

Comunicación ¿para cuál desarrollo?

La interrogante encierra, a su vez, dos preguntas fundamentales: ¿hasta dónde vale la pena seguir desplegando tanto esfuerzo por una comunicación más decente, pero marginal, en momentos en que esta se halla, más que nunca, amenazada de aplastamiento por las superautopistas cablo-satelitales de los grandes comunicadores? y, si decidiéramos que sí vale la pena seguir asegurando alternativas, aún modestas, ¿cuál es la meta a perseguir en términos de desarrollo real? Entonces, comunicar ¿para cuál desarrollo?, ¿para el desarrollo de quién?



Imágenes Libres, El Salvador

Concluida la Guerra Fría, tras la disolución del sistema multinacional soviético, la humanidad ha ingresado de lleno a la era de una plutocracia universal sin opositores. La aguja del poder marca la hora del dinero. La relectura de los clásicos de la timocracia: Platón, Renan, Proudhon y Pareto, es

ANTONIO PASQUALI, venezolano. Consultor internacional, investigador y docente universitario.

urgente. La ley de la jungla es ahora más despiadada que nunca, dura para el trabajador del Norte y fatal para el del Sur, por la aparición de cinco novísimos componentes no previstos en los evangelios liberales: 1º la indetenible hiperconcentración de capitales, 2º el creciente desempleo inducido por la informática, la cibernética y la robótica, 3º el lento e inducido desmoronamiento de la familia de las Naciones Unidas, 4º el concomitante fortalecimiento de organis-

mos financieros intergubernamentales, y 5º el triunfo indetenible de un especulativo mercado financiero electrónico, de billones de dólares diarios, capaz de poner en jaque el vetusto sistema bancario mundial y hasta la economía global del G-7.

No asumir o fingir ignorar estas realidades, o no ponderar lo que ellas significan para quienes nos hemos quedado atrasados, o no calibrar el rol esencial que en ellas corresponde a la función de

comunicación e información significa renunciar a leer en clave política y socio-cultural los avatares de la relación humana y, desde luego, renunciar a modificarla. Deliberadamente no podemos renunciar a una visión ética del mundo, del hombre y del comunicar, en favor de menos comprometidas visiones estético-económico-hedonistas de la realidad comunicacional.

Las latrocracias

Al analizar los diez años de unidimensionalidad liberal encontramos que, a nivel mundial, la brecha entre más ricos y más pobres, que hace treinta años era "apenas" de 30 a 1, es hoy de 61 a 1. Según el *Informe Haq* del PNUD, el 20% más rico de la humanidad disfruta ahora del 83% de todas las riquezas existentes; el 20% más pobre, del 1,4%. El Banco Mundial acaba de informar que los 1.000 millones de pobres absolutos, de hace cinco años, son ahora, "obscuramente", 1.300 millones, porque las economías ricas han crecido 2.7 veces más que las pobres. Añade un aterrador detalle anecdótico: los 358 multimillonarios de la lista 1994 de *Forbes* poseen más riquezas que la suma de los 2.350 millones de seres humanos más pobres de la tierra (la relación es aquí de 6.600.000 a 1). Volviendo a comunicaciones, y según cálculos propios, en 1.992 la brecha entre la mayor y la menor densidad telefónica del mundo (Mónaco y Chad), había llegado a ser de 1.245 a 1; la brecha entre la mayor y la menor densidad postal del mundo (Suiza y Mozambique) había alcanzado, por su parte, la increíble relación de 5.515 a 1.

Las democracias incapaces de asegurar una, aun modesta, redistribución de riquezas y poder, son de hecho latrocracias, guardias pretorianas de la minoría expoliadora de la sociedad. Eso fueron muchas de nuestras eufemísticas y sedicentes "democracias" de los últimos decenios; en lo económico, en lo político y, sobre todo, en lo comunicacional. Por su parte, los medios de comunicación han reflejado ese empobrecimiento empobreciéndose, con la sola excepción de la TV comercial, cuyo rol socioeconómico de "chacal" (perdonen el símil), aún ha de ser adecuadamente ponderado. "Los años de 1980 a 1989 fueron los de mayor crecimiento para la TV de América Latina y el Carí-

be, con la creación de 126 nuevas estaciones de televisión" (CIESPAL). Creación que guardó una relación directa con la pobreza e inversa con la riqueza de las diferentes naciones: Venezuela (\$ 2.680 de PIB en 1992) contaba con 11 estaciones, Perú (\$ 1.200 de PIB) con 24, y Bolivia (\$ 541 de PIB) con 64 estaciones.

