

LA TELEVISIÓN MEXICANA EN TIEMPOS DE INTERNET Y WIKILEAKS

▪ Erick Fernández Saldaña* ▪

En enero de 2011, distintas agencias y portales de noticias empezaron a difundir los resultados de un estudio realizado a escala mundial, en el cual se mostraba que Internet había desplazado a la televisión en las preferencias del público y el tiempo de exposición en Estados Unidos, Europa y China.

Esta nota se extinguió, poco a poco, en el interés de los usuarios, los cibernautas, y en especial en las redacciones de los noticiarios de radio y televisión que la archivaron rápidamente y no la mantuvieron en su agenda de prioridades, aunque sí en la preocupación de los directivos de estas empresas mediáticas.

* Es académico de tiempo completo del Departamento de Comunicación de la UIA, ciudad de México, coordinador del Programa “Prensa y Democracia” (PRENDE) y de la Cátedra “UNESCO Comunicación y Sociedad”, con sede en la propia UIA; es internacionalista y sociólogo, así como periodista sobre asuntos internacionales.

Si bien el Informe del grupo *Digital Life*, al referirse a América Latina, consideraba que la televisión es el medio más atendido en la región, sin duda las señales de alerta se activaron.

La noticia y el dato no es menor; por primera vez en la historia una plataforma tecnológica y de creciente interacción como Internet desplazó a un medio tradicional como la televisión en el tiempo, los gustos y las decisiones de las audiencias, en zonas geográficas donde se manifiesta el poder económico, financiero, comercial y político mundial.

Se abren grandes interrogantes para el futuro del modelo televisivo no sólo en aquellas regiones, sino para el futuro, en el mediano plazo, en países como el nuestro, que viven hoy la paradoja de consolidar un modelo económico de mercado de libre competencia frente a un modelo político que a destiempo recibe los reclamos de mayor inclusión en todos los terrenos, tanto de las audiencias, los públicos, los electores como de amplios grupos sociales que encuentran en las plataformas como Internet y las redes sociales un pequeño espacio para establecer o difundir sus demandas.

¿Cuál es el futuro de la televisión y de otros medios de comunicación tradicionales en este mundo en constante transformación y donde el individuo-usuario-cibernauta puede seleccionar el contenido que sea de su interés e incluso producirlo? La pregunta ya es común, pero las respuestas no son tan simples en un entorno marcado por las líneas divergentes entre el desarrollo de la tecnología y el sistema de medios imperante en nuestros países, en general, y en México en particular.

Sin llegar al lugar común, poco se puede añadir a la revisión del sistema de medios en nuestro país, y particularmente cuando la escena televisiva nacional sigue marcada por un predominio establecido y consolidado de dos empresas de televisión (Televisa y TV Azteca), que se refleja no sólo en el nivel de penetración de su señales abiertas en el territorio

nacional, sino en el verdadero control del sector frente a una competencia mínima y disminuida.

¿Qué se puede añadir cuando las reglas del ejercicio del sector siguen siendo de protección máxima a estas empresas, donde el principio liberal de la economía que fomenta la competencia virtualmente no se cumple?

Cuando los órganos reguladores del sector, salvo algunas excepciones, tienen una clara filiación o identificación con las propias empresas, el espacio de otras opciones se reduce notablemente.

Tal parece que las miradas al entorno y al contexto internacional de las comunicaciones poco inciden en un posible cambio o transformación en el sistema de medios y el régimen de la televisión nacional. Sin embargo, es necesario anticipar que las tendencias en el mundo apuntan a una competencia no por el control del sector de la televisión, sino por el de los contenidos, pensando en esas audiencias que han cambiado su tradicional forma de acercarse al mundo de la información y el entretenimiento a un espacio en construcción constante, donde verdaderamente participan y seleccionan aquellos programas, noticias, espacios, que utilizan o tienen algún sentido de gratificación o pertenencia.

Y con la distancia que merece el caso, se percibe una de las apuestas más importantes del sector, que es el proceso de digitalización en la transmisión y la recepción de las señales televisivas de alta definición. Una pregunta ingenua que sirve para ilustrar la situación: ¿cuántas empresas televisoras, que aún no lo han hecho, tendrán la posibilidad de comprar los nuevos equipos de emisión y grabación digital?, ¿quién está en posibilidad de cambiar el “parque televisivo” en todo el territorio nacional?

