

Telecom y medios



POR GABRIEL SOSA PLATA
gsosap@yahoo.com

Crisis y tv

Basta con “echarle ganas” para afrontar la peor crisis económica mundial desde 1929, dicen algunos artistas de la televisión comercial. Así de fácil

“Hoy el mundo está atravesando una crisis económica muy grande, que también está afectando a México”, dice Fernando Colunga. “Pero por más grande que sea, jamás va a ser más grande que nosotros mismos”, agrega Jacqueline Bracamontes.

Y luego vienen frases como “Más grande es el amor a nuestro país”, “Más grandes son las ganas de que nuestros hijos tengan un futuro mejor del que nosotros jamás tuvimos”, “Muchísimo más grande es nuestro esfuerzo y gigantesco nuestro corazón” (EL UNIVERSAL, 24 de octubre).

Como si la crisis económica viniera de Plutón, el spot, que una y otra vez se retransmite en canales de cobertura nacional, reduce todo a un problema de actitud. Si le echamos ganas (el corazón ya lo tenemos grande, lo cual es un avance importante), seguramente podremos superar la recesión, el desempleo, la inflación, la especulación cambiaría, la caída de las bolsas y la falta de liquidez para inversiones.

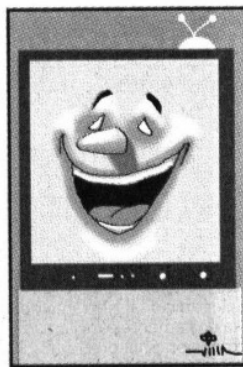
Demagógico, el spot es un insulto a la inteligencia de los televidentes y de los millones de seres humanos que ya comenzamos a vivir los estragos de la crisis económica, no por falta de solidaridad, de amor a los hijos o a nuestras naciones, sino por una serie de problemas estructurales originados, como dijo el ex presidente de Chile, Eduardo Frei, por la “arrogancia”, la “soberbia” y la “incompetencia” de un conjunto de empresarios y políticos estadounidenses.

La insolvencia hipotecaria y la pérdida de confianza en los bancos estadounidenses fue el princi-

pio del desastre que rápidamente se extendió y generó el colapso financiero mundial. Los países en desarrollo, se ha dicho en los últimos días, serán muy afectados. Tan sólo en México, el peso se ha devaluado, la bolsa ha tenido caídas paulatinas (algunas de ellas históricas), las expectativas de crecimiento económico se han reducido, el crédito se está restringiendo y el desempleo se agudizará.

Ayer, EL UNIVERSAL dio cuenta de las declaraciones del secretario del Trabajo, Javier Lozano, quien finalmente reconoció que debido a la crisis financiera mundial, en México no se podrán crear más de 300 mil empleos por año hasta 2010 y que para finales de 2008 se registrará una “fuerte caída” en el mercado laboral. No se tendrán ni siquiera los 340 mil empleos que se registraron hasta septiembre, alertó.

¿Cuál debe ser el papel de los medios ante un es-



cenario así? Me parece que deben informar de manera clara y sin sensacionalismos sobre la crisis, investigar y denunciar a los culpables que la originaron, convertirse en observadores muy estrictos y críticos de las acciones de empresas y gobierno en este terreno (y no en cómplices) y, sobre todo, aportar información significativa para la toma de decisiones en los hogares (ahorro, uso de

cenario así? Me parece que deben informar de manera clara y sin sensacionalismos sobre la crisis, investigar y denunciar a los culpables que la originaron, convertirse en observadores muy estrictos y críticos de las acciones de empresas y gobierno en este terreno (y no en cómplices) y, sobre todo, aportar información significativa para la toma de decisiones en los hogares (ahorro, uso de



Fecha 28.10.2008	Sección Finanzas	Página 6
----------------------------	----------------------------	--------------------

tarjetas, economía familiar, etcétera).

La explotación del sentimentalismo patrioter, funcional quizás para una final de futbol, es contraproducente en un panorama como el que enfrentamos, porque genera rechazo e impotencia en lugar de simpatía. La retórica televisiva no aporta soluciones y en cambio sí parece justificar el estado injusto de un sistema económico que recurre, de nueva cuenta, a los ya de por sí marginados sectores de

la sociedad para dar solución a los problemas de la crisis. Poco favor se hace la empresa de tv que promueve tales ideas.

Hace algunos días el presidente de la Asamblea General de la ONU, Miguel D'Escoto, dijo que hay que dejar de lado las declaraciones de buenas intenciones y aplicar "medidas correctoras" para acabar con las desigualdades, el hambre, la pobreza, la crisis alimentaria, el calentamiento global, el terrorismo y las crisis "creadas por el hombre" y por la falta de democracia en las naciones.

Por lo pronto, en México, Adal Ramones ya nos dio la solución: echémosle ganas.

ARVM Y COMPETENCIA

Ayer Mauricio Huesca Bustamante asumió la presidencia de la Asociación de Radiodifusores del Valle de México (ARVM). Sustituye en el cargo a Alejandro Laris Rodríguez, quien culmina su responsabilidad con una buena imagen en el sector... Hoy martes 28, a las 19 horas, se lleva a cabo el foro ¿Es

México un país de privilegios y monopolios?, en la Facultad de Derecho de la UNAM, con las intervenciones del comisionado de la Cofeco, Miguel Flores Barnés, y los académicos Clara Luz Álvarez y Ricardo Ramírez Hernández.

También este día, en Uruguay, la Asociación Mundial de Radios Comunitarias en América Latina y el Caribe (AMARC-ALC) presenta ante la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) la *Declaración de Principios para un Marco Regulatorio Democrático sobre Radio y TV Comunitaria*, y solicita se inicien trabajos tendientes a elaborar un estándar en la materia, tomando como base este documento, el cual puede consultarse en el siguiente sitio: <http://legislaciones.amarc.org>.