

Reglamento Habemus

POR RAUL CREMOUX

I

Dicen los más viejos del lugar que más vale tarde que nunca; lo que no dicen esos ancianos es el precio que implica la tardanza.

Fueron menester 52 años de transmisiones formales en radio y 26 de televisión para que un día se decidiera la autoridad a reglamentar esas actividades consideradas "de interés público".

Sería interesante especular sobre el número de lustros que hubieran sido necesarios para que el Estado interviniera si la radio y la televisión no tuvieran esa etiqueta que los sitúa "bajo el dominio inalienable de la Nación", y si por añadida desgracia, no viviéramos en un régimen revolucionario.

Fue el 19 de enero de 1960, cuando se promulgó la Ley Federal de Radio y Televisión, misma que carecía de instrumentos para ser aplicada como hoy lo reconoce el considerando número uno del Reglamento mencionado. Esto significa que prácticamente y desde siempre, estos medios electrónicos gozaron de la indiferente mirada de los anteriores gobiernos que, por otro lado, no tuvieron el menor impedimento legal en repartir, hasta la saturación, las concesiones federales que, a partir del día 19 del presente comenzarán a ser reglamentadas.

Señala el considerando dos, que sólo se reglamentan las atribuciones que la ley respectiva concede a la Secretaría de Gobernación; es decir, que aún faltan por expedirse los reglamentos correspondientes a las otras secretarías que tienen ingerencia en la ley, o sean las de Educación Pública, Comunicaciones y Salubridad y Asistencia. Como se ve, el camino después de muchos años, apenas comienza a ser andado.

El considerando cuatro apunta la obligación que tienen los emisores comerciales de transmitir diariamente programas de desarrollo social y que aún están pendientes; se dice que con la instrumentalización que supone el Reglamento se remediará la importante carencia.

Apuntan como datos dignos de tomarse en cuenta en esta fase de "considerandos", aquellos que se ocupan de la clasificación de las emisiones; los que se refieren al establecimiento de un criterio importador de programas pero con reciprocidad con los países exportadores y, sobre todo, los artículos que hablan de restringir la publicidad de bebidas alcohólicas y de tabaco.

Motivo de preocupación es el considerando número ocho referente a la publicidad comercial. Empieza por señalar, sin lugar a equívocos, que el sustento y la penetración de propaganda mercantil son perfectamente congruentes con los objetivos de los medios de comunicación electrónicos. Con ello, la autoridad renuncia, si los hubiera, a los posibles intentos de encauzar estos medios por otros senderos de mucho mayor contenido político y social para resituarse en un contexto sustancialmente enmarcado por la axiología, la concepción filosófica y por los intereses lucrativos de quienes por tantos años gozaron de la reconocida indiferencia gubernamental. El pago que se dispone la autoridad a hacer es altísimo y de consecuencias nada congruentes con los ideales y metas enarbolados que en el bien del pueblo, y por encima de intereses particulares, dice fundamentar su existencia.

También dentro de ese mismo considerando se habla de la necesidad de equilibrar la inserción de anuncios y el conjunto de la programación; se hace inusitado énfasis en que no es posible transmitir cultura, información o deportes con "interrupciones enervantes, disipadoras o desnaturalizadoras", sin embargo, las disposiciones concretas no avalan esa afirmación oficial contundente. El artículo 42 que habla del "prudente equilibrio", autoriza la distribución de publicidad del modo siguiente:

—Para radio hasta doce interrupciones por hora cuando se trate de una obra continua (una radionovela, por ejemplo).

—Quince interrupciones y cada una de hasta dos minutos, cuando se trate de programas sin continuidad (todas las estaciones "disqueras"), es decir, se les autoriza a casi todas las emisoras de radio 30 minutos de comerciales en cada hora!

—Para televisión cuando se trate de emisiones de obligada continuidad (una película por ejemplo), se autorizan hasta seis cortes de dos minutos cada uno en el término de una hora, y hasta diez cortes cuando el programa no sea continuo. Este artículo omite y se opone al considerando ocho que habla de 5 cortes por hora como máximo y con un minuto y medio de duración.

