo edita: Prisa (también interesado en los canales estatales) para involucrarlo en la compra.

El adalid de los intelectuales salinistas, Héctor Aguilar Camín, director de la revista *Nexos*, le sirvió de guía en México a ejecutivos y técnicos de *El País* durante la primavera, para que vieran las instalaciones de *El Nacional*.

Aguilar Camín no lo hacía, naturalmente, como un altruista de la prensa mexicana, sino para tener una porción de ella, colgándose del prestigio, de la capacidad y del profesionalismo periodístico de *El País* para ser su socio y, quizás, el director general en una nueva aventura dentro de los medios informativos.

Las versiones giran en torno a una participación de 49 por ciento del grupo Prisa, 15 por ciento para *Nexos*, 15 por ciento para un empresario que le habría hecho el proyecto de ingeniería financiera a Aguilar Camín, y el resto para los trabajadores de *El Nacional*. Ni Prisa, ni Aguilar Camín, han querido hablar sobre el asunto. De hecho, según fuentes españolas, el asunto está parado.

La historia es la siguiente: hace unos meses, el jefe de asesores presidenciales, José Córdoba, viajó a Madrid para entrevistarse con los ejecutivos de Prisa y ofrecerles *El Nacional*. No se ha mencionado el precio, pero las fuentes españolas dijeron que rechazaron la petición por ser demasiado cara. "*El Nacional* no costaba lo que pedían por él", precisó la fuente.

¿Cuánto les pidieron? Nadie lo sabe. La revista *Latin Finance* publicó que el costo de *El Nacional* era de 100 millones de dólares. Una fuente cercana al proceso de venta del diario dijo que un postor ofreció 30 millones de dólares. Prisa y *Nexos*, los eventuales socios en la aventura periodística, estimaban que para montar un gran periódico se requería una inversión de 8 millones de dólares.

El habilitado periodista-gerente de *El Nacional*, Francisco Báez, se ha negado a hablar con la prensa mexicana sobre el proceso de venta del periódico, y sólo ha otorgado una entrevista a *Latin Finance*, que se edita en Miami. Su jefe, el jefe de prensa de la Presidencia de la República, José Carreño Carlón, tampoco ha aportado información al respecto.

Para comprender un poco el costo de los periódicos, se tiene que saber que su principal valor es el cabezal. En el caso de *El Nacional* es su principal desventaja. Cualquiera que compre *El Nacional* lo primero que tendría que hacer es desaparecer su cabezal, que lo identifica como un órgano gubernamental, de propaganda, y aburrido en todo, salvo, para un grupo de lectores, en su sección de espectáculos y cartelera.

Es decir, *El Nacional* carece del elemento de mayor valor de un periódico. Su precio, entonces, tendría que ser valuado en términos de su capacidad industrial. *El Nacional* tiene cinco estaciones terrenas en el país, que le permiten enviar por satélite sus planas e imprimirlas con alta calidad, en distintos puntos y de manera casi simultánea. Posee grandes instalaciones en la ciudad de México, además de una rotativa.

Al gobierno del presidente Salinas de Gortari le interesará que ambos medios queden en manos amigas. Por eso, tras la decisión técnica de la Secretaría de Hacienda, vendrá la decisión política de a quién se le entregará la televisión y el periódico.

En este sentido, quien haga la mejor oferta no será, necesariamente, quien se quede con los medios. Los nuevos dueños serán aquellos que representen una garantía que respalde las acciones gubernamentales, sin mucha oposición. La actitud gubernamental con respecto a los medios abre una nueva opción en esas relaciones hartamente viciadas.

Con el empresariado periodístico mexicano, de acuerdo con los antecedentes y vínculos financieros entre prensa y gobierno, ese obstáculo parece salvado. Con Aguilar Camín parecería una ofensa para el historiador pensar que se atrevería a ir en contra de algo que dicte su amigo, el presidente.

Pero Jesús de Polanco, presidente de Prisa, principal accionista de la importante cadena de radio Ser, del Canal Plus de televisión, accionista importante del matutino inglés *El Independiente* y de la popular cadena de radio española *Antena 3*, dueño de Editorial Santillana que edita libros de texto en México, y dueño de *El País*, uno de los diez mejores periódicos del mundo, ¿aceptará las reglas del juego? No se concibe que así pueda ser.

El caso es que tener una versión azteca de *El País*, anhelo de algunos en el gobierno y su periferia intelectual, no parece estar al alcance de la mano, cuando menos tan rápido como se quería. Pero ello no significa que las redes se hayan recogido.

Los canales 7 y 13, y *El Nacional* son los únicos medios estatales que están en venta. Hasta antes de la explosión en Guadalajara en abril, se pensaba poner también a la venta el Instituto Mexicano de la Radio (IMER). Lo que los hizo cambiar de opinión fue que la radio privada comenzó a difundir los comentarios de la gente en tal volumen, y los entrevistados a expresarse con tal vehemencia antigubernamental que, primero, censuraron a las radios, y segundo, decidieron que después de todo, perder los micrófonos del IMER podría no ser tan buena idea.

Al menos hasta donde se sabe, parece que no se tienen planes para vender la agencia de noticias Notimex. Con un presupuesto superior a los 27 mil millones de pesos, no se percibe ningún posible comprador. Versiones de que Mario Vázquez Raña, presidente de la Organización Editorial Mexicana, y ex dueño de United Press International, podría estar interesado, no han sido confirmadas.

En todo caso, la fiebre de la privatización de medios estatales se ha convertido en una *enfermedad* real. Sólo falta que encuentren al paciente adecuado para aplicarle su medicina.