



comu nica ción

estudios venezolanos
de comunicación
Nº 75

Tercer trimestre 1991

recurso a la ética

comunicación

ESTUDIOS VENEZOLANOS DE COMUNICACION PERSPECTIVA CRITICA Y ALTERNATIVA

Integrante de la Red Iberoamericana de
Revistas de Comunicación y Cultura

EQUIPO COMUNICACION

Jesús María Aguirre
Marcelino Bisbal
José Ignacio Rey
Francisco Tremonti
Carlos Correa
Gustavo Hernández

COLABORADORES

Caroline Oteyza
Berta Brito
Maritza Guaderrama
Juan Barreto
Mauricio Hernández
Martha Aguirre

DIAGRAMACION Y MONTAJE

Rodolfo Núñez

COMPOSICION DE TEXTOS

María Lúquez

PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

Carol Carrero Marrero

DISTRIBUCION

José María Salegui

IMPRESION

Gráficas León, S.R.L.

SUSCRIPCION (4 NUMEROS AL AÑO)

Venezuela:	Bs. 500,00	(Vía aérea)
Extranjero:	US\$ 14,00	(Vía superficie)
América:	US\$ 26,00	(Vía aérea)
Europa y resto del mundo	US\$ 30,00	(Vía aérea)

ENVIE SU PAGO A

CENTRO GUMILLA

Edificio Centro Valores, Local 2

Esquina de la Luneta - Altagracia

Apartado 4838 - CARACAS 1010-A - Venezuela

DEPOSITO LEGAL

pp 76-1331

Telf: 563-50-96 / 60-96

SUMARIO

2 PRESENTACION

ESTUDIOS

- 3 El recurso a la ética en una época de cambios
José Ignacio Rey
- 13 Habermas y la ambivalencia de la TV en el capitalismo avanzado:
consideraciones teórico-normativas
Leonardo A. Salazar
- 32 Empobrecimiento a través de la comunicación: la lucha continúa
Herbert I. Schiller
- 37 El control de las fuentes audiovisuales en la programación bélica
Eduardo Giordan
- 65 Los delitos de expresión y la protección del derecho
desde la vertiente ética
Argenis Daza
- 88 Código anti-ético de la Cámara Venezolana de Televisión
Gustavo Hernández
- 95 Ética y Comunicación
Juan Barreto
- 106 Sexualidad y ética de la comunicación
G.H.
-

DOCUMENTOS

- 116 La dimensión ética del comunicador
Antonio Pasquali
- 120 Profetas neo-liberales
Jean Weyder (Traducción de Caroline Oteyza)
- 130 El NOMIC: cara al año 2.000
-

134 GUIA BIBLIOGRAFICA

136 INFORMACIONES

PRESENTACION

Nos ha parecido conveniente volver a abrir (Cf. "Comunicación", Nº 8) en esta ocasión los espacios de la revista al tema de la Ética. Y no precisamente por ser un tema de moda —que lo es—, sino por su importancia intrínseca. Importancia mayor aún en tiempos de crisis general, como los actuales. Por razones obvias, hemos procurado enfocar el tema principalmente desde la perspectiva específica de la comunicación social.

*El trabajo de **Jose Ignacio Rey** ("El recurso a la ética en una época de cambios") tiene carácter editorial. Sus reflexiones sirven precisamente para situar el problema de la ética y, sobre todo, del discurso sobre la ética dentro de coordenadas mayores y desde un punto de vista latinoamericano. El mismo trabajo inspira también el título general de la portada de la revista: "Recurso a la Ética".*

*En la misma línea de reflexión teórica se inscriben los trabajos de **Leonardo Salazar** y **Juan Barreto**. El primero presenta un resumen del pensamiento social y comunicacional de Habermas, en un intento por ofrecer un referencial teórico que ayude en la tarea de interpretar la institución de la TV. El segundo supone un acercamiento al "pensamiento dialéctico" como instrumento para comprender algunos problemas de la comunicación en tanto que manifestación del ser social en general.*

*Cuatro de los trabajos que aparecen en el presente número tocan de manera expresa problemas que tienen que ver con la Ética Profesional del comunicador social: el de **Antonlo Pasquall** (general), el de **Argenis Daza** (respeto a la vida privada desde el punto de vista jurídico) y los dos de **Gustavo Hernández** (uno sobre la sexualidad en los medios —entrevista— y otro sobre una nueva versión del Código Ético de la televisión venezolana).*

*El tema del Nuevo Orden Mundial de la Información y Comunicación (NOMIC) merece aquí la atención tanto de **Herbert Schillef** como de un grupo de investigadores reunidos en Lima en noviembre de 1990. Fuera de lo estrictamente comunicacional y para ayudar a comprender la "onda neoliberal" que invade al mundo, ofrecemos a nuestros lectores la traducción de un trabajo originalmente publicado por la revista francesa "Etudes".*

Cierran el número nuestras habituales secciones de "Guía Bibliográfica" y de "Informaciones" comentadas.

EL RECURSO A LA ETICA EN UNA EPOCA DE CAMBIOS

José Ignacio Rey

MUNDO EN TRANSFORMACION

Profundos cambios, hasta ahora insospechados, marcan el inicio de la última década del presente milenio. No salimos de sorpresas. Pareciera como si se estuviera cerrando una época y asistiéramos a los albores de una nueva. Los cambios, rápidos además, tienen carácter estructural y global. Estructural porque trascienden determinadas coyunturas. Global porque afectan, favorable o desfavorablemente, al mundo entero y también porque atañen a todas las áreas o esferas de la vida humana: economía, política, cultura, valores morales, religión.

Es preciso dejar señalado, frente al optimismo apresurado de algunos, que dichos cambios tienen un carácter profundamente contradictorio. Se impone, pues, la medida en el análisis. No resulta fácil el diagnóstico que, en todo caso, no puede dejar de ser provisional. Está por verse, por otro lado, si es realmente nuevo lo que se anuncia como nuevo. No vaya a ser que un cierto espejismo nos haga confundir con las primeras luces de la mañana lo que no serían sino reflejos de un prolongado atardecer. El tan cacareado "post-modernismo", por ejemplo, con su melancolía suave y desencantada, con su talante frutivo y escéptico, con su vaga y a ratos cínica propuesta de no buscar propuestas, pareciera ser síntoma o reflejo de una civilización decadente que tratara de perpetuarse en su decadencia misma. Los críticos de ese movimiento temen, con algún fundamento, que todo quede en un suave anarquismo liberal, en el fondo profundamente neo-conservador. Vendría a ser, en verdad, un reflejo más del atardecer que se prolonga.

LA HISTORIA NO HA TERMINADO

A modo de introducción todavía, parece oportuno dejar subrayados dos rasgos del problema o, mejor, del manejo del problema que lucen evidentes y que además están mutuamente relacionados. El primero, ya insinuado, es que no hay lugar para el optimismo ingenuo o interesado de quienes proclaman irresponsablemente que ha llegado ya "el fin de la historia" o que las sabias leyes del progreso nos han introducido en un "nuevo orden mundial", definitivamente consolidado. Abundan las evidencias en contrario, sobre todo si se ven las cosas desde la óptica de los países del Sur.

El otro rasgo o aspecto tiene que ver con el hecho de que, a raíz de ciertos cambios recientes, se ha desatado, principalmente en y desde los países del Norte, toda una campaña de propaganda que se empeña en simplificar las cosas hasta el punto de calificar como positivo lo que no lo es tanto o como positivo para todos lo que no lo es sino para algunos. Para no escribir en abstracto, dicha campaña reduce la complejidad contradictoria de lo que viene aconteciendo a un mero triunfo irreversible del capitalismo occidental, que dejaría ya sin lugar todo debate ulterior. En esa misma dirección se inscribe la agobiante moda privatizadora y neoliberal.

MUCHOS CAMBIOS, POCAS NOVEDADES

Resulta evidente que los cambios más espectaculares se han dado en el terreno de la economía y de la política internacionales. La caída del muro de Berlín, con todas sus secuelas (incluido el fracasado intento de golpe de Estado en una URSS cada vez más desmembrada), prenuncia la desaparición de la "guerra fría" y una nueva alineación de todas las naciones de la tierra en dos únicos bloques: Norte y Sur. La victoria militar de los Estados Unidos y sus aliados del Norte sobre Irak asegura para los vencedores el control de las reservas petroleras en el mundo árabe y, de paso, servirá de escarmiento para cualquier otro país que intentara romper las reglas de juego que imponen los poderosos.

Otro hecho relevante es que nunca antes en la historia se había dado tanta concentración de capital en tan pocas naciones. A esto han contribuido decisivamente dos factores principales, entre otros. Por un lado, el carácter sin precedentes de la más moderna revolución tecnológica, en la que la acumulación de capital depende cada vez menos de la intensidad de los recursos naturales y del trabajo, para pasar a depender cada vez más de la intensidad de la



información y del conocimiento. El otro factor de creciente acumulación de capital es el manejo que hacen los poderosos del problema de la "deuda externa". Las naciones pobres, del Sur, están condenadas a seguir financiando el superdesarrollo de las del Norte.

En ese marco de realidades, sorprende que pueda hablarse con optimismo del "nuevo orden mundial" o del "fin de la historia". ¿Dónde está la novedad en lo que se proclama como nuevo?. Los fuertes, con nueva fuerza, eso sí, siguen dominando brutalmente a los débiles. Puro "darwinismo social". Se estrechan los márgenes de libertad y de autodeterminación. La civilización del capital ahoga, hoy más que nunca, a la civilización del trabajo. Aumentan los desequilibrios ecológicos. Tiende a prevalecer en todo una racionalidad tan eficaz como profundamente deshumanizadora. Apenas quedan espacios para el cultivo del espíritu.

CRISIS DE VALORES MORALES

Hasta aquí la introducción, un poco larga ciertamente. El último párrafo de la misma insinúa ya lo que va a ser el tema central de las reflexiones, sen-

cillas y provisionales, que siguen. Queremos referirnos ahora específicamente al problema ético o de valores morales que subyace o, más bien, es parte principal de la crisis civilizatoria que vive el mundo. También al uso que de la ética o moral hace un cierto discurso muy en boga. Al final haremos alguna referencia a la ética pero, concretamente, en relación al ejercicio profesional en un espacio de la vida humana que tiene cada día mayor trascendencia y del que se ocupa habitualmente esta revista de investigación.

Es preciso afirmar, de entrada, que, en lo más hondo de la crisis que vivimos, hay una crisis de valores morales. Entendemos aquí por valores morales un conjunto armónico y jerarquizado de criterios de comportamiento que orientan o regulan la relación del hombre con todo lo que le rodea. Son ellos, en su conjunto y libremente asumidos, los que le dan sentido a su vivir, sentido del que deriva una felicidad irrenunciable, a la que el hombre naturalmente aspira. Por supuesto, esos valores morales son socialmente compartidos en el marco respectivo de las diferentes culturas y tienen expresión variable en el tiempo. Por supuesto también, aquellos valores morales tienen un condicionamiento básico en las formas materiales de vida y en los sistemas de organización de la economía. Condicionamiento básico, felizmente no el único.

ENTRE EL NORTE Y EL SUR

Aunque puede presumirse que la crisis de valores morales es hoy más o menos universal, nos parece importante dejar establecida una distinción. No tiene las mismas características en los países del Norte que en los países del Sur. En el Norte, los síntomas principales de la crisis quedan expresados en la propuesta, casi sin propuesta, del ya aludido "post-modernismo": vacío, aburrimiento, desilusión, pérdida de sentido, valoración resignada de lo pequeño, culto narcisista del cuerpo, fruición de lo inmediato, opacamiento de perspectivas, desesperanza. En el Sur, los síntomas tienen expresiones diferentes, que basculan entre la frustración y la esperanza, la humillación y la resistencia, la rabia y el sueño.

Los síntomas son diferentes. Las causas, en última instancia, las mismas. En el Norte, un capitalismo neoliberal desde hace tiempo vigente y ahora reforzado que, más allá de su propia mitología desenmascarada, encierra la vida en los límites estrechos de una racionalidad funcionalista, de un utilitarismo intrascendente, de una competitividad insolidaria y cruel, de una libertad más y más restringida y controlada. En el Sur, ese mismo capitalismo, que por siglos practicó desde centros foráneos su acción depredadora, amenaza ahora con inyectarse a la fuerza como forma de vida en el seno mismo de los países de-

pendientes y sometidos. La nueva estrategia multinacional de los poderosos incluye la siembra compulsiva de "democracias restringidas" en los países del Sur, basadas, por supuesto, en obligaciones privatizadoras y en una economía de libre mercado. Detrás queda siempre, el acecho, la amenaza militar.

De mayor interés quizás para los lectores de esta revista —ya que no de mayor importancia— es el análisis del manejo mismo que de la crisis de valores morales hace un cierto discurso muy extendido. Porque no puede negarse que el discurso sobre la ética está de moda en ciertos ambientes. De nuevo se impone la distinción, ahora tripartita. Existe un discurso ético del Norte para el Norte. Existe otro del Norte para el Sur. Existe o debería existir el discurso propio, verdaderamente alternativo, del Sur para el Sur.

EL DISCURSO DEL NORTE

Hay conciencia clara, en quienes orientan la opinión pública en el mundo desarrollado, de que la crisis fundamental de la propia sociedad burguesa y democrático-capitalista es cultural o, con más propiedad, espiritual. El capitalismo, con sus presupuestos de imanentismo secularista y determinismo economicista, ha ignorado siempre dimensiones de trascendencia y ha convertido al hombre en mero productor de ganancias y consumidor de objetos. La búsqueda maximalista de la eficacia ha reducido la libertad individual, tan pregonada, a una mera formalidad. Y, lo que es aún más grave, la misma ideología que decreta "la muerte de las ideologías" tiende a ahogar toda capacidad de ensoñación o de propuestas alternativas.

Se necesita una moral para la legitimación del sistema. También una religión. De hecho, ese discurso del Norte para el Norte apela a ambas, por supuesto desde una concepción pragmática e instrumentalista y sólo para que aquéllas sirvan de engrase al funcionamiento de la gran maquinaria. En el mismo se propondrá, concretamente, la recuperación de la ética puritana, se tratarán de refrescar las viejas tesis de Weber sobre la vinculación histórica entre cristianismo y espíritu capitalista, se buscará una alianza con las Iglesias que se manifiestan interesadas en defender la "civilización occidental y cristiana".

Las Iglesias, junto con la familia y las asociaciones voluntarias, pasan así a ser una inestimable fuente de producción de tales virtudes cívicas, además de espacios compensadores de las contradicciones del sistema. Mientras se consolida ese parapeto legitimador, el sistema adoptará una actitud oficial indulgente frente a los medios que permitan el drenaje o la evasión. El "post-modernismo" será tolerado en la medida en que no se convierta en disfuncional.

EL OTRO DISCURSO DEL NORTE

Existe también un discurso ético —y religioso— del Norte para el Sur. Se expresa de muchas maneras, pero está subyacente sobre todo en los mensajes que vehiculan los grandes medios de comunicación de masas, concretamente la televisión. Tiene todas las características de la propaganda ideológica. En él entran muchos de los elementos arriba apuntados, pero también responde a una estrategia muy específica.

En el mismo se asocia el subdesarrollo a la no decidida adopción de los valores y formas de vida del Norte. Se intenta hacer ver que nuestros males sociales no tiene otra causa que la corrupción y la falta de disciplina. Como se puede suponer, ese discurso ético apelará a las conciencias de los sujetos individuales, pero dejará intencionalmente en sombras la dimensión ética de las grandes decisiones económicas y políticas. El mismo, al fijar como dogma el falso dilema entre democracia-capitalista y estatismo, desestimulará toda propuesta ética, global, que apunte a la búsqueda de modelos de vida social genuinamente alternativos.

En el terreno religioso, los encargados del discurso oficial (existen en los Estados Unidos instituciones especializadas en esta tarea) tratarán de desprestigiar sistemáticamente movimientos que, como el latinoamericano de la Teología de la Liberación, favorecen la conciencia crítica, promocionan organizativamente a las bases populares y preparan a la gente, desde su propia fe, para ensayar modos alternativos de vida y de convivencia. Aquellos mismos impulsarán, por contraste, movimientos religiosos inocuos o simplemente evasivos.

NUESTRO DISCURSO AUSENTE

El discurso ético del Sur para el Sur es todavía muy escaso, por dos razones fundamentales. Primero porque el espacio de divulgación de pensamiento está hoy prácticamente copado por el Norte y por quienes aquí son sus testaferros. Segundo —hay que decirlo— porque nuestra intelectualidad crítica, miedosa o en todo caso impactada por la fuerza avasallante de la onda neoliberal, o simplemente ha dejado de ser crítica o se ha retirado en silencio a los cuarteles de invierno. Es muy grave esa complicidad pasiva y, más grave aún, la complicidad en algún grado activa. Incurso en ello, no faltan quienes, en base a lo que llaman "realismo", se reacomoda a la nueva situación e, incluso desde posiciones más o menos influyentes y abrogándose una suerte de represen-

tación que nadie les ha dado, se atreven a recomendar una desactivación de la protesta popular organizada, así como el inicio de un proceso de "negociaciones" (para aliviar el sufrimiento de los débiles, dicen) con quienes, desde posiciones de poder arrebatado, ya tienen impuestas las grandes reglas del juego. Innegablemente en toda relación humana y en todo conflicto de intereses tiene que haber concesiones mutuas, pero hay cosas, como la dignidad fundamental y la existencia misma de un pueblo, que ni pueden ser negociadas ni pueden ser presupuesto negado para ulteriores negociaciones.

Esto último reviste especial gravedad —dicho sea de paso— si se toma en cuenta que a veces quienes hacen ese tipo de recomendaciones las hacen a nombre de una supuesta ética cristiana, ciertamente vaciada de todo aliento evangélico y profético. Valdría la pena analizarlo en otro momento. Colaboran así, probablemente sin pretenderlo, con quienes desde hace años trabajan por destruir los importantes logros de un cristianismo reactivado desde los pobres.

ENTRE LA REALIDAD Y LA UTOPIA

La situación coyuntural que viven los países del Sur y que amenaza con convertirse pronto en definitiva y estructural obliga a desatar con urgencia y a estimular todas nuestras propias capacidades creativas. Es el momento para el coraje y la imaginación. Estamos necesitando un discurso ético genuino, plural y autóctono. Nuestra historia del siglo XXI no está ya escrita. No podemos permitir que otros nos la escriban. Son nuestros propios pueblos, en quienes subyacen seguramente importantes reservas morales no contaminadas, los que han de conquistar su propio futuro. Sólo la falta de fe y una baja autoestima podrían explicar el desaliento de quienes sentencian que no hay alternativas.

A este respecto, es importante precisar que un auténtico discurso ético desde los países del Sur no puede dejar fuera la dimensión política y debe tener carácter utópico. Siempre, pero hoy más que nunca. Dimensión política porque es, sobre todo, en ese terreno donde se juega el destino de nuestros pueblos y donde nadie puede decidir por nadie. Carácter utópico porque no abundan en el panorama mundial modelos globales de vida imitables sin más y, mucho menos, universalizables. Tal carácter del discurso ético en manera alguna supone desconocer ni la propia historia ni las nuevas realidades del mundo. Supone, sí, la convicción de que una propuesta de sociedad latinoamericana alternativa debe tener también su puesto entre las nuevas realidades del mundo.

OBJETIVIDAD INFORMATIVA

En el marco de todo lo anterior y escribiendo para una revista latinoamericana de comunicación, no queremos dejar de hacer referencia, siquiera puntual, al problema ético del ejercicio profesional de la comunicación social en América Latina. Es casi un lugar común afirmar que el mundo actual está dominado por la información y la propaganda. Las grandes batallas se dan hoy sobre las mentes y las conciencias de los hombres. Batallas menos sangrientas, pero más rentables y, desde luego, más eficaces que las convencionales. Es bien sabido, por otra parte, que son precisamente los países desarrollados del Norte los que ejercen, en esa área y a escala mundial, un dominio virtualmente absoluto. Concretamente y a modo de ejemplo cercano, de cada cinco imágenes o mensajes producidos en el mundo, aproximadamente cuatro están controlados por los Estados Unidos de Norteamérica.

Esa situación tan desigual implica gravísimos retos para el profesional latinoamericano de las comunicaciones sociales. Los retos son mayores si se toma en cuenta que dicho profesional apenas tiene poder de decisión en los medios para los que trabaja. En ese contexto tan complejo y en el que operan técnicas más y más sofisticadas, servir a la "objetividad informativa" es hoy tarea llena de dificultades, a la que sin embargo el profesional no puede ni debe renunciar. Es mucho e importante para nuestros pueblos lo que está en juego.

COMUNICACION ALTERNATIVA

Para no salirnos del tema central del presente ensayo, los comunicadores sociales latinoamericanos deben estar conscientes de la particular trascendencia que ha llegado a tener, para la conformación del mundo del futuro, el discurso sobre los valores morales. Conscientes deben estar también de la existencia de varios discursos, tan diferentes entre sí y sin embargo frecuentemente entremezclados y confundidos. A ellos les toca discernirlos inteligentemente, estar precavidos frente al discurso que viene o responde a una óptica o intereses que no son los nuestros, contribuir a elaborar y favorecer la divulgación del discurso que responde a las necesidades históricas de América Latina y del mudo del Sur en general.

América Latina sigue necesitando con urgencia una "comunicación alternativa", desde los medios masivos o desde otros. No entraremos aquí a estudiar sus características y posibilidades. Lo hemos sido hecho en otras ocasiones en este mismo espacio literario. América Latina, sí, tiene adelantado un e-

norme esfuerzo de experimentación y de investigación teórica sobre “comunicación alternativa”, esfuerzo del que nunca por cierto han quedado fuera el equipo y la revista “COMUNICACION”. Para que nuestros pueblos puedan ser agentes de su propia historia, es vital que estén bien informados, sin las deformaciones sistemáticas a las que los grandes medios nos tienen acostumbrados, y no menos vital que puedan expresar su propio sentir y pensar. Sin redes adecuadas de comunicación (vertical y, sobre todo, horizontal) es imposible la participación constructiva y una genuina democracia autogestionada. Como ya se dijo arriba, las batallas decisivas se libran hoy en las conciencias.

ETICA PROFESIONAL

En el estado de su formación universitaria, el futuro comunicador social latinoamericano no sólo debe aprender técnicas para la elaboración y transmisión de mensajes. Debe, ante todo, aprender a situarse éticamente en el ejercicio responsable y comprometido de una profesión cada vez más exigente, de innegable dimensión política. En ese sentido, la cátedra de “Ética Profesional” debiera ser el eje inspirador de todas las otras materias o disciplinas. Ello implica, naturalmente, que dicha cátedra se conciba de manera bien diferente a como tradicionalmente ha sido concebida. No puede consistir en la memorización y asimilación acrítica —especie de catecismo para párvulos, divagaciones casuísticas incluídas— de un código de normas supuestamente válidas en todo tiempo y en todo lugar.

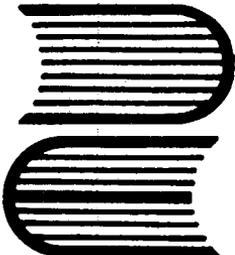
Sobre la base de una comprensión a fondo, filosófica o antropológica, del problema ético y de los valores morales, el énfasis debe estar puesto en la comprensión del momento histórico de cada pueblo, así como de los condicionamientos reales, estructurales, que afectan o presumiblemente afectarán al ejercicio de la profesión. Para el estudio de esos condicionamientos, es útil la metodología que aportan las ciencias sociales. El código propiamente dicho, de valor meramente indicativo y provisional, viene sólo al final y debiera ser elaborado en el seno de las propias cátedras de ética profesional o en el seno de los gremios profesionales sólidamente constituidos. Como se ve, es largo el camino por recorrer.

RECURSO A LA ETICA

El presente ensayo lleva por título “El recurso a la Ética en una época de cambios”. Creemos haber dejado expresado con suficiente claridad que hay

un recurso a la ética, el de moda, el que no trasciende el nivel del mero discurso, el que se inscribe en los parámetros de lo ideológico, el que sólo busca en lo moral, previa una manipulación interesada, efectos de compensación, legitimación y ocultamiento. Hay felizmente o debe haber otro recurso a la ética, el genuino, el honesto, el desprejuiciado, el que se elabora tomando continuamente el pulso al sentir de la gente, el que no busca sino ayudar a liberar las virtuales creativas del alma de nuestros pueblos. Lejos de todo recurso fácil a la ética, se trata de concebir a la ética misma como recurso fundamental, para la protesta inteligente y para la construcción de lo alternativo. Es una ética entendida como lucha por la moral. Aquí el discurso, necesario, es sólo expresión razonada de la vida misma.

Este es —nos parece— el camino que deben recorrer América Latina y, en general, los pueblos todos del Sur. Entonces y sólo entonces, sin espejismos, la tarde se convertirá en la alborada de un día nuevo para la humanidad.



DISTRIBUIDORA ESTUDIOS, s.r.l.

LIBRERIA

Una librería ceñida a los temas de cultura religiosa y formación humana, escaminada a la formación de profesionales, estudiantes y público en general.

Nuestras secciones principales son:

- * Educación**
- * Filosofía**
- * Psicología Pedagógica**
- * Literatura**
- * Teología**

HABERMAS Y LA AMBIVALENCIA DE LA TV EN EL CAPITALISMO AVANZADO: CONSIDERACIONES TEORICO NORMATIVAS

Leonardo A. Salazar

La obra filosófica sociológica de Jurgen Habermas es, tal vez, en nuestra contemporaneidad la más comprensiva y, ciertamente, una de las más estimulantes y comprometidas en la tarea de interpretar y promover cambios dirigidos hacia una institucionalización de prácticas fraguadores del bien común en la (s) sociedad (es) actuales y sus instituciones. Por esta razón, hemos querido resumir su teoría social y de la comunicación en un intento de presentar un referencial teórico normativo que contribuya con la tarea de interpretar la institución de la televisión (TV). En esta primera entrega nos limitaremos a (1) brevemente introducir la teoría y metodología trabajada por Habermas, luego (2) usando el referencial de la teoría de la Acción Comunicativa, elaborar sobre sus implicaciones para la TV como institución de la esfera pública y, finalmente (3) analizando las intersecciones entre personalidad, sociedad y cultura hilvanadas por Habermas, completar un referencial teórico normativo para el estudio de la TV como institución social.

En una segunda entrega elaboraremos sobre las implicaciones normativas para un análisis crítico de la TV derivadas de la teoría de Habermas.

LA TEORIA Y METODOLOGIA CRITICA DE JURGEN HABERMAS

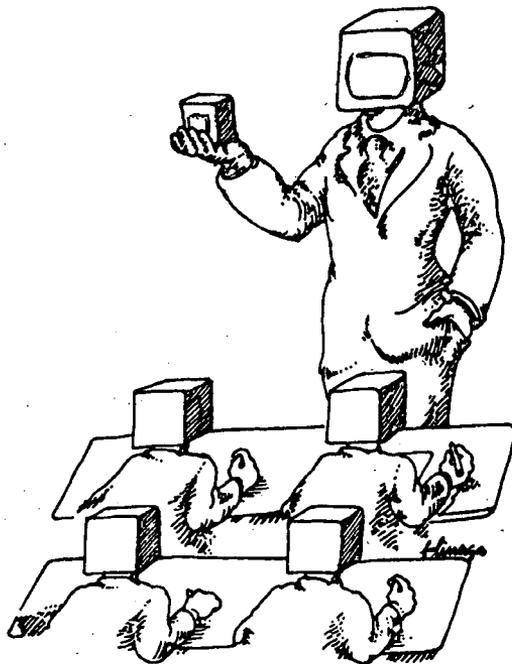
La convicción de que un ideal de persuasión racional es inherente a la estructura de la comunicación, ha llevado a Jurgen Habermas a diferenciar sus componentes. Esa estructura de la comunicación contraintuitivamente presupone que los interlocutores se pueden comunicar exentos de presiones de tal manera que se sientan libres para expresar sus ideas, creencias y emociones. Más aún, la ausencia de presiones satisface las condiciones para

que esas expresiones correspondan verdadera, correcta y auténticamente a las respectivas percepciones de, las normas aceptadas por y las experiencias individuales de los comunicadores. Habermas argumenta que sin esas presuposiciones, aunque sean violadas constantemente en la interacción diaria, la comunicación no puede ocurrir. En este sentido, la teoría de la Acción Comunicativa ofrece bases científicas para acertar que un propósito humano racional e inevitable, aunque no necesariamente conciente, hacia un discurso democrático es reiterado cada vez que alguien expresa una frase.