¿Dónde está el equilibrio prudente que marca la ley? ¿cómo escuchar el "servicio" de una estación musical donde se reparten equitativamente el tiempo los anuncios y las guitarras? ¿cómo ver una película, cualquiera que sea, entremezclada con seis cortes y doce minutos de brasieres, brillantinas, autos y rones añejos que brindan placer? Utilizando las mismas palabras que usa el Reglamento, ¿no es lo anterior un buen ejemplo de emisiones enervantes?

Y por si esto no fuera poco, el Artículo 43 faculta a la Secretaría de Gobernación a autorizar temporalmente el aumento de los periodos publicitarios "por razones de interés general que así lo justifiquen". ¿Cuál puede ser ese interés general sino otro que el que mueve a los concesionarios, ejecutivos, publicistas y anunciantes en las épocas de Navidad y mayo?

Señalan los considerandos nueve y diez la necesidad de elaborar restricciones a la publicidad de alcohol y tabaco en horarios infantiles. Si a las conclusiones que llega el gobierno federal son las de considerar perniciosos para la salud física y mental al tabaco y al alcohol, no es en la publicidad restringida donde está el enfrentamiento del problema sino en sus raíces mismas y que permanecen intocadas.

Para terminar esta primera parte, baste señalar que no son pocos los considerandos y los artículos del Reglamento que consideran como diferentes a las "emisiones culturales" y a las de "entretenimiento". ¿Por qué a la actividad cultural la Secretaría de Gobernación no la considera divertida? ¿en base en qué criterio se hace una división tan peyorativa, tan desvirtuante de las actividades creadoras libres que supone la actividad cultural?

Las explicaciones, todas se remiten a una escala de valores donde ancestralmente se ha considerado que el esfuerzo, el análisis, la creación son hijos del aburrimiento y de la ininteligibilidad.

(CONTINUARA MAÑANA)

El Tercer Ojo

Reglamento Habemus

(Segunda de Tres Partes)

Por RAUL CREMOUX

El Reglamento de Radio y Televisión publicado el 4 de abril en el Diario Oficial señala como competencia de la Dirección General de Cinematografía, entre otras, la siguiente atribución: vigilar que en las transmisiones de películas cinematográficas, series filmadas, telenovelas y teleteatros "se observe un adecuado equilibrio entre los nacionales y los de origen extranjero". El Reglamento se guarda para sí, la explicación de lo que es un "adecuado equilibrio" y por ningún lado reglamenta lo que en realidad importa: la calidad de los materiales. La única, la verdadera motivación que se exigiría tener a la televisión para exhibir imágenes y sonidos, debería ser una alta calidad de producción y de talento, sin que el origen fuera una característica determinante. Bien se hubiera podido exigir a los concesionarios de una manera precisa una mayor participación de materiales realizados en diferentes continentes y en diversas latitudes con objeto de romper la dependencia ideológica, cultural y económica que se tiene con Estados Unidos.

Señala también el Reglamento en su Artículo 34 que el porcentaje de programas "vivos" que deberán emitir las radioemisoras no será inferior al diez por ciento y a la televisión le pide que no sea menor del treinta por ciento.

Además, se aclara que ya están incluidos en esos porcentajes los noticieros, los concursos, etcétera. En otras palabras, todo seguirá igual.

Las estaciones "disqueras", o sea la aplastante mayoría de radioemisoras de todo el país ya cumple en la actualidad con esos requisitos que el mismo Reglamento ha calificado de condiciones "enervantes, desnaturadoras". Y el que se hayan fijado esos porcentajes (10 para radio y 30 para televisión) serán, seguramente, casos que un día la ciencia descubrirá.

También es facultad de la Dirección de Cinematografía, autorizar la importación de materiales para la televisión observando (sic) un criterio de reciprocidad con los países exportadores. Lo anterior remite claramente al siguiente hecho: por cada película o serie yanqui que se transmita en las pantallas de televisión, deberá hacerse lo propio en las pantallas de Estados Unidos. La medida, que políticamente es de un gran acierto, por otro lado, abre nuevas fuentes de trabajo... y de problemas de producciones inminentes.

Entre las facultades que se le indican a la Dirección de Información, está el Artículo 9, fracción VIII que señala se deben evitar la innecesaria multiplicación de servicios especializados (forma técnica de llamarle a los mensajes "enervantes y disipadores") en las estaciones de radio y televisión.