Para ser exactos, ese duro símil del "chacal" debiera achacarse, en primer término, a la función publicitaria la cual, simultánea con el empobrecimiento global de la región, pasó de 7.300 millones de dólares de inversiones, en 1990, a 16.170 millones en 1994, con un crecimiento ininterrumpido del 44% interanual. Pero nuestra adjetivación revierte finalmente otra vez al medio TV. Ustedes no ignoran que de los diez países del mundo que más gastan de su presupuesto publicitario en TV, nueve son latinoamericanos, pero tal vez no sepan aún que el primer lugar mundial absoluto correspondió en 1994 a Venezuela, con el 80% de su publicidad para la TV, un preagónico 17% para los medios impresos, y un agónico 1% para la radio.

Ese proceso va de la mano, a su vez, con una ulterior e indetenible concentración del medio, con la próxima explotación masiva de los recién instalados y poderosos cables submarinos de fibra óptica, y con el inminente estacionamiento sobre las islas Galápagos, el 14 de diciembre de 1995, de *Galaxy III*, el satélite en multipropiedad Hugues/Cisneros/Abril/Multivisión de *DirecTV*, para la redifusión sobre Latinoamérica de 160 programas de vídeo y 60 radiales: una verdadera sobredosis de radiotelevisión importada que pudiera resultarle fatal, por saturación, a las más empecinadas y tercas voluntades de gastarse dinero y esfuerzos para tener "voz propia" en el éter. Por su parte, ya ningún gobierno de la región parece dispuesto a jugarse la carta de la creación o fortalecimiento de servicios públicos realmente no-gubernamentales de radiotelevisión, que pudieran actuar de contrapeso. Quedan los medios comunitarios como una de las últimas esperanzas concretas de rescate con dignidad.

¿Condiciones desesperadas?

En la coyuntura descrita, del más crudo realismo, mi experiencia tanto mundial como latinoamericana me hace

suponer que a la radio y TV llamadas comunitaria, alternativa o pública se le dejará sobrevivir, mal que bien, según el país (pues hay que aparentar democracia y pluralismo), mientras no se pasen de fastidiosos políticos ni le resten porcentajes significativos de clientela a los medios comerciales. El día que, siempre según el país y el momento, los poderes mediático-políticos -cada día más identificados- decidan que alguno de ustedes se ha propasado política o comercialmente, es probable que se les ofrezca comprarles la emisora, que se queden sin publicidad, que no se les renueve la licencia o que les pasen cosas aún menos agradables.

En estos momentos, las condiciones lucen objetivamente desesperadas, o poco menos, para la supervivencia de industrias culturales endógenas en países pobres. Cuesta creerlo, pero más que el sector de la radiotelevisión comercial, es a veces el sector de gobierno el más re-



CAPÇALERA No. 64



¿Es posible la sobrevivencia y el reforzamiento de la radio y TV comunitarias? La comunicación alternativa existente ¿está persiguiendo siempre la verdad y con lucidez, el advenimiento de una sociedad alternativa a la presente, menos injusta, menos empobrecedora y silenciadora; es decir, cumple una misión social realmente útil?

niente al fortalecimiento de otra comunicación social, por temor al menor cambio en los frágiles y, a veces, mafiosos equilibrios medios/poder político.

¿Es posible la sobrevivencia y el reforzamiento de la radio y TV comunitarias? La comunicación alternativa existente ¿está persiguiendo siempre la verdad y, con lucidez, el advenimiento de una sociedad alternativa a la presente, menos injusta, menos empobrecedora y silenciadora; es decir, cumple una misión social realmente útil? ¿Hemos meditado suficientemente en el hecho de que los pobres de la tierra se han quedado íngrimos y solos y sin defensores, y además degradados al rango de marginados, esto es, de pobres condenados a no ser más nunca productores, consumidores y voces oíbles?

