

# CNI Canal 40: Un cuento oculto de terror

**SILVIA FONG ROBLES**

Haber formado parte de CNI Canal 40 nos provoca sentimientos encontrados. Por un lado, el haber participado en un proyecto alternativo de televisión, el apasionarnos por una causa y por una forma distinta de conformar la pantalla, nos llenó de orgullo y nos infló el ego durante algún tiempo. Además, hicimos muchos y muy buenos amigos. Pero también existe la sensación de impotencia: el padecer en carne propia la precariedad de una empresa que nunca fue estructurada como tal. Ser testigos de las luchas de poder internas en pos del casco de un barco hundido; el contemplar, con frustración, la enorme capacidad de auto sabotaje característica de sus directivos y administradores; y, por último, el ver cómo poco a poco las personas de televisión, con ideas, experiencia y amor al medio que engrosaban las filas del canal, fueron yéndose, muchos de ellos gracias al hostigamiento de los que no saben qué coño es la tele, pero que alcanzaron el pináculo de su carrera en CNI y que no van a arriesgarse a que algún día los pongan en evidencia. Otros se fueron resentidos y otros, profundamente decepcionados. Entre la aterradora situación financiera del canal manifiesta en el año 2002 y agudizada en el 2003 y en el 2004, que mantiene actualmente a los trabajadores con un rezago salarial que incluso ha llegado a alcanzar los 5 meses, así como la impunidad con la que actúan tanto Javier Moreno Valle como su cómplice y vicepresidente Ciro Gómez

Leyva, se plantea una de las más interesantes paradojas en los medios de comunicación: un canal de televisión que todavía cuenta con la credibilidad de su televidente, pero que hacia dentro encierra una terrible historia de explotación, hostilidad, favoritismos, deslealtades y otras circunstancias que sólo los empleados de Canal 40 y el resto del medio televisivo conocen. Esta incongruencia, sin embargo, sí se refleja en la pantalla para los ojos agudos.

Durante mucho tiempo, se ha tratado de hacer creer a la opinión pública, a los clientes y a los mismos trabajadores del canal, que la terrible crisis que padece la empresa es responsabilidad única y exclusiva de Ricardo Salinas Pliego. Si bien es cierto que el conflicto legal con TV Azteca ha afectado profundamente la estabilidad de CNI, también es cierto que las malas decisiones administrativas, la caótica organización interna de la empresa, las múltiples deudas –algunas que se arrastran incluso desde antes de la alianza comercial con la televisora del Ajusco–, los errores en la elección de sus cabezas y el haber prescindido sistemáticamente de la gente con verdadera experiencia en televisión que alguna vez formó parte del proyecto, son elementos de mayor peso que explican la situación por la que ahora el canal atraviesa.

La situación del CNI es muy grave. Los trabajadores se han visto empobrecidos durante los últimos 2 años por las suspensiones de pago de salarios, que se volvieron cada vez más prolongadas. Pero la ruina económica también trajo consigo un desastre moral. Nuestro pri-

mer jefe en Canal 40 (de los 7 que tuvimos durante los casi 5 años que estuvimos en el WTC), nos comentó en cierta ocasión: “En las crisis sale lo peor de la gente”. Nada podía ser más verídico. El problema mayor ya no sólo es la falta de pago, sino las actitudes de hostigamiento, de cinismo y de insensibilidad que esgrimen los directivos contra la gran mayoría del personal; las técnicas parecen incluso ser aplicadas a propósito, tal vez para lograr dos cosas: primero, que la gente se vaya fastidiada y por medio de la renuncia; y, segundo, vulnerar la autoestima de los empleados para que no se den cuenta que su trabajo tiene un valor y que deben exigir que éste se reconozca, incluso legalmente.

En un intento desesperado, se creó una organización anónima que solicita el apoyo tanto del gobierno federal como de los medios de comunicación, para ventilar la situación real de Canal 40. A los compañeros de dicha organización les sugeriríamos que, mientras teman las acciones de Gómez Leyva y vasallos, así como las de otros directores, y sigan firmando en calidad de anónimo sus correos electrónicos, nadie tomará en serio lo que denuncian. Como gente de medios deben saber que, por muy verídica que sea la información, nadie puede ocuparla como fuente si no hay por lo menos un nombre y una firma con los que sea posible verificar datos, y por otra parte soliciten al medio que guarde en secreto su identidad.