De esta manera, de 33 estaciones de radio en la

capital, la Dirección de Información se encontrará con que, al menos 5 emisoras repiten y multiplican sus melodías "modernas", los mismos anuncios e idénticas promociones. Verá también la citada Dirección que tres estaciones multiplican "el servicio tropical"; cuatro el servicio ranchero; cuatro el servicio romántico; tres el servicio de "la onda juvenil"; cuatro el servicio de novelas, etcétera.

El campo de la televisión no es ajeno a la multiplicación innecesaria que pide evitar el reglamento: los canales 2 y 8 lo hacen con frialdad mecánica; los canales 2 y 4 con frecuencia desmedida y el 5 y el 8 se hermanan casi a diario. Es de esperarse que, muy en breve, pues la espera data de muchos años, "el servicio" que proporcionan las antenas comiencen a tener características de "enaltecedora" diversificación.

Existen tres artículos del flamante Reglamento que se hacen notar por la imprecisión de sus términos: el tercero habla de que los medios deberán ser un "estímulo a nuestra "capacidad de progreso" y que el análisis de los asuntos del país deberán tener orientaciones que "afirmen la unidad nacional".

¿Qué entenderán por progreso los radiodifusores, y que entenderá por tal la autoridad? ¿Qué entenderán por unidad nacional los yucatecos, los sinaloenses y los veracruzanos? ¿Y cómo hacer un análisis de la economía o de la corrupción, o de la libertad de amparo teniendo como condición tener que llegar a esa unidad nacional?

No es menos claro el artículo sexto que habla de la programación en términos de contribuir al desarrollo económico, a la distribución equitativa del ingreso y al fortalecimiento del mercado. ¿Cómo pedir eso, justamente a los medios que durante el grueso de sus transmisiones han hecho una lacerante división, una marcada brecha entre poderosos y desamparados? ¿Con qué exigencias o con qué medios se espera obligar a cambiar la programación?, con simples señalamientos normativos o con exhortaciones no será factible que se cumplan con esas funciones deseables y necesarias pero impracticables.

Señala el artículo séptimo que los medios electrónicos deberán tomar en cuenta la situación económica del país para restringir la publicidad de artículos suntuarios y auspiciar la orientación en el gasto familiar. El análisis más simple de los mensajes publicitarios de la radio y de la televisión en México, señala un porcentaje no menor al 92 de productos y servicios suntuarios o innecesarios. Es pues el artículo banal y de lujo el que ha sostenido la infraestructura que hoy se pide sea cambiada sin utilizar maneras racionales y mecanismos idóneos para lograr esos fines.

(CONTINUARA MAÑANA)

El Tercer Ojo

Reglamento Habemus

(Tercera y Ultima Parte)

Por RAUL CREMOUX

El Reglamento de Radio y Televisión que consta de 58 artículos, contiene un mínimo de 18 que tienen la función abierta de limitar, modificar, desautorizar o francamente rechazar material susceptible de ser emitido por estos medios electrónicos.

Las imposiciones principales son las siguientes:

a) Horario de acuerdo a una clasificación del material en propio para niños, adolescentes y adultos.—Se ignora cuál fue el criterio para utilizar un deslinde tan simplista, deficiente y tan poco confiable.

b) Desautorizar material filmico o grabado para su exportación cuando la Secretaría de Gobernación así lo considere conveniente, a pesar de estar autorizado para su exhibición nacional.—Se ignora también cuál es el criterio que se utilizará para catalogar "lo conveniente". La idea de mostrar en el extranjero el México que imaginamos y no el que es, sigue persistiendo.

c) El material procedente del extranjero no deberá ser "ofensivo" para México.—Adviértase que el término "ofensivo" no responde a ninguna definición legal y parece encajar más bien en el vocabulario religioso.

d) Se autorizarán los concursos que premien habilidades y conocimientos y que no sean lesivos para la dignidad personal.—O sea que continuarán esos certámenes donde la memoria es la panacea y donde el brincar más alto es el pase a un campeonato de colores con vitores garantizados y cazuelas de peltre anodizado.

e) Se prohíbe que se enseñe la forma de realizar delitos sin demostrar durante la transmisión las consecuencias sociales adversas de esos hechos.—Es decir, que las ya de suyo estereotipadas emisiones televisadas deberán guardar un esquema artificial más: "los buenos" triunfan sobre "los malos" siempre, aunque la realidad cotidiana se empeñe en negarlo. "El mal", en la televisión, será mostrado únicamente como pretexto para que el "bien" triunfe. Todo pues, deberá ser presentado en forma de moraleja.