Habermas (1979, 1984, 1987a)* desarrolla una teoría de la racionalidad que intenta hacer ininteligible la evolución de la especie humana como tal. Esta teoría quiere hacer ininteligible las potencialidades pasadas, presentes y futuras, así como también las instituciones sociales de la especie. Quiere proveer un ambicioso referencial analítico interpretativo el cual, al tomar una posición crítica reconstructiva, apunta a la superación de las limitaciones tanto del trabajo de Marx como el de Weber, del de Durkheim como el de Parsons y del de Mead como el de la primera generación de teóricos críticos, e.d., Adorno, Horkheimer y Marcuse, entre otros. Al criticar el concepto de racionalidad de Weber, Habermas (1970, 1973) consistentemente propone diferenciar el punto de vista de la labor (trabajo) del de la interacción (comunicación lingüística). Asume que es posible entender el desarrollo social a través de una reconstrucción histórica de las transformaciones y el intercambio entre el trabajo y la comunicación lingüística y de las distintas racionalidades embebidas en esos dos tipos de acciones.

De un lado, la labor (Habermas, 1970b), la cual en el proceso de aprendizaje histórico precede a la comunicación lingüística, emerge del impulso de dominar la naturaleza y de organizar las sociedades primitivas en términos de la necesidad objetiva, e.d., en términos del control de la naturaleza para la sobrevivencia física. En este proceso de control de la naturaleza los hombres y las mujeres han desarrollado una racionalidad homológica, proposital y/o instrumental, la cual gobierna sus relaciones con la naturaleza y, a su vez, esta racionalidad proposital es expresada a través del esfuerzo por alcanzar los medios más efectivos para obtener fines o metas. Es posible distinguir dos componentes de la labor humana: uno práctico y el otro teórico. El práctico se expresa a través del trabajo y de la acción instrumental; en su condición más abstracta, lo teórico se constituye en el conocimiento generado por las ciencias empírico-analíticas, e.d., las ciencias naturales y las ciencias sociales tales como la economía, la sociología convencional y la ciencia política, las cuales intentan producir conocimiento monológico y predictivo.

Del otro lado, la interacción, la comunicación lingüística, se desarrolla de la combinación del trabajo organizado socialmente y la organización de la



familia. Esta combinación produce la demarcación de roles sociales, los cuales, a su vez, se aseguran consensualmente (se legitiman) por reglas de la acción comunicativa. La interacción es moldeada por una racionalidad práctica, la cual es irreductible a reglas de la acción instrumental. Esa racionalidad se expresa, en términos prácticos, a través de los procesos de alcanzar entendimiento mutuo y, en términos teóricos, como el conocimiento de las ciencias interpretativas o hermeneúicas.

Habermas nota que, en los procesos de desarrollo social, el impulso de la necesidad objetiva, en la lucha por la dominación de la naturaleza, le ha permitido a la racionalidad instrumental alcanzar altos niveles de desarrollo. Como consecuencia la racionalidad instrumental ha penetrado todas las áreas de la actividad humana y se ha llegado a ver como la única racionalidad posible. En este sentido, la racionalidad técnica penetra los espacios de la interacción humana, de la racionalidad práctica en la forma de ideología o comunicación distorsionada.

En su análisis del materialismo histórico, Habermas (1979) propone entender el proceso de desarrollo social a través de la aceptación de un principio de aprendizaje social: las sociedades aprenden a usar el conocimiento generado en el proceso de la cooperación humana. Este proceso evoluciona en términos de las capacidades de aprendizaje del individuo, las cuales, en interacción, crean, cambian y suplantán estructuras e instituciones para resolver los problemas que amenazan a la sociedad. Así, existió una interacción

entre las capacidades de aprendizaje del individuo y el desarrollo de las sociedades. El producto de esa interacción es expresado y perpetuado a través de las estructuras simbólicas del mundo de la vida, el cual es constituido, en la era moderna, por las áreas diferenciadas de los "complejos de conocimiento" cognitivo-instrumental (ciencia), socio-práctico (moralidad) y expresivo-estético (arte). Resumiendo, el aprendizaje social ocurre a dos niveles de conocimiento: aquel del relacionamiento del ser humano con la naturaleza—acción instrumental— y aquel de la interacción entre humanos—acción comunicativa—.

Sin embargo, el desarrollo del conocimiento tecnológico no ha sido acompañado por un desarrollo similar en la estructura de la conciencia moral (conocimiento práctico social en interacción). Como consecuencia, se ha establecido una dominación de humanos por humanos y de humanos por sus productos a través de la aplicación de la racionalidad instrumental al nivel de la interacción social. Como dice Habermas, esta dominación le da forma a las relaciones de producción y éstas solo pueden ser reemplazadas cuando la referencia institucional de una sociedad es suplantada. Solo entonces se puede poner a trabajar al conocimiento potencial acumulado para solucionar los problemas del sistema social. El reemplazamiento de la organización del trabajo, a su vez, le da forma a la estructura que una determinada sociedad tiene en un momento histórico específico. Esta estructura limita la aplicabilidad del conocimiento tecnológico que se ha generado de tal forma que emerge un vacío entre el conocimiento potencial y el conocimiento aplicado actualmente. Este vacío produce conflictos en el sistema social que, a su vez, crean las condiciones para cambios evolucionarios en el modo de producción y al nivel de las relaciones sociales. Pero, el vacío entre el conocimiento potencial y el conocimiento aplicado no es suficiente "para producir el reemplazamiento de las relaciones de producción y una renovación evolucionaria de el modo de producción" (Habermas, 1979, p. 146). Es necesario que hayan ocurrido cambios pertinentes al nivel tanto de la evolución de la motivación individual como del desarrollo moral para poder producirse renovaciones en el referencial institucional de las sociedades.

Una reconstrucción histórica de la cooperación humana, (Habermas, 1979), nos permitirá seguir los diferentes períodos correlacionados de desarrollo a nivel de la comunicación (competencias individuales) y al nivel del conocimiento social práctico, e.d., estructuras de conciencia moral como conocimiento socio normativo obtenido en interacción (competencias sociales):

1. Un primer período de interacción simbólicamente mediada caracterizado por un modo imperativo de comunicación en el cual los comunicadores no intercambian

Jugares y el hablar y el actuar no están separados; este período comunicacional determina una etapa preconvencional de desarrollo moral en la cual "solamente las consecuencias de las acciones son evaluadas en el caso de conflicto" (p. 156).

2. Un segundo período de hablar proposicionalmente diferenciado y caracterizado por la separación del hablar y el actuar y la intercambiabilidad de posiciones entre los comunicadores. En este período son constituidos los roles sociales y las normas son separadas de las acciones. A nivel de la sociedad, le corresponde una etapa convencional de desarrollo moral, en el cual los motivos pueden ser juzgados independientemente de las acciones y sus consecuencias.

3. Finalmente, un tercer período de hablar argumentativo a nivel de la competencia del individuo, el cual es caracterizado por la justificación o anclaje de pretensiones de validez en el hablar (las pretensiones de validez de la comprensibilidad de lo dicho, de la autenticidad de quien habla, de lo verdadero del contenido proposicional y de la rectitud de lo expresado de acuerdo a las normas vigentes) para legitimizar acciones. Este período está correlacionado a nivel de la sociedad con una etapa posconvencional de desarrollo moral en el cual las normas son juzgadas de acuerdo a principios universales.

Los arriba mencionados períodos de desarrollo moral y competencia comunicativa (Habermas, 1979) caracterizan a principios de organización social los cuales, a su vez, condicionan a formas de integración social y a sus respectivas "categorías de problemas":

1. "Sociedades Neolíticas" y "Civilizaciones Tempranas" con los problemas de "demarcación de la sociedad de la naturaleza exterior... Se hizo conciencia acerca del poder sobre la naturaleza como un recurso escaso" (p. 165). En esos tipos de sociedades, la legitimación del poder se alcanzaba a través del mito y la magia.

2. "Civilizaciones Desarrolladas", reguladas por un poder político colectivo caracterizado por el problema "de la autorregulación del sistema social... Se hizo conciencia sobre la seguridad social como un recurso escaso" (p. 165). En estas civilizaciones, la legitimación del poder y de la dominación es lograda a través de la autoridad religiosa, ética filosófica.

3. "La Era Moderna", caracterizada por la autonomización de la economía y el problema de "un intercambio autorregulado del sistema social con la naturaleza externa... Se hizo conciencia sobre el valor como un recurso escaso" (p. 165). Aquí, los subsistemas de la economía y el estado, con el dinero y el poder como sus respectivos medios de control son desprendidos del mundo de la vida para constituir lo que Habermas llama "el sistema". La legitimación se logra en términos de una ley natural (intercambio de equivalentes) y una ciencia neutral. En esta forma de integración social

los seres humanos se concientizaron de la formación de ideologías (comunicación distorsionada). La racionalidad científica removió el velo de las ideologías filosóficas y religiosas, pero, al mismo tiempo, la ciencia y la racionalidad instrumental han contribuido con las ideologías tecnocráticas. En esta era se problematizan las bases para la legitimación del poder.

4. Finalmente, las "Sociedades Posmodernas", caracterizadas por la "supremacía del sistema científico y educacional" y el "problema del intercambio autorregulado con la naturaleza interna" (p. 165). El recurso escaso aquí es la fuente de motivación y significado. La legitimación se hace más problemática, la separación entre las racionalidades instrumental y práctica se hace más necesaria y la integración social, en oposición a la integración sistémica, debe ser justificada en términos de una racionalidad práctica y política. La legitimación debe ser alcanzada a través de procedimientos y presuposiciones políticas. La separación entre el sistema social, el mundo de la vida y sus diferentes lógicas se hace más aparente. Además, la racionalidad proposital en la esfera del mundo de la vida y la dominación de los seres humanos por los seres humanos no puede justificarse más sobre bases racionales. La humanidad se ha liberado de los problemas de la necesidad objetiva en el terreno de la relación con la naturaleza, consecuentemente, la necesidad de la labor humana para dominar a la naturaleza se ha reducido a sus límites mínimos, la diferenciación entre racionalidad práctica y racionalidad instrumental puede hacerse más apropiadamente y la penetración del sistema burocrático-administrativo (racionalidad instrumental) en las estructuras simbólicas del mundo de la vida (racionalidad comunicativa) ya no puede continuar enmascarándose. Las condiciones favorables al desarrollo de ideologías totalizantes han parecido.

COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD: IMPLICACIONES PARA LA TELEVISION COMO UNA INSTITUCION DE LA ESFERA PUBLICA

Como ya lo mencionamos (Habermas, 1970a, 1979, 1984) en el uso del lenguaje los humanos anticipan o asumen como un "a priori" las condiciones de un discurso democrático. Al examinar esas condiciones, Habermas reconstruye una "situación ideal del habla" (SIH) la cual puede proveer patrones contra los cuales las prácticas de comunicación actuales pueden ser comparadas o evaluadas. Específicamente, Habermas señala que al hablar asumimos o presentamos cuatro "pretensiones o alegatos de validez": la pretensión de comprensibilidad (lo dicho es inteligible), la pretensión de verdad (lo dicho es verdadero de acuerdo al conocimiento disponible), la pretensión de rectitud (lo dicho es correcto de acuerdo a los patrones normativos de una sociedad) y la pretensión de autenticidad o veracidad (lo dicho corresponde a las intenciones sinceras de quien lo dice). La pretensión de inteligibilidad puede ser comprobada inmediatamente a través de análisis lingüísticos. La pretensión de

veracidad puede ser chequeada contra el comportamiento subsecuente del (a) comunicador. (a). Las otras dos; pretensiones pueden ser juzgadas como válidas o injustificadas al compararlas con la SIH, esto es, situaciones en las cuales se elimina las barreras existentes que puedan interferir con el proceso de la comunicación. El requerimiento para una SIH es el ejercicio simétrico del poder, el cual brinda oportunidades iguales para que todos los participantes potenciales en la conversación intervengan, apliquen y escojan actos de habla. En otras palabras, la situación ideal del habla provee la oportunidad para que todas las preconcepciones sean expuestas, todas las intenciones se clarifiquen y todos los privilegios se excluyan.

Habermas argumenta que la SIH se anticipa en la estructura de la comunicación. Como Thompson (1981) resume, esa anticipación de la SIH en la comunicación constituye un principio racional universal; es decir, tan universal y racional como el uso mismo del lenguaje. En la comunicación diaria la presentación y aceptación de las pretensiones de validez ocurre sobre el substrato de un acuerdo básico. Cuando este acuerdo no existe, la comunicación se interrumpe o es llevada a lo que Habermas llama "Discurso". En el Discurso las pretensiones de validez se examinan a través de la argumentación y, cuando se satisfacen las condiciones de simetría de poder, se anticipa la SIH. Entonces los acuerdos sobre esas pretensiones solo pueden ser logrados cuando ellos representan un interés general. Así, Habermas muestra una conexión racional entre la comunicación del día a día (acción comunicativa) y el principio de la universalidad, e. d., una conexión basada en la estructura de la comunicación y no en una mera decisión subjetiva.

Habermas concede que su SIH basada en pura subjetividad es, precisamente, un ideal. Las circunstancias de la vida diaria en las cuales ocurre la comunicación no se caracterizan precisamente por relaciones simétricas de poder, las cuales permitirían el desarrollo de la pura intersubjetividad y el cuestionamiento de esas pretensiones de validez presentadas en el acto de hablar. Sin embargo, es un ideal práctico derivado de la estructura de la comunicación. Habermas (1970a) explica:

La situación del habla, la cual es determinada por la intersubjetividad pura, es una idealización. Dominar los universales dialógicos constitutivos no es sinónimo de la actual capacidad para establecer la situación ideal del habla. Pero la competencia comunicativa sí significa dominar los medios necesarios para la construcción de la situación ideal del habla. No importa cuán deformada sea la intersubjetividad del entendimiento mutuo, el diseño de una situación ideal del habla es necesariamente implicada en la estructura del hablar potencial, inclusive aquella del engaño intencional es orientada hacia la idea de la verdad (p. 144).

Se puede esperar que las democracias y sus instituciones tengan la capacidad de proveer condiciones que se acerquen a aquellas requeridas por el ideal de Habermas, p.e., la TV puede servir como un forum donde las condiciones en las cuales la SIH se posibilite sean aproximadas de una forma razonable. Sin embargo, Habermas (1970b) expone que, de hecho, dentro del capitalismo avanzado la penetración de la racionalidad proposital o instrumental dentro de todas las esferas del mundo cultural de la vida, a través de la cientización y tecnologización de áreas reguladas por la interacción, ha tomado roles ideológicos. A través de esa penetración se legitima un injustificable sistema económico y político de dominación. Esta invasión de la racionalidad instrumental en todas las esferas sociales requiere e impone una despolitización de la población. Además, arriesga la institucionalización de un sistema de dominación tipo cibernético en el cual no existiría ninguna necesidad de manipulación psicológica pues hombres y mujeres habrían alcanzado un estado de autodominación; habrían abandonado su capacidad y derecho a tomar decisiones autónomas en favor de mantener los requerimientos del sistema económico burocrático. En las palabras de Habermas (1970b), "Los hombres harían su historia con voluntad pero sin conciencia" (p. 118). Para evitar esta "pesadilla de autodominación" y aprovechar el potencial liberador que el aparato científico tecnológico provee al nivel de la dominación de la naturaleza sería necesario energizar la esfera pública de manera que cada persona pueda reconocer la naturaleza política de la vida social y resistir la invasión de la racionalidad técnica-instrumental en el ámbito de la racionalidad práctica. Según Habermas (1970b):

Una nueva zona de conflicto,...., solamente puede emerger donde la sociedad capitalista avanzada se tiene que inmunizar, despolitizando la masa de la población, contra el cuestionamiento de su base ideológica tecnocrática: en la esfera pública administrada por los medios de comunicación de masas. Porque solamente aquí es posible fortalecer el oscurecimiento de la diferencia entre progreso en sistemas de acción de racionalidad instrumental y transformaciones emancipatorias en la estructura institucional, entre problemas técnicos y problemas prácticos (p. 1 20).

INTERSECCIONES ENTRE PERSONALIDAD, SOCIEDAD Y CULTURA: UN REFERENCIAL TEORICO NORMATIVO PARA ANALIZAR LA TV

La ética comunicativa implícita en la estructura de la argumentación tiene su conexión natural con desarrollos relacionados al nivel individual. En el proceso de socialización el individuo desarrolla competencias lingüísticas,

cognitivas, interactivas y expresivas las cuales corresponden a las pretensiones de validez que asomamos al hablar. En su *Comunicación y la Evolución de la Sociedad* (1979), Habermas escribe,

Nosotros sospechamos que hay una conexión entre los patrones de Y socialización, los desarrollos típicos de la adolescencia, las soluciones correspondientes para la crisis del adolescente y las formas de identidad construidas por el joven —una conexión que puede explicar profundas, políticamente relevantes actitudes. Este problema lo lleva a uno a reflexionar sobre el desarrollo moral y la identidad del ego, un tema que naturalmente conduce más allá de sí mismo hacia una cuestión fundamental de la teoría crítica, viz, a la cuestión de las implicaciones normativas de sus conceptos fundamentales (p. 70).

Habermas resume puntos básicos de convergencia entre los campos relacionados de la psicología del ego (E.H. Erikson, N. Sanford), la psicología evolutiva (L. Kolberg, J. Piaget) y el interaccionismo simbólico (N.K. Denzin, G.H. Mead). Además, sintetiza seis de tales puntos de convergencia básica: (1) la habilidad de los adultos para hablar y actuar está íntimamente conectada con desarrollos lingüísticos, cognitivos, emocionales e interactivos; (2) esos desarrollos ocurren a través de etapas irreversibles las cuales se suceden en un crescendo de racionalidad, e.d., "cada etapa superior implica la etapa inferior precedente en el sentido de un patrón reconstructible racionalmente" (pp. 73-4); (3) este proceso de desarrollo se caracteriza por su discontinuidad y la presencia de crisis. Las crisis se solucionan destruyendo aprendizajes previos y, cuando la solución es exitosa, el nuevo aprendizaje será la base para solucionar las crisis subsecuentes; (4) en el proceso del desarrollo los individuos progresivamente ganan autonomía la cual es mostrada a través de las competencias adquiridas para resolver problemas relacionados con la naturaleza externa y eventos y hechos sociales (competencia cognitiva), con estructuras simbólicas de la cultura y la sociedad, del mundo de la vida (competencias interactivas) y con la naturaleza interna (competencias expresivas); (5) el dominio de esas competencias determina la estructuración de la identidad del ego. Pero es a través del dominio de las competencias interactivas que el individuo, primero, es socializado (niñez) al integrarse a las estructuras simbólicas de un sistema social y, segundo, es individualizado (adolescencia hasta adultez) al ganar una autonomía cada vez mayor en relación con el sistema social, así las competencias interactivas son cruciales para el desarrollo de la identidad del ego; finalmente, (6) esos procesos de aprender estructuras simbólicas externas (socialización) y de lograr autonomía (individualización) constituyen un mecanismo de aprendizaje y un principio

independiente respectivamente.

La intención de Habermas es la de cerrar la brecha entre la teoría de la comunicación y las fundaciones normativas de la teoría social a través de una teoría de la socialización, la cual toma en consideración tanto las necesidades interactivas (desarrollo moral) como las internas (desarrollo emocional) de la identidad del ego. Tomando a la teoría del desarrollo moral de Kohlberg como su punto de partida, Habermas (1979) diferencia tres niveles de edad los cuales, de acuerdo a si se requiere del individuo que emplee reciprocidad completa o incompleta en sus interacciones con otros, son analizados más profundamente en siete etapas del desarrollo moral que el individuo atraviesa desde la niñez hasta la adolescencia (ver pp. 78-90 y el esquema 4, p. 89).

El desarrollo de la identidad del ego tiene su contraparte al desarrollo moral en su relación cercana con procesos instintivos. Para Habermas (1979) el desarrollo de la identidad del ego es un proceso ambivalente y "peligroso" en el cual capacidades interactivas desarrolladas socialmente y el juicio moral presionan a las motivaciones para la acción. Pero, al mismo tiempo, dependiendo de si las necesidades instintivas internas encuentran adecuada expresión en procesos comunicativos, las motivaciones para la acción pueden restringir la consistencia entre el juicio moral y las acciones que él reclama. Así, en situaciones morales conflictivas fuerzas inconscientes pueden dominar a procesos de decisión racional sobre la acción para evitar o defenderse contra los conflictos. Habermas quiere argumentar que para el desarrollo de la ego-identidad no es solamente necesario llegar a un nivel de ego-autonomía moral, sino también a un nivel concomitante de fortaleza del ego para poder llevar a cabo las acciones que el juicio moral reclama. Para alcanzar este nivel de ego-identidad individual, la sociedad debe permitir no solamente el desarrollo de un individuo moralmente autónomo, sino también el desarrollo de un individuo independiente quien puede libremente articular, expresar y darle forma a sus necesidades internas en la esfera interpretativa de la cultura. Esta etapa del desarrollo social es lograda en las sociedades posmodernas (como se define arriba). Su contraparte al nivel del individuo se alcanza con el pasaje de la etapa seis a la etapa siete del desarrollo moral en la cual "las necesidades interpretativas ya no se asumen como dadas sino que son lanzadas en la formación discursiva de la voluntad" (Habermas, 1979; p. 93).

Ese proceso de formación de la identidad ocurre entrelazado con y afectado por procesos interrelacionados entre las estructuras culturales y sociales. Esos componentes del desarrollo del ego, de la sociedad y de la estructura cultural están inmersos en un mundo de la vida simbólico. Juntos ellos constituyen una estructura porosa que permite su mutua influencia e interdependencia. En una "proyección idealizada" de una reproducción no

distorsionada del mundo de la vida, Habermas (1987b), señala, podemos prever una cultura formada por una "constante revisión de tradiciones", una sociedad en la cual la legitimación del poder descansa sobre "procedimientos" formales y discursivos "para establecer y justificar normas" y en una personalidad estructurada en un proceso riesgoso de autodirección.

Sin embargo, como lo hemos visto, en la historia ha ocurrido un diferente proceso marcado por distorsiones de poder en las interacciones de las estructuras sociales y las instituciones. En las sociedades del capitalismo tardío o avanzado existe un conflictivo y ambiguo proceso interactivo entre las demandas "imperativas" de las esferas diferenciadas del sistema social y el mundo social de la vida. En uno de sus trabajos recientes, Habermas (1987a) expande el argumento anterior y contribuye a profundizar el entendimiento del papel de los medios de comunicación masiva en las sociedades del capitalismo avanzado. Pienso que la importancia de su argumento para entender ese intercambio del mundo de la vida y el sistema social justifica el siguiente; un tanto largo, resumen:

(1) Desde la perspectiva institucional del mundo de la vida, la esfera privada es constituida por la familia nuclear y sus funciones de socialización. Aun más, la esfera pública es constituida por redes comunicativas, e.d., los medios de comunicación de masas con su función de reproducción cultural e integración social mediada por la opinión pública. Desde la perspectiva sistémica de la economía, la familia es vista como "el hogar privado". Y, desde la perspectiva sistémica del Estado, la esfera pública es vista como el entorno relevante para la "búsqueda de legitimación".

Los intercambios entre esas esferas "paralelas" del sistema y del mundo de la vida ocurren de la manera siguiente: Desde la perspectiva del subsistema económico los salarios se cambian por trabajo y productos y los servicios por la demanda de los consumidores. En el subsistema burocrático estatal, los comportamientos de las organizaciones son cambiadas por impuestos y las decisiones políticas se cambian por la lealtad de las masas. Desde la perspectiva del mundo de la vida, ciertos roles sociales son paralelamente constituidos a los intercambios del sistema. Los roles del empleado y del consumidor son paralelos a intercambios en la economía y los roles de cliente y de ciudadano son paralelos al intercambio a nivel del Estado. Los roles de empleado y cliente, los cuales pertenecen al mundo de la vida, están legalmente atados a contextos organizacionales del sistema. En contraste, los roles de ciudadano y consumidor, que también pertenecen al mundo de la vida, son organizacionalmente independientes e incuantificables desde los puntos de vista económico y político. Estos últimos roles tienen funciones de reproducción simbólica en el mundo de la vida. Cuando la lógica del sistema invade, a través de sus medios de dinero y poder, los terrenos de la reproducción simbólica del mundo de la vida aparecen disturbios patológicos en la forma de "pérdida del sentido".

(2): De acuerdo a Habermas, la causa de la pérdida del sentido es "la monetarización y burocratización de las prácticas de la vida diaria tanto en la esfera privada como en la pública". Esto constituye una reificación en la reproducción simbólica del mundo de la vida la cual produce una desintegración en esas esferas de la vida. La esfera privada se debilita cuando es invadida por la lógica económica, así, el consumismo, el individualismo, la competencia y los motivos para la performance comienzan a moldear el comportamiento y a producir el estilo de vida unilateral del especialista utilitario. La esfera pública es resquebrajada por la lógica de la burocracia administrativa la cual define problemas prácticos como si fuesen problemas técnicos. Entonces, las decisiones políticas se desconectan de los contextos concretos de vida y, así, se cierran las posibilidades de institucionalizar prácticas de libertad. Esta devaluación de las esferas pública y privada es acompañada por lo que Habermas llama, un empobrecimiento cultural. Tanto la reificación como el empobrecimiento cultural "amenazan al mundo de la vida".

(3) El empobrecimiento cultural es una consecuencia de la especialización de los complejos de conocimiento de la ciencia, la moralidad y el arte, su institucionalización en culturas de expertos y su desconexión de las prácticas comunicativas de la vida diaria, de la tradición cultural. Entonces, las referencias al mundo objetivo, al mundo constituido socialmente y al mundo de la experiencia interior que los interlocutores hacen a través de las pretensiones de validez que asumen en cada expresión, e.d., las pretensiones de verdad, corrección y autenticidad, llegan a ser y a desarrollarse separadamente en la (s) cultura (s) de los expertos. Además, esa separación demanda una profesionalización de cada cultura de expertos la cual, a su vez, produce su distanciamiento de las prácticas comunicativas diarias de la persona común. En este sentido, la tradición cultural es relegada a un plano secundario y pierde su fuerza política. (La discusión arriba planteada es un resumen de la argumentación de Habermas tomado del segundo volumen de su Teoría de la Acción Comunicativa, 1 987A, pp. 318-31).

Sin embargo, Habermas apunta que la discusión previa no explica el por qué de las ocurrencias patológicas, las cuales se expresan en la reificación y el empobrecimiento cultural de las prácticas comunicativas de la vida diaria. Esas patologías constituyen una paradoja en relación a la "utopía de la razón" del iluminismo. En otras palabras, Habermas quiere explicar la razón por la cual el capitalismo es incapaz de retener la conexión cercana entre "los momentos cognitivo-instrumental, moral-práctico y expresivo" del mundo de la vida premoderno, antes de que se constituyeran, bajo el capitalismo, en los complejos de conocimiento de la ciencia, la moralidad y el arte de la "cultura de expertos".