El conflicto que vive CNI Canal 40 no podría existir sin la participación de diversos histriones en un escenario único, en donde una utopía que se vivió desde un principio como consumada (parafraseando a Jean Baudrillard), se le añade el pensamiento desordenado de un dueño, la ambición desmedida de un sombrío conductor compartida por su reducido séquito, la eliminación metódica de quienes estorbaban, la apatía de los empleados y la aparente indiferencia de actores externos como el mismo gobierno federal.

Pero vamos por partes.

El Canal Montessori

Se había convertido en chiste local dentro de los mismos empleados de CNI, referirse a la empresa como el canal Montessori. En efecto: por lo menos desde el tiempo que prestamos nuestros servicios profesionales ahí, no existían mecanismos administrativos que regularan funciones específicas o cualquier otro instrumento de control administrativo, y parecía como si todos hicieran lo que les viniera en gana. Ya avanzada la crisis, se intentaron implementar ciertas medidas de control, pero dadas las circunstancias de irritación colectiva, era incongruente tapar el pozo después de tantos niños ahogados (los empleados interpretaron dichos controles como agresión y provocación).

Cabe señalar que, con excepción del personal administrativo, la mayor parte de las personas eran contratadas bajo el régimen de Honorarios Profesionales. No se acostumbraba entregarle al trabajador una copia del contrato; de haber sido así, muchos se habrían dado cuenta que la relación que la empresa pretendía tener con la gente era de cliente-proveedor. Sin embargo, en el momento en que a alguien se le contrata por honorarios, pero se le obliga a cumplir un horario, está bajo un sistema de subordinación –es decir, le “reporta” a un jefe–, trabaja en las instalaciones de la empresa y utiliza las herramientas o equipos de la misma para realizar sus actividades, entonces estamos hablando, muy a pesar de los administrativos de CNI, de una relación obrero-patronal y tiene derecho a todos los beneficios del contrato-ley.

Así como algunos trabajadores hacen lo que quieren aprovechando la desorganización, también la anarquía administrativa hace que otros tantos comiencen a convertirse en “multidisciplinarios”. El que ayer era editor mañana se convertirá en guionista. El que hace un año era asistente de producción, al año siguiente era productor ejecutivo. Cualquiera, por ejemplo, realizaba labores de locución sin importar que se tuviera licencia o no y sin solicitar el permiso correspondiente.

Finalmente, la falta de recursos económicos provoca que el mismo personal tenga que realizar dentro de la empresa actividades ajenas a su responsabilidad, por supuesto no remuneradas.

Algunos amigos del medio que laboran en otras televisoras (privadas y estatales), no podían dar crédito cuando se enteraban que CNI, siendo un medio de comunicación, no contaba ni con un área de imagen corporativa, ni con un departamento de mercadotecnia, ni con manuales de identidad gráfica y visual (bueno, de hecho sí los hay, pero suponemos que ni JMV ni Ciro consideraron importante tomarlos en cuenta). Tampoco tiene un área de comunicación interna: la gente nunca se enteraba de nada de lo que acontecía a la empresa y sólo cuando existía un polvorín potencial, algún administrativo se dirigía de mala gana al personal. “Radiopasillo” imperaba y en diversas ocasiones y los empleados sólo se enteraban de los asuntos del canal (que finalmente afectaban a todos) a través de los periódicos o, incluso, de los colegas del medio pertenecientes a otras televisoras.

El tabulador de sueldos también brilló o bien por su no aplicación o bien por su inexistencia (nunca supimos a ciencia cierta si dicho tabulador era real). El hecho es que había grandes diferencias en los sueldos entre personas de un mismo nivel. En ese tenor, por un prodigio de la naturaleza, los mejor pagados siempre se ubicaban en el área de Noticias.

La rotación del personal también fue un gran problema. Una de las tantas causas de la crisis económica fue que la nómina se incrementó desproporcionadamente una vez que CNI se mudó al WTC; como no pasa en ninguna otra televisora, en Canal 40 se tiene la costumbre de conservar al personal una vez que concluye un proyecto. Gente de programas que concluyeron su ciclo, permanecieron en CNI y se reubicaban en otras áreas.