Los pobres en comunicaciones son cada día más numerosos en el Sur, pese a las crecientes facilidades que se les ofrecen para la recepción de mensajes ajenos. La privatización de la telefonía en mi país, valga este solo ejemplo, sí condujo a la instalación de más líneas; pero esas líneas fueron mayoritariamente para la banca y los pudientes.

La presente reflexión nos lleva a pensar ¿con quiénes estamos, con los pobres o con los ricos en comunicaciones?, ¿cuál debe ser nuestra actitud, en consecuencia, cuáles nuestras responsabilidades sociales, cuáles los límites en la aveniencia y la transacción que resulten moralmente viables, sin traicionar inderogables principios?

Recuperar lo ético

Es imprescindible repensar todo el problema comunicacional, justamente en términos que un postmoderno apodaría de "cavernícolas". Sin renunciar en absoluto a los análisis económicos, estéticos, de contenidos, tecnológicos o semiológicos, recuperemos con vigor su **dimensión ética**. A ella he dedicado todos mis modestos esfuerzos en cuatro décadas de trabajo. Incorporar definitivamente a su sínthesis de comunicadores alternativos y comunitarios interrogantes de este tenor es fundamental. Tal decisión política, tal cambio de actores económicos, tal otra nueva legislación, tal otro avance tecnológico, ¿qué tanto aportan de verdad, tras las bambalinas propagandísticas y publicitarias, al progreso de la humana felicidad, a un desa-

rollo que beneficie a todos, a una más justa distribución de la capacidad de emitir y ser escuchados, a una deconificación de la libertad de expresión, al diálogo y la comprensión desinteresada y no apadrinada entre los hombres? Los humanos, recordémoslo, pueden ejercerse como entes morales si conviven y se relacionan con otros; la comunicación es una forma privilegiada de tal relación con el otro; a una lectura moral del acto comunicante es lícito pues otorgar prioridad.

Les diré incluso a quienes tengan el "cavernícola" o "jurásico" a flor de labios -y sin el menor ardid retórico- que en el fondo les asiste bastante razón. Las categorías éticas, esto es, los conceptos supremos con los que interpretamos moralmente la praxis y sus productos son, efectivamente, y no pueden ser sino "jurásicos" respecto por ejemplo de las categorías epistemológicas, o del pensar científico, o de las tecnologías; sin embargo, siguen conservando todo su vigor.

Con estas reflexiones hemos acumulado, eso espero, suficiente pertrecho conceptual para dar una respuesta afirmativa a las dos preguntas iniciales. Las distorsiones que un mal uso masivo de la radiotelevisión ha causado al ideal de una armoniosa intersubjetividad son, en Latinoamérica, de tal magnitud que la supervivencia de cualquier fórmula alternativa de comunicación social (matriz de una posible re-dignificación de tales medios) es asunto de vital importancia social, política y de ecología cultural.

Habida cuenta de que una libertad que no libera es apenas una estéril manifestación del egoísmo, cualquier medio de comunicación que se considere alternativo al orden mercantil reinante debe tener una coherente estrategia liberadora, propiciar formas aún limitadas pero muy concretas del desarrollo social, cuidándose de aquellos roles que los llaneros tildan jocosamente de "cachicamo trabajando para lapa".

Sugerencias operativas

1ª Necesidad de un apuntalamiento legislativo de la "otra" radiotelevisión. Pensado en términos regionales (a sabiendas que en esto hay países más avanzados que otros), la radiotelevisión

no convencional exhibe una carencia de suficiente status jurídico, propiciadora de incertidumbres a futuro.

