

Cambiando de canal

Por lo general, con la excepción de Canal N, no veo canales nacionales; algunos por cortesía de Cable Mágico (que hasta ahora y después de varios años no logra que yo pueda sintonizar el 2 y el 4), otros por decisión personal, hasta hace poco, irrevocable y fundamentada en la interrupción continua por comerciales interminables y una programación deprimente: exposición de las miserias humanas en entrevistas patéticas, programas cómicos cuyo humor no termino de entender, noticieros con profusión de crímenes contados al detalle, y telenovelas con malas actuaciones y peores guiones.

Hasta hace poco, mi fuente de información televisiva era CNN. Hasta aquello de la crisis solía encender el televisor tan pronto me despertaba para tener una idea de cómo andaba el panorama mundial, especialmente en lo económico. Las cosas han cambiado: CNN no puede pretender que uno se despierte todo los días con el anuncio de las últimas estadísticas de despidos y quiebras (noviembre fue peor que octubre en cuanto a despidos en EE.UU.) ni con los problemas de General Motors, las historias dramáticas de los inmigrantes mexicanos, los puntos que continúa bajando el Dow Jones o “la severa caída de las bolsas de Asia”.

Por lo que a mí respecta, CNN estaba perdiendo *rating* frente al panorama optimista que ofrecían las noticias locales: el presidente García prometiendo en la CADE que “creceremos por lo menos al 6,5%”; los ministros, casi unánimemente, sosteniendo que “estamos blindados para enfrentar la crisis”; el diario Gestión daba cuenta de inauguraciones y planes empresariales para abrir más negocios; el Premier anunciaba hace pocos días la priorización de 80 proyectos de infraestructura para el próximo año, y un experto en marketing proyectaba un aumento del 17% en el gasto navideño de los peruanos.

Pero, de un día al otro, el panorama parece estar cambiando radicalmente, sin mayor razón aparente (de hecho, del miércoles 3 al viernes 5 de diciembre): la CONFIEP sale a reclamar la inactividad en el gasto público, el ministro de Economía ya se expresa con menos entusiasmo respecto de nuestra capacidad de resistir la crisis, los resultados comerciales comienzan a evidenciar las dificultades del entorno internacional (tal como era de esperar) y los exportadores están nerviosos (y con razón).

El reto ahora, entonces, más allá de las medidas económicas -que no solo tienen que ser adecuadas, sino también oportunas-, es administrar el ánimo, las expectativas... y la programación de televisión.