Se había anunciado, a través de un decreto presidencial, que el fin de las transmisiones analógicas de televisión sería el 31 de diciembre de 2015. Sin embargo, ante las diversas controversias que antepusieron senadores y diputados, esta decisión ha quedado en un *impasse*, por lo que es incierto el futuro inmediato de esta industria. ¿Este tiempo creará nue-

vas condiciones para que nuevos usuarios como proveedores de televisión se sumen y puedan cambiar las reglas? Se ve complicado.

Un mercado de al menos 50 millones de equipos receptores de señales digitales de televisión no es nada despreciable, por lo que se manifiestan fuertes presiones entre los tomadores de decisión, las autoridades y los representantes de la industria. ¿Y los posibles televidentes?, bien gracias, diría el clásico.

En el Observatorio de las Telecomunicaciones en México, Visión Observatel, en su boletín núm. 04, del 15 de junio de 2011, se puede leer:

Falta de información a los usuarios. A pesar de que la política de televisión digital data de 2004, existe todavía un desconocimiento por parte de la población del proceso de transición a la TDT y sus consecuencias, por lo que surgen otros riesgos que pueden retrasar este proceso o afectar a muchos ciudadanos que no estarán preparados para el apagón analógico. Todavía están disponibles en el mercado receptores que no soportarán la señal de TDT. Frente a un proceso de transición tecnológica como éste, es fundamental la inclusión de todos los ciudadanos, mediante campañas amplias de difusión en los propios canales de radiodifusión, entre otras vías, así como apoyos económicos para la adquisición de aparatos receptores. También en cuanto a inclusión, es necesario analizar la posibilidad de acceso que ofrece la televisión digital a las personas con discapacidad que no se observa en la política de TDT actual.¹

Y si esto ocurre en materia de tecnología, poco se ha revisado en cuanto a los contenidos. Aunque algunas voces señalan la necesidad de discutir la regulación de lo que se ofrece en televisión abierta, y otros actores

1. Véase http://www.observatel.org/es/uploads/1/Visi_n_04.pdf

mantienen la libertad de expresión como bastión principal en materia de la oferta televisiva.

Lo mismo que se discutía hacía tres décadas en los espacios académicos, hoy sigue siendo motivo de reflexión, y tal vez de preocupación, en los mismos términos de los componentes e impactos de los programas de entretenimiento o de información/entretenimiento, pero ahora con la diferencia del horizonte de la digitalización.

En el mismo tenor destacan algunas producciones entre el gobierno federal y una de las televisoras que merecen una mirada muy aguda y crítica. Un ejemplo claro es la serie “El Equipo”, producida por Televisa y pagada por la Secretaría de Seguridad Pública (SSP).

Esta Secretaría de Estado pagó a Televisa 118 116 880 pesos para producir 13 capítulos. Esta información la obtuvo el diario capitalino *El Universal*, por una solicitud de información a través de la Ley Federal de Transparencia.

La presentación de la misma da visibilidad a un hecho irrefutable en la discusión sobre el sistema de medios en nuestro país, bajo un esquema inusitado de políticas de seguridad pública y seguridad nacional, cuestionadas por diversos sectores y donde los medios de comunicación en general, y la televisión en particular, tienen un papel importante dado el nivel de penetración en los hogares.

Así que la discusión sobre los contenidos va más allá de lo que se propone en la pantalla y tiene que ver con la forma en que se crean, su producción y su origen. Ésta es una situación novedosa, que es parte de la presión de otros medios y de organizaciones de la sociedad civil.

Al tiempo resulta interesante incorporar a este debate el papel que han tenido, en otras dimensiones geográficas y políticas, expresiones del contenido difundido en Internet y las redes de distribución como los cables de WikiLeaks, que los medios televisivos nacionales no mencionan y han restringido la cobertura del tema a las andanzas y situaciones

judiciales en que se ha visto envuelto el fundador de este espacio, Julian Assange.