Pero donde sí había mucha gente era en Noticias. Hubo un momento, según dicen las malas lenguas, que CNI Noticias se hacía con 80 personas. Demasiado per-

sonal si tomamos en cuenta que no existen correspondencias y éstas son externas, que no hay muchas notas y que el afán de Ciro de editorializarlo casi todo hacen que éstas no se antojen muy necesarias (además existen los videos completos de los degollados de Al Qaeda, que duran más de un minuto y que le dan a Gómez Leyva con qué rellenar espacios).

#### El mito de CNI Noticias

Uno de los graves errores que contribuyó a hundir más a la empresa ha sido la labor que Ciro Gómez Leyva ha realizado para hacerle creer a Javier Moreno Valle que lo que siempre ha sustentado al canal es su noticiero... O por lo menos, esa es la impresión general. Los televidentes fieles del 40 recordarán una riqueza extraordinaria de programas, tanto de producción propia como adquirida, con los que contaba tan sólo hace 5 años. Pero, como podemos deducir a raíz de la sucesión de los acontecimientos, Ciro Gómez Leyva tenía otros planes. Al parecer se ganó la total y absoluta confianza de Javier Moreno Valle. Una vez situado en esa privilegiada posición y en silencio, comenzaron a ocurrir cosas raras que despertaron suspicacias, como la salida inexplicable de gente muy valiosa. Algunas de ellas fueron las que habían invitado a Ciro a participar del proyecto CNI. Luego, sorpresivamente y sin explicación creíble, se removió a la persona que mantuvo el orden en la empresa, el único director general que alguna vez existió en el canal, Hernán Cabalceta, una vez que Ciro fue nombrado Vicepresidente. Y las casualidades siguieron...

Ya en su calidad de vicepresidente, Gómez Leyva desmembró el área de imagen, despidió al director de Imagen y Producción, así como a los subdirectores de Imagen y de Producción además de otras personas, en ese diciembre de 2001 (lo cual coincidió con la salida de Víctor Trujillo de Canal 40). El argumento barato según comentaron, fue que se tenía la impresión de que “habían muchos jefes que no trabajaban”.

Nunca se nombró a alguien que ocupara esos puestos. A Ciro se le hizo fácil prescindir de toda el área de imagen: encargó a Rafael Ocampo, que asumió el flamante puesto de director de Noticias y Producción –un directivo privilegiado por cierto, que trabaja en un periódico deportivo pero conserva su puesto ejecutivo en CNI, a pesar de que aparece pocas veces en las instalaciones del canal. El Canal 40 se ha convertido en una caja de ahorro para algunos–, sólo a los diseñadores multimedia. Diseño Editorial, Diseño Web y Promoción fueron separados del grupo y enviados al área de Comercialización. Por supuesto, Canal 40 nunca volvió a tener una línea rectora de imagen, entendida ésta como todo un esfuerzo integral de posicionamiento, mercadotecnia, unificación visual que apoyara la identidad del canal. La imagen corporativa, gran desconocida, se circunscribió exclusivamente a la pantalla y a los identificadores. Se les olvidaba que dicho concepto engloba un sinfín de rubros, desde el “stock” de papelería hasta la imagen de los artículos para comercialización y merchandising

A pesar del caos, algunos persistíamos en proponer y crear. En nuestro caso, presentamos cerca de 6 propuestas de mercadotecnia así como Diseño Editorial hizo entrega en varias ocasiones del manual de identidad gráfica. Pero existía la tendencia a nulificar a las personas que tenían experiencia en medios, por razones que aún no comprendemos.

La gente cercana a Ciro sólo era la beneficiada. Se convirtió en un feudo chistoso. Cuando agravó la crisis económica Ciro no tuvo inconveniente en apoyar a su gente para que pudiera trabajar en otro lugar, por supuesto conservando sus jerarquías dentro de CNI. Así, gente de la confianza de Ciro y de Rafael Ocampo aparecía de repente en otros medios. En otros casos, a la gente de confianza de la gente de confianza de Gómez Leyva, se le otorgaban permisos para poder participar en proyectos externos, incluso hasta en TVAzteca.