Habermas (1987a) explica los procesos de reificación y empobrecimiento cultural del mundo de la vida a través de un modelo de las

contradicciones básicas del capitalismo y su desplazamiento en el capitalismo avanzado. Primero, la contradicción entre producción social y apropiación privada de la plusvalía económica crea tendencias de crisis en la economía las cuales son gerenciadas por la intervención del Estado. El Estado marca las "condiciones límites" en las cuales la empresa privada opera e implementa estrategias para compensar o evitar los "efectos colaterales" de su propia intervención. Como una consecuencia, no solamente la intervención del Estado maneja (o gerencia) las tendencias de crisis en la economía sino que las absorbe al interior de su sistema con el resultado de sobrecargar su capacidad para satisfacer las demandas de sus clientes. Segundo, la contradicción entre los principios sociales que gobiernan el capitalismo y la democracia: Por un lado, la democracia requiere que el proceso de acumulación de capital sea limitado por determinaciones sociopolíticas del mundo de la vida, e.d., la democracia requiere discusión pública para solucionar los problemas relacionados con la producción social y distribución de bienes para satisfacer las necesidades de la población; en otras palabras, la democracia requiere que esos problemas sean resueltos en interacción a través de los roles sociales de consumidor y ciudadano. Por el otro lado, el capitalismo demanda que la economía privada sea desconectada de las regulaciones normativas del mundo de la vida. Como consecuencia el Estado persigue la lealtad de la población a través de promesas de bienestar y de la restricción de las discusiones en la esfera pública. Finalmente, la carga sobre el Estado se expresa contradictoriamente al tener que compensar a las clases desfavorecidas a través de inversión para el bienestar social y, al mismo tiempo, garantizar las condiciones para la expansión económica del negocio privado; p.e., el Estado gasta para proveer incentivos a los negocios privados y para mejorar la infraestructura social. Así, el Estado tiene que asumir el rol paradójico de pacificador de los conflictos sociales mientras que promueve las condiciones que producen el conflicto social.

Mientras el Estado tenga éxito en la implantación de políticas para posponer las tendencias críticas que se originan en el subsistema económico, esas tendencias son transpuestas en la forma de "efectos de reificación" en las estructuras de la acción comunicativa (Habermas 1975, 1979, 1987a). Esta transposición ocurre a través de una alteración en la estructura relacional implícita en los roles de consumidor, trabajador asalariado (obreros y empleados), cliente y ciudadano. Cuando el Estado asume el papel de pacificador de los conflictos sociales, los cuales originalmente estaban bajo la forma de conflictos de clase, "normaliza" el papel del trabajador asalariado, al nivel de la economía, al ligarlo a las negociaciones de salarios, incrementos en salarios, los cuales, a su vez, tienen un efecto fortificador directo del rol del

consumidor. Pero, debido a la intervención del Estado, ocurre una alteración paralela al nivel de los intercambios del mundo de la vida y el subsistema administrativo del Estado. La participación política directa es neutralizada, el rol del ciudadano es disminuido y las expectativas sobre las funciones compensadoras del Estado son aumentadas, el rol del cliente es "inflado". Por un lado los ciudadanos son universalmente reconocidos mientras que, al mismo tiempo, la participación política es restringida de manera que le permita al Estado mantener la lealtad de las masas sin tener que confrontar problemas directos de legitimación. Por el otro lado, el Estado Benefactor premia a las masas, en su rol de clientes, para compensar por la pérdida de participación política. Habermas argumenta que es primariamente en el rol inflado del cliente y en el fortificado rol del consumidor que los nuevos conflictos potenciales están siendo desarrollados en el capitalismo avanzado. Este potencial para el conflicto se desarrolla porque las arriba mencionadas distorsiones compensatorias efectuadas por los procedimientos de las democracias de masas y las políticas del Estado Benefactor aumentan la complejidad ("en expansión y densidad") de tanto la administración burocrática como de la economía. Esta complejidad aumentada del sistema trae la necesidad de asimilar áreas de la reproducción simbólica del mundo de la vida a los imperativos de la economía y de la administración del Estado. Entonces, las presiones del sistema sobre las funciones de reproducción simbólica (las cuales no siguen la lógica instrumental de la reproducción sistémica) aumentan las posibilidades de que las estructuras simbólicas del mundo de la vida choquen con los requerimientos del sistema.

Sin embargo, la expresión de los procesos de reificación y empobrecimiento cultural al nivel del mundo de la vida no aparecen en la forma clásica de conciencia dominante, e.d., como ideologías totalizadoras (Habermas 1987a). Esto es debido a que los conflictos de clase implícitos en la estructura contradictoria de la economía capitalista son diluidos por la intervención del Estado Benefactor. La pacificación de los conflictos de clase ocurre de tal manera que las fundaciones empíricas (económicas) del conflicto de clases se pierden, e.d. la implantación de políticas benefactoras oscurece la naturaleza del conflicto entre productores y dueños de los medios de producción sobre la distribución y apropiación del socialmente producido material de la economía. Además, la separación de las esferas de la ciencia, la moralidad y el arte constituye otro factor el cual elimina la posibilidad de que las estructuras comunicativas del mundo de la vida acepten "la violencia estructural de las ideologías". Las prácticas del capitalismo avanzado tienen que encontrar una vía para substituir las desaparecidas funciones de las ideologías. Estas últimas son suplantadas de una nueva manera por el rompimiento de las conexiones

entre las esferas especializadas de conocimiento y las prácticas comunicativas diarias de la sociedad. Entonces, en vez de dominación ideológica, en el capitalismo avanzado existe empobrecimiento cultural y fragmentación de la conciencia; en lugar de conciencia revolucionaria hay un desacoplamiento de la cultura de los expertos de la comunicación de la vida diaria. Así Habermas argumenta que el papel de una teoría crítica de la sociedad tendría que explicar el empobrecimiento cultural y la fragmentación de la conciencia mientras estudia las circunstancias en las cuales pueda ocurrir un "reacoplamiento" de las culturas de los expertos y la comunicación de todos los días.

Contra el telón de fondo de una crítica tanto de la sociedad como de las teorías de la sociedad, Habermas (1987a) define el objeto de una teoría crítica: evaluar por qué y cómo las sociedades modernas no hacen uso completo del potencial de aprendizaje disponible y descubrir las "inadecuaciones" de las teorías sociocientíficas para "descifrar las paradojas de la racionalización social". En términos de la crítica social, Habermas (1987A) comienza por una evaluación del trabajo de la Escuela de Francfort para diferenciar seis áreas sobre las cuales la teoría crítica debe dirigir sus energías: a la forma de integración en las sociedades posliberales, a los procesos de socialización en la familia y desarrollo del ego, al aspecto de los medios y cultura de masas, al potencial de protesta en las sociedades modernas, a la teoría del arte y a la crítica del positivismo y la ciencia.

Con respecto al aspecto de los medios de masas, la Teoría de la Acción Comunicativa nos ayuda a ver el carácter ambivalente de los medios de comunicación de masas —más específicamente la TV en el tiempo presente. Contra la visión pesimista de Horkheimer y Adorno, quienes argumentan que la TV tanto transforma el potencial de liberación de la cultura moderna en estereotipos de masa como refuerza un sistema de control social, Habermas señala que la TV no solamente neutraliza el potencial de liberación de la cultura moderna sino que, al mismo tiempo, mantiene vivo el potencial liberador de la esfera pública burguesa. En vez de simplemente eliminar la esfera pública, la TV concentra y decontextualiza la comunicación dirigida a lograr entendimiento. Al decontextualizar la comunicación, la TV sitúa sus discursos en términos de un encuentro abierto con voces públicas de oposición. En el lenguaje de Habermas (1987a), este carácter ambivalente de los medios de comunicación masivos resulta de las contradicciones siguientes:

- (1) Las redes de radiodifusión están expuestas a intereses competitivos; no son capaces de integrar suavemente los puntos de vista económicos, políticos, ideológicos, profesionales y estéticos;

- (2) Normalmente los medios masivos de comunicación no pueden, sin generar conflicto, evitar las obligaciones que le son propias debido a su misión periodística;
- (3) Los programas no solamente, ni siquiera la mayor parte, reflejan los patrones de la cultura de masas; y aún cuando toman la forma trivial de entretenimiento popular, pueden contener mensajes críticos—"la cultura popular como venganza popular";
- (4) Los mensajes ideológicos no encuentran su audiencia porque el significado buscado se convierte en su opuesto bajo condiciones de recepción en ciertos estratos subculturales;
- (5) La lógica interna de la práctica comunicativa diaria levanta defensas contra la intervención manipulativa directa de los medios y
- (6) El desarrollo técnico de los medios electrónicos no se mueve necesariamente en la dirección de redes centralizantes, aunque el "video pluralismo" y la "TV democracia" son en este momento no mucho más que visiones anarquistas (p. 391).

Un referencial teórico-normativo para analizar la TV tiene que considerar un aspecto que ha sido olvidado hasta ahora en esta discusión: los componentes no verbales del discurso televisivo. A este respecto pienso pertinente considerar una discusión de lo "paleosimbólico," la cual Habermas condujo al principio de los años setenta.

Habermas (1970a) define un nivel prelingüístico de comunicación al cual llama lo "paleosimbólico". Este representa la comunicación en el extremo opuesto de la intersubjetividad pura, e.d., la situación ideal del habla. Este nivel no "permite la comunicación pública en el sentido estricto de la palabra" (p. 125). Tampoco los paleosímbolos permiten una organización satisfactoria de la experiencia, p.e., de objetos y eventos en el mundo. Gouldner (1976) diferencia entre ideología, e.d., un sistema de símbolos de comunicabilidad pública, y paradigma, e.d., un sistema paleosimbólico de comunicabilidad restringida. Para Gouldner lo paleosimbólico es irracional en oposición a la racionalidad de las ideologías. Tanto Gouldner como Habermas usan a Arieti (1967) quien define al paleosímbolo como un nivel cognitivo preconceptual, es decir,

..un constructo cognitivo mental y particular el cual representa a algo que existe en la realidad externa. Así tiene valor simbólico, pero este valor permanece privado al individuo quien lo experimenta. No se puede compartir con nadie, a menos que sea traducido a otra forma cognitiva y, aún así,... tiene una contraparte externa (p. 68).

Al nivel individual Habermas argumenta que adultos, individuos autónomos pueden ser caracterizados por la capacidad de alcanzar

motivaciones a un nivel de entendimiento consciente y lingüístico. De hecho, Habermas (1970a) diferencia tres condiciones psicológicas para el individuo de acuerdo al nivel de habilidad de comunicarse públicamente: tanto la neurosis como el uso de mecanismos de defensa son controlados por lo paleosimbólico. En estos dos casos lo paleosimbólico interfiere con el uso del lenguaje gramatical. Un tercer caso es constituido por la capacidad de uso creativo del lenguaje, a través de la cual es posible una integración genuina de lo paleosimbólico en la comunicación lingüística. Aquí individuos emancipados convierten a lo paleosimbólico en comunicación públicamente disponible. A un nivel sociológico, el uso de paleosímbolos que no son convertidos en comunicación pública representa el nivel de represión de una determinada sociedad. A este nivel (Gouldner, 1976) lo paleosimbólico constituye el compartido, restringido "lenguaje de la vida diaria aprendido durante la socialización primaria como niños... Lo paleosimbólico... implica a personas centrales, relaciones sociales nucleares y las seguridades y gratificaciones afectivas asociadas con ellos" (p. 225). Habermas (1970a) lo analiza así:

cuanto mayor sea el grado compartido de motivaciones fijadas prelingüísticamente las cuales no pueden ser convertidas libremente en comunicación pública, tanto mayor será la desviación. Propondría asumir empíricamente que esas desviaciones se incrementan correspondiendo al grado de variación represivo que caracteriza el sistema institucional de una determinada sociedad; y que a su vez, el grado de represión depende de la etapa de desarrollo en la cual se encuentren las fuerzas productivas y la organización de la autoridad, es decir, de la institucionalización del poder político y económico (p. 146).

Pienso que la noción de lo paleosimbólico provee un punto de vista analítico para examinar los componentes no verbales del discurso de la TV. Como Kellner (1979) plantea, los paleosímbolos son usados en la TV para crear escenas negativas o positivas. Por ejemplo, Kellner muestra cómo los negros han sido presentados en las películas y en la TV a través de imágenes paleosimbólicas que los asocian con peligro y maldad. "De igual manera, imágenes paleosimbólicas han presentado a las mujeres como tontas amas de casa, maquinadoras de maldad como objetos sexuales voluptuosos" (p. 18). En publicidad, la sexualidad es manipulada a través de lo paleosimbólico, p.e., la propaganda indirecta en TV para estimular el consumo de cigarrillos, en la cual saludables cuerpos semidesnudos interactúan en atrayentes ambientes naturales (bellas playas), de maneras sugestivas de libertad social y corporal (evocando lo sexual), referidos a una "boutique" cuyo nombre es la marca de un determinado cigarrillo y acompañados por un fondo musical que ha sido previamente asociado con esa marca de cigarrillo. De esta manera se asocia el

producto con el sexo, eroticismo, belleza, salud, etc. En este sentido, y en contraste con Gouldner, Kellner reconoce un uso racional e ideológico de lo paleosimbólico en las prácticas discursivas de la TV.

Concordando con Kellner, pienso que el uso de imágenes evocativas de paleosímbolos funciona como una práctica racional complementaria, aunque evocando asociaciones irracionales, a lo dicho en TV. En la TV tanto la imagen como el mensaje son colocados de maneras complementarias para producir discursos manipulatorios, contradictorios y parcializados.

NOTAS

* Todas las citas y bibliografía son traducciones, hechas por el autor, de la obra de Habermas vertida al, u originariamente escrita en, inglés. Sin embargo, se incluye en la bibliografía algunas traducciones de su obra en español.

(1) Un primer período de interacción simbólicamente mediada caracterizado por un modo imperativo de comunicación en el cual los comunicadores no intercambian lugares y el hablar y el actuar no están separados; este período comunicacional determina una etapa preconvencional de desarrollo moral en la cual "solamente las consecuencias de las acciones son evaluadas en el caso de conflicto" (p. 156).

(2) Un segundo período de hablar proposicionalmente diferenciado y caracterizado por la separación del hablar y el actuar y la intercambialidad de posiciones entre los comunicadores. En este período son constituidos los roles sociales y las normas son separadas de las acciones. A nivel de la sociedad, le corresponde una nueva zona de conflicto,...., solamente puede emerger donde la sociedad capitalista avanzada se tiene que inmunizar, despolitizando la masa de la población, contra el cuestionamiento de su base ideológica tecnocrática: en la esfera pública administrada por los medios de comunicación de masas. Porque solamente aquí es posible fortalecer el oscurecimiento de la diferencia entre progreso en sistema de acción de racionalidad instrumental y transformaciones emancipatorias en la estructura institucional, entre problemas técnicos y problemas prácticos (p. 120).

BIBLIOGRAFIA

Arieti, S. (1967). *The intrapsychic self*. New York: Basic Books.

Gouldner, A (1976). *The dialectic of ideology and technology*. New York: Oxford University Press.

Habermas, J. (1987a). *The theory of communicative action*, v2. Boston: Beacon Press.

- Habermas, J. (1987b). **The philosophical discourse of modernity: twelve lectures.** Cambridge: The MIT Press.
- Habermas, J. (1984). **The theory of communicative action, v1.** Boston: Beacon Press.
- Habermas, J. (1979). **Communication and the evolution of society.** Boston: Beacon Press.
- Habermas, J. (1975). **Legitimation crisis.** Boston: Beacon Press.
- Habermas J. (1973). **Theory and practice.** Boston: Beacon Press.
- Habermas, J. (1970a). **Toward a theory of communicative competence.** En Hans Peter Dreitzel (Ed.), **Recent Sociology Nº. 2: Patterns of Communicative Behavior.** New York: The Macmillan Company.
- Habermas, J. (1970b) **Toward a rational society: student protest, science and politics.** Boston: Beacon Press.
- Kellner, D. (1979). **TV., ideology and emancipatory popular culture.** *Socialist Review*, 9, 3,13-53.
- Thompson, J.B. (1981). **Critical hermeneutics.** Cambridge: University of Cambridge Press.

Habermas en Castellano (colección Ensayista de Ediciones Tauro):

- Habermas, J.: **Teoría de la acción comunicativa, v1-2.** Colección Ensayista, Nº 279. Madrid: Taurus.
- Habermas, J. **Perfiles filosófico-políticos.** Colección Ensayista, Nº 249. Madrid: Taurus.
- Habermas, J. **La reconstrucción del materialismo histórico.** Colección Ensayista, Nº 190. Madrid: Taurus.
- Habermas, J. **Conocimiento e interés.** Colección Ensayista, Nº163. Madrid: Taurus.

EMPOBRECIMIENTO A TRAVES DE LA COMUNICACION: LA LUCHA CONTINUA

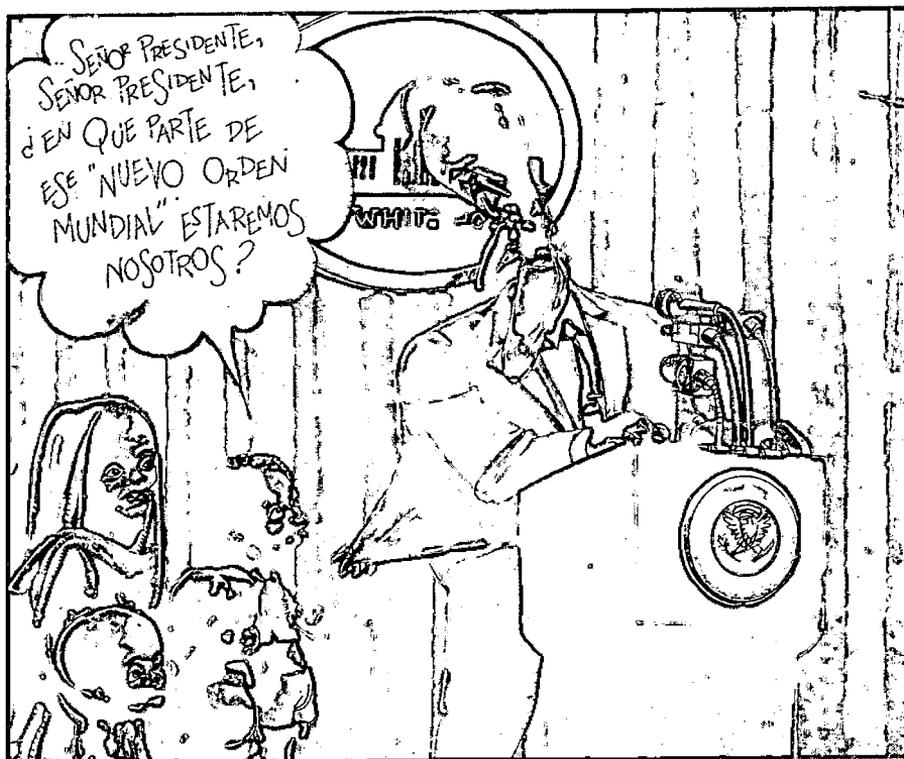
Herbert I. Schiller

En su Vigésimo Quinta Conferencia General, en Noviembre de 1989, la UNESCO adoptó "una nueva estrategia en el campo de la Comunicación". La finalidad planteada de esta nueva estrategia era la de mejorar la efectividad de la organización, tratando de asegurar el libre flujo de información a niveles Nacional e INTERNACIONAL y su diseminación más amplia y mejor balanceada, sin ningún obstáculo para la libertad de expresión. El documento final de esta Conferencia, titulado: "Comunicación al servicio de la Humanidad", derivado del Tercer Plan a Medio Plazo (1990-1995) de la UNESCO, ha sido la fuente de un utilísimo debate entre especialistas de la comunicación. Las siguientes críticas a este documento proveen de importantes elementos de comprensión sobre el futuro del Nuevo Orden Mundial de Información y Comunicación (NWICO).

¿QUE ESPERANZA TENEMOS PARA EL FUTURO?

¿Cómo leer "La Comunicación al servicio de la Humanidad"? ¿Lo tenemos que tomar como un programa serio para mejorar las condiciones de vida globales, utilizando modernas tecnologías de comunicación? ¿O es esencialmente un documento anunciando la rendición, pero encerrado en una retórica que trata de salvar la imagen, destinado a amortiguar el embarazo y la incomodidad del vencido? Esto, se deduce claramente del texto, es la UNESCO en sí misma y 125 de sus miembros menos aventajados.

Es ésta una remarcable proposición etérea, ampliamente divorciada del mundo real. Uno nunca conocería por su contenido si existen naciones aventajadas y, mucho menos, estados desaventajados. Adicionalmente, ¿quiénes son los mayores comunicadores? ¿En qué clase de comunicación están envueltos?



Fuera de hacer notar que hay sociedades desarrolladas y en desarrollo, no existe en el documento ninguna referencia al poder: quién lo ejercita y cómo es empleado. Esto es todo lo que mayormente se destaca en un programa concerniente a la comunicación, siendo así que es un lugar común el conocimiento de la conexión entre el proceso de comunicación y el poder.

Una de las consecuencias de esta perspectiva dispersa es que la idea de desarrollo (económico) se asocia positivamente con la de comunicación, sin hacerse o considerar ninguna pregunta. Aparece completamente falto de examen el carácter de "desarrollo", así como sobre qué modelo se debe basar. ¿Este modelo debe de ser norteamericano, o europeo, o japonés, o simplemente uno post-moderno ecléctico? ¿Cómo puede algo que se llama a sí mismo un Plan estatuir que "desarrollo" es la finalidad, y dejarlo así?. ¿Incluye

esto la industrialización, con su base peculiar de energía, apoyando las sociedades ya desarrolladas?. ¿El crecimiento deberá de ser orientado al mercado o centrado en la ecología?. ¿Cómo se debe de organizar el sistema de comunicación, localmente, centralizado, público o privado?.

UN ORDEN INTERNACIONAL DE INFORMACION EXISTENTE PARA DOMINAR

¿A qué intereses se sirve al dejar de formular estas preguntas?. ¿No apoya esta exclusión, al menos implícitamente, un orden internacional de información existente para dominar, un panorama suave y sin conflictos?

En el Plan, todas las materias referentes a la información son vistas ya sea como técnicas o como cuestiones organizativas. El objetivo de la propuesta es típico: "Construir infraestructuras". Esta es una formulación que aparece en el texto repetidamente. ¿Pero, qué clase de infraestructura?. ¿Es la infraestructura algún tipo de construcción neutral, que puede ser levantada en cualquier lugar o país, a pesar de los supuestos políticos, culturales o económicos?.

Similarmente, se presenta la estrategia de "entrenar profesionales en comunicación" como una tarea básicamente neutral, puramente educacional. Todavía más, ¿existe algún profesional de la comunicación, donde quiera que esté trabajando, que esté envuelto en alguna actividad comunicacional sin valor comercial?. ¿Está yendo la profesión de radiodifusor a establecer un formato de noticias de Televisión, en el cual prevalezca la norma de los recortes de información, treinta segundos o dos minutos de sonido a trozos?. ¿Tienen que ser creados los programas infantiles de Televisión por fabricantes de juguetes o compañías de dulces?. ¿Tiene la infraestructura que estar mantenida por la publicidad?.

Quizás estas preguntas no son consideradas como asuntos sobre los cuales puedan decidir los profesionales. ¿Pero, quién tomará estas decisiones?. ¿Y por qué el Plan las silencia?

AMNESIA HISTORICA Y CONTADURIA PUBLICA

Una de las características, especialmente notable, del Plan de la UNESCO sobre comunicación, 1990-1995, es su amnesia histórica. Establece que los esfuerzos tempranos por establecer un Nuevo Orden Internacional de Información (NOII) fueron objetados por los "Comunicadores profesionales", aunque ésta no es ciertamente la razón por la que la UNESCO está proponiendo

el entrenamiento de nuevos profesionales.

De hecho no fueron los comunicadores profesionales los que dirigieron y diseminaron el ataque al NOII. Los propietarios de los principales medios, sus asociaciones comerciales y los gobiernos, que ellos influyen o controlan ampliamente, hicieron el trabajo sucio. El repetir como un hecho el engañoso argumento de los controladores de los medios es, sin duda, un doloroso mal servicio para todos aquellos que trabajaron dedicadamente para conseguir un orden de información más equilibrado, inclusive, para la misma UNESCO.

El deseo descontrolado de los dueños de los medios por mantener sus ventajas comerciales etiquetaron los cambios propuestos del NOII como amenazas a su libre flujo de información. De hecho, una de las finalidades cardinales del NOII era la de extender y profundizar el flujo de información entre las naciones.

Tan inexcusable como estas posiciones ordinarias de la UNESCO — quizás la más objetable de todas— es lo que el nuevo PLAN propone hacer para revertir el curso completo de la reforma sobre la información internacional. "Sin volver la espalda al pasado...", que es precisamente lo que está haciendo, la UNESCO recomienda el desarrollo "del entrenamiento de profesionales en comunicación y la construcción de locales para proporcionar una educación en los medios, que pondría su énfasis en el desarrollo de una perspicacia crítica entre los usuarios y la capacidad para los individuos y las comunidades de reaccionar ante cualquier clase de manipulación, promoviendo al mismo tiempo una mejor comprensión de los medios disponibles a los usuarios para defender sus derechos...". (Pág. 100, paragr. 239 e).

¡Objetivos admirables!. Nadie disputará el deseo de los individuos de poder desarrollar la capacidad de poder reconocer la distorsión y manipulación en los medios. Seguramente, habrá ocasiones más que suficientes alrededor para afilar nuestras habilidades. Pero... ¿quién ofrecerá esta educación tan desesperadamente necesitada?. ¿De dónde vendrán los profesores?. ¿Los tendremos que sacar de entre la población, sobreexpuesta ya a la visión de la televisión?. El Plan no ofrece ninguna clave que pudiera ayudar en la búsqueda de los educadores en los medios, o dónde se localizan las fuentes de manipulación y distorsión.

LA RESPONSABILIDAD PARA LOGRAR UNA COMUNICACION PLURALISTA Y VERDADERA

Detrás de la elusiva mecánica para mejorar las facultades críticas individuales existe todavía un aspecto mucho más problemático. La UNESCO está alentando un cambio masivo en la determinación de quién es el

responsable para lograr una comunicación genuinamente pluralista y verdadera.

La NOII puso la responsabilidad en los productores y distribuidores del material informativo y cultural, los conglomerados de los medios, privados en su mayoría. El Plan de la UNESCO a Medio Plazo pone esta responsabilidad en los televidentes individuales y en los usuarios de los medios. "Los usuarios deben de ser instruidos sobre cómo defender sus derechos..."

El fortalecimiento de los usuarios es espléndido, pero no puede comenzar a ser efectivo hasta que sean enfrentados y disminuidos los pavorosos recursos y fortaleza política de las corporaciones que dominan en la actualidad los Medios Occidentales.

Todavía permanece ahí el tema principal. ¿Cómo son estas poderosas entidades privadas, para que puedan ser contabilizadas por el público nacional e internacional? Esta es la pregunta sobre la que se basa el NOII. La falta de voluntad de los conglomerados de los medios occidentales para ser interrogados —mucho más para poder compartir algo de su poder monopolístico— continúa siendo la fuente del flujo desproporcionado y socialmente irresponsable de INFORMACIÓN Y CULTURA, desde los pocos a los muchos.

En ningún lugar del Plan de la UNESCO existe algún reconocimiento de esta condición. Ciertamente no hay ninguna sugerencia en el documento que trate de superarla. Este descuido es propio de una mente retrasada, supuesto el inmenso crecimiento en fuerza y poder del sistema de Información Occidental a través de las dos últimas décadas, aproximadamente desde el período en que fue formulado por primera vez el NOII.

Esta era ha sido marcada por grandes fusiones y consolidaciones. Se espera —y así ha sido abiertamente declarado como un objetivo corporativo— que para final de los años 90 una media docena de compañías de información dominen la esfera internacional Medios-Cultura. Los principales contendores están ya en su lugar: Tune-Warners, Bertelsman, Murdock, Maxwell, Berlusconi y otros.