Y se preguntarán: ¿cuál es la relación entre WikiLeaks y el sistema televisivo mexicano? Al parecer mínima, pero podría ser una respuesta arriesgada.

Es evidente que las audiencias buscan, cada vez más, contenidos en la red, y en nuestro país convive esta búsqueda con la presentación de contenidos en los medios electrónicos tradicionales, en particular la radio y la televisión.

Sin embargo, desde 2010 hay un interés manifiesto, en las redes sociales y en los espacios de lectores tradicionales, sobre lo que se difunde a través de WikiLeaks, que tenga impacto no sólo a nivel internacional sino en situaciones locales. Lo que se ha dicho de México a través de las filtraciones no ha sido recogido a profundidad por los medios televisivos nacionales, y esto, al menos en la práctica periodística como reflejo del acontecer cotidiano, genera espacios en blanco que las audiencias llenan con cualquier otro material.

Es evidente que el valor de los comunicados derivados de los cables de WikiLeaks tiene que ser puesto en el recipiente de la decantación. Sin embargo, negar que existe material a considerar y que tiene relación con los acontecimientos nacionales e internacionales puede conducir a interpretar de forma limitada el contexto y la coyuntura actuales.

Si bien WikiLeaks impone un trabajo más claro y más profundo de desconfianza y análisis crítico, ha puesto en un predicamento a la actividad y al ejercicio del periodismo que requiere afianzar sus principios en el manejo de las fuentes y usar éticamente el material puesto a disposición del periodista, quien debe recordar, a su vez, que es el garante de los lectores, escuchas o televidentes y no ser utilizado.

Pero eso, ciertas audiencias demandan, con mayor claridad e intensidad, que la mirada que se ofrece a nivel del periodismo impreso, radio-

fónico, televisivo y en línea sea cada vez más profesional y apegado a una mayor transparencia en sus procedimientos, y que informen incorporando estos temas.

En mayo de este año, el periodista Javier Darío Restrepo, maestro principal de la Fundación del Nuevo Periodismo Iberoamericano, participó en el Foro del Día Mundial de la Libertad de Prensa llamado “Impunidad como limitante a la libertad de prensa y gobernabilidad democrática en el siglo XXI”, organizado por el Senado de la República, La UNESCO y la Cátedra “UNESCO Comunicación y Sociedad”, con sede en la Universidad Iberoamericana, ciudad de México.

En su conferencia magistral, Restrepo destacó algunas grandes líneas de reflexión de cara al fenómeno de Internet y WikiLeaks, que son ilustrativas del futuro inmediato de la comunicación y la política, el periodismo y los contenidos periodísticos.²

- *Internet ha abierto posibilidades insospechadas al periodismo en línea.* Sin duda, la filtración de cables con cierto nivel de sensibilidad en las estructuras de la seguridad nacional e internacional es algo atractivo para los periodistas, aunque se corre el riesgo de que el ritmo impuesto por Internet modifique las categorías tradicionales de tiempo y el espacio. El poder de Internet está basado en la reducción aparente de la distancia y el tiempo. Restrepo señala que Internet rompe la dictadura del espacio y el espacio generando un “territorio” de libertad. Pero no sólo es un territorio; es un instrumento para la libertad, que a lo sumo la potencia. Su aporte para la libertad está en función de lo que hagan los individuos con las informaciones.

2. Se puede dar seguimiento de esta charla en <http://www.youtube.com/watch?v=g9QvQ47Jt u8&feature=related>

- *Internet, WikiLeaks y los secretos de Estado.* Restrepo destaca que el concepto de secreto de Estado ha cambiado y que la característica de lo secreto se ha modificado con Internet y WikiLeaks, como en su momento lo hizo el descubrimiento de los documentos del Pentágono en la década de los setenta. Internet coadyuva a examinar el poder de forma más crítica y a la vez distante, lo que sería un principio para el periodismo. Y quizá una de las lecciones que se pueden obtener del impacto de WikiLeaks es, precisamente, reconocer que en las democracias los asuntos “públicos se deben tratar públicamente”, excepto algunas medidas o directivas de seguridad que deben ser conocidas cuando el peligro terminó.
- *Internet, WikiLeaks y la seguridad.* Restrepo señala que no todos los cables de WikiLeaks son publicados porque no interesan a algunas audiencias o porque pueden generar problemas directos sobre la seguridad de algunas personas implicadas. Entonces, para los periodistas urge saber evaluar estos riesgos. La verificación de la información es necesaria, así como la responsabilidad de los editores de corroborar estas informaciones por las posibles implicaciones sobre la seguridad de las personas.