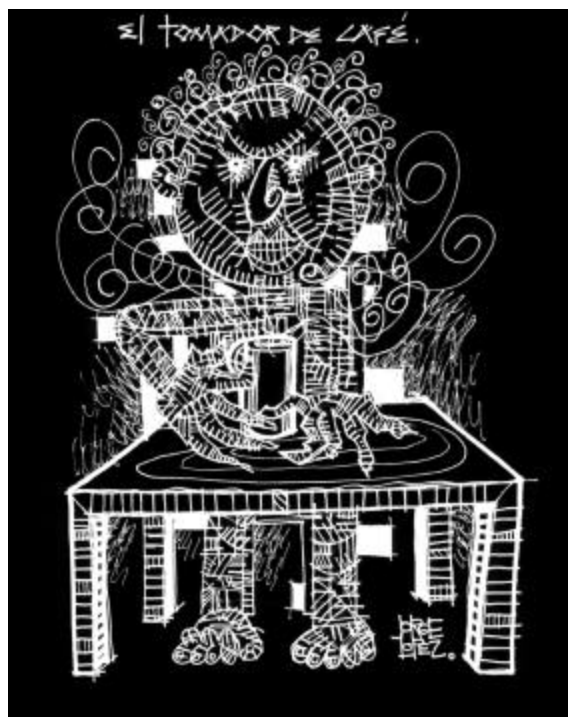
Pero el resto del personal no corría con la misma suerte. Al contrario, solían ser hostigados con los peores

métodos: desde la humillación directa hasta la famosa técnica del “congelador”.

Estas situaciones tendieron a agravarse al caer de golpe la grave crisis de pago de salarios.

Luchas de poder, ¿para qué?

Las luchas de poder dentro de las empresas son cosa habitual; suelen existir pugnas y dura competencia por alcanzar mayor nivel y, por ende, mayores ingresos. Habrá quienes consideren poco éticas las estrategias que algunos emplean para promoverse; sin embargo, a pesar que dichas acciones no son justificables, sí son entendibles. Pero, ¿podría alguien explicar por qué en CNI se ha dado una lucha de poder encarnizada si la empresa parece estar prácticamente en quiebra? ¿Qué puede explicar que, dentro del desconcierto generalizado, existieran personas que peleaban por obtener prebendas a costa de oprimir a los trabajadores, si el premio no parecía evidente? ¿Quién lucha por ruinas y por despojos, de no ser las aves de carroña? Pues aunque parezca increíble, entre más profunda es la crisis financiera del canal y más desesperada la perspectiva, más se



Jorge López

encarnecen los abusos, las injusticias y las más viles estrategias para vilipendiar al personal y, sobre todo, para deshacerse de las últimas personas que podían protestar.

La respuesta aparente sólo es una: Ciro y su gente de confianza se aferran a un lugar en donde pueden hacer con total impunidad, lo que en ningún otra empresa sería posible. Y se enganchan a un poder que, en una empresa sana, jamás alcanzarían por méritos ajenos al talento. De ahí que el río revuelto y la ley del más fuerte imperan.

Los pocos compañeros que se atrevieron a denunciar la situación o que, simplemente y conocedores de sus derechos se atrevieron a exigirlos, fueron despedidos (por supuesto con planes de liquidación en plazos los cuales, además, pocas veces se cumplían. Si no hay dinero para cubrir el enorme adeudo con los trabajadores, mucho menos para fines de liquidación).

Sin embargo, también en los niveles más bajos parecía presentarse ese mismo fenómeno, pero con otra dirección. Una de las razones por las cuales la gente justificaba el no irse de CNI a pesar de las terribles circunstancias dentro de la empresa, era que veían poco probable colocarse en otro lugar tomando en cuenta la crisis económica del país en general. Algunos decían: “De que me deban algo aquí aunque me maltraten, a estar en la calle sin saber cuándo voy a encontrar empleo, prefiero quedarme aquí”.