Abandonando su obligación internacional de identificar y tomar medidas para prevenir esta situación, ya del todo alarmante, la UNESCO ha elegido la postura de mirar hacia otro lado. El movimiento para la creación de un Nuevo Orden Internacional de Información está eclipsado en la actualidad. Y, sin embargo, los temas que planteó el NOII están presionando hoy más que nunca. No puede fallar el que aparezcan en las agendas globales del futuro los temas de la Reforma y la Renovación de la Condición Internacional de Información.

Esto último ocurrirá con o sin el respaldo de la UNESCO.

EL CONTROL DE LAS FUENTES AUDIOVISUALES EN LA PROPAGANDA BELICA

Eduardo Giordano

La cobertura informativa de la guerra del Golfo Pérsico fue una farsa en dos acepciones que suelen dar a esta palabra los diccionarios en el sentido de "obra dramática chabacana y grotesca" (principalmente en su vertiente televisada), y en el más crudo sentido de "tramoya" o "engaño", pues si la mentira a la población es esencial a toda política bélica, en esta guerra el ejercicio sistemático de la mentira a escala global superó con creces cualquier previsión teórica, alcanzando verdaderas cotas post-orwellianas (1984). Un Ministerio/Monopolio de la Verdad/Información Impulso la lógica del Pentágono a la opinión pública mundial, pero gozando además de la "credibilidad añadida" de no ser en teoría un vocero oficial, sino un prestigioso medio privado —de forma liberal y supuestamente inspirado por individuos pacifistas— el principal canal informativo y de propaganda bélica.

Tradicionalmente en los grandes acontecimientos internacionales, tales como guerras o accidentes nucleares, la televisión había ocupado una posición intermedia en el ciclo de transmisión de informaciones, entre la inmediatez de la comunicación radiofónica y la salida más tardía de la prensa diaria. En la guerra del Golfo Pérsico, que fue también una guerra de telecomunicaciones, ese papel convencional de la televisión ha cambiado, al aventajar por primera vez a la radio en la primicia de la información. Simultánea y consecuentemente, si el mayor vehículo de propaganda bélica en la Guerra Mundial fue la prensa, y la radio en la II Guerra Mundial, en esta guerra ese papel le correspondió también a la televisión.

Técnicamente no existe ningún motivo para esta ventaja relativa de la televisión sobre la radio. A lo sumo, con la tecnología de transmisión vía satélite, cabría pensar en una teórica igualdad de reflejos entre ambos medios. Así pues, ¿qué podía aportar la televisión para convertirse en el gran centro de atención mundial? Naturalmente la inmediatez de la imagen, con todo el despliegue de



recursos típico del caso. Los ciudadanos occidentales esperaron vanamente que el medio de comunicación “masivo por excelencia” les ofreciera imágenes en directo del horror y la destrucción causados por sus bombardeos. Pero se vieron decepcionados. La televisión derrochó toda su energía en la guerra, pero no emitió ninguna imagen del verdadero escenario bélico durante las primeras semanas; sustituyó el combate real y sus secuelas de exterminio por el discurso oficial y la propaganda, que siempre se alimentan de ocultación y engaño.

Durante toda la guerra se produjo gran cantidad de información falsa, suministrada directamente por los ejércitos occidentales, o por los pools de periodistas supervisados por censores uniformados. Y se ocultó de manera sistemática la verdadera dimensión humana de la tragedia. Todo ello a fin de canalizar los estados de conciencia de la población, de crispar o sedar los ánimos a conveniencia, y en suma, de mantener la moral beligerante con el menor costo público posible.

ESPEJISMOS TELEVISIVOS

"Sólo los estúpidos hablan seriamente de guerra televisada, después de ver cómo durante una semana la foto fija de los corresponsales servía de ilustración casi permanente a crónicas telefónicas más o menos distanciadas de las posiciones oficiales"

Enric Martín y Joan Manuel Tresserras. "Els mitjans de comunicació, una arma de la guerra".

Diari de la pau. Barcelona, Nº 1,25-1-91

La guerra del Golfo Pérsico no pudo ser la primera guerra "televisada en directo", pero sí fue una guerra informativa de primer orden, y muy probablemente la mayor guerra de propaganda de la historia en un plazo tan breve. Sin duda ésta fue una guerra muy real, con muertos y heridos civiles desde los primeros ataques, y cerca de 200.000 muertos estimados al final de los bombardeos. Pero antes y después de la tragedia, un campo de batalla decisivo fue el de la comunicación, incluso determinante durante la prolongada gestación y el inicio del conflicto. El gobierno norteamericano consiguió diseñar para esta guerra una política "de inteligencia" a escala global —con el beneplácito y la colaboración de los gobiernos occidentales— que propició la instauración de una virtual transmisión "en cadena televisiva mundial", un fenómeno sin precedentes en la historia de la propaganda política, que ciertamente desborda los modelos de funcionamiento convencionales de la comunicación de masas en el mundo occidental (1).

El papel de la televisión como instrumento de propaganda política internacional, no sólo en situaciones de guerra, ya había quedado patente un año antes, en dos acontecimientos casi simultáneos de gran trascendencia internacional: la invasión de Panamá y la revolución rumana. En el primer caso se trató de campañas de propaganda bélica (y prebélica) favorables a la invasión norteamericana: las cámaras occidentales no registraron los bombardeos sino a gran distancia, las destrucciones de barrios panameños sólo se vieron tras el triunfo de la invasión, y se barajaron cifras de algo más de un centenar de muertos, cuando las estimaciones más creíbles apuntaban

4.000 muertos fehacientemente comprobados. Y cuando algún periodista "inoportuno" osó ver y mostrar algo más, tuvo que pagarlo con su propia vida (2).

En Rumanía, por el contrario, las televisiones de todo el mundo se complacieron en la emisión de una puesta en escena trucada sobre la masacre de Timisoara, de una crueldad casi infinita—elaborada sin duda por sofisticados servicios secretos—, y carente de la más mínima veracidad para los especialistas, pero capaz de suscitar los efectos buscados en gran parte de la opinión pública interior y exterior. La cifra de muertos se deformó aquí en el sentido opuesto al de Panamá: los 700 muertos registrados se convirtieron desde el primer día, antes de conocerse evaluaciones fiables, en más de 60.000 muertos.

En el caso de Irak se produjo una intoxicación parecida. Tras la primera noche de bombardeos, los muertos pudieron ser más de 100.000, a juzgar por lo que decían las emisoras y demás medios informativos. Pero dos o tres días después se olvidó esta cifra exorbitante, para poner el contador a cero y volver a empezar, citando sólo decenas o centenares de muertos (adoptando acríticamente el número de bajas militares suministrado por Bagdad y por Washington). Las víctimas civiles no merecían la atención de los medios. Pertenecían, según las categorías desarrolladas por Chomsky y Herman, al extraño mundo subterráneo de las víctimas "indignas" de convertirse en fuente de información (3).

En esta guerra "de las Naciones Unidas contra Irak", la eficacia del sistema de propaganda sería tanto mayor cuanto más se consiguiera extender su influencia al resto del mundo. El lavado de cerebros rindió sus frutos. En los países occidentales miembros de la coalición, la guerra contra Irak sólo podía justificarse en público, ante las cámaras y en el Parlamento, si nadie hablaba de centenares de miles de muertos. Si el trabajo informativo avanzaba en la dirección de esas cifras, los resultados de encuestas, disertaciones de expertos y demás artilugios mediatizadores podrían verse abocados al fracaso por la reacción emocional de la población. Evidentemente, ésta también fue la primera causa de la ausencia de muertos y heridos en las calles de Bagdad o Basora durante las primeras tres semanas, un momento clave para el éxito de la propaganda bélica y de la militarización de las conciencias.

En este contexto, privada de información directa, la televisión reniega de su pretendida habilidad técnica como espejo de la realidad, y se convierte en espejismo de un mundo "real" dibujado desde el discurso del poder. O como ha dicho Ignacio Ramonet (a propósito de la guerra del Golfo): "desde Vietnam, las guerras son secretas, porque los sistemas de poder han comprendido que lo que no se muestra no existe, que lo que no aparece en televisión no tiene realidad" (4).

Los periodistas de televisión que cubrieron la guerra, aunque a veces pudieran patear contra sus propios soberanos e inquisidores (5), deben circunscribirse en general a las reglas del modelo impuesto, actuando como vectores del trabajo producido por otros periodistas militarizados, o a lo sumo como comentaristas "deportivos" de la guerra "in situ". El corresponsal de guerra se convierte así en una ficción, un personaje que se broncea en la terraza de un hotel internacional en un país limítrofe al de la guerra, y que cuenta prácticamente con las mismas fuentes que uno mismo. En realidad hay un solo corresponsal de guerra, un solo "héroe" que se ha quedado en Bagdad, mientras que todos los demás partieron hacia otros países (6). Y el único héroe, claro está, pertenece a la élite del show-bussiness norteamericano.

PRODUCCION CULTURAL DEL ESPECTACULO BELICO

La espectacularización convencional de la guerra se produce generalmente a posteriori, mediante el cine y la serialización televisiva. Pero la guerra del Golfo Pérsico, como dijera Eco antes de su inicio, se convirtió muy pronto en un conflicto de gestos. El espectáculo gestual no se desarrolló sobre la zona de combate, sino en las grandes capitales de todo el mundo (principalmente en Bagdad y Washington, pero también en Bruselas, París, Madrid y Buenos Aires, y en las bolsas de Tokio, Londres y Frankfurt...). Incluso después del comienzo de los bombardeos, se nos presentará una guerra con escenario indefinido, donde el frente de combate aparece como una trama de fondo apenas perceptible, diluida entre las continuas apariciones "en directo" de corresponsales y voceros gubernamentales.

La gestión cultural de la ofensiva propagandística se desarrolla en dos niveles de bombardeo psicológico: uno de saturación informativa o sobreinformación (al tiempo que se escamoteaban los contenidos significativos), y otro de asunción de la propaganda belicista por parte del show-bussiness con la lógica de la industria cultural (al tiempo que se censuraban canciones y expresiones anti-belicistas). Toda la gestión cultural de esta ofensiva se encomendó a los mayores conglomerados de comunicación norteamericanos, que así centralizarían en buena medida los servicios propagandísticos del gobierno de Estados Unidos.

En la fase prebélica, la cultura de la guerra espectacularizada fue tan intensa que produjo consecuencias seguramente no del todo deseadas por sus promotores. Varios efectos importantes se desprenden de la sobreinformación inicial. Esta guerra fue, al menos en su percepción social al comienzo, una verdadera guerra mundial, ya que todos los países y ciudadanos occidentales, lo quisieran o no, se vieron implicados a diario en el espejismo mediático del

conflicto. Por otro lado, el grotesco escenario de la "diplomacia audiovisual" en que se desarrollaron la guerra y la preguerra, al no tener un claro centro geográfico por la implicación directa o indirecta de tantos países, generó en Europa una acusada sensación de guerra a distancia, incluso con situaciones calificadas como "casi de histeria colectiva" (7). Este sentimiento de ansiedad prebélica, desatado en parte por la influencia de los medios, pero sólo como prolongación de una sofisticada y bien calculada política de "ablandamiento del frente interno", predispuso a la población europea (y occidental) a consumir también el mayor número de productos informativos sobre el conflicto. Prueba de ello es que casi todos los diarios europeos duplicaron y hasta triplicaron sus tiradas y ediciones normales.

La sobreinformación encubría en realidad una ofensiva sin precedentes de propaganda bélica por medios audiovisuales. La guerra "limpia" contó con una puesta en escena impecable por parte de las multinacionales de la industria cultural. Antes de desatarse las hostilidades, y con la excusa de mermar el aburrimiento de la tropa, la cobertura del espectáculo corrió a cargo de los respectivos ministerios de Defensa. La ofensiva musical se inició con el famoso videoclip producido por el Pentágono en la primera fase del despliegue militar a Arabia Saudí, retransmitido como propaganda prebélica por todas las cadenas televisivas norteamericanas. Retrospectivamente, es posible situar aquí, en la mini-epopeya del soldado heroico, que renuncia a su felicidad y a los bienes de este mundo para defender el sistema (imperial) norteamericano, la primera evidencia pública de que Estados Unidos deseaba y preparaba la guerra. Era la primera pieza de un puzzle cultural e informativo con claras funciones de propaganda de la política belicista del gobierno Bush.

Ya en plena guerra, la ofensiva musical y audiovisual se consolida y llega a su paroxismo a comienzos de febrero, con el lanzamiento comercial de la grabación y el vídeo "Voices that care" (producido por la Warner Bross, compañía vinculada al consorcio Time/CNN, en el que un centenar de famosos de Hollywood cantan unidos en su apoyo de los soldados norteamericanos "que nos defienden". Esta operación de imagen tuvo sus equivalentes en los demás países involucrados en la guerra (8).

No menos espectacular fue la cobertura informativa en televisión. La espectacularidad de la puesta en escena audiovisual se completaría, antes y después de los bombardeos, con la representación de operaciones de exterminio mediante recursos pueriles pero efectivos, y en todo caso capaces de infantilizar la óptica con que una parte de la sociedad (de la llamada opinión pública) pudiese contemplar el desarrollo bélico. Los elementos de este escenario aparecen constituidos, entre otros, por los siguientes recursos"

- **Videojuegos.** Imágenes de vídeo y pantallas de computadoras mostrando la precisión de los disparos y las supuestas técnicas de "persecución inteligente" del enemigo.
- **Fuegos artificiales,** con los que se representaba en televisión el efecto de los bombardeos sobre Bagdad, transmutando los efectos del terror en una suerte de jornada festiva.
- **Mapas y escenografías** de cartón-piedra, con relieve y juguetería bélica incluidos. La BBC, en su afán ultra-didáctico, modificaba diariamente la posición de tanques, aviones, barcos y soldaditos de juguete en un escenario cartográfico tridimensional propio de un juego de salón.
- **Instrumentos fascinantes** de tecnología punta, tanto bélica como de telecomunicaciones. La figura de Peter Arnett hablando por teléfono desde su superestación parabólica actúa en un registro parecido al de los videojuegos, pero sobre las conciencias obnubiladas de muchos periodistas.
- **Implementos de guerra. Máscaras de gas** y especulaciones sobre las ventajas e inconvenientes de su uso. Los corresponsales de CNN en Israel disfrutaron durante horas, tras los primeros ataques iraquíes, colocándose y quitándose las máscaras unos a otros. (Durante toda la guerra, Irak no disparó una sola arma química).

Por lo demás, los tradicionales reflejos de cultura bélica se materializaron, en Estados Unidos, en una enorme producción de fetiches de guerra, desde banderas patrias hasta lazos y juguetes bélicos, pasando por la llamada "moda del desierto" (estética bélica basada en uniformes de camuflaje con máscara incluida), hasta la producción de juegos de guerra (de salón) que esperaban la hora de salir al mercado (como el lanzado por una multinacional con el nombre de "La guerra del Golfo", puesto a la venta casi el mismo día del inicio de los bombardeos). Todos estos recursos contribuyeron a desdramatizar las consecuencias de la guerra, a banalizar su contenido humano y a encubrir, tras una consistente apariencia de frivolidad, el verdadero espectáculo infernal de la tragedia.

Naturalmente, el carácter más o menos lúdico de la cobertura del conflicto pudo sostenerse por lo que ocultó la censura militar (prohibición de publicar fotos o emitir imágenes de cadáveres o heridos, prohibición de conversar con los heridos y prisioneros, prohibición de filmar o presenciar combates para quienes no aceptasen la disciplina militarizada de los polls, etc.), y por las manipulaciones de los grandes medios. Pero este carácter lúdico también se asentaría en el mismo sustrato de una cultura bélica made in Hollywood, articulándose sobre el juego de intereses de la industria cultural y de la comunicación, que circula por sendas bien interconectadas con las élites

políticas y económicas norteamericanas.

La cultura bélica vino en este caso espoleada por intermediarios como el conglomerado Time-Warner, el primer grupo de comunicación de Estados Unidos, y uno de los dos mayores y más diversificados del mundo, con una facturación—en 1989—de 7.600 millones de dólares (9). Mientras el semanario Time distribuía en sus ediciones mundiales la idea de que los soldados kuwaitíes eran los nuevos “combatientes de la libertad”, y justificaba la mala calidad de las informaciones a causa de una imprecisa “manipulación y censura” (10), la CNN, prácticamente controlada por este mismo consorcio, como las demás compañías de televisión de Turner Broadcasting (11), asumía de hecho un papel de “ONU del audiovisual”, actuando incluso como conducto diplomático entre distintos gobiernos, pero proclamando una neutralidad que contradecía con su servil asistencia a los voceros occidentales. Por otra parte, al controlar también el grupo Time la primera compañía norteamericana de televisión por cable (HBO), se aseguraba la rentabilidad de la inversión de CNN en el mercado interior, más allá de los ingresos que pudiera obtener en los más de 90 países que la adoptaban como “medio de referencia” en esa coyuntura internacional (12).

Durante el transcurso de la guerra, (CNN y Time desarrollaron incluso alguna operación de propaganda combinada. En los momentos más críticos, cuando el desenlace parecía cada vez más lejano y costoso en vidas “aliadas” (primera semana de febrero), una encuesta conjunta de CNN y Time daba unos resultados plenamente favorables a Bush entre la opinión pública de su país: el 58% de los norteamericanos estaban a favor de continuar la guerra, con “ofensiva terrestre” incluida, aunque se produjeran “miles o decenas de miles” de bajas propias. Sólo el 31% de la población se mostraba en contra de continuar en tan dramáticas condiciones (13).

Aunque este monopolio fuera designado por el Pentágono para abordar el grueso de la labor propagandística, y poner en marcha el espectáculo bélico, otros grupos transnacionales de comunicación, incluidas las grandes cadenas de televisión norteamericanas, no quedaron a la zaga de Time-Warner/CNN. El soporte a la campaña gubernamental fue de hecho monolítico, sin ninguna clase de fisuras entre los grandes medios, como corresponde al actual grado de concentración de la propiedad y a sus ligaduras cada vez más estrechas con el poder político.

POOLS DE PERIODISTAS: DESINFORMACION Y CENSURA

“Sadam Husein no utiliza información, sino propaganda en un país donde no existe la opinión pública... El mando aliado no hace propaganda, sino que ofrece

Rafael Bardají, experto en asuntos estratégicos y columnista de *El País*.

Ante el evidente sesgo de las noticias emitidas durante los primeros días, con el sello de CNN y de las otras tres cadenas norteamericanas, las televisiones y radios europeas empezaron a citar otras fuentes, a las que investían de una supuesta objetividad mayor, ya que no aparecían identificadas con los nombres de las agencias o emisoras internacionales más conocidas. Así, circulaban expresiones como "según informaciones de un pool de periodistas", "imágenes obtenidas por el pool de televisiones americanas", etc. Estas desconocidas fuentes informativas encubrían en realidad a los medios que obtenían su información en el frente directamente de los mandos del ejército.

Durante la fase prebélica, la retórica de la propaganda oficial se orientó principalmente al tema de la "causa justa" y a la demonización del adversario. Con el inicio de las hostilidades, el siguiente paso en la gestión de la propaganda bélica consistiría en mantener el monopolio de los canales informativos bajo sujeción del Pentágono para ocultar las consecuencias de los bombardeos. Este fue el triste papel que en realidad desempeñaron los informativos de CNN desde el primer día, y que luego compartieron con el llamado pool de emisoras occidentales. Unos y otros, en realidad, actuaban básicamente como buzón de las imágenes surtidas por los altos mandos militares, y como pantalla de ocultación de la realidad.

La censura afectaba no sólo a las imágenes, sino también al contenido de las crónicas y a los desplazamientos de los corresponsales, e incluso a su vestimenta. Muchos periodistas ya habían internalizado una postura comprometida con "su bando" en la guerra, adoptaban los hábitos lingüísticos de los oficiales y portavoces del ejército, y hasta mostraban cierta soltura en los usos y terminologías militares. Dan Rather, presentador de "CBS News", incluso llegó a asumir el gesto de terminar un informativo con un saludo militar en homenaje a los soldados norteamericanos.

Sin llegar al extremo del ejército británico, que creó —para dar vida a su pool informativo— cuatro equipos de periodistas militares ("equipos de respuesta informativa", dirigidos por oficiales e integrados por reporteros televisivos, radiofónicos, de prensa y fotógrafos), los norteamericanos consiguieron un control más sutil de la información gracias a la alineación incondicional de las grandes cadenas de televisión privada con la propaganda belicista, al integrarse y acomodarse a las condiciones de los pools.

El funcionamiento de los pools de reporteros ilustra un aspecto esencial de los procedimientos de mediación informativa empleados en la guerra. Los

grandes medios de comunicación no disponían, ni en Bagdad ni en el frente saudí, de corresponsales propios en contacto con los hechos. Cada medio de comunicación (televisión, radio, prensa diaria, semanarios) contaba con enviados a las principales ciudades, pero éstos sólo obtenían y retransmitían las noticias del frente a partir de las crónicas neutras de unos pocos elegidos de los pools. Una treintena de periodistas acompañaba a las tropas norteamericanas, una decena a las francesas, etc. Ellos servían en la práctica como “oficiales de enlace” y correa de transmisión de lo que oían de los mandos militares. La difusión de sus mensajes estaba asegurada, pues eran el único recurso para el resto de los corresponsales, que aguardaban los partes para retransmitirlos a sus respectivos medios.

De cara a los medios de comunicación, los pools funcionaron como agencias informativas transnacionales, suministrando versiones telegráficas (o imágenes videográficas) producidas por encargo de las fuentes militares. El corresponsal de un semanario francés explica así este engranaje: “Una de las consecuencias del sistema de pools es una doble banalización. El reportero del pool está obligado a asfixiar su propia mirada en beneficio de una visión estándar, capaz de contentar a todos sus colegas, desde l'Humanité hasta Le Figaro. Corresponderá a éstos últimos construir después, de una manera forzosamente falseada, una mirada ajustada a su sensibilidad y a la de su periódico.” (14).

Cuando algún medio pretendía recabar sus informaciones fuera del pool, era increpado por los oficiales e incluso corría el riesgo de ser expulsado o desaparecer de la zona (15). Un equipo de la televisión francesa vio confiscadas sus filmaciones por no pertenecer al pool, y más de un centenar de medios internacionales —135 a mediados de febrero— acabaron querellándose con el Pentágono, no sólo por la censura en el golfo, sino incluso por el uso discrecional de informaciones oficiales no secretas (16). Esto no significa que los periodistas europeos actuaran con más libertad que sus colegas norteamericanos en el marco de sus propios pools. Por ejemplo, la versión francesa del sistema de pools fue “una perversión del original norteamericano” (17).

En general, la pertenencia al pool “significa que las informaciones de los únicos reporteros con permiso oficial para presenciar los sucesos del frente son leídas y a menudo modificadas por censores militares”. Para colmo, “la mayoría de los periodistas [...] visten uniformes militares”, y “dependen de las tropas y de sus oficiales en lo que se refiere a las comunicaciones”, y “muchas de las informaciones de los pools parecen producidas por el ejército, cosa que, en cierto sentido, es lo que ocurre” (18).

A pocos diez días de estallar la guerra, sobre un total de casi 800

enviados internacionales en la zona del golfo Pérsico, el Pentágono cifraba en más de 500 el número de periodistas norteamericanos. Según informes de prensa, casi la mitad de estos últimos (250 entre corresponsales y técnicos) pertenecían a la cadena CNN, y el resto a las otras cadenas de televisión y a los medios impresos. Pero de esos 500 norteamericanos, sólo treinta obtuvieron autorización la primera semana para "alcanzar las posiciones aliadas en el desierto" (19).

Por parte francesa, de un total de 120 periodistas presentes en Arabia Saudí, sólo 34 fueron autorizados a entablar diálogo con las tropas de su país y recibieron información militar directa. El pool de informadores franceses, que en principio sólo iba a afectar a las emisoras de televisión, se extendió inmediatamente a los demás medios de comunicación. Sólo se admitieron tres periodistas de televisión, dos de radio, otros dos de prensa nacional, uno en representación de los semanarios de información y otro de los diarios regionales.

DEPENDENCIA DE LAS FUENTES NORTEAMERICANAS

La producción del espectáculo bélico corrió a cargo de unas pocas emisoras de televisión de lengua inglesa: CNN, las tres grandes cadenas norteamericanas (ABC, CBS y NBC) integradas en el pool del Pentágono, y la emisora estatal británica BBC. Estas televisiones, además de servir a la opinión pública interior de Estados Unidos y Gran Bretaña, extendieron su alcance a las pantallas de todos los demás países. TVE se servía de imágenes de CNN, y retransmitía con doblaje en directo los informativos vespertinos de CBS y la BBC.

CNN transmitió 24 horas al día el discurso belicista de Washington con una nota de color exclusiva: el monopolio "parabólico" de los contactos telefónicos con Bagdad. Esta emisora tenía autorización para "gastar el dinero que fuera necesario" a fin de cubrir la guerra y sus preparativos. Decenas de corresponsales habían sido desplegados en 24 puntos calientes del escenario bélico internacional (no confundir con el campo de batalla de Irak y Kuwait, donde sólo quedó alguno). Un total de 150 personas se dedicaron en exclusiva a cubrir la guerra (casi dos tercios desde Estados Unidos), respaldadas por la plantilla de 1.700 empleados de la cadena en su sede central de Atlanta.

Tras la euforia inicial, con la reiteración de declaraciones, hipótesis y desmentidos sobre resultados bélicos, y en ausencia de información veraz sobre las consecuencias reales de los ataques, la televisión puso de manifiesto su burda función de propaganda. Después de la primera semana de expectativa, la notoria falsedad de las noticias mermará incluso la propia

credibilidad de los presentadores respecto de sus productos informativos. Muchos se verán obligados a admitir ante las cámaras que las informaciones que daban eran muy poco creíbles a causa de la censura. La sobresaturación de mensajes poco consistentes y la repetición obsesiva de unas pocas imágenes anodinas (fuegos artificiales y videojuegos, movimientos de tropas, lanzamiento de Patriots, desplazamiento de carros blindados, visión de las máscaras antigás, etc.), generaron un rechazo general e instintivo del público hacia esa tramoya escenográfica sin argumento sólido. Allí estaban, no obstante, los exégetas y expertos, futurólogos y astrólogos, a fin de activar el oráculo y dar vida a los personajes, para intermediar en el juego del bueno y el malo, para tergiversar la verdad (siempre oculta) del genocidio.

Al desencadenarse los bombardeos, varias emisoras de televisión tenían corresponsales en Bagdad. Al día siguiente, todos saldrían en dirección a Jordania, salvo el corresponsal de CNN (y un equipo de la Cing francesa, provisto de parabólica y que no logra emitir) Desde entonces, y dada su posición privilegiada en los pools de la frontera saudí, prácticamente las únicas fuentes informativas que podían alimentar a las emisoras de televisión occidentales eran las cadenas norteamericanas. En primer lugar la CNN, pero también ABC, NBC y CBS, y finalmente la BBC británica. En España, esta información retelevisada (generalmente doblada en directo) se completaba con la lectura inmediata, desde los estudios, de los teletipos de agencias transnacionales a medida que iban llegando, sin ningún proceso editorial previo (20).

Serge Halimi, profesor en la Universidad de California, ha descrito varios ejemplos del uso propagandístico de los grandes medios norteamericanos durante la guerra, y corrobora con sus datos que las cadenas de televisión se vieron "transformadas en servicios de relaciones públicas del Pentágono", añadiendo que "entre una televisión y otra, incluso el ángulo de los programas coincide con los objetivos de la Casa Blanca". Halimi cita, entre otros casos, una entrevista simultánea al general Schwarzkopf transmitida por las tres grandes cadenas (ABC, CBS y NBC), la actitud progubernamental o militarista de los corresponsales y presentadores estrella (incluido el super-star Dan Rather de CBS), un tratamiento moralizador (del tipo "hoy tenemos buenas noticias", en CBS News) y al mismo tiempo descalificador de los movimientos pacifistas "que perturban a los familiares de nuestros soldados" (NBC News), y entrevistas al secretario de defensa con preguntas sobre la necesidad de usar "armas nucleares tácticas" para "salvar un número significativo de vidas americanas" (ABC News). (21).