Javier Darío Restrepo dice, por último, que actividades como la diplomacia, la defensa, la economía y distintas áreas de lo público han resultado afectadas y posiblemente obligadas a cambiar a partir de WikiLeaks.

Aquí el nivel de la propuesta de Restrepo nos permite interconectar la situación de la televisión nacional con el desarrollo del tema WikiLeaks.

De entrada surgen varias interrogantes: ¿está la televisión nacional en sintonía con los retos en materia de contenidos, transparencia y discusión pública que ha empujado el fenómeno de WikiLeaks en el mundo?, ¿la televisión nacional está presta a enfrentar los reclamos crecientes de sus audiencias por mejores coberturas sobre temas de interés público?, ¿atienden los noticiarios de la televisión nacional a los grandes problemas nacionales que se viven a nivel societal?, ¿por qué no se permiten nuevas

expresiones televisivas, con nuevos competidores, nuevas propuestas o distintas voces e imágenes en el paisaje de los medios?

Pueden ser preguntas retóricas que describen un panorama de transición irreversible, no sólo en materia de transmisión y recepción, o en el mantenimiento de formatos tradiciones de información o entretenimiento, sino en los retos que van más allá del papel de los medios de comunicación tradicionales frente a las tecnologías de la información y el conocimiento, muchas de ellas establecidas en Internet.

En los meses por seguir, en México, marcados por la competencia por “la mente y los corazones” de las audiencias en tiempo electoral, resulta obligado reconocer que los medios se encuentran ante un reto claro.

¿Están preparadas las televisoras para ofrecer contenidos de calidad, atractivos para sus audiencias y que les permitan tomar decisiones responsables en terreno político-electoral, al menos? Con la evidencia disponible tal parece que no. Y quizás las lecciones recientes que provienen de la dimensión internacional, el propio espacio del desarrollo de Internet y las redes sociales no se hayan asimilado por los medios de comunicación como la televisión.

Aunque no hay una fecha exacta para anunciar el fin de la televisión como medio principal para informarse y entretenerse en nuestro país, es claro que el crecimiento constante de cibernavegantes de Internet y su tiempo de uso traerá sorpresas muy pronto.

Si no se ajustan las televisoras al signo de los tiempos, donde el criterio de lo público rebasa la propia agenda de los medios y se empieza a acompañar otras demandas sociales, el futuro de la televisión como la conocemos no augura buenas nuevas para ellos.

Si se sigue utilizando una mirada en dos vías empresariales como eje de la industria televisiva en el país, es de esperar momentos difíciles debido a las limitaciones para el ingreso de nuevos jugadores a este

terreno del juego por la información, el entretenimiento y, por ende, de algunas fracciones de poder.

Si no se aprenden las lecciones que, directa o indirectamente, han marcado acontecimientos en el campo de la información y la comunicación global como WikiLeaks, las audiencias estarán desplazando su mirada hacia otras ofertas informativas antes que las propuestas por la televisión tradicional como ya acontece en otros países.

Y tal vez el horizonte que evidencia la posibilidad de generación y consumo de contenido por usuarios individuales en las redes está, a pasos lentos pero sostenidos, compitiendo con el contenido tradicional de la televisión como la conocemos, y sea el momento de preguntarnos: ¿alguien nos está viendo?

Hoy no podemos dejar de pensar en esas audiencias especializadas en sus gustos, fobias, intereses y desagradados que se reproducen en distintos espacios y casi al mismo tiempo.

Hoy no podemos dejar de pensar en la “autocomunicación de masas” que propone el reconocido académico Manuel Castells. Un modelo de comunicación de muchos a muchos, con constante interactividad, no de un emisor a muchos receptores. No podemos dejar de pensar en la persona individual frente a un modelo de comunicación que se mantiene pero que tiene visos de transformarse necesariamente. Allí la apuesta.