Con este artículo del Reglamento, la conciencia nacional se pone a salvo y al resguardo de las malas enseñanzas.

f) Se prohíbe lo que atente contra "las buenas costumbres", y sin definir eso, se dice lo que es su contrario: "temas que estimulen las ideas o prácticas contrarias a la moral, a la integridad del hogar, al pudor, a la decencia, a los actos licenciosos, la justificación de relaciones sexuales ilícitas y el tratamiento no científico de temas sociales como las drogas".—Innecesario inventario de "malas costumbres" puesto que la televisión comercial, enfangada en su tradicional infantilismo nunca se ha aventurado a mostrar la diferencia entre una relación sexual lícita y otra "prohibida"; menos aún, no se mostrará nada "contra la integridad del hogar" pues la industria de los sonidos y las imágenes, ha tenido seculares y fuertes lazos con la decencia institucionalizada y el pudor ostentoso de los grupos económicos y políticos más empeñados en proteger al país de esas bajas y pérdidas pasiones que, a todos, por ser mexicanos nos acechan sin cesar.

Algunas de las funciones oficiales mencionadas pueden resultar explicables dada la conocida y demostrada capacidad de avasallamiento comercial de no pocos concesionarios; sin embargo, existen otros artículos del reglamento que se amoldan con perfección al esquema conocido histórico y universalmente como censura.

La aceptación de la misma ha sido ya públicamente festejada por funcionarios públicos, por ejecutivos, por supuestos artistas y por reconocidos publicistas. Las demostraciones de esa apresurada aceptación del reglamento son explicables en quienes nunca han visto, por impedimento funcional o real, el papel desenajenante, concientizador y liberal que podrían tener estos dos medios masivos hoy atrapados entre el comercialismo conservador y la moral burocrática.

Extenderse en los peligros concretos que significa una actitud oficial de vigilancia anterior, durante y posterior a las emisiones radiales y televisadas, es nadar y sumergirse en una dolorosa obviedad.

Resumiendo, el recién desempacado reglamento trae como consecuencias claras las siguientes:

1) Se legitima y de una vez por todas, la dependencia de la radio y la televisión con las actividades lucrativas de los grupos económicos más poderosos.

2) Se instaura y acepta un articulado que no se ve con claridad cómo auspiciará la libertad de opinión, el libre diálogo y la necesaria desidencia.

3) Oficialmente se realiza una división artificial, y amparada en actividades comerciales entre "cultura" y "diversión".

4) Se permite un número y un tiempo de anuncios comerciales en radio y en TV que contradice las consideraciones por las cuales se promulgó el mismo reglamento.

5) Casi la tercera parte del reglamento tiene funciones contenedoras y ni un solo artículo auspicia en forma clara, amplia, generosa, la participación popular, obrera, intelectual y campesina.

6) El porcentaje de mensajes "vivos" (10% para radio y 30% para TV) es ridículamente bajo, sobre todo si se toma en cuenta la enorme carencia de empleos y de necesidad real de comunicación que existe en el país.

7) Se consolidan las estructuras socioeconómicas que detentan concesiones federales, en sustancial provecho propio.

8) No se realiza una sola transformación radical, sino que se afinan y pulen "formas" de aceptación y promoción limitadas de las demandas y aspiraciones populares.

9) Se aspira tímidamente a buscar una débil autonomía de mensajes sin romper en esencia con una clara situación de dependencia económica, social e ideológica con el capital nacional y norteamericano.

Finalmente, la mayor y más notable ausencia en el Reglamento es el espíritu, ese espíritu nacido contra el avasallamiento comercial, desarrollado por el acoso de la insistente mediocridad y tan aguijoneado por la larga espera: la liberación de los medios.