Un gran amigo del CNI nos señaló en una ocasión que el Canal 40 era una “fábrica de zombies”. En el momento histórico que nos lo dijo, siendo sinceros, nos pareció una exageración. Sin embargo, con el paso del tiempo, sus palabras las recordaba día con día, al ver cómo los mismos trabajadores no se unían cuando de exigir sus derechos se trataba. Simplemente, se creó una dinámica de queja y de mentada de madre en los empleados que, si bien es la más cómoda, también agrava el ambiente de negatividad. Sabían que podían ir a la Secretaría del Trabajo, y nunca lo hicieron. Sabían que podían demandar, pero falsamente los disuadían con el argumento que los juicios tardaban mucho en resolver-

se (aunque invariablemente lo hacen a favor del trabajador) y que a menos que encontraran otro trabajo que les permitiera soportar la demanda, durante dicho periodo no obtendrían ni un centavo. Otros compañeros manifestaban que, si bien nunca se sabía cuándo iban a cobrar una quincena, estando fuera menos. Existieron personas valientes que trataron de concientizar al personal que si no se amparaban bajo la ley y actuaban de manera conjunta, no podían exigirle a Javier Moreno Valle asumir su compromiso como patrón y responsable de su capital de trabajo. Pero a pesar de que todos coincidían, en el momento de tomar decisiones fueron muy pocos los que lo hicieron.

Pretextos habían muchos. Lo cierto era que los indicadores en el medio eran negativos hacia el empleado de Canal 40. En los medios de comunicación, particularmente en los electrónicos, la situación del canal es bien conocida y su imagen está muy alejada a la de la empresa mártir con trabajadores modelo. Al contrario. La simpatía hacia nosotros se convirtió paulatinamente en indiferencia o en hostilidad. Un amigo de Canal Once me comentó en una ocasión: “Gracias a ustedes el trabajo en el medio está perdiendo valor. Sabiendo que hay trabajadores que laboran casi gratis, muchas casas productoras e incluso televisoras pagan menos a quien solicita empleo sólo porque ustedes no le dan valor a su trabajo. Nos dicen ‘Confórmate con ese sueldo, ya que afuera hay gente que hasta trabaja de balde, como los del 40’. No manchen”.

#### El socio fantasma

Entre más difícil era la situación, más se especulaba respecto al futuro de CNI. En 2003, ya en pleno pandemónium, se rumoraba la venta del canal. Los trabajadores, con excepción de los pertenecientes a Noticias, esperaban con ansia que las habladurías con relación al cambio de administración fueran ciertas. Se barajaron varios nombres: Amparo Espinoza Rugarcía, Olegario Vázquez Raña, e incluso Carlos Ahumada –entonces admirado

empresario que acababa de inaugurar El Independiente, además de que guardaba buena relación con el 40 donde se transmitieron varios partidos del León-. Finalmente, el último nombre que se manejó y que incluso continúa hasta la fecha, es el del empresario Isaac Saba. A pesar de que las negociaciones iban avanzadas, el fracaso del arreglo con Ricardo Salinas en enero de 2004 frustró todas las esperanzas. En mensaje dirigido a los empleados, el 19 de enero, Ciro anunció la ruptura de las negociaciones y advirtió al personal el advenimiento de tiempos más turbulentos. De mal talante, por cierto, lanzó velada amenaza, manifestando que no había más que dos opciones: o quedarse en el canal, trabajando y sin quejarse (o sea, de buen modo y sin jetas), o irse.

Casualmente, y a partir de entonces, los rumores de que Isaac Saba va a adquirir CNI siguen circulando. Es curioso que dichas historias se reactivan con mayor fuerza ya cuando los rezagos salariales alcanzan los 4 ó 5 meses y los empleados están al borde de la asonada. De ahí que muchos malpensados como nosotros llegáramos a suponer que el asunto de Isaac Saba era, simplemente, un borrego que se lanzaba para calmar ánimos y prevenir que la gente saliera a la calle: el hipotético socio se convirtió en una especie de leyenda. Como en el caso de Pedro y el Lobo pero al revés, el fantasma de Isaac Saba comienza a rondar en el momento en que la gente parece más inquieta. ¿Sabrá el señor Saba que su nombre es usado para calmar el enojo legítimo de un puñado de trabajadores circunscrito en un sistema franco de explotación? Estos petatazos de muerto, han sido manejados con relativo éxito por diarios de circulación nacional en crisis.

Una quincena cada mes y medio

¿Por qué dicen que no les pagamos?