Pero la mayor ofensiva de propaganda se centró en desvirtuar los resultados de la guerra a medida que se sucedían los bombardeos, ignorando sus consecuencias reales para la población de Irak. Los informativos de

televisión comenzaban con la noticia "bomba" de la noche, la caída de un misil Scud sobre territorio "aliado", con gran despliegue de imágenes cuando esto ocurría en Israel. Luego, con tono más distendido, se recitaba la cifra de 1.800 ó 2.000 misiones de bombardeo contra Irak, todas ellas contra "objetivos militares". Los misiles provistos de cabeza audiovisual siempre acertaban en el blanco, como se demostraba en la pantalla con filmaciones aéreas e imágenes de videojuegos (22).

Las emisoras norteamericanas generaron un torrente de información unidireccional y un flujo constante de remisiones interdiscursivas, retomadas y sacralizadas por las demás televisiones del mundo. Dos medios esenciales en la cobertura informativa de la guerra realizada por la televisión pública española fueron CBS ((TVE) y CNN (TV3 y TVE). El estudio sistemático de sus emisiones sería imposible en el marco de un trabajo como éste, pero intentaremos bosquejar las líneas que vertebraron la programación de ambos canales.

CBS News

Veamos el contenido de un típico informativo de esta cadena norteamericana durante la primera semana de guerra ("CBS News", presentado por Dan Rather el 21-1-91, y retransmitido en directo por TVE). Reproducimos a continuación el transcurso de los aproximadamente 14 minutos dedicados a la guerra contra Irak (se han apuntado los segundos de emisión en algunos casos que parecen significativos). El programa arranca con fotos de los prisioneros norteamericanos capturados y televisados por Bagdad, y vuelve sobre este tema repetidas veces.

- Fotos de pilotos norteamericanos prisioneros de Irak.
- Declaraciones del presidente Bush. (35")
- Declaraciones del primer ministro británico John Major. (15")
- Corresponsal de CBS en la Casa Blanca.
- Fotos de los pilotos capturados, intercaladas con información sobre la protesta oficial transmitida al representante de negocios de Irak (quien no toma la palabra) por su uso como rehenes.
- Declaraciones de la mujer de un prisionero.
- Imágenes de archivo de otras guerras (soldados).
- Declaraciones de un antiguo prisionero de guerra norteamericano.
- Imágenes de Sadam escoltado por sus soldados (8")
- Declaraciones de un familiar de otro prisionero.
- Corresponsal de CBS en el Departamento de Estado.
- Más fotos de aviadores prisioneros en Irak.

- Entrevista a un "consultor en asuntos militares", ex combatiente (piloto) de Vietnam. (55")
- Parte de guerra del gobierno británico, relatado por el presentador.
- Declaraciones de un general "aliado" desde el frente saudí.
- Vídeo del Pentágono mostrando un ataque de un misil "inteligente" con cámara incorporada en la bomba.
- Parte de guerra de los comandantes norteamericanos ("la guerra continuará hasta la ofensiva terrestre...").
- Corresponsal de CBS en Arabia Saudí: una periodista uniformada y con casco, describe las virtudes del "carro de combate más moderno, rápido y preciso" del ejército norteamericano, y de los helicópteros Apache; presenta arengas militares, y acaba afirmando que "los tanques tienen prisa por llegar al lugar de la batalla", entresacando declaraciones de oficiales. (1'55")
- Dan Rather introduce las "últimas declaraciones del Pentágono en cuanto a la versión oficial de los progresos de la guerra". Con el discurso de un militar de alta graduación desde Estados Unidos se entremezclan declaraciones de aviadores e imágenes de avance de tropas y artillería. (1'45")
- Corresponsal de CBS en el Pentágono, como conclusión del bloque anterior. (15")
- Introduciendo al corresponsal en Arabia Saudí, Dan Rather dice: "Los misiles Patriot cuestan un millón de dólares cada uno, pero vamos a ver por qué consideran que el gasto merece la pena".
- Corresponsal en Arabia Saudí. Informa de ataques con misiles Scud, algunos de ellos interceptados.
- Descripción (con imágenes cedidas y declaraciones de oficiales) del sistema Patriot.
- Vuelta a Arabia Saudí. El corresponsal señala que "algunas divisiones están deseando entrar en batalla, pues llevan casi seis meses esperando..." — Declaración de un capitán en el frente: "En los últimos días la moral está muy alta. Estamos dispuestos a entrar, matar a algunos iraquíes y volver a casa".
- Declaración de un personaje civil (sin identificar): "Nadie odia a la guerra más que los militares..."
- Información sobre el rescate de un piloto norteamericano.
- Tres pantallas de texto con los resultados de un sondeo. Tres preguntas:

1) ¿La guerra va a terminar en pocas semanas?

20-1: 18%

17-1: 51%

2) ¿Estados Unidos tuvo razón en iniciar la guerra?

Negros: 47%

Blancos: 80%

3) ¿Tiene familiares en el golfo?

Negros: 23%

Blancos: 7%

(No se hace ningún comentario fuera de los propios datos).

- Finalmente, el presentador introduce "una manifestación pacifista, que además conmemora el asesinato de Martín Luther King". (12")

En el curso de este telediario, bien representativo del estilo de propaganda audiovisual empleado en la guerra, se entremezclan varios tipos de declaraciones convergentes, interrelacionadas y que se refuerzan unas a otras.

- a) Declaraciones oficiales, de militares y políticos.
- b) Exaltación del espíritu bélico mediante "valientes" declaraciones de los militares destacados en Arabia Saudí.
- c) Euforia tecnológica y armamentista
- d) Discurso patriótico de los familiares de soldados, presidido por las fotos de los pilotos capturados.

En un viaje marginal quedan, al final del informativo, una encuesta con preguntas y respuestas caprichosas, y una manifestación pacifista en Minneapolis, que sólo recibe 12 ó 13 segundos de atención. Naturalmente, como en el caso de la fugaz aparición de Saddam Husein (8") o de su encargado de negocios en Estados Unidos, ninguno de los manifestantes norteamericanos tiene derecho a voz en el informativo. Todos los militares pueden hablar, e incluso sus familiares, pero los demás civiles quedan completamente fuera del micrófono de CBS. Esos civiles se expresan a través de un sondeo aplicado a "867 adultos".

El informativo de CBS tiene un despliegue innecesario de corresponsales en Washington (Casa Blanca, Departamento de Estado, etc.). Al igual que en los programas de CNN, en "CBS News" se consigue crear así el simulacro de diferentes centros de poder actuando de común acuerdo, que se refuerzan entre sí por repetición de las mismas consignas. También sobran corresponsales entre los mandos militares y en el frente saudí. Pero no hay ningún corresponsal en Irak, ni información de ninguna agencia internacional o emisora sobre ese país. Irak sólo existe como blanco de las bombas de los

pilotos norteamericanos. Fuera de la propaganda de cifras, ha desaparecido como realidad física con entidad propia del mapa audiovisual de la guerra (23).

El ejemplo de CBS News" ilustra que el mensaje procedente de todas las fuentes consultadas es claro y unánime en su defensa de la política belicista. No hay matices ni desaveniencias, ni apenas diversidad de apreciaciones sobre cuestiones puntuales. Todos los entrevistados, soldados, familiares, voceros oficiales y expertos, están plenamente compenetrados con la aventura bélica, y como "el 80% de los blancos", participan moralmente en la contienda.

CNN - WAR IN THE GULF

Fuera de Estados Unidos, y a pesar de la escasez de fuentes, las rutinas productivas de la información audiovisual trabajaban a un ritmo enfebrecido. Había que dar siempre la última noticia, procediera de donde procediera y sin tiempo para constrastrarla. No se podía romper la ilusión de una guerra presenciada en directo, aunque fuera a costa de previsibles intoxicaciones.

La recuperación incesante por todas las televisiones del mundo del discurso informativo de CNN, con la consiguiente asimilación de sus enfoques y estrategias de mediación, y la simbiosis con sus modos de construcción del acontecimiento, determinaron un alto grado de homogeneidad mundial en la elaboración de las noticias. Todas las televisiones del mundo actuaron al ritmo de CNN, bajo la tensa espera de sus novedades las 24 horas del día. Más allá del filtro impuesto por la censura militar, este enfoque CNN fue el verdadero filtro a través del cual contemplábamos la guerra televisada, pues sirvió como referencia esencial para vertebrar los informativos de las demás emisoras (24).

En cuanto a sus principales fuentes de información, el programa especial "War in the Gulf" de CNN no se diferencia mucho de "CBS News". Muchos de los 24 puntos calientes supuestamente cubiertos por CNN son variaciones sobre un mismo centro geográfico (Washington) y sobre un mismo sujeto político (el Gobierno). Por las cámaras desfilan diariamente corresponsales ante el Pentágono, la Casa Blanca, el Congreso, Wall Street, el Ejército, el Departamento de Estado, etc. Algún espectador podría preguntarse: ¿Cuál es el verdadero "teatro de batalla"? Las imágenes indican obsesivamente que este centro geográfico está en Estados Unidos.

La programación de CNN se compuso básicamente de retazos de imágenes bélicas (preparativos, salida de aviones, lanzamiento de misiles); entrevistas a estrategias militares, presentación cartográfica de posibles escenarios de la guerra, pseudo-encuestas a personas irrelevantes a las que se inviste del rol simbólico de "opinión pública", y otros recursos que acompañaron

al flujo dominante de consignas de voceros oficiales. Todos estos ornamentos ocultaban la ausencia de imágenes de Irak. Desde el segundo día de guerra, tanto CNN como los demás canales internacionales intentaron suplir la falta de información por un sinfín de especulaciones triviales. La conjetura básica era “¿cuándo empezará la ofensiva terrestre?”, y en ello se devanarían los sesos ante las cámaras expertos en estudios estratégicos, militares retirados o en activo, políticos y periodistas.

Tras los primeros bombardeos, las imágenes de Bagdad que facilita CNN tienen mucho más parecido con una verbena de fuegos artificiales que con secuencias de destrucción infernal. Retomando estas imágenes, la prensa norteamericana se refiere a “las luces de un árbol de Navidad” para definir el efecto visual de los bombardeos. Los habitantes de la ciudad no existen (o apenas aparecen, parapetados en las terrazas tras baterías antiaéreas), y sólo se muestran imágenes nocturnas surcadas por las bengalas. No se ven heridos ni cadáveres por ningún lado.

El espectador tiene la impresión de asistir a una enorme estafa. Las emisoras se escudan esgrimiendo que no disponen de más información que la emitida por CNN, pero no cejan en su empeño de ofrecer informativos especiales “vacíos”. Es una guerra asombrosamente “limpia”, blanqueada (cleared) por la censura oficial y por la autocensura de los elegidos que pueden cubrirla; hasta el primer ataque de Irak a Tel Aviv, es cuando aparecen, por primera vez, algunas escenas de destrucción humana: heridos, camillas, edificios destruidos, hospitales, ambulancias.

La segunda noche de bombardeos se especularía durante horas sobre la posibilidad de que los misiles lanzados por Irak sobre Israel tuviesen o no cargas químicas. En este sentido, CNN también marcaría la pauta más dramática y grotesca, contagiando a las demás televisiones (25).

Este montaje consiguió crear un clima de “respuesta terrorífica iraquí” proporcional a la monstruosidad atribuida al adversario en la propaganda prebélica. Ante la opinión pública, el sensacionalismo alentado por estas imágenes servía para compensar las remotas cifras de “daños colaterales” que llegaban desde el principal campo de batalla.

A comienzos de febrero algunos periódicos empiezan a reproducir imágenes de niños heridos, suministradas por la televisión jordana o la televisión iraquí. CNN, la única emisora occidental presente en Bagdad, aún no dispone de esta clase de imágenes, o al menos no las tiene para consumo masivo. Finalmente, tras el ataque del refugio civil de Bagdad, CNN emitirá imágenes terribles, pero no menos terribles serían las difundidas por CBS y TVE. Ya se había levantado en parte el cerco informativo en torno a Irak, y las imágenes de CNN eran una respuesta lógica a la competencia.

EXCLUSION DE EMISORAS Y CLAUDICACION INFORMATIVA

Alguna vez se habrán de extraer las consecuencias de esta guerra respecto del actual sistema mundial de telecomunicaciones en situaciones críticas, no sólo como arma de sabotaje al enemigo, sino en función de su papel angular en la emisión de propaganda bélica. La guerra contra Irak acabó de poner en evidencia el resultado práctico de un sistema de comunicaciones controlado por oligopolios muy vinculados al poder político y económico transnacional. Pero además, estos mismos oligopolios, supuestamente librados a la suerte del mercado, tienen otro vínculo de dependencia cada vez más crucial: la del sector de telecomunicaciones, en manos de grandes corporaciones industriales —el clásico complejo militar-industrial, ahora más centralizado que nunca—, que actúan como instrumentos “diplomáticos” del Pentágono así en la paz como en la guerra.

El hecho de que CNN tuviese durante algunas semanas el monopolio de las telecomunicaciones de todo el mundo con Bagdad no se debió a una torpeza del gobierno de Irak, como se dijo machaconamente. CNN admitió por fin que el Ministerio de Información iraquí no puso impedimentos para que permaneciesen cuantos periodistas quisieran reflejar la tragedia (26). Pero aunque las demás televisiones occidentales no hubiesen abandonado Bagdad tras los primeros bombardeos, probablemente tampoco hubieran dispuesto de ninguna posibilidad de emitir desde allí, puesto que hasta los contactos telefónicos con las embajadas de Irak estaban interrumpidos. (Sí, en cambio, hubieran podido filmar los bombardeos y sus consecuencias reales para emitirlos más tarde, lo que en general tampoco se hizo).

No obstante, el equipo de conexión al satélite utilizado por CNN no es más que una modesta antena parabólica portátil para uso telefónico, disponible en el mercado a un costo bastante asequible para cualquier emisora de televisión. ¿Por qué CNN pudo hacerlo y no las televisiones europeas? ¿Por qué las televisiones españolas, a través de EFE-TV, disponían de este equipamiento en Amán y no en Bagdad o en alguna otra ciudad de Irak? ¿Por qué la Cing francesa, que tenía una parabólica similar a la de CNN en Bagdad y un equipo de siete periodistas decididos a permanecer allí, no consiguió contactar con ellos telefónicamente? Las restricciones de la censura eran mucho más rígidas en el frente saudí que en el interior de Irak, según reconocieron luego los corresponsales. Al parecer los iraquíes no creían que la guerra estallase, y no habían previsto un aparato censor como el occidental. ¿Por qué, entonces, desaparecieron como por arte de magia los corresponsales televisivos de Irak? Estas preguntas aún continúan cubiertas

por un manto de silencio, y quedarán en la trastienda de la industria audiovisual mientras los directivos de las televisiones privadas y públicas europeas las esquiven insistentemente.

Pero puesto que era falsa la información que atribuía a CNN el monopolio de las comunicaciones por decisión del gobierno de Irak, podría aventurarse que la retirada de corresponsales de otros medios audiovisuales obedeció a un pacto político, en parte implícito, entre los estados mayores occidentales. En todo caso, el control militar de las telecomunicaciones por parte de Estados Unidos hubiera cerrado las puertas a cualquier intento de incumplir ese pacto de desinformación, ya que era una pieza vital para el éxito de la propaganda bélica en el frente interior e internacional.

La presencia exclusiva de CNN en Bagdad convirtió a esta cadena en principal fuente de información, durante todo el conflicto y a mucha distancia de otras fuentes convencionales, de las mayores televisiones públicas y privadas de todo el mundo. Estas perdieron la iniciativa y se dejaron avasallar por la retórica de la "superioridad tecnológica", que en realidad encubría una imposición política. Durante los primeros días de la guerra, CNN se adueñó de hecho de las pantallas de televisión de toda Europa. Los tres canales de la RAI italiana conectaban casi continuamente con CNN, al igual que los seis canales franceses, la TVE española y TV3 (así como otras emisoras regionales), y hasta la ITV británica. En general, sólo la BBC quedaba fuera de este juego, omitiendo también cualquier imagen o información directa procedente de Irak, y centrando sus informativos de mayor audiencia en el frente saudí y en el escenario diplomático y geoestratégico (27). Quizás con esta única excepción, todas las emisoras de televisión europeas cayeron bajo la órbita de CNN.

La gran victoria de CNN sobre la televisión europea se debió tan sólo a su control de las telecomunicaciones. Incidieron también una eficaz campaña publicitaria, que sirvió para legitimar y dar mayor protagonismo a ese medio, y el privilegio de poseer una información de primera mano sobre lo que ocurría en Washington. Pero CNN no sobresalió precisamente por su despliegue en Irak. Muchas emisoras tenían el primer día corresponsales en Bagdad, y transmitían sus crónicas por las mismas vías, hasta que se dañaron los centros de telecomunicación. En España, tanto TVE como TV3 y otras emisoras recibieron crónicas telefónicas en directo de sus corresponsales durante la primera noche, no sólo desde Bagdad, sino de todo Oriente Medio y de varias capitales occidentales. Incluso algunas emisoras (incluida TVE) mostraron la primera noche una mayor variedad de fuentes propias que CNN, al menos si descontamos los voceros oficiales que repetían un mismo mensaje de propaganda. En total, el despliegue de emisoras españolas a Jordania fue uno de los esfuerzos más importantes del mundo, con siete emisoras de televisión

pública (estatal y autonómicas) y tres privadas (28). Curiosamente, tras la instintiva reacción inicial, todas estas emisoras perdieron la iniciativa y se dejaron envolver por el paraguas informativo anglófono, pasando a retransmitir en cadena universal" los productos informativos norteamericanos (CNN, CBS, ABC...) y británicos (BBC).

LEGITIMACION DEL SISTEMA DE PROPAGANDA

El trabajo de CNN recibió miles de elogios desde casi todos los grandes medios de comunicación. Sin embargo, CNN puso delante de nuestros ojos las primeras imágenes de la gestación y gestión política del conflicto, pero no imágenes del conflicto. A pesar de esta grave limitación, por una especie de acuerdo implícito con las televisiones de otros países —y en particular con las europeas— CNN consiguió, por primera vez en la historia de la televisión, una virtual "transmisión en cadena" universal, o al menos comprensiva de numerosos países occidentales. Esta vía autorreferencial y de presunto "nexo tecnológico", más que la pobre calidad de su trabajo real, permitió a CNN revalorizar su imagen de marcha incluso entre los profesionales de la información.

El papel supuestamente crucial de CNN fue elogiado en España por periodistas de emisoras públicas y privadas que cubrían la información del conflicto, así como por la prensa diaria "de referencia" y los semanarios de información. Y una actitud igualmente reverencial se apreció en el resto de Europa. En todas partes se destacó ampliamente la existencia del fenómeno CNN correlativo a las nuevas formas de guerra electrónica e informativa, pero se desfiguró el sentido real de esta función. Por ejemplo, El País dedicó varias páginas a ensalzar esta cobertura y la figura de super-star de Ted Turner (17 y 18-1-1991), así como un editorial que sobreestima la supuesta "imparcialidad de las cámaras" y concluye: "Chapeau a la CNN" (29).

En otra página de la misma edición de El País se presenta a Ted Turner como "El visionario que creó CNN, la televisión global", y como "uno de los protagonistas estelares de la guerra del Golfo", todo ello ilustrado con su foto junto a la de Jane Fonda. De este modo, "la primera persona capaz de alcanzar las ideas de McLuhan" aparece dotada de un aureola pública enternecedora, en pleno apogeo de su compromiso con los intereses belicistas de Washington. Posteriormente, en un reportaje especial publicado a doble página, un corresponsal de El País dice: "CNN vive con la guerra del Golfo su momento más espectacular y famoso, con una credibilidad sin precedentes en ningún otro medio de comunicación" (30).

También los semanarios de información general se hacen eco del coro de comparsas, erigiendo a CNN en un nuevo símbolo del star system norteamericano. La revista *Interviú*, del grupo Zeta, que no desperdiciaría la ocasión de espectacularizar la fase previa a la guerra (31), publica un extenso reportaje (N°769, 4-2-91) titulado "Ted Turner se corona, con la CNN, rey de la comunicación mundial", aunque anunciado en portada con un matiz bien distinto: "Así es la CNN, la televisión del novio del Jane Fonda". La ensalada de géneros es completa: del rosa vulgar, tipo "dos veces divorciado, tiene 52 años y es novio de Jane Fonda", al didactismo técnico sobre el funcionamiento del sistema de comunicaciones de CNN. El objetivo del artículo es resaltar la imparcialidad de las informaciones de la emisora, supuestamente elogiada por Husein, y al mismo tiempo desvincular la figura de Turner ("El hombre más ambicioso de América", según la revista *Time*) del poder político norteamericano. Ligado a la "guapa [actriz] cincuentona", conocida por su "espíritu contestatario" y por haber sido "una de las dirigentes de las marchas contra la guerra de Vietnam", el presidente de CNN, "el amo de la información mundial", adquiere un pulido barniz progresista y un talante de luchador en solitario (32).

La legitimación periodística del papel de CNN se inició, sospechosamente, mucho antes de estallar la guerra. Poco después de la ocupación de Kuwait, CNN ya disponía de 80 personas cubriendo permanentemente la situación creada en el golfo, a la que dedicaba el 85% de su programación internacional. En septiembre de 1990, el semanario francés *L'Express* publicaba un artículo en el que ya aparecían los lemas de toda esta campaña de imagen. Se anunciaba que la cobertura de CNN empezaba a ser, ya entonces, "seriamente controvertida" en algunos medios políticos, principalmente desde el 23 de agosto, cuando CNN emite una breve aparición de Sadam Husein (sonriente y acariciando temerosos niños occidentales). Ya se esgrimía también el uso por parte de CNN de "imágenes de la televisión iraquí", y su "relación constante" con los dirigentes de Irak, para concluir con la consabida pregunta: "¿No le está haciendo CNN el juego a la propaganda de Sadam Husein?" (33).

Más preocupante aún resulta la disculpa sobre CNN (y en general sobre el manejo de la televisión comercial) que se hace desde publicaciones contrarias en principio a la guerra. Así por ejemplo, Serge Maury se pregunta si los periodistas de la prensa escrita, con la crítica a la televisión, ¿"no buscamos tomarnos nuestra revancha respecto de una tecnología subversiva que con demasiada frecuencia vuelve obsoleto nuestro maravilloso talento?". Probablemente, más valdría prevenirse de tanta euforia tecnocrática. Pero además, hay un largo trecho de aquí a concluir que "CNN, dirigida por un hombre

que no oculta sus opciones pacifistas, ha sido elegida por Sadam Husein para mediatizar y universalizar —por supuesto en inglés— su propio discurso” (34)

Ciertamente, como apunta el autor de esa nota, la mentira es una condición lógica y complementaria de la “subversión general de valores” propia de toda guerra. Pero sin un análisis paralelo de los mecanismos habituales de control de la información en nuestras sociedades, se corre el riesgo de idealizar el sistema de comunicaciones y de certificar su independencia en tiempos de paz. En efecto, este periodista concluye: “Lo que ilustra perfectamente el papel desempeñado por esta cadena de informaciones continuas, es la capacidad de una democracia liberal de gestionar sus contradicciones, no la implacable coherencia de su fuerza de choque propagandística. Paradójicamente, es CNN quien ha reintroducido el pluralismo en una lógica de guerra que la era poco propicia. En este sentido, la información televisada, aunque fuera a su pesar, ha sido quizá menos de sentido único que ciertos órganos de la prensa escrita” (35).

Como ejemplo de la supuesta neutralidad de CNN, se argumenta la emisión de las terribles imágenes del bombardeo del refugio civil en Bagdad. “Arnett es el primer autorizado a enviar sus imágenes. Gracias a él (¿o por su culpa?), todo el mundo es presa de emoción ante el sufrimiento de la población civil de Bagdad”. En realidad, como ya hemos señalado, a CNN no le quedaba entonces ninguna otra alternativa, pues tales imágenes también serían emitidas por otras televisiones occidentales que ya habían regresado a Irak.

Esta idea excusadora de CNN corroborada en España por análisis de expertos en medios audiovisuales, que aun criticando la desinformación general y la manipulación televisiva, invierten sin embargo el sentido del vector de propaganda bélica, atribuyendo a CNN excesivo papel de “portavoz en el mundo de la voz de Irak, que de ninguna otra forma se hubiera escuchado”. Así opina el profesor Mariano Cebrián, asumiendo implícitamente el dudoso argumento oficial sobre la salida de los demás medios internacionales por decisión del gobierno de Irak, y no por autoexclusión o exclusión “concertada”, como en realidad ocurrió (36).

Aunque con distintas matizaciones, en todo este afán legitimador existe una misma fascinación cultural por la eficacia técnica, que se confunde con garantía de pluralismo (estar en Irak es igual a informar desde la perspectiva del gobierno iraquí) y sirve como cobertura indirecta de la exclusión de otros medios (otros posibles portavoces de Irak), y por tanto, de todo un diseño de propaganda.

¿Por qué surgen todos estos argumentos favorables a CNN, cuando objetivamente apuntan a encumbrar a la competencia comercial de los medios que así se expresan? Obviamente no intentan favorecer a eventuales

competidores, sino apenas legitimar el modelo de comunicación verticalizado y transnacionalizado que hoy asumen todos los grupos informativos occidentales, y el papel pluralista que se atribuyen a sí mismos los trusts de la información. Si se impone el criterio de que CNN "ha reintroducido el pluralismo en una lógica de guerra que le era poco propicia", o se rubrica que en situaciones tan extremas la emisora norteamericana se convirtió en portavoz de Irak ante el mundo, o incluso se ignoran las relaciones entre el emisor y otras fuentes de poder —mediático, político y económico—, ¿quién podrá sospechar, sin duda maliciosamente, que estos grandes conglomerados actúan en realidad como vectores de un impresionante dispositivo de propaganda?

Esa pretensión ignora que en realidad los grandes medios de comunicación privados, especialmente los norteamericanos, tienen una función social que no es precisamente la de "permitir que el público efectúe un control significativo del proceso político, proporcionándole la información necesaria", sino otra de signo completamente opuesto, y que por definición excluye esa posibilidad. "El modelo de propaganda deja entrever que el 'propósito social' de los medios de comunicación es el de inculcar y defender el orden del día económico, social y político de los grupos privilegiados que domina el Estado y la sociedad del país". (37)

Los monopolios y oligopolios de comunicación instrumentan campañas belicistas como brazos ejecutores de políticas de Estado, reproduciendo y sacralizando el discurso de las macro-organizaciones (Gobierno, Ejército, ONU, CEE, UEO, OTAN...) en nombre del "interés nacional", o según la nueva retórica integradora, del "interés universal". La propaganda bélica, con todo su aparato censor, no es más que la implementación extrema de un sistema de colonización informativa que opera cotidianamente en las sociedades occidentales, y que en la guerra adquiere un carácter marcadamente totalitario.

Así, la naturaleza misma de los medios y la vacuidad del concepto de "pluralismo" en tiempos normales, en una sociedad de la información dominada a impulsos tecnológicos y sobre todo financieros, desmiente y ridiculiza la apología de CNN lanzada desde la prensa internacional. Los mandarines de la información se autojustifican y exculpan por razones de supervivencia.

En suma, y a pesar del terrible desprecio por la libertad de expresión que encierra el recurso a los pools militarizados, el tejido de las mentiras de la guerra se apoya sobre un sistema de comunicación que estructuralmente es un factor de propaganda. Dada la estructura comunicativa mundial, resultaba prácticamente innecesario persuadir a las grandes cadenas de televisión de que actuaran bajo las instrucciones del Pentágono. Las quejas puntuales (de informadores de CBS o contra el papel de CNN) apenas sirvieron para encubrir mejor esta obediencia política, asumida en recíproca complicidad. El

comportamiento de las emisoras de televisión norteamericanas no fue muy diferente del normal, pero todo el sistema de propaganda adquirió con la guerra una dimensión "universalizadora" —en realidad uniformadora a escala global—, que lejos de ser repetida por otros medios e informaciones, consiguió alinearlos mayoritariamente en su defensa, como prueba de su propia eficacia.