2º. Necesidad de estandarizar y maximizar los procesos de educación crítica del usuario. En América Latina existen muchas experiencias sobre esta rama de la educación. Nuestro usuario vive en un entorno radioeléctrico sin alternativas de peso (me refiero a opciones del género *TF1/France 3*, o *Channel 4/BBC*, o *Berlusconi/RAI*). Esta falta de piedras de parangón debe compensarse con astucias pedagógicas que reemplacen la inocencia del usuario por una sólida formación crítica.

3º. Necesidad de inventar o reinventar, en toda Latinoamérica, los Servicios Públicos de Radiotelevisión. Desconfíen de las apariencias: es la sugerencia más meditada que les hago. Incluso la más "jurásica" a conciencia: hay ocasiones, y esta es una, que la mejor manera de progresar es retroceder, volver a hacer bien las cosas que hicimos mal o no hicimos. Llevo cuarenta años interrogándome acerca de la estra-

tegia más adecuada para mejorar el entorno radiotelevisivo latinoamericano, la **única** conclusión clara y transparente a la que he llegado es: primero, a la radiotelevisión comercial actual no hay que tocarla, sino dejarla flotar libremente como una moneda en un mercado regido por la demanda y la oferta; segundo, poner dicha moneda a competir con otra nueva, capaz de ofrecer más calidad, mejor y más útil mercancía, trato más respetuoso a sus clientes; pero que este nuevo almacén radiotelevisivo sea de una ONG, para que desaparezca la imposición gubernamental. Lo que deseo subrayar aquí es la conveniencia que tendrían, los emisores comunitarios y alternativos, de poder contar como interlocutor y colaborador a un Servicio Radiotelevisivo Público no-gubernamental, con ideales y metas parecidos, y dentro de cuyo directorio los "comunitarios" debieran ocupar un puesto.

El derrumbe de los imperios

La plutocracia universal no es un slogan ni una broma, tampoco lo es la

exasperada concentración oligopólica de la capacidad de comunicar en empresas siempre más grandes y menos numerosas. Y tampoco es broma el inalcanzable progreso tecnológico, que cada semestre lanza al cesto de lo jurásico toda la electrónica esforzadamente adquirida seis meses atrás. Estas tres megatendencias están disparando mortíferas balas al corazón mismo de la democracia. Familia Humana, Mundialización, Globalización: tres títulos en cincuenta años para tres etapas de un proceso degenerativo: del ideal post-bélico de concordia social universal, a la universalización monolítica de las leyes de mercado, donde es lícito, deportivamente saludable y conforme a natura, que el grande devore al chiquito, y reinen el darwinismo y el malthusianismo en todos los órdenes del existir. De imponerse esas megatendencias acabarían de veras con los últimos rastros de pluralismo, de identidad y de diversidad. ¡Adiós comunicación independiente!

Pero seamos sensatos, no entronicemos lo catastrófico. Cada vez que leo u oigo los fervorosos, gesticulantes y por cierto muy intolerantes alegatos de los postmodernistas contra la razón y la sensatez, una reconfortante sonrisita educadamente irónica (con sabor a Sócrates y Thomas Mann) me brota del fondo de la conciencia.

Quedémonos vigilantemente tranquilos en nuestros minúsculos peñeros de la comunicación, la mano firme sobre el timón y, en los labios, la sonrisita irónica de los apolos arcaicos. Hubo grandísimos imperios derrumbados por súbditos salidos de las más lejanas y pobres provincias. Los arquitectos de aquellas tres megatendencias aplanadoras, unidimensionales y embaladas no han contado con las posibles reacciones del cerebro primario del hombre. Un minuto antes de caer irremediabilmente en la pesadilla de un mundo a lo *Blade Runner*, alguien levantará los ojos al firmamento y reinventará a Dios; otro redescubrirá la verdad y falsedad en el último mensaje del Gran Hermano; un tercero sentirá pulsar otra vez en su cerebro arcaico el tic-tac de lo Bueno/Malo. Pero, ¿qué me sucede, santo cielo! Acabo de reinventar los universales escolásticos: *Unum, Verum, Bonum*. Bueno, ¿y qué? Confíemos en la razón, nada aún está perdido ●



Imágenes Libres, B Salvador

¿La chispa de la vida?