No hay que olvidar que los retrasos en el pago de salarios no significa, simplemente, que suspendan las remuneraciones y que se entregue todo junto después de un tiempo. La situación es peor: se paga conforme entra algo de dinero, no a todos y en una frecuencia aproxi-

mada de una quincena cada mes o mes y medio, desde enero del 2003. Por lo general, cuando esto ocurre, la empresa cubre esa quincena hasta cierto monto; el tope puede ser el pago a los que ganan hasta los 4 o 5 mil pesos quincenales –cubren bases. El rango aumenta cuando vuelve a llegar dinero. Como es de suponerse, entre más “alto” sea el sueldo, menos probabilidades hay de cobrar pronto. De tal suerte que, en promedio, se debe al personal en general entre 6 y 8 quincenas, a los mandos medios y nivel subdirección entre 9 y 10, mientras que a los directores hasta 16. En mayo de este año, por ejemplo, cobramos apenas la segunda quincena de enero y la primera de febrero. Lo repugnante del asunto que todos nuestros cheques están fechados con el día en que debió de efectuarse el pago. Así, CNI se intenta proteger ante algún problema legal y arguye que si no hemos cobrado es porque no hemos querido.

El hecho de que no entre dinero se debe a varios factores, algunos conocidos y otros que permanecen en el rubro de la especulación. En primer lugar y dentro de las causas obvias, la poca comercialización que está justificada porque, sencillamente, hay poco qué vender en cuanto a programas; además, en CNI se acostumbra hacer todo al revés: hay programas que han llegado a salir sin presupuesto planeado, sin plan de lanzamiento que lo respalde ni estudio de mercadotecnia que lo justifique, y aún así se le exige a Comercialización que lo salga a vender, a pesar de que la emisión ya tenga un mes al aire y/o cuenta con 0.00 de rating.

En segundo lugar, las múltiples deudas entre las que se suman la falta de pago en los servicios –fuimos testigos por lo menos en dos ocasiones, los afanes desesperados de los administrativos cuando llegaban técnicos a cortar la luz, sin olvidar los 3 meses que estuvimos sin poder hacer llamadas telefónicas (sólo las podíamos recibir) por “exceso de pago”, como solíamos decir en plan de broma.

Esto, sin contar la cantidad de demandas de ex socios, distribuidores, proveedores y ex empleados que van desde los miles de pesos hasta los millones de dólares.

El empleado del 40: el mártir voluntario

Historias de terror se sucedían de manera cotidiana en Canal 40: trabajadores que eran arrojados por sus caseiros ya que tenían meses de no haber podido cubrir la renta; personal que se quejaba por la suspensión, merced la falta de pago, de los servicios del gas, el teléfono o la luz; las emergencias médicas cuyos montos los empleados tenían que cubrir por sus propios medios, pidiendo préstamos a amigos o familiares; personas a cuyos hijos no se les permitía la entrada a la escuela por el adeudo de las colegiaturas; y, por supuesto, las deudas en el pago de tarjetas de crédito, que hacían que los bancos llamaran a las oficinas diariamente a buscar a los clientes morosos.

La falta de nuestros sueldos generaba asimismo otros efectos colaterales que bien podrían encajar en el rubro del daño moral. Divorcios, crisis familiares, enfermedades psicosomáticas, crisis depresivas, además del hecho que, ante ese “esquema” de pagos, bien podíamos olvidarnos de hacer algún plan a mediano o largo plazo, como la solicitud de un crédito para adquirir algún bien, el proyectar algún estudio o curso de capacitación, ni mucho menos vacaciones, algo que sí hace la gente que cobra cada 15 días o cada mes, como sucede en empresas decentes. En fin, un sinnúmero de consecuencias que hacía de la atmósfera en el canal algo por demás pesado.

Para algunos jefes de departamento la situación con los subalternos nos resultaba muy delicada. Por un lado, la gente dejaba de ir simplemente porque no tenía dinero para acudir al canal; otros, solicitaban constantemente permisos para “freelancear” cuando tenían la suerte de conseguir algún proyecto externo –lo cual nos obligaba a redistribuir las cargas de trabajo, ya que si no obtenían su ingreso resultaba estúpido negarles la autorización para ausentarse–; a veces, algunas personas nos indicaban que mientras no se les pagara no podíamos requerir esfuerzos extra –esto nos ocurrió en muchas ocasiones y, en efecto, ante una situación como esa el nivel de exi-

gencia no puede ser muy alto. Y ya en casos extremos, estallaba la franca rebeldía que llegó a caer incluso en la traición.

En este tenor, empero, se apreciaban grandes diferencias entre la gente. Bajo la misma circunstancia, algunos empleados continuaban cumpliendo de manera muy profesional con sus labores, a pesar de la desmotivación generalizada. Otros, en cambio, encontraron la manera de usar la situación a su favor para cometer actos indignos con completa impunidad.

Paulatinamente, el ambiente de trabajo se enrarecía cada vez más. La gente, desmotivada, enfurecida y/o deprimida; los recursos materiales para desempeñar nuestras labores brillaba por su precariedad; si el equipo se averiaba, no había dinero para repararlo; y para colmo, entre más se encrudecía la crisis, los malos tratos por parte de algunos mandos superiores no se hacían esperar.

Es de suponer que fuera se nos cuestionaba nuestra permanencia en CNI. “Y, ¿qué haces ahí? No te pagan y además te tratan mal.” Lo peor es que dichas personas tienen razón, pero por un fenómeno que todavía no acertamos a entender sus causas, la gente sigue ahí como el dinosaurio de Monterroso.

Hay cuatro opciones que, a pesar de que muchos empleados de CNI no lo crean, realmente lo son: a) aplicarse en buscar trabajo y renunciar (algo que por cierto haría feliz a los administrativos, ya que se ahorrarían liquidaciones); b) unirse y acudir a las instancias adecuadas –solución obvia pero sorprendentemente no viable en el caso de CNI–; c) la demanda (si la gente supiera los beneficios de, en este caso particular, apegarse a Derecho, no sólo no existirían patronos como JMV, sino que el país en general tendría otro perfil de empresas); y d) quedarse en CNI esperando a que algo pase, ya sea la cada vez más improbable compra –pocos en su sano juicio aceptarían de buena gana asumir parte de los inconmensurables pasivos que arrastra la empresa, siendo la deuda con los tra-

bajadores sólo el 2 por ciento de ellos, según se comenta-; la requisa gubernamental –increíble que el Gobierno Federal no haya intervenido, dado que JVM ha dado muestras suficientes de no tener la capacidad de administrar una concesión federal, de no ser a costa de arrastrar en promedio 4 meses y medio de retraso en los salarios de sus trabajadores-; que TVAzteca gane el juicio contra CNI –algo también aterrador, pero que por lo menos garantizaría la liquidación por ley de los empleados, la posibilidad de recontractación, etcétera, a pesar de que podría tardarse ya que a Ricardo Salinas parece no correrle prisa.

¿Cuáles contenidos?

Algunas personas ajenas que se sumaron a la causa del Chiquihuite llegaron a justificar su simpatía hacia CNI con un argumento que, a quien de verdad siga aún al 40, lo hará doblarse de risa. El 40 “es un canal de alto contenido”. La pregunta es: ¿cuál? Porque si hablamos de un noticiero amarillista que se disfraza de plural (crítica que siempre se ha hecho internamente); programas que en su momento fueron buenos, con programas viejos y repetidos que además en algunos casos ya ni siquiera cuentan con derechos de transmisión –también por “exceso” de pago–, lleno de infomerciales... ¿A esto puede llamarse una televisión con contenido?

\* \* \*

El controvertido caso CNI es una oportunidad para que las autoridades hagan, simplemente, su trabajo. Que no se dejen manipular por aquellos quienes han hecho creer que el asunto de Canal 40 es una cuestión de “libertad de expresión” contra un canal beligerante, en lugar de mostrarlo como lo que es: un grave conflicto por malos manejos y pésima administración en una empresa que ni siquiera tuvo la inteligencia para consolidar un capital de trabajo que garantizara el sueldo de sus trabajadores y que mantuviera una programación realmente plural, vanguardista, que a la vez fuera sus-



Guadalupe Rosas

tentada sobre bases de rentabilidad y con gente experta en medios y en televisión que supiera cómo, realmente, se hacen las cosas. El regreso de Denise Maerker, que devuelve al canal aquel periodismo profundo y vanguardista que caracterizó al CNI de sus inicios, es la puesta que pudiera dar un hálito de esperanza para un posible rescate del canal 40, así como el talento de mucha gente que todavía cree en el proyecto original y que continúa, a pesar de todo dentro. En todo caso se trata de salvar una idea de televisión, no un modelo “empresarial” basado en un esquema de tienda de raya que no sólo ha sacrificado los contenidos, sino los más elementales derechos humanos.

silviafr@avantel.net