NOTAS

- (1) Como ex director de la CIA y perfecto conocedor del mayor imperio de desinformación y propaganda mundial (la USIA y otras agencias oficiales), el presidente norteamericano estaba en una posición inmejorable para abordar con éxito esta nueva modalidad de guerra informativa.
- (2) El caso del fotógrafo español Juanxu Rodríguez fue sin duda una contundente advertencia para cuantos periodistas soñasen con reflejar gráficamente, en el futuro, la limpieza del trabajo exterminador de las tropas "aliadas".
- (3) Con ejemplos tomados de los principales diarios, seminarios y cadenas de televisión, Chomsky y Herman demuestran que en la práctica "las definiciones de 'dignidad' o 'merecimiento' de los medios de comunicación de los Estados Unidos son sumamente políticas y se adecúan perfectamente a las expectativas de un modelo propagandístico" en tiempos normales. Los guardianes de la libertad, Crítica, Barcelona, 1990.
- (4) Entrevista con I. Ramonet, director de Le Monde Diplomatique. (El País, 15-3-91).
- (5) Arturo Pérez Reverte, corresponsal de TVE en Arabia Saudí, acusaría por ejemplo a la censura impuesta por el ejército norteamericano de las limitaciones de su trabajo. Fuera del papel de repetidor de noticias oficiales que se ve obligado a desempeñar como corresponsal en la zona, dice en un programa especial: "En 19 años que llevo de reportero, jamás encontré tantas dificultades para informar sobre un conflicto como las que estamos encontrando aquí en Arabia Saudí. Aquí los norteamericanos ejercen un control absoluto, férreo, un control descarado y sin rubor alguno sobre los periodistas... Sencillamente es su guerra, se trata de su guerra, y quieren que la contemos a su manera, o bien que no la contemos en absoluto". ("Tribunal Popular", TVE, 15-2-1991).
- (6) En realidad, además de Peter Arnett, de CNN, permaneció en Bagdad el periodista español Alfonso Rojo, corresponsal del diario El Mundo, a quien Arnett no permitió hacer uso de su sistema de comunicaciones durante los primeros días de bombardeo. Por otra parte, es significativa la aparente ausencia total de reporteros gráficos occidentales, incluidos los de las grandes agencias transnacionales, y de periodistas radiofónicos.
- (7) Recordemos algunos ejemplos bien conocidos: reacción instintiva de acaparar alimentos en España, Francia, Italia y otros países antes del 15 de enero, escasez de máscaras de gas en Austria, amenazas generalizadas de bombas en las escuelas belgas, incremento de consultas a psicólogos y pediatras sobre perturbaciones de la conducta infantil, terror a las consecuencias ecológicas de la guerra sobre todo el planeta, psicosis general de atentados, exacerbación de expresiones racistas, etc.
- (8) En España, anticipándose a las movilizaciones contra una guerra impopular, el gobierno envió al grupo Olé Olé a entretener con su música y vulgaridad a los marineros destacados en el Golfo (a los españoles, pero también a los norteamericanos y argentinos, entre otros). El verdadero espectáculo, desde el punto de vista de la propaganda bélica, se alcanzó con la retransmisión en directo de la actuación en fechas

navideñas. Ello sirvió para tejer una artificiosa atmósfera de "normalidad" en torno al despliegue de barcos de guerra tripulados por jóvenes españoles en un momento socialmente crítico.

- (9) Datos de Cees Hamelink. Voces y Culturas, Nº 2, Barcelona, 1991. Esta cifra de negocios no necesariamente incluye la de filiales participadas como CNN, que superó los 1.900 millones de dólares durante 1986 (ver N. Chomsky, E.S. Herman: Ob. cit.). El otro grupo que encabeza la clasificación de compañías mundiales de medios de comunicación en 1989, según los datos de Hamelink, es el alemán Bertelsmann (7.900 millones de dólares). Por debajo figuran los grupos News Corporation (Murdoch, 6.400 millones de dólares) y Paramount Communication (5.900 millones de dólares), y poco después las demás cadenas norteamericanas. En este ranking no se incluye al consorcio General Electric- RCA-NBC, puesto que este grupo, pese a su importancia en televisión, no obtiene la mayoría de sus ingresos del sector de comunicación e industrias culturales.
- (10) Time, 4-2-1991
- (11) La entrada del consorcio Time en el capital de la Turner Broadcasting System (TBS, la empresa matriz de CNN) data de los últimos años, pero fue anterior a la compra de la productora Warner de Hollywood: "En 1987 un solo consorcio, formado por Time, TCI y TBS (Turner), controla por sí solo más del 60 por ciento de las redes [norteamericanas] de teledistribución, así como los principales centros de producción de TV por cable (HBO) y la primera compañía privada de TV vía satélite, que ya emite por varios canales y en distintos idiomas a todo el mundo (CNN)". E. Giordano, C. Zeller: Europa en el juego de la comunicación global. Monopolios y control de la información. Fundesco, Madrid, 1988. Sobre las relaciones de CNN con Time y otros consorcios transnacionales de comunicación, ver en particular los capítulos sobre la concentración de la prensa en Estados Unidos (pp. 57-79) y sobre la conformación del monopolio norteamericano de televisión vía satélite (pp. 181-191).
- (12) Antes de dar entrada a Time en su capital, el grupo Turner funcionó como actor especulativo en la lucha por el control del audiovisual norteamericano. Chomsky y Herman señalan que en 1985 la cadena "CBS incrementó su deuda en más o menos 1.000 millones de dólares [...] con el objeto de repeler una tentativa de adquisición de Ted Turner". Posteriormente, en 1987, Turner consigue hacerse con el fondo cinematográfico de una de las grandes productoras de Hollywood, la Metro, endeudándose por encima de sus posibilidades en 1.500 millones de dólares. Esta maniobra conduce al desembarco de otros grandes grupos de teledistribución en TBS-CNN, como TCI (un monopolio de redes regionales de televisión por cable), y finalmente el grupo Time, que adquiere el 37% del capital de la compañía de Turner, una participación que puede considerarse de control. Completando su extensión monopólica a otras ramas de la industria cultural y del espectáculo, Time-Warner participó en 1990 en la compra de los fondos cinematográficos de otras productoras de Hollywood, como la Metro y la United Artist (ya fusionadas como MGM/UA), aportando la mitad del capital (650 millones de dólares), en sociedad con el consorcio financiero y audiovisual Pathé-Interpart (Parretti). [Financial Times, 24-10-1990] En esas fechas prebélicas, el poder audiovisual del TBS/CNN se ve acrecentado como consecuencia de las negociaciones Time-Pathé sobre la productora cinematográfica MGM/UA. Por este acuerdo, Parretti cede a la compañía dirigida por Turner la licencia para televisiones anglófonas sobre cerca de mil películas de la Metro, con destino a la futura super-emisora de televisión por cable TNT. Previamente, Turner había adquirido los derechos de emisión de otras mil películas de la productora Columbia, tanto para el nuevo canal anglófono TNT como para su versión sudamericana TNT South. [The Wall

Street Journal, 22-10-1990] Por otra parte, señalemos que el grupo Turner también es propietario de otros canales de televisión vía satélite, emisoras de radio y agencias de publicidad, clubes de basket y béisbol, y de un gran centro comercial en Atlanta de un millón de metros cuadrados (con cadenas de restaurantes, salas de cine, hoteles, etc.).

- (13) TVE, 9-2-91.
- (14) "Ainsi font les pools". L'Evenement du xxxxx. París, 21/27-2-91.
- (15) Este fue el caso del equipo de CBS dirigido por Bob Simons, que acabó perdido "en algún lugar del desierto" (según el Pentágono) por no someterse a la disciplina de los pools. Antes de desaparecer, Simons había declarado: "El único problema de las escoltas es que son los militares quienes deciden dónde debes rodar... Es imposible pensar que un militar pueda llevar a un periodista a un lugar donde los marines queman un campamento, como ocurrió en Vietnam, ni que le permita filmar a esos niños que corrían desnudos después de que la aviación norteamericana bombardeara la zona con napalm."
- (16) La agencia francesa AFP inició en enero procedimiento judicial contra el Pentágono por ser excluida de los medios que tenían acceso a la información del Departamento de Defensa norteamericano.
- (17) "Ainsi font les pools." Ob. cit.
- (18) "Libres para contar lo que nos dicen". Robert Fisk, corresponsal de The Independent. Reproducido en castellano por El País, 7-2-1990. Este periodista califica de humillante y servil la actitud de muchos corresponsales, y no le faltan motivos para hacerlo. Concretamente acusa a un reportero de la cadena norteamericana NBC —controlada por General Electric— de denunciarlo a él ante los marines para que no pudiese presenciar la batalla de Jafyi, por no pertenecer al pool.
- (19) El País, 21-1-1991.
- (20) El principal flujo de información escrita hacia la televisión española procedió de las agencias transnacionales Reuter, AFP y EFE, aunque también se citaron partes de la agencia iraní IRNA.
- (21) Serge Halimi. "Des médias en tenue camouflé." Le Monde Diplomatique, Marzo 1991.
- (22) Y sin embargo, finalizada la guerra, el general Merrill McPeak, jefe del Estado Mayor de la Fuerza Aérea norteamericana, reconoció ante la prensa que las bombas "inteligentes" representaron una ínfima proporción del poder explosivo arrojado sobre Irak, apenas un 7% (6.250 de las 88.500 toneladas arrojadas en poco más de 40 días). El País/TWP, 20-3-1991. Asimismo, el mando norteamericano valoró el "índice precisión" del armamento convencional empleado (bombarderos B-52, etc.) en apenas un 25%. Estas cifras, que suponemos bastante optimistas, nos permiten concluir que aproximadamente 61.500 toneladas de bombas cayeron fuera de objetivos militares.
- (23) Asimismo, también desaparecen de la pantalla las masas árabes. Según un experto consultado en otra emisión del programa, esas gentes no muestran "ninguna gratitud hacia Estados Unidos" ("CBS News", 8-2-1991). Por otra parte, tras las primeras imágenes de víctimas iraquíes que aparecen en los informativos de CBS, después de la tercera semana de guerra, Dan Rather da entrada a un corresponsal del diario británico Times (del grupo Murdoch) en Medio Oriente. Este argumenta que Irak escondió los tanques entre las palmeras de las zonas residenciales, "lo que haría reconsiderar la decisión aliada de no atacar a la población civil" ("CBS News", 8-2-1991). Esta clase de manipulación burda aparece en otros telediarios de CBS. Tras dos semanas de guerra, se introduce un injerto informativo entre las imágenes enviadas desde Arabia Saudí, según el cual "palestinos de la OLP" eran amenazados con ametralladoras por guardias iraquíes para avanzar y tomar posiciones en la frontera con Arabia Saudí ("CBS News", 31-1-1991).

- (24) No es la primera vez que CNN ofrece sus servicios "diplomáticos" al gobierno norteamericano en situaciones de crisis. Durante la invasión de Panamá, la cadena norteamericana vía satélite aseguró que la decisión de rodear la Nunciatura (donde se alojaba Noriega) por parte del ejército norteamericano se hizo a pedido del nuncio papal Sebastián Laboa, lo que fue desmentido por él mismo. En tiempos de paz, los servicios informativos y no menos diplomáticos de CNN colaboran también en campañas de imagen de mandatarios en momentos delicados. Por ejemplo en Argentina, poco antes de la guerra del Golfo, CNN transmitió a todo el mundo un emotivo saludo navideño del presidente Carlos Menem, por supuesto deseando la paz, coincidente con la firma del indulto para los dictadores genocidas, y tras el envío de algunos barcos al golfo Pérsico.
- (25) Se sucedieron informaciones contradictorias, tanto en la televisión como en la radio. Además de las imágenes sensacionalistas de CNN, a TVE llegaban cables de una agencia (AFP) e informes de un canal vía satélite (?) afirmando que ya había intoxicados por armas químicas, aunque luego se rectifica esta información (incluso con boletines de la misma agencia anulando los anteriores). Entretanto en la radio española, el corresponsal de la cadena Ser, que emitía en directo desde Jerusalén, tras contrastar con varias fuentes militares y confirmar que se trataba de misiles convencionales, vuelve a insinuar —esta vez sin citar fuentes— que el ataque había sido químico, y presume la existencia de intoxicaciones en los hospitales. Hasta bien entrada la mañana no se aclararía definitivamente que el ataque iraquí fue con armas convencionales. Esta larga especulación intoxicadora, enmarcada en la truculenta descripción de los efectos de esas armas, y en el escenario montado por CNN sobre el uso de las máscaras, se sucedió varias veces durante posteriores ataques de misiles iraquíes contra Israel.
- (26) Incluso Televisión Española admitiría, después de 40 horas de bombardeos, que "el gobierno iraquí ha mantenido abiertas las comunicaciones vía satélite para facilitar a las televisiones extranjeras su trabajo informativo desde Bagdad". TVE, 18-1-1991.
- (27) La BBC también fue un eficaz instrumento de propaganda bélica. Un ejemplo es el informativo nocturno del 5-2-1991, en donde se exalta la figura del comandante de las tropas norteamericanas en términos apologeticos: un hombre "amante de la ópera", de "personalidad carismática" y que siempre predica la paz; un hombre que sólo bombardea objetivos militares, que tiene "capacidad para intimidar a su público, pero también para encantarle", y que expresa ante las cámaras su deseo de "ser tan sensible y tan humano como sea posible", y su deseo de "limitar los daños civiles".
- (28) A nivel estatal TVE y EFE-TV (que suministraba a todas la conexión desde Amán Vía antena parabólica); como emisoras autonómicas TV3, Tele-Madrid, Canal Sur, Canal 9 (Valencia) y TVG; y como emisoras privadas Antena 3, Canal Plus y Tele 5.
- (29) Aunque se admita que CNN es de hecho "un arma más", se aventura que su sola presencia "habría contribuido a cambiar la óptica de la guerra y, tal vez, a impedir la deshumanización de sus consecuencias". Curiosa inclusión, tras presumir que la óptica de CNN sólo puede ser la de quien emplea ese "arma más", es decir la del gobierno norteamericano.
- (30) "La 'aldea global', desde Atlanta", 27-1-91
- (31) Desde el envío de los primeros buques a Medio Oriente, Interviu se ofrece gratuitamente a todos los marineros españoles y crea una sección de cartas de los familiares. También recaba el apoyo de diversas empresas para ofrecerles una "cesta navideña" (compuesta de películas, ropa deportiva, cámaras de fotos, etc.), y envía a una de sus chicas a repartir los regalos.
- (32) Y no porque el reportaje pretenda ser malintencionado; su efecto surge más bien por las fuentes disponibles, los titulares y destacados, el sonriente despliegue fotográfico,

y sobre todo, por la oportunidad de su publicación. Por otra parte, señalemos que a continuación aparece, en ese mismo número de *Interviú*, un significativo reportaje a los padres (valencianos) de un piloto hispano-norteamericano destinado a bombardear Irak, titulado: "Estamos orgullosos de que nuestro hijo defienda la democracia en el Golfo". En medio del anecdótico de rigor y los episodios más o menos sensibleros, los familiares argumentan que "Husein es un loco y hay que pararle los pies", sin cuestionarse nada más sobre la guerra.

- (33) *L'Express*, 21-9-1990
- (34) "Procés de la télévision ou crise de l'information". *L'Événement du Jeudi*. París, 21/27-2-91.
- (35) Ob. cit. Este argumento impregna todo el dossier central del semanario francés sobre la desinformación en esta guerra (23 páginas). En otro artículo del mismo número, firmado por el enviado especial en Washington, se idealiza el papel de Peter Arnett, "el muy controvertido corresponsal de CNN en Bagdad", y se recuerdan las imputaciones de voceros de la Casa Blanca en las que se lo acusa de hacer el juego a Sadam Husein ("Etats-Unis: haro sur CNN". Patrice Piquard). El autor recuerda que el senador republicano Alan Simpson, amigo personal de Bush, acusó en su día a Arnett de "colaboracionista", basándose en su historia familiar y en sus "reportajes antigubernamentales durante la guerra de Vietnam". Así, los verdaderos intereses de CNN se ocultan bajo las descalificaciones personalizadas de la derecha norteamericana, en lo que parece formar parte de una misma campaña de imagen favorable a la emisora.
- (36) "La guerra de la desinformación". Despiece de un reportaje publicado en *Periodistas*. Madrid, febrero de 1991. Mariano Cebrián dice asimismo: "Tal como está planteada la guerra, la CNN es un medio que ha quedado ahí como una posibilidad de lanzamiento de mensajes y datos que le interesa difundir a Irak". Esto es rigurosamente cierto ante la política de hechos consumados de Washington, pero resulta cuando menos arbitrario sin un análisis completo del cerco informativo que paralelamente se impuso sobre Irak.
- (37) N. Chomsky, E. Herman. Ob. cit.

COMUNICACION

**ESTUDIOS VENEZOLANOS DE COMUNICACION
PERSPECTIVA CRITICA Y ALTERNATIVA
Integrante de la Red Iberoamericana de
Revistas de Comunicación y Cultura**

LOS DELITOS DE EXPRESION Y LA PROTECCION DEL DERECHO DESDE LA VERTIENTE ETICA

Argenis Daza

1. En el Ordenamiento Jurídico Penal de Venezuela no existe una definición de delito ni de hecho punible. El artículo 1 del Código Penal sólo establece que los hechos punibles se dividen en delitos y faltas, mientras el artículo 61 dice que éstos pueden ser originados por acciones u omisiones a las que la ley les asigna tal carácter. A partir de ambas, el autor Grisanti entiende por hechos punibles "las acciones o omisiones previstas por la ley y castigadas por ella con una pena" (1). La doctrina ha tratado de definir el delito desde diferentes perspectivas. La Escuela Clásica dirigió sus esfuerzos hacia una definición universitaria, cuya validez sea posible en todo tiempo y lugar. Es una noción filosófica del delito, que si bien fuera deseable, omite la circunstancia de la diversidad cultural, política e ideológica de las distintas sociedades, sus transformaciones constantes, los procesos de cambio que les son característicos.

Los valores sociales han sufrido con el transcurso del tiempo profundas alteraciones, variaciones radicales de una sociedad a otra, de una cultura a otra y tales recurrencias inciden en el derecho como regulador de las relaciones humanas, en la realización del valor justicia y en los medios para ejercerlo y para violarlo. Actos que en la antigüedad no constituían delitos, hoy día son tipificados como delictuales, mientras que otras prácticas como la hechicería en la Edad Media o la no creencia en determinados rituales, eran severamente castigados, y en la actualidad muy difícil resulta considerarlas delictivas.

Existe la imposibilidad de establecer un concepto válido para todo lugar y todo tiempo. Resulta inapropiado reducirlo a "la violación de un deber jurídico, de un derecho subjetivo o la negación de un derecho subjetivo". (2)

Se ha tratado también de abordar la definición desde presupuestos sociológicos, escrudiñando los sentimientos, las entidades psicológicas, las

motivaciones prescindiendo el examen de los hechos. Pero estos tienen un carácter social, son sentimientos dominantes de las sociedades con tendencia a desarrollar los procesos adaptativos del individuo. El interés colectivo genera un cuadro de valores cuya aceptación es fundamento de la armonía social y su transgresión es estimada como conducta delictiva. A estas razones obedece el concepto esbozado por Garófalo: "la violación de los sentimientos altruistas fundamentales de piedad y probidad en la medida en que tales sentimientos se encuentren en la sociedad civil y por tanto, en la medida en que son necesarios para la adaptación del individuo a la colectividad". (3) Entre las múltiples críticas que se le pueden formular al concepto sociológico de delito, hay una fundamental: no toda violación de sentimientos de piedad y probidad constituyen delito si la ley no la tipifica y consecuentemente no puede aplicarse ninguna pena. Admitir la situación contraria sería violentar un principio básico del Derecho Penal, el principio de la legalidad de los delitos y las penas: *Nullum crimen, nulla poena sine lege*. El Estado establece un conjunto de preceptos, normas que describen las conductas tipificadas como delitos y las penas aplicables cuando se transgreden, es una facultad exclusiva de él. El Código Penal venezolano acoge el principio y lo desarrolla en dos garantías, la garantía criminal y la garantía penal:

Art. 1. Nadie podrá ser castigado por un hecho que no tuviere expresamente previsto como punible por la Ley, ni con penas que ella no hubiere establecido previamente. (4) Es decir, para que una conducta se califique como delito, es necesario la existencia previa de la Ley Penal; si esta no existe, si no se tipifican ciertos actos como delictivos nadie puede ser sancionado penalmente por ellos, tal es el principio consagrado por la garantía criminal. Si están previstos como delitos la sanción aplicable es la establecida con anterioridad por la Ley Penal, en base a la garantía penal. No se puede crear una ley para aplicarla a hechos cumplidos. No se puede crear para aplicar caprichosamente una sanción distinta a las previstas en la Ley.

Frente a las observaciones anteriores se ha desarrollado el concepto jurídico de delito, el cual conduce a considerarlo como "un acto típicamente antijurídico, culpable e imputable a un hombre y castigado por una pena, más ampliamente con una sanción penal" (5). En igual sentido, pero con una clara afectación valorativa, es el criterio sostenido por Bello Rengifo: "Delito es toda acción u omisión típicamente antijurídica y culpable que afecta los bienes estimados por la comunidad necesarios para su existencia, sancionada con una pena que ha de ser proporcional al interés afectado". (6)

El Libro Segundo del Código Penal consagra las diversas especies de delitos; delitos contra la independencia y seguridad de la Nación; delitos contra la libertad; delitos contra la cosa pública; delitos contra la administración de justicia; delitos contra el orden público; delitos contra la conservación de los

tratamiento orgánico o sistemático de ellas, pero si parece claro que su origen está en la escritura, la palabra oral, las imágenes, gráficos o cualquier tipo de comunicación. El pensamiento libremente expresado algunas veces traduce con exactitud lo que se quiere decir, la intención de quien lo formula con dominio cabal del lenguaje utilizado, pero en varias ocasiones el significado de la expresión es más amplio, se le da otra connotación o no refleja la intención verdadera del sujeto. Referidas al ámbito penal, plantean precisar el sentido de las manifestaciones provenientes del individuo, indagar sobre el componente psicológico de ellas, valorarlas. Sólo así es posible apreciar su carácter delictivo o no. Para Beling "existen numerosos delitos, sobre todo delitos cometidos por medio de la palabra, que desde el punto de vista típico exigen una valoración, de modo que una acción es típica sólo si tiene un sentido determinado (Delitos de Valoración)". (8)

La interpretación está referida a la manifestación no a la Ley. Algunos delitos cometidos mediante manifestaciones del pensamiento han adquirido mayor significación con el desarrollo de los medios de comunicación y la cultura en general. Kern, a partir de sus estudios acerca de la injuria, entendida como delito de sentido, que requiere ser considerado casuísticamente, sugiere "Introducir en el derecho penal una teoría de la interpretación mediante la cual se abordarían a aquellos delitos cometidos mediante manifestaciones del pensamiento y que requieren una interpretación o explicación". (9)

La persona en su vida diaria produce múltiples manifestaciones exteriorizadas con palabras escritas, habladas, signos, imágenes, ilustraciones. Es decir, la manifestación es una noción más amplia que la palabra y no necesariamente está dirigida al conocimiento o la percepción de un tercero. En los delitos de difamación e injuria se requiere la percepción por terceros para configurar el delito. Es imprescindible la comunicación con varias personas mediante palabras habladas, documentos, escritos, dibujos o cualquier otro medio de publicidad.

La manifestación dirigida a ser comprendida por otro debe tener contenido intelectual y esto es lo que le va a dar relevancia jurídica. Una expresión de dolor o placer refleja determinados estados de ánimo sin consecuencias para el derecho. Pero el contenido no es manifestación misma, es algo distinto. Tampoco "Los medios de la manifestación (las palabras habladas o escritas o los ademanes) no crean directamente el contenido, sino que sólo constituye la forma de la cual debe deducirse el contenido de la manifestación" (10). Muchos contenidos no concuerdan con sus manifestaciones y en algunos casos son contrarios al sentido lógico o literal de las palabras o tienen variados significados según las circunstancias cuando se

produzcan.

Los delitos cometidos mediante la utilización de palabras, signos e imágenes a través de cualquier medio de comunicación social suelen relacionarse a menudo con la libertad de expresión y configura una larga historia el antagonismo entre libertad y delito. La ausencia de la primera induce al control previo de la manifestación, a la censura previa. Establece cortapisa a la expresión libre del pensamiento y las opiniones. No es que evita la comisión del delito, pues si la norma penal es de carácter cultural, la violabilidad es de su esencia y dados los supuestos considerados delictuales, su vulnerabilidad genera la posibilidad de la coerción. La tipificación de delitos en la Ley no es incompatible con la Libertad de Expresión ni con la protección a los derechos de las personas. Es decir, "no significa la libertad de prensa, ni la interpretación que el Poder Judicial ha dado a la misma en todos los países, la impunidad para ejecutar delitos por medio de la prensa. Los delitos que se cometen por la prensa son: el desacato contra las autoridades, la injuria contra las personas, la calumnia o la incitación a la rebelión. Pero en todo caso, delitos que se cometen por la prensa y que deben ser castigados como delitos, y no prevenirlos en forma de censura previa o coartar la libertad con permisos, reglamentaciones, patentes o licencias". (11)

Los límites y restricciones tratan de impedir los excesos, el ejercicio abusivo que desnaturalizaría la esencia del derecho tenido como fundamental. Pero es necesario que la transgresión se produzca, que ocurra y que efectivamente esté prevista como delito, con lo cual se descarta el examen a priori de lo que se va a expresar. El orden social, los valores determinantes en cualquier sociedad histórica, el disenso y el conflicto requieren pautas que definan el ámbito dentro del cual el conglomerado pueda realizar su existencia en un marco de convivencia. La libertad y restricción operan dentro de él, tal como dice Blackstone en *Commentaries on the laws of England*: "la libertad de prensa, propiamente entendida, es esencial a la naturaleza de un estado Libre y consiste en no establecer una censura previa de las publicaciones, pero sin exceptuarlas de la aplicación de las Leyes criminales después de hecha la publicación. Todo hombre libre tiene un derecho incuestionable a exponer ante el público los sentimientos que le agraden. Pero si publica lo que es impropio, dañino o ilegal, debe sufrir las consecuencias de su propia temeridad. De esta manera la voluntad de los individuos queda en libertad y solamente se castigan los abusos". (12)

En Venezuela existieron leyes de imprenta, pero una vez derogadas no volvieron a promulgarse instrumentos de esta naturaleza que regulen la libertad de expresión y todo intento por instaurarlos ha encontrado recia oposición de los gremios, de las asociaciones, de las individualidades. La Asociación

Venezolana de Periodistas (hoy Colegio Nacional de Periodistas), constituida en Agosto de 1941, desde el principio se propuso luchar por preservar la más amplia libertad de prensa e información. El 19 de mayo de 1942 dictó un Acuerdo donde se oponía al Proyecto del Dr. Tulio Chiossone sobre una ley de Prensa, con intenciones de controlar la actividad periodística. El acuerdo fijó la posición institucional:

“aún en el caso de que órganos de prensa lleguen a ser injustas o excepcionalmente apasionadas o sectarios en sus juicios o censuras, debe respetárseles, pues mucho más peligroso que los abusos al escribir sería ponerle trabas a la libertad de expresión. Por otra parte está que quien miente o exagera por sistema, termina por desacreditarse y, lejos de causar algún daño, no consigue otra cosa atraerse el repudio de la opinión”. (13)

Un proyecto reglamentario del artículo 66 de la Constitución de 1961, con el objeto de precisar su alcance, deslindar hasta donde algunas expresiones constituyen delito, el acceso a los medios para materializar el pluralismo democrático, de oportunidades a todos los sectores sociales y las distintas opiniones y posiciones ideológicas, la consagración del derecho de respuesta, fue rechazado por varias instituciones, entre ellas la Asociación de Escritores Venezolanos (AEV) y el Bloque de Prensa, pues se consideró violatorio del espíritu, razón y propósito del mencionado artículo.

Careciendo de normativa legal que defina la licitud o la tipificación delictual, los delitos cometidos mediante la utilización de medios de comunicación social son sometidos a la Ley penal ordinaria. Buena parte de la doctrina considera que la diferencia del delito de prensa con otros delitos comunes es el medio especial de comisión, por lo que es objeto de leyes especiales. La forma especial como se cometen debe estar revestida de ciertas características constitutivas del tipo. La manifestación además del sentido, debe revelar el contenido intelectual y estar tipificado como delito en la Ley. Las manifestaciones sin sentido no constituyen delitos, pero el contenido o el sentido son susceptibles de ser apreciados por una o varias personas. Kern entiende por delito de expresión “los delitos cometidos mediante una declaración provista de contenido intelectual” (14). La definición incluye las manifestaciones corrientes y las efectuadas mediante signos cuyo significado es conocido entre personas y el medio empleado puede ser cualquiera.

La manifestación con sentido y contenido intelectual hay que examinarla en cada caso particular para precisar si constituye delito. Es imprescindible relacionarla con el contexto histórico, social y cultural donde se producen. Escudriñar el animus, la intención del sujeto. En los delitos contra el

honor, la doctrina ha desarrollado la teoría que exige el dolo específico de menospreciar, la intención de deshonrar a una persona, el animus injuriandi para que se configure el delito. Ello implica indagar la intención que tuvo el agente al actuar, pues este pudo tener otras motivaciones. Así se distingue entre el animus iocandi, el animus consulendi, el animus bconsulendi, el animus retorquendi y el animus defendendi referidos al juego o broma, a la intención de aconsejar, a las observaciones correctivas derivadas de algún derecho jerárquico, a las injurias recíprocas y al rechazo de expresiones ofensivas con otras ofensas, respectivamente. La Profesora Gloria Cuenca resalta el factor cultural para valorar el propósito subjetivo del actor:

"En Oriente, en Margarita, la gente es muy echadora de broma, y se saludan y lo hacen con una grosería, y nadie se ofende y todo el mundo se muere de risa, o a veces cuando se encuentran se preguntan de una manera sumamente grosera, en mi opinión, que soy de Caracas, ¿verdad? y me acostumbro, pero los primeros años de casada cuando llegaba a Margarita y veía aquella forma de saludarse, que se mentaban la madre... A mí me resultaba eso grosero y ofensivo desde el punto de vista de mi criterio cultural, eso es lo que ellos llaman el ánimo iocandi; y en un caso de difamación se pregunta cuál fue el ánimo de jugar, de echar broma, etc" (15).

También cobra importancia para el análisis, si la manifestación no es percibida por nadie o no tiene destinatario; la situación planteada "es equiparable jurídicamente al pensamiento no expresado (la nuda cogitatio). En cambio, una manifestación destinada a la percepción y no percibida puede ser jurídicamente importante (como tentativa; por ejemplo, como tentativa de extorsión)". (16)

Sobre la base de los elementos estructurales definidos los delitos de expresión como las expresiones del pensamiento, por cualquier medio empleado, cuyo contenido intelectual transgrede los límites de la libertad consagrados por la Ley. Nuestra definición está inserta en la teoría que requiere el dolo específico para que la conducta del sujeto sea delictiva, particularmente en los delitos agraviantes, en los delitos contra el honor, diferente al "dolo genérico, propio de todo delito". (17) La determinación de la acción manifestadora requiere valorar, explicar todas las circunstancias que especifiquen el contenido intelectual. Para Mendoza, tal "Acción manifestadora de la expresión del pensamiento puede encontrarse especialmente en los siguientes delitos de expresión:

En los delitos agraviantes, como son la difamación (Art. 444 Código Penal), la injuria (Art. 446), el insulto contra la memoria de una persona muerta (art. 451), las ofensas contra algún Cuerpo Judicial, político o administrativo (2do aparte 451), las

ofensas e irrespeto contra el Presidente de la República, los altos funcionarios del Gobierno, del Poder Judicial, político o administrativo (Art. 148 y 149), el vilipendio público (Art. 150), las ofensas al Jefe o Primer Magistrado de una Nación extranjera (Art. 158), los ultrajes a funcionarios públicos y el ultraje corporativo (Art. 216, 217 y 226).

2. En los delitos de incitación, por ejemplo: instigación a delinquir (Art. 284), excitación al odio de unos habitantes contra otros (Art. 286), apología de un hecho que la ley prevé como delito (id.), excitación a la guerra civil (Art. 294), calumnia (Art. 241, inducción a efectuar actos o a hacer declaraciones contrarias a las leyes (Art. 211).

3. Delitos de amenaza, p.e., de causar un daño (último aparte Art. 176) amenaza de producir terror, de suscitar tumulto, o de causar desórdenes públicos; o de mal colectivo (Art. 297 y 298).

4. Delitos de engaño, cuando se publican mentiras con significación penal, p.e. estafas, desfalcos, peculados, corrupciones de funcionarios, falsificación de documentos, comisión de hechos inexistentes, imputación de delitos, informaciones militares falsas, etc.

5. Delitos de comunicación, como revelación de secretos militares y políticos (Art. 134), del secreto sumarial (Art. 73 del Código de Enjuiciamiento Criminal), de secretos administrativos (Art. 340, de la correspondencia (Art. 188).

6. Delitos contra la privacidad de la vida, sobre hechos íntimos que son merecedores de protección, a que se refiere el Art. 59 de la Constitución Nacional y que constituyen el derecho de intimidad". (18)

Para el tratadista Mendoza esto es sólo una tentativa de clasificación, y para establecer la existencia o no del delito es necesario una valoración. La teoría expuesta por Ernest Beling sostiene que "en los delitos agraviantes, hay que comprobar si las palabras encierran una incitación, una injuria, etc, siendo posible que el autor conciba sus palabras en forma condicional". (19).

Las dificultades por clasificar los delitos cometidos mediante la objetivación del pensamiento, su manifestación, surge evidente cuando se trata de encontrar sus rasgos comunes, en la transformación de significados que devienen con el avance de la cultura y el diferente sentido que se manifiesta de una región a otra aun dentro del mismo país. La historia del derecho muestra previsiones en legislaciones antiguas; por ejemplo, el Código Toscano contempla la contumelia, que era una ofensa dirigida a la persona presente, diferente a la difamación cuando estaba ausente. Sin embargo, como afirma Kern, nunca se intentó agrupar los delitos de expresión y tampoco se reconoció y consideró la afinidad existente en los grandes grupos que pueden formarse entre ellos, los delitos agraviantes, de incitación, de engaño, etc. A pesar del ilimitado número de manifestaciones que podrían subsumirse en el tipo legal, el tratadista alemán, al igual que Mendoza, sólo expone grupos de ellos:

- a. Delitos agraviantes en sentido amplio: injuria, difamación, insulto a la memoria de difuntos, la calumnia, el insulto a las asociaciones religiosas, la blasfemia, etc.
- b. Delitos de incitación: especialmente los delitos en que el autor quiere inducir a un tercero a cometer una acción punible, la inducción al perjuicio, el cohecho, y también la coacción mediante amenaza, la mendicidad.
- c. Delitos de amenaza (y la violencia contra cosas, que también constituyen una amenaza) es un medio importante de incitación, pero no todos los delitos de amenaza son delitos de incitación.
- d. Delitos de engaño, ante todo la estafa y en general todos los casos en que la mentira tiene significación penal, o sea, también el perjuicio, la falsificación, la información militar falsa, etc.
- e. Delitos de comunicación en sentido estricto, es decir quebrantamiento de secretos en su diversas formas (Revelación de secretos militares, etc.).
- f. Los acuerdos punibles, el complot, la participación en asociaciones prohibidas, así como todos los convenios delictivos". (20).

VIOLACION A LAS RESTRICCIONES ETICO-JURIDICAS DE LA LIBERTAD DE EXPRESION

En el sistema normativo que rige el comportamiento de los hombres dentro del marco social, la dicotomía derecho y ética, aun cuando no excluyentes, presentan diferencias esenciales. La posibilidad lógica de la coerción es inherente al derecho, mientras la incoercibilidad es esencial a la moral. El fundamento ético del derecho es un rasgo que no debe ser desconocido, si bien algunas normas, por su contenido y alcance, violenten creencias particulares, posiciones individualistas o de principios. La base filosófica según la cual los hombres —en cuanto hombres— son iguales, no existiendo diferencias de naturaleza divina ni procedentes de un orden sobre humano, no siempre encuentra evidencias tangibles cuando se trata de darle sentido práctico a los postulados teóricos del ordenamiento jurídico. Expresiones como la igualdad ante la ley o que la ignorancia de la misma no excusa de su cumplimiento son fórmulas subjetivas negadas en la vida diaria, incongruentes con la realidad, por una relación de fuerzas que impiden su concreción. La estructura de dominación clasista impide que los pronunciamientos formales adquieren significación real.

Las múltiples formas que puede asumir la libertad de expresión difieren en cuanto a los medios empleados. Tal como lo reconoce el Colegio Nacional de Periodistas, el ámbito de los medios de comunicación social desborda la

esfera terrestre y asume dimensiones universales y esa característica los hace "instrumentos que, por poderosos y según su uso, encierran proyecciones que pueden ser positivas para el desarrollo autónomo e independiente de nuestros pueblos" (21). Este hecho configura una situación donde los sujetos del proceso comunicacional están colocados en posiciones diferentes y la relación con los medios está determinada por los conceptos de propiedad, ideología e intereses políticos.

El propio organismo gremial en su Declaración de Principios entiende la libertad de expresión como un derecho inalienable, que comporta la libertad de opinar, informar y ser informado sin falsear la verdad ni de manera fragmentada o inoportuna, sujetándose a las restricciones previstas en el Código de Ética. Una de las más importantes restricciones la contempla el artículo 8: "el periodista no deberá deformar, falsear, alterar, tergiversar o elaborar material informativo impreso o audiovisual, cuya publicación resulte denigrante o humillante para la condición humana" (22). Otro supuesto previsto está referido a las acusaciones sin tener pruebas, a los ataques injustificados al honor, la dignidad o prestigio de las personas, instituciones o agrupaciones (23).

Las restricciones éticas están orientadas a prevenir perjuicios que se pueden causar a los entes señalados, mediante la extensión dolosa o culposa de un derecho cuyos límites no aparecen bien definidos. Si bien el agraviado tiene derecho a que se rectifiquen las informaciones falsas y el periodista la obligación de rectificar espontánea e inmediatamente, estas circunstancias no garantizan que la lesión al derecho violado sea subsanable en términos adecuados a la gravedad de los mismos.

Sin embargo, los medios de comunicación social son formadores de opinión pública y la comunidad tiene derecho a ser informada sobre asuntos de su interés. Los conflictos suscitados entre estos y los particulares, buena parte de la doctrina ha considerado deben resolverse en consideración al interés público de la información y que esta sea objetiva y veraz. El tratadista Arteaga estima que "la publicación de un reportaje o artículo, la narración de un suceso o una noticia que pueda lesionar el honor o la reputación de una persona quedará justificada, si tal publicación es de interés público, lo que significa que se trate de hechos que afecten a la colectividad, que tengan importancia para un grupo social y que la comunidad tenga interés en conocer los hechos y las consecuencias que de ellos se deriven" (24). No estaría justificada la conducta que lesione el honor atinente a la exclusiva vida privada del sujeto agraviado e igualmente si la información es falsa, tergiversada o alterada.

El artículo 30 de la Ley de Ejercicio del Periodismo considera violaciones de la ética del ejercicio profesional:

- a) Incurrir voluntariamente en errores de hecho en sus informaciones;
- b) Adulterar intencionalmente opiniones o declaraciones de terceros;
- c) Negarse a rectificar debidamente los errores de hecho en que haya incurrido al reportar sobre personas, sucesos y declaraciones;
- d) Adulterar o tergiversar intencionalmente las informaciones con el objeto de causar daño o perjuicios a terceros;
- e) Apartarse deliberadamente de la objetividad en las informaciones sobre personas y sucesos. (25).

En todos los supuestos señalados priva el elemento intencional, el animus, la actividad encaminada a desnaturalizar la realidad, a falsearla para causar un daño y obtener un beneficio para sí o para otro. También sería contrario a la ética, con prescindencia de la responsabilidad penal, toda conducta que omita informar sobre aspectos que afecten de manera importante a la comunidad, como serían los peligros inminentes u otra clase de situaciones que pudiesen tener incidencias dañinas. En caso de darse alguno de los primeros, estipula la obligación del periodista de rectificar la ley y el Reglamento consagra el derecho del agraviado del exigir la rectificación en los siguientes términos:

"Artículo 31. Toda tergiversación de la información debe ser rectificada oportuna y eficientemente. El periodista está obligado a rectificar y la empresa deberá dar cabida a la rectificación o al la aclaratoria que formula el afectado". (26)

Artículo 14. "Las rectificaciones a que se refiere el artículo de la Ley deberán ser hechas dentro de las cuarenta y ocho horas siguientes a aquella en que lo exija el agraviado, en las mismas condiciones y en el mismo medio en que se cursó la información. Para los efectos de este artículo la obligación del medio de comunicación o del periodista se cumplirá con la entrega de la rectificación a la empresa u órgano, que estará obligado a publicarla gratuitamente. La empresa deberá expedir al periodista constancia de los hechos a que se refiere el párrafo anterior y será responsable en caso de no publicar la rectificación en forma oportuna y eficiente" (27).

Las previsiones legales y reglamentarias consagran el derecho del agraviado y la obligación de la empresa y el periodista de rectificar la información cuando transgrede los límites éticos y jurídicos impuestos por las normas respectivas. La obligación de publicar la respuesta es "una consecuencia necesaria del derecho de acceso a los medios para expresar el pensamiento y

las ideas" (28). No existe, sin embargo, ninguna sanción para quien se oponga a rectificar o para la empresa que se niegue a insertar la rectificación, quedando sólo al agraviado la facultad de ejercer la acción penal si el contenido de la publicación tiene carácter delictivo, solicitar un mandamiento judicial de amparo.

En otras legislaciones la negativa a publicar réplicas, rectificaciones o declaraciones acarrea penas corporales o sanciones administrativas. El derecho francés "establece la distinción entre droit de réponse y rectification" El primero hace referencia a las respuestas de la persona nombrada o citada en el periódico cuando se considere ofendida. La segunda hace referencia al caso de relatos inexactos de actos de autoridades públicas. En caso de negativas de inserción, el tribunal (ordinario) fallará en el término de diez días a contar desde la citación... También la ley italiana de 1948 establece la obligación de publicar las réplicas, rectificaciones o declaraciones de las personas a las que les hayan atribuido actos contrarios a la verdad, con tal de que las respuestas o declaraciones no tengan un contenido que pueda dar lugar a incriminación penal (art. B). La negativa a publicar que puede originar sanciones hasta de seis meses de reclusión". (29)

La ausencia de sanciones otorga a la rectificación una cualidad formal de poca relevancia práctica. Los medios impresos operan bajo la forma de empresas mercantiles y la Radio y la Televisión están sujetas a permisos o concesiones. No siempre insertan, difunden ni editan las rectificaciones, mientras los periodistas quedan sometidos a la jurisdicción del Tribunal Disciplinario cuando violan el artículo 30 de la Ley. Para conocer de los hechos violatorios, pauta el artículo 41 del Reglamento, que lo hará de oficio o por denuncia, caso último que requiere la ratificación bajo juramento. Las sanciones podrán ser:

- a) Amonestación privada.
- b) Amonestación pública.
- c) Suspensión de los derechos electorales.
- d) Suspensión del ejercicio.

El derecho de rectificación está consagrado en la Ley de Ejercicio del Periodismo de 1972 y el Reglamento de la Ley de 1975. El Proyecto Reglamentario del artículo 66 de la Constitución elaborado en 1964, estatúa en forma expresa la respuesta o aclaratoria que debían publicar gratis los diarios,

revistas, radio-difusoras y televisoras cuando cualquier persona era ofendida o infundadamente aludida. La negativa a la publicación contemplaba multas de 100 a 2.000 bolívares, prisión de 8 a 30 días para el Director y suspensión inmediata de la publicación o transmisión.

Las publicaciones y expresiones difamatorias o injuriosas contra un agraviado que muere antes de solicitar la rectificación o ejercer la acción penal derivada del hecho delictivo son susceptibles de ser recurridas jurídicamente, en cuyo caso la legitimación activa corresponde al cónyuge, a los ascendientes, los hermanos, hermanas, sobrinos, afines e línea recta y los herederos inmediatos quienes facultados para promover la acusación. También es procedente la acción si los delitos, tipificados en los artículos 444 y 446 del Código Penal, se ha cometido contra la memoria de una persona muerta. En los casos de difamación la acción penal prescribe por un año y en los de injuria, por tres meses.

Además de la pena de privación de libertad establecida para cada uno de los delitos, los impresos, dibujos y otros objetos que hayan servido para configurar la conducta delictual serán confiscados y suprimidos por orden del Juez. Es posible que algunos de ellos no pudieran ser suprimidos, en este caso, al margen de ellos se hará referencia de la sentencia dictada. También tiene derecho el querellante a solicitar la publicación del fallo condenatorio a costa del condenado, una o dos veces en los diarios que el Juez indique.

La legislación española distingue entre réplica y rectificación. El primer derecho corresponde a los particulares, sus representantes legales y los herederos. La rectificación es establecida en beneficio de la administración pública. En la ley venezolana no existe tal distinción, aunque las previsiones de los artículos 31 de la Ley de Ejercicio del Periodismo y el artículo 14 del Reglamento están referidas a la réplica en forma general y abarca a cualquier medio, audio-visual o impreso donde cursó la información. Ante la ya señalada ausencia de una Ley de Televisión y Radio, podría aplicarse esa normativa. Algunos países consagran el reconocimiento expreso del derecho de réplica a través de estos medios, aunque otros alegan, para justificar la omisión, el carácter heterogéneo, difuso e innumerable del público receptor. La fuerza de este razonamiento parece desconocer la realidad incontrastable que la radio y la televisión, por su capacidad expansiva y de penetración, son capaces de causar mayores daños, perjuicios incalculables que no corresponden al limitado alcance de los medios impresos, por lo que frente a ello los particulares, de no mediar regulación alguna, estarían prácticamente indefensos.

Las relaciones entre los Estados también se ven afectados por informaciones falsas o tergiversadas, en cuyo caso la restauración del equilibrio, de la situación jurídica alterada, es casi imposible, en la práctica es

muy difícil que un extranjero, fuera del país donde se produce la información de ese tipo, reciba la correspondiente satisfacción. Débiles intentos por establecer "un derecho de rectificación a escala universal" no han tenido mayor éxito. Una propuesta de Francia en la Asamblea General de las Naciones Unidas, en ese sentido, fue aprobada, pero la Convención posterior sobre el tema, sólo fue ratificada por 10 países, limitándose "a combatir la difusión de informaciones falsas o tergiversadas, susceptibles de perjudicar las relaciones amistosas entre los Estados". (30)

AMPARO A LA LIBERTAD DE EXPRESION

1. El Derecho de Amparo

El constituyente de 1961, en el artículo 49 de la Constitución vigente, creó una norma donde induce la promulgación de una ley que reglamente el derecho de amparo, establecido como un principio general, como un derecho fundamental que se ejerce mediante una acción o recurso para proteger el goce y ejercicio de los derechos y garantías constitucionales cuando son violentadas por actos provenientes del sector público o de los particulares. El artículo prescribe:

"Artículo 49. Los Tribunales ampararán a todo habitante de la República en el goce y ejercicio de los derechos y garantías que la constitución establece, en conformidad con la Ley.

El procedimiento será breve y sumario, y el juez competente tendrá potestad para restablecer inmediatamente la situación jurídica infringida"

Mientras el artículo 50 del mismo texto legal es indubitable, preciso en cuanto la ausencia de ley reglamentaria no menoscaba el ejercicio de los derechos constitucionales consagrados:

"La falta de ley reglamentaria de estos derechos no menoscaba el ejercicio de los mismos" (art. 50 C.N.).

De acuerdo a la Constitución, "el amparo se consagra como un derecho de los habitantes del país, de exigir ante los tribunales, según su competencia, y de acuerdo a lo que la ley establece, la protección y el aseguramiento del goce y ejercicio de todos los derechos y garantías que la Constitución establece o que sean inherentes a la persona humana, frente a cualquier perturbación, provenga ésta del ente público o de particulares, mediante un procedimiento

que debe ser breve y sumario, y permitir al juez restablecer inmediatamente la situación jurídica infringida" (31). Además de ser un derecho constitucional, el amparo conlleva un deber de los Tribunales de amparar a los ciudadanos en el ejercicio y goce de esos derechos.

Durante mucho tiempo la doctrina y la jurisprudencia estuvieron divididas sobre la procedencia o no del recurso de amparo si todavía no estaba vigente la ley reglamentaria y la determinación del juez competente para conocerlo. En sentencia del 24 de noviembre del 1982, emanada del Tribunal Cuarto de Primera Instancia en lo Civil de la Circunscripción Judicial del Distrito Federal y Estado Miranda, el Juez Alirio Abreu Burelli, como antecedente histórico sostiene que "la resistencia de admitir el desarrollo y aplicación de la institución de amparo, no puede explicarse sino por los pequeños residuos de la concepción de poder arbitrario que han dejado en nuestro subconsciente los largos períodos de dictaduras políticas y el temor a la insurgencia de la legalidad contra la recóndita pretensión de autoridad ilimitada de los órganos del poder público".

El desarrollo doctrinario y jurisprudencial hizo posible, en las circunstancias mencionadas, declarar con lugar la acción de amparo al derecho constitucional de la libertad de expresión, intentada por una ciudadana contra un particular, el 29 de julio del 1987, en sentencia del Tribunal antes mencionado y publicada el 17 de agosto de 1988.

2. La Ley Reglamentaria

Todo lo relativo a esta materia vino a formar parte del ordenamiento jurídico vigente con la promulgación de la Ley Orgánica de Amparo Sobre Derechos y Garantías Constitucionales, del 22 de enero de 1988.

La importancia de su vigencia, de su necesidad histórica, está reflejada en la permanente utilización, algunas veces abusiva e improcedente, por los ciudadanos, que antes estaban desguarnecidos ante actos arbitrarios del poder público, argucias de los particulares y procedimientos lentos y costosos. Los derechos consagrados en la Constitución permanecían revestidos de legalidad formal sin que se materializaran a través de mecanismos que le dieran operatividad. Como observa Brewer-Carias, "la mera declaración de derechos no implica su realización en la práctica. Es necesario, por tanto, la existencia y posibilidad de utilización de los mecanismos e instrumentos objetivos que permitan a los ciudadanos su defensa, frente a las violaciones a sus derechos constitucionales" (32). Y añade el constitucionalista argentino Sánchez Viamont que "los derechos constitucionales, para ser verdaderas garantías, no deben ser declaraciones principistas, sino instrumentos eficaces que las protejan y las

hagan estables, medios legales que impidan la arbitrariedad y desconocimiento del Texto Constitucional". (33)

Las Disposiciones Fundamentales (art. 1) facultan a cualquier persona natural habitante de la República, o persona jurídica domiciliada en ésta, solicitar el amparo para el goce y ejercicio, de los derechos y garantías constitucionales, directamente o por medio de representantes, sin que estos sean necesariamente abogados. La transgresión de tales derechos y garantías puede provenir de los particulares o de algún funcionario u organismo público. Es decir, la legitimación pasiva abarca al Poder Público Nacional, Estatal o Municipal, a las personas jurídicas estatales de Derecho Público y de Derecho Privado; personas jurídicas, grupos u organizaciones privadas. En el caso concreto de violaciones a la libertad de expresión existía la tendencia a considerarla en el ámbito del Poder Público, en el ejercicio arbitrario, desviado o extralimitado del poder, el cual, normalmente se torna hipersensible ante las observaciones críticas del conglomerado social. En los Estados de régimen democrático, Estados de Derecho, ha desaparecido la figura de la censura previa, inadmisibles de manera expresa en la mayoría de las constituciones. No obstante, múltiples mecanismos, sutiles unas veces; expresos, otras, son activados con la finalidad de controlar la orientación de los medios de comunicación e impedir opiniones contrarias a los intereses políticos y económicos de los grupos dominantes.

Los procedimientos varían desde las acciones materiales hasta la intimidación ideológica, suspensión de diarios, programas, revistas, elevado arancel para la importación de papel periódico, extensión de la jurisdicción militar al conocimiento de los llamados delitos de expresión, prohibición arbitraria de ingreso al país de periodistas; intimidación y advertencias que acrecentan la autocensura en la población, halagos amenazas veladas, presiones directas contra medios y periodistas.

La casi totalidad de estos hechos han sido denunciados en foros internacionales y a través de los gremios periodísticos sin que hayan tenido ninguna repercusión jurídica. La reunión de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) efectuada en República Dominicana, entre el 21 y 24 de marzo de 1988, condenó "las presiones gubernamentales contra los diarios, algunas veces a través de la manipulación del abastecimiento y disponibilidad del papel periódico como medios para controlar las noticias", así como también el asesinato de periodistas en Colombia y México, 32 y 28, respectivamente, vinculado con la información sobre el narcotráfico; sin resolverse ninguno de ellos.

Si bien las violaciones en número apreciable dimanar de órganos del poder público, no son pocos los casos donde los particulares encarnan el sujeto

activo de la conducta transgresora y en consecuencia, contra ellos es procedente el recurso de amparo: "Este criterio de la evolución jurisprudencial, implica la admisión del principio de que las garantías consagradas en la Constitución y en el Pacto de Derechos Humanos se erigen en limitantes tanto para la actividad pública como para la conducta emanada de un particular que transgrede esas limitaciones, indudablemente que se traduce en una lesión a la respectiva garantía constitucional. En otras palabras, el Amparo no se ofrece exclusivamente como medio de protección en función de la cualidad del agresor, sino en relación al objeto de la agresión; de esa manera el sujeto activo lo encarnará todo aquel que incurra en una violación de las señaladas, independientemente de su condición". (34)

No queda circunscrita al Poder Público Nacional, Estatal o Municipal la cualidad transgresora, particularizada en las condiciones inherentes al sujeto, sino al objeto mismo de la agresión. Es decir, el sujeto activo de la violación puede ser el ente privado, siempre y cuando el bien jurídico tutelado sea un derecho o una garantía constitucional. El criterio sostenido por la Corte Suprema de Justicia para la procedencia de la acción de amparo es "que la situación jurídica infringida por el acto, hecho u omisión de la autoridad pública o particular, sea violatoria en forma manifiesta, directa e incontrastable de un derecho o garantía constitucionalmente tutelados" (35). También procede contra el hecho, acto u omisión, de los mismos entes, que amenacen violar a esos derechos y garantías.

El régimen de propiedad privada, con limitaciones establecidas en la ley, en materia de radiodifusión no da al concesionario o al permisado facultad de explotación sin límites y por consiguiente, fijar el empresario todas las orientaciones. El artículo 136 ord. 22 de la Constitución asigna al Poder Nacional, en virtud de la figura de Reserva Legal, la competencia exclusiva en materia de Telecomunicaciones. De no mediar este principio tutelar y el resto de la normativa que rige la materia, se crearía un privilegio favorecedero de los empresarios, que haría nulatorio el derecho de las demás personas de expresar su pensamiento por cualquier medio de difusión. No es un privilegio otorgado a los periodistas ni a los propietarios de medios de comunicación social. En la vida cotidiana dentro del sistema democrático el disfrute de tales derechos constituye una de sus bases determinantes. Y sería inconcebible la existencia de la democracia sin libertad de expresión e instrumentos que garanticen la factibilidad de hacer uso de ella.

La importancia asignada por el Estado se advierte en el rango que le otorga. Por un lado consagra el principio absoluto, pero también previene la posibilidad de extralimitación y usos que desborden extremos racionales necesarios a la convivencia humana. Es innegable el diverso grado de eficacia

alcanzado por los medios de difusión y la influencia que ejercen en la colectividad, los peligros e inconvenientes implícitos en el poder concentrado en pocas manos, como tendencia monopólica de la propiedad privada. La evolución hacia semejante realidad obligó en Estados Unidos a la Comisión Federal de Comunicación (FCC) a prohibir que periódicos, estaciones de radio y televisión fuesen de un solo propietario, reglamentación que luego adquirió el carácter de enmienda legal, con lo que se convirtió en estatuto federal al ser sancionada por el Senado. Entre los propugnadores de la medida estuvieron los señores Ernest Hollings y Edward Kennedy, quien considera que la "concentración de los 3 medios de comunicación en una sola mano constituye un peligro para la libertad de expresión y el pluralismo democrático". Uno de los afectados por la medida, el editor Rupert Murdoch, dueño de los diarios "New York Post" y "Boston Herald" y de varios canales de televisión, fue obligado a vender el primero de los periódicos, precisamente en la metrópoli del capitalismo.

La competencia exclusiva del Poder Nacional, en materia de Telecomunicaciones, se manifiesta en la Ley de Telecomunicaciones, del 1 de agosto de 1940, el Reglamento de Radiocomunicaciones, del 7 de febrero de 1941 y un conjunto de Resoluciones y Disposiciones Administrativas complementarias.

3. El Amparo y el Artículo 66 de la Constitución Nacional.

La libertad consagrada por el dispositivo constitucional es un derecho de todas las personas sin discriminación de ninguna clase. Nada impide en teoría hacer uso de ella y es inherente a su ejercicio la posibilidad de acceso a los medios para difundir el pensamiento. El alcance del artículo 66, a falta de ley reglamentaria que lo precise, continúa dando lugar a interpretaciones contradictorias, no deslindándose de manera clara hasta donde llega el derecho y donde se invade la zona delictual. Algunas funciones conexas con la expresión han sido reservadas por la ley a personas revestidas de una titularidad especial. El artículo 3 de la Ley de Ejercicio del Periodismo asigna como funciones propias del periodismo profesional: la búsqueda, preparación, redacción, ilustraciones fotográficas o de cualquier otro tipo y la presentación de noticias u opiniones en los departamentos de dirección, redacción e información de las empresas públicas o privadas que tengan por objeto la edición de publicaciones periodísticas impresas y de difusión audiovisual, o en las agencias informativas y en las secciones u oficinas de prensa de empresas o instituciones no periodísticas.

Los particulares no periodistas incurrir en ejercicio ilegal de la

profesión cuando invaden el área reservada a los profesionales. La reserva de las actividades atribuidas a los periodistas "no es incompatible con el derecho que tienen todos de expresar su opinión por cualquier medio de comunicación. Entender que está reservado exclusivamente a los propietarios el derecho a conducir o producir un programa de opinión independiente de los departamentos de dirección, redacción e información, de agencias informativas o de oficinas de prensa, no sólo constituye una violación al derecho contenido en el artículo 66 de la Constitución sino una errada interpretación de la ley especial de la materia que regula el ejercicio del periodismo". (36)

Toda acción u omisión que transgreda un derecho o garantía constitucionalmente tutelados hacen procedente la acción de amparo, sea el violador un ente público o un ente privado, siendo competente para conocerla el Tribunal de Primera Instancia en lo Civil. En los casos de violación a las restricciones impuestas por el mismo artículo, las "expresiones que constituyen delito", queda expedita la vía penal ordinaria, la jurisdicción militar en caso de delitos militares o sanciones administrativas, previstas en la Ley de Telecomunicaciones, el Reglamento, y Decretos (Decreto 620 del 22 de mayo de 1980) y Resoluciones (Resolución 1029, vigente a partir del 1 de enero de 1983).

La relación contractual entre particulares no puede invocarse para oponerse a la procedencia de la acción de amparo si por su naturaleza la violación desborda el marco privado y atañe al ámbito constitucional. La libre voluntad contractual está limitada por el superior interés de un derecho fundamental o si la intervención de las partes es contraria al orden público o las buenas costumbres.

4. El amparo y el Derecho de Rectificación

Las previsiones del derecho positivo son insuficientes para el cabal ejercicio del derecho de rectificación o respuesta. No existe una consagración expresa en la Constitución, pero es una consecuencia de los derechos de libre expresión e información, en la extensión que la doctrina y algunas legislaciones le otorgan. Permanece en idéntica situación de otros derechos inherentes a la persona humana no señalados por la ley constitucional, pero son protegidos a tenor de lo dispuesto en el artículo 50. El artículo 59 afirma el derecho anterior al contemplar la protección contra los perjuicios al honor, la reputación y la vida privada de las personas.

Sin embargo, cuando la situación infringida se restituye por la vía ordinaria, si en efecto se cometió delito, la restitución del equilibrio no es cabal

por la desigualdad inocultable entre los efectos de la información, potencializados por el medio de comunicación y expandidos en un sujeto genérico, difuso, y la rectificación o las penas impuestas. Villalobos Quirós observa: "En la constante relación entre los medios de comunicación social y el sujeto universal, a quien se dirigen el contenido informativo de estos medios, encontramos que no existe un equilibrio: el poder del medio de comunicación es infinitamente mayor que el del particular, quien está desprovisto de ágiles defensas ante posibles abusos de este poder" (37). La tardanza de los procesos judiciales diluyen los efectos de la respuesta, porque ésta, de hecho, no será conocida por todos quienes percibieron el daño inicial, el cual, además interesará a otros. La vía permisiva de una respuesta eficaz sería la de efectuarla mediante un procedimiento breve y sumario, indicado en el artículo 49, para el amparo constitucional.

El derecho de rectificación es independiente de otras acciones legales pertinentes. Está vinculado a la información veraz. Desantes lo considera como "uno de los pilares sobre los que descansa la confianza del público en la prensa, favorece una discusión libre en el que toman parte las personas interesadas, no supone una limitación, sino el desarrollo de la libertad de prensa". (38).

Las informaciones falsas, inexactas o agraviantes dan lugar al derecho de respuesta sin eximir de otro tipo de responsabilidades que las pudiesen acarrear. El derecho de rectificación origina una doble obligación:

- a) Obliga al comunicador a efectuar la rectificación.
- b) Obliga al medio a darle cabida.

La Ley de Ejercicio del Periodismo regula ambas situaciones y la Convención Americana sobre Derechos Humanos, ratificada por Venezuela, establece el derecho: Artículo 14. Derecho de Rectificación y Respuesta. "Toda persona afectada por informaciones inexactas o agraviantes emitidas en su perjuicio a través de medios de difusión legalmente reglamentados y que se dirijan al público en general, tienen derecho a efectuar por el mismo órgano de difusión su rectificación o respuesta en la condición que establezca la Ley.

2. En ningún caso la rectificación o la respuesta eximirán de las otras responsabilidades legales en que se hubiese incurrido.

3. Para la efectiva protección de la honra y la reputación, toda publicación o empresa periodística, cinematográfica, de radio y televisión tendrá una persona responsable que no esté protegida por inmunidades ni disponga de fuero especial". (39)

El Código de Imprenta de 1847, estableció en el artículo 11 el derecho de defensa, réplica o respuesta para frenar los excesos de la prensa, con sanción pecuniaria para el editor que se negara a publicar el mandato judicial (supra la Libertad de Expresión en las Constituciones de Venezuela). El intento reglamentario del artículo 66 de la Constitución de 1961, fue abandonado. Pero la Ley Orgánica de Amparo sobre Derechos y Garantías Constitucionales, donde se desarrolla el mandato constitucional del artículo 49, viene a llenar un vacío legislativo y a garantizar los derechos constitucionales en los términos por la misma Constitución.

Las Constituciones de Chile y Perú lo establecen en su articulado. La del primer país de marzo de 1981, mantiene el texto de la anterior, cambiando la palabra aclaración, por declaración:

Constitución Política: Artículo 12 (...) "Toda persona natural o jurídica ofendida o injustamente aludida por algún medio de comunicación tiene derecho a que su aclaración (declaración) o rectificación sea gratuitamente difundida, en las condiciones que la ley determine, por el medio de comunicación social en que esa comunicación hubiere sido emitida". (40)

Y la de Perú. Artículo 2, inciso 5:

Toda persona tiene derecho:

2. Al honor y la buena reputación, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen. Toda persona afectada por afirmaciones inexactas o agravadas en su honor por publicaciones en cualquier medio de comunicación social, tiene derecho de rectificación en forma gratuita, sin perjuicio de la responsabilidad de Ley". (41)

El criterio generalizado es la protección al honor y la reputación de los daños causados por la actividad informativa. En primer lugar se origina esa lesión específica que encuentra garantía constitucional, de superior rango jerárquico, por lo que no sería impedimento para su restauración la ausencia de ley reglamentaria. Pero la violación del derecho subjetivo puede causar perjuicios de carácter económico o patrimonial, legitimando al titular del derecho para ejercer las acciones civiles, penales y administrativas a que haya lugar.

El tratamiento incompleto del legislador venezolano en la Ley de Ejercicio del Periodismo establece el procedimiento a seguir cuando el sujeto jurídico exige la rectificación o la respuesta. Ante la ausencia de sanción en la mayoría de los casos los medios de comunicación ignoran el pedimento, frustrando el derecho del agraviado. La Ley Orgánica de Amparo sobre Derechos y Garantías Constitucionales desarrolla la previsión establecida por

el constituyente en el Art. 49 de la Constitución. Pero antes de su promulgación, en los casos de privación ilegítima de la libertad, se aplicó lo dispuesto en la Disposición Transitoria Quinta, mientras que a falta de la Ley Reglamentaria jurisprudencialmente se aplicó, para otras materias, por vía analógica la Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos, en la mejor interpretación de las normas constitucionales.

El derecho de rectificación es un límite a la libertad de expresión e información. La negativa de los obligados a rectificar en los términos expuestos en la Ley de Ejercicio del Periodismo es una violatoria a ese cuerpo legal; pero al mismo tiempo, al ser transgredido el artículo 59 de la Constitución, el derecho de rectificación puede satisfacerse mediante un mandamiento de amparo, para lo cual es competente el Juez de Primera Instancia Civil. En materia de medios Audiovisuales tampoco existe dispositivo que garantice el derecho de respuesta y en opinión de Brewer-Carías "ello no mediría que pudiera asegurarse el ejercicio del derecho mediante un mandamiento judicial de amparo. (42).

NOTAS

1. GRISANTI AVELEDO, HERNÁNDO. **Lecciones de Derecho Penal**. Parte Genera. 3ª Edición. Valencia. 1981. Pág. 89
2. *Ibid.* Pág. 2.
3. GAROFALO, Citado por Grisanti Aveledo. *Ob. Cit.* Pág. 92
4. **Código Penal Venezolano**. (Gaceta Oficial N° 915, Extraordinario de 30 de junio de 1964.
5. GRISANTI AVELEDO. *Ob. Cit.* Pág. 93
6. BELLO RENGIFO, Carlos Simón. **Ilícitud Penal Colateral**. Ediciones Universidad Central de Venezuela. Caracas, 1988. Pág. 62.
7. MENDOZA T., José Rafael. En Prólogo a la Obra de René Buroz Arismendi "**Los delitos de Difamación e Injuria en el Código Penal de Venezuela**". Caracas, 1977. Pág. 8.
8. BELING, Citado por Kern en "**Delitos de Expresión**". Ediciones Depalma. Buenos Aires. 1967. Pág. 2.
9. KERN: *Ob. Cit.* pág. 2-3
10. *Ibid.* pág. 11
11. GHIOLDI, Américo, La Libertad de Prensa. En la Obra Colectiva "**Libertad de Prensa y Otros Ensayos Sobre Periodismo**". Ediciones del XX Aniversario de la Escuela de Periodismo. Caracas, 1969. Pág. 37.
12. BLACKSTONE. Citado por Arturo Pellet Lastra en la obra **Delitos de Prensa**. Editorial Perrot. Buenos Aires, 1968. Págs. 14, 15, 83 y 94.
13. Citado por GARCIA PONCE, Servando. **Apuntes sobre la Libertad de Expresión en Venezuela**. Cuaderno N° 15. Escuela de Periodismo. Universidad

- Central de Venezuela, Facultad de Humanidades y Educación. Caracas. 1961. pág. 73.
14. KERN.: Ob. Cit. pág. 22.
 15. CUENCA DE HERRERA, Gloria. **La Ética, Difamación e Injuria en el Periodismo. Aspectos Legales.** En la Obra Colectiva "Prensa, delito y Sociedad". C.N.P. Pág. 70.
 16. KERN.: Ob. Cit. Pág. 21-22
 17. CONCHA GAZMURI, B. **Calumnias e Injurias vertidas en Juicio.** Pág. 11. Citado por René Buroz Arismendi en la Obra **Los Delitos de Difamación e Injuria en el Código Penal Venezolano.** Caracas, 1977. Pág. 21.
 18. MENDOZA T., José Rafael. En Prólogo a "**Los Delitos de la Difamación e Injuria en el Código Penal Venezolano**" de René Buroz Arismendi. Caracas, 1977. Pág. 9, 10 y 11.
 19. BELING, Ernesto. Citado por Mendoza. Ibid. Pág. 9.
 20. KERN.: Ob. Cit. Pág. 23 y ss.
 21. **Leyes y Normas del Periodista Venezolano.** Colegio Nacional de Periodistas. Distrito Federal. Caracas, 1977. Declaración de Principios. Pág. 39.
 22. Código de Ética del Periodista Venezolano. Art. 8.
 23. Ibid. Pág. 10.
 24. ARTEAGA SANCHEZ, Alberto. **Estudios de Derecho Penal.** Editorial Jurídica ALVA S.R.L. Caracas, 1010. Venezuela. Pág. 104.
 25. **Ley de Ejercicio del Periodismo.** Art. 30.
 26. Ibid. Art. 31.
 27. **Reglamento de la Ley de Ejercicio del Periodismo.** Art. 14.
 28. FUENMAYOR ESPINA, Alejandro. **Régimen Jurídico de la Radio y la Televisión.** Editorial Jurídica Venezolana. Caracas, 1982. Pág. 268.
 29. Citado por Manuel Fernández Areal en: **Introducción al Derecho de la Información.** Págs. 125-126.
 30. Ibid. Pág. 132.
 31. BREWER-CARIAS, Allan R. y AYALA CORAO, Carlos M. **Ley Orgánica de Amparo Sobre Derechos y Garantías Constitucionales.** Ed. Jurídica Venezolana, Caracas 1988. Pág. 15.
 32. Ibid. Pág. 111.
 33. Ibid. Pág. 112.
 34. **Sentencia del Tribunal Cuarto de Primera Instancia en lo Civil de la Circunscripción Judicial del Distrito Federal y Estado Miranda.** 17-08-87.
 35. **Sentencia de la Corte Suprema de Justicia** del 6-8-87. Citada en la Nota Nº 31. Revista de Derecho Público Nº 31. Pág. 87.
 36. **Sentencia del Juzgado Superior Primero en lo Civil y Mercantil de la Circunscripción Judicial del Distrito Federa y Estado Miranda.** 9-9-87.
 37. VILLALOBOS QUIROS, Enrique. **Un Derecho Humano Olvidado: El Derecho de Respuesta en la Prensa.** San José, Costa Rica, 1984, Pág. 44.
 38. DESANTES GUANTER, José María. **La Información como Derecho.** Editora Nacional. Madrid, 1974. Pág. 365.
 39. Gaceta Oficial Nº 31.256 del 14 de junio de 1977. **Ley Aprobatoria de la Convención Americana Sobre Derechos Humanos "Pacto de San José de Costa Rica".**
 40. Contraloría General de la República. **Recopilación de Decretos, Leyes. Decreto Ley 1552. Tomo 69.** Santiago de Chile, 1977. Art. 12. Pág. 30. Citado por Villalobo Quirós. Ibid. 37.
 41. PAREJA, José. **Derecho Constitucional Peruano y la Constitución de 1979.** Citado por Villalobo Quirós. Ibid. Pág. 37.
 42. Diario **El Nacional**, del viernes 24 de febrero de 1989.

CODIGO ANTI-ETICO DE LA CAMARA VENEZOLANA DE TELEVISION

Gustavo Hernández Díaz

INTRODUCCION

En Abril de 1991, la Cámara Venezolana de la Televisión elaboró un código en la que fija su posición en lo referente a las políticas que deben de implementarse en el medio televisivo.

Por otra parte, a pesar de que el mencionado código no se ha hecho oficial, pareciera ser la versión definitiva de los empresarios.

Finalmente, en este ensayo llevaremos a cabo el análisis del código de la Cámara de la Televisión, a fin de poner en relieve la intencionalidad ideológica del mismo.

EN TORNO AL CODIGO

El Código de Etica de la Cámara de la Televisión se haya estructurado por un preámbulo, cuatro capítulos y las disposiciones finales.

El **Preámbulo** contiene seis incisos. Los incisos del uno al tres destacan "el discursillo de orden" acerca de la función social de la TV, que como institución audiovisual se encuentra en el deber de informar, entretener y propagar cultura. En cambio, en los incisos cuatro y cinco podemos observar que la Cámara de TV se articula con el fundamento del neoliberalismo económico, cuando hace franca alusión al concepto de libre iniciativa y competencia, bajo el pretexto de la libertad de expresión y del irrefragable derecho que tiene la audiencia de seleccionar el programa televisivo que desee.

Pero, con qué alternativas puede disponer el espectador, si el 51% de los programas que difunden las televisoras del país son de factura extranjera: "...y la mayoría de las teleimágenes que los venezolanos reciben en sus hogares

CUANDO LLEGA EL SURVEY
NO VE SINO RABO-VISIÓN...



son de las calles de Los Angeles, las playas de Miami, los valles de Dallas..." (1)

El Capítulo I, del Código de la Cámara de TV, consta de cinco artículos.

En el mismo se reitera, de nuevo, que la televisión nacional debe defender la forma democrática del Gobierno, además de entretener, informar y difundir cultura.

Por otro lado, el artículo tres, del Capítulo I dice que: "Solamente en un régimen democrático donde impere la libre iniciativa y competencia, sustentado por la publicidad comercial, se puede proporcionar las condiciones de libertad e independencia necesarias para el florecimiento... de la televisión". (2)

En este artículo, lo que más nos llama la atención es que, la Cámara de TV insiste en conducir la operatividad del sistema televisivo de acuerdo a los parámetros de la economía neoliberal.

Dicho de otra forma, los empresarios sepultarán toda política de difusión masiva, que busque exaltar los genuinos valores humanos, en la medida en que sigan comulgando con la hipervalorización del mercado.

El Capítulo II, del código en cuestión, está formado por treinta y cuatro artículos, que ponen de manifiesto la estrategia de programación televisiva de los empresarios.

En términos muy generales, el Capítulo II centra su interés en:

1. el deber de los padres y representantes para que impidan a los menores de edad la percepción de mensajes nocivos; 2.- el respeto hacia la dignidad del individuo que deben de guardar las televisoras; 3.- la exclusión del

lenguaje obsceno y sacrílego en los mensajes; 4.- la admisión de tópicos como la adivinación, el ocultismo, la astrología siempre y cuando la trama lo amerite; 5.- la objetividad y la veracidad en la difusión de noticias; 6.- el rechazo a cualquier tipo de presión de personas o entes públicos y privados que intenten alterar el material de opinión de las televisoras; 7.- la difusión de programas de corte infantil que respete la ingenuidad y el perfil psicológico propio de esa edad; 8.- la difusión de programas con escenas violentas en los horarios destinados a personas de cualquier edad.

En relación a los puntos antes señalados, que se desprende del Capítulo II, de la Programación, podemos detectar ciertas incongruencias.

Comencemos diciendo que, nos parece realmente cínico que los propios empresarios formulen un plan ético-normativo para la TV, cuando bien sabemos que en el subtexto del asunto se está defendiendo el uso hiperlucrativo del sistema televisivo, agudizado por la brutal competencia del mercado.

En este sentido, Antonio Pasquali tiene toda la razón cuando expresa que: "la participación seria y poderosa de padres puede imponerles criterios a la radiodifusión pública y privada... un criterio para la educación de sus hijos..." (3)

Por otra parte, salvo algunas excepciones, la mayoría de los artículos del Capítulo II no son más que una mera reiteración de las normativas vigentes contenidas en el Reglamento de Radiodifusión. Normativa que las propias televisoras se han encargado de transgredir, en múltiples ocasiones.

A continuación nos detendremos en tres de los artículos del presente capítulo con el objeto de develar el fundamento ideológico difusional de los empresarios.

El Capítulo II, en su artículo seis reza: "La responsabilidad de las televisoras no excluye ni puede sustituir a la de los padres o representantes de los menores de edad, a quienes cabe el indudable deber de impedir, a su juicio, que los menores tengan acceso a los programas que ellos estimen inadecuados". (4)

Antes de abordar el presente artículo observemos por un momento los siguientes datos estadísticos.

Según el Ministerio de Educación, Venezuela, para 1990, presenta un alarmante índice de analfabetismo que alcanza los 4 millones. (5)

Asimismo, los datos del Instituto Nacional del Menor (INAM) reflejan que, entre 1986-87, alrededor de 200.644 millones desertaron del régimen escolar por circunstancias económicas. (6)

Se estima que existen 1.123.014 hogares sin parejas de los cuales 756.946 cuentan con una mujer como jefe de familia. (7)

Frente a este panorama disonante creemos que el sistema televisivo nacional no ha sido precisamente un modelo de responsabilidad, en virtud de que, en vez de cifrar una programación donde se realcen los valores humanos y el espíritu de reflexión, nos encontramos con mensajes dotados de violencia y con un alto grado de reiteración y aculturación.

Además, estos mensajes, por lo general, refuerzan las conductas anti-sociales en aquellos individuos que se encuentran desasistidos de una resistencia cultural, educativa y familiar

Para que la Televisión esté a la altura de su responsabilidad debe vincularse estrechamente con la crítica realidad social que actualmente espolea al país. Sin embargo, observamos que la industria televisiva se halla cada vez más apartada de dicha realidad.

Prueba de ello es la inexistencia de un macro-proyecto audiovisual que oriente y motive la cohesión familiar y el valor de la educación.

El artículo 39 de la Programación dice que: "Se estimularán las programaciones didácticas, educativas y humanísticas en todas sus múltiples y universales expresiones artísticas, así como aquellas de índole científica y ecológica". (8)

En una reciente investigación sobre el análisis cuantitativo de un día de programación de los canales 2, 4, 8 y 5, llevado a cabo en el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO), se destacan los siguientes resultados: 1.- El Canal 8 con 14 horas de programación invirtió un 6,47% al género cultural mientras que la concentración de mensajes se afianzó en el género argumental con un 55,92%, del cual un 59,19% correspondió al sub-género cine, orientado básicamente a la población adulta. 2.- El Canal 5, con apenas 6 horas de transmisión, destinó un 35,45% al género informativo; superando de esta manera al Canal 8, que difundió un 13,24% del género en cuestión Sin bien el Canal 5 informó más que el Canal 8, por otro lado, aquel canal transmitió un 26,80% de programación científico-cultural, mientras que el Canal 8 presentó un 6,47% y los canales 2 y 4 descartaron por completo este tipo de mensajes. (9)

De acuerdo a estos resultados, que suponemos no deben de variar sustantivamente, en una semana de programación televisiva podemos constatar que: el público infantil y adolescente apenas cuenta con un canal que les ofrece una programación de tipo cultural y educativa.

Los demás canales que forman parte de esta investigación dirigen primordialmente su atención en los mensajes de corte argumental (dibujos animados, telenovelas, seriales, cine y humorísticos). Por ejemplo, el canal 4 se impuso sobre al resto de los canales al difundir un 57,50% del género argumental.

De manera que, si apelamos al Código de Ética de la Cámara de Televisión, de inmediato nos percatamos de una flagrante contradicción entre lo que se postula en dicho artículo y lo que realmente observamos en la práctica difusional televisiva.

El artículo 24 del código en cuestión expresa: "Los programas no informativos que contengan escenas de confrontaciones armadas, guerras, guerrillas, comisión de delitos cruentos, serán transmitidos dentro de los horarios y programas destinados a personas de cualquier edad. (10)

En primer lugar no sabemos a ciencia cierta lo que la Cámara de Televisión entiende por programas "no informativos".

Por otro lado, debemos acotar que todo mensaje informa, que la estructura de programación diaria de TV representa una macro información, que una escala de plano de apenas un segundo impacta a la audiencia.

Al mismo tiempo, podemos observar cómo la Cámara de TV se pronuncia en forma explícita por la abolición de la resolución 1029.

Esto quiere decir que el mensaje televisivo podrá transitar sin las restricciones de la censura y todo tipo de destinatario.

Sin embargo, este hecho no nos debe llenar de estupefacción debido a que la posición de la Cámara de TV responde al plan estratégico del proceso de privatización que ha contado con el apoyo del Gobierno Nacional.

El **Capítulo III**, que trata sobre las promociones de las plantas de televisión, contiene un solo artículo.

En los incisos de dicho artículo se señala que, tanto las promociones de programación infantil como la dirigida a todo público se puede difundir en cualquier horario, mientras que: "...las promociones de programas destinados a las personas adultas podrán transmitirse después de las 21 horas". (11)

En relación a este artículo, innumerables han sido las ocasiones en que las televisoras han incurrido en la transgresión de insertar escenas violentas y agresivas, que corresponden a la promoción de programas de adultos, en la franja televisiva específicamente destinada a las personas de cualquier edad.

Una vez más, nos parece incoherente que los empresarios señalen normativas en cuanto a las promociones de programas cuando observamos que precisamente son ellos los que defienden a ultranza la ideología del mercado que opera como directriz en la política de difusión televisiva.

El **Capítulo IV** sobre la Publicidad consta de dos artículos, que redundan sobre la responsabilidad que tienen las televisoras de impedir que se transmitan comerciales que estén en desacuerdo con el código de ética de la Federación Venezolana de Agencias Publicitarias (FEVAP), con el de la Asociación Nacional de Anunciantes (ANDA), y con el de la Cámara Venezolana de la Televisión.

No podemos olvidar que los anunciantes son los que a fin de cuenta financian a las agencias publicitarias y a los medios. "Es decir los anunciantes que comercializan bienes y servicios pagan a través del sector publicitario a los medios de difusión masiva la introducción de los mensajes publicitarios..." (12)

De manera que, resulta francamente ingenuo creer que la industria televisiva cuenta con un sólido poder de decisión que le permita suspender un comercial, cuyo mensaje sea calificado como inadecuado para la audiencia.

Y por último, las **Disposiciones Finales** cuadran dentro de los límites de las normativas inherentes a la Cámara de Televisión, en virtud de que el ente en cuestión dictará un Reglamento Disciplinario que garantizará el cumplimiento de los artículos que configuran el Código de Ética que ellos mismos han elaborado.

Pero al mismo tiempo, no podemos soslayar que el Reglamento Disciplinario no es más que un formalismo de la Cámara de TV, para aparentar un régimen de control que nunca han tenido frente a los anunciantes que, como hemos señalado anteriormente, son los que regulan los mecanismos de difusión de las televisoras.

CONCLUSIONES

No cabe la menor duda de que el Estado ha demostrado una fehaciente ineficacia en lo atinente al diseño y aplicación de normativas jurídicas que regulen la actividad económica, social, cultural y técnica de los sistemas audiovisuales de difusión masiva.

El Estado ha sido negligente —sