

La congruencia de canal 13

23/1/80

Raúl Cremoux

171
23. ENERO
1980

La primera transmisión realizada por canal 13 de televisión el día 12 de octubre de 1968 nació condicionada. 18 años antes (1º de septiembre de 1950), canal 4 marcó el rumbo práctico, formal, real y oficial que debía seguir la televisión en México. El surgimiento del canal 2 (primero de mayo de 1952) y el gusto con que fue recibido el canal 5 (20 de marzo de 1954), reafirmaban ante la nación que las tareas de la difusión masiva tenían un fin: servir de apoyo y estructura de legitimación al sistema.

Hace unos días, cuando el canal 13 cambiaba por sexta vez a su director general en tan sólo tres años, de hecho, el acto constituía un reconocimiento al sacrificio que impone el rigor de la eficacia. En efecto, desde diciembre de 1976, este medio difusor se autoimpuso la tarea de la rentabilidad como una aspiración total para, una vez cumplida, alcanzar sus fines. Al buscar la ansiada sanidad económica, el canal estatal convergía en los siguientes puntos: 1º. complacer a los anunciantes y publicistas; 2º. evitar las emisiones rípidas, analíticas e impugnadoras; 3º. alcanzar el mayor público posible para ofrecerlo como fundamental punto de venta. En la medida que los directores entendieran que el canal emisor se ha convertido en una empresa y, obraran en consecuencia (*management*), perdurarían. La lista demuestra, con pena, la ausencia de administradores hábiles y con experiencia en el *showbusiness*.

El nuevo estilo de canal 13 no deja lugar para las dudas: la función informativa ha tenido un marcado impulso. Tres periodistas laureados con premio nacional, Renato Leduc, Elena Poniatowska y el finado Guillermo Jordán, cedieron sus lugares a todo un equipo, y su respectivo presupuesto, para que rostros juveniles ofrezcan una idea dinámica y moderna de esas transmisiones; las cámaras filmicas de 16 milímetros son acompañadas por brillantes luces y tomadores de sonido. Los reporteros se enfrentan a la lente que, sin miramientos, los mezcla con los anuncios de bancos, almacenes y autos. En ellos recae el peso de que la televisión estatal cumpla con sus obligaciones; sobre sus espaldas gravita la imagen de servicio y seriedad de una empresa cuya raíz está en comprobar permanentemente lo que simboliza: un organismo estatal.

Estos programas fundamentales en la razón de existir del canal, están ligados indisolublemente a dos factores: el primero económico, el segundo ideológico.

a) El primero radica en buscar un vasto auditorio para interesar a una máxima cantidad de clientes. Consecuentemente, se cae en omisiones importantes de información para evitar molestar a los grandes intereses. Sirvan de ejemplos descriptivos y ramplones la supresión parcial o total de numerosos y trascendentes descubrimientos sobre la relación entre tabaco y cáncer; de las enfermedades mentales provocadas por el alcohol embotellado y de la alarmante inseguridad de los automóviles. Así, cuando se realiza la tarea crítica, ésta se hace sobre puntos aislados, anecdóticos y que nunca ponen en cuestionamiento el valor del sistema como un todo. La producción no ignora que el público ha sido acostumbrado al entretenimiento; por lo tanto proliferan las caras bonitas, los efectos visuales y los reportajes internacionales donde se va más a fondo. Con el mismo propósito se acompañan algunas informaciones: "... antes que nadie", "...

esta matanza es exclusiva de...".

b) El segundo factor condicionante es ideológico. Las informaciones (noticiarios, emisiones culturales, mesas redondas, etcétera) propician de manera permanente el conocimiento de los valores aceptados por la mayoría, el contenido nunca se aparta de los elementos en boga y considerados como los de más valía. De este modo, los comentarios, las entrevistas, están más interesados en encauzar y reafirmar las creencias existentes que en brindar elementos suficientes para que el público elabore sus propios juicios. Sólo por excepción estas emisiones acogen ideas que sean realmente novedosas, especialmente si son profundas y enriquecedoras. El orden industrial y político que controla el grueso de los programas se interesa en preservar el estado de cosas vigente; no quiere ni está voluntariamente interesado en promover cambios, ni fomentar, ni estimular la verdadera reflexión.

Es obvio que en esas emisiones existe un tácito rechazo a la presentación cotidiana y extensa de posiciones analíticas y críticas (consustancial a la democracia), como lo hacen invariablemente al presentar las tesis aceptadas y oficiales. Desventuradamente, la actitud de autolimitarse en las posibilidades de expresión con el propósito de evitar conceptos controvertibles, favorece la apatía ciudadana y estimula la inercia y el conformismo.

En otra esfera, donde canal 13 ha dado públicamente muestras de orgullo, las pomposamente llamadas "grandes series", todas de origen y manufactura foráneas se basan, por una parte en una necesidad real del público y, por otra, en la razón lucrativa del medio.

Esta tarea del entretenimiento lleva sin embargo, su pagaré. Suponiendo y, únicamente a manera de hipótesis, que todos los programas de este género estuviesen hechos con talento, este renglón no debería tener la excesiva importancia que se la ha dado (para no mencionar las transmisiones obsesionantes de futbol soccer o americano). Divertirse en los otros, sin tener que recurrir al propio esfuerzo ni a la recóndita experiencia personal, es vivir sin explicación ni antecedente, es anular la propia capacidad de imaginar y dudar, es auspiciar la proyección del hombre hacia afuera sin haberle dado un adentro. En última instancia, proponer un entretenimiento fragmentado por avisos comerciales amparándose en el argumento de que el anunciante paga para obtener utilidades, es permitir que el público sea utilizado en lugar de servirlo.

Todo lo anterior nos lleva inexorablemente a una conclusión: más allá de la voluntad personal de sus temporales directivos, mientras el canal *deba* ser rentable y no se le considere como una extensión de servicio (al igual por ejemplo, que la Secretaría de Educación), se verá condenado gustosamente o no, a seguir los mismos patrones, modelos y métodos de la televisión privada que, de manera probadamente eficiente sirve a los intereses del gran capital.

En concordancia, el canal 13 invalida por su propia condición estructural la mejor y quizás la única posibilidad de servicio que podía haber ejercido con eficiencia: legitimar a la cultura oprimida y dominada. Ser el portavoz de aquellos a quienes el gobierno dice servir prioritariamente: a las vastas mayorías mudas y sin rostro. Al perder esta oportunidad, canal 13 se hace autofinanciable en lo económico y deficitario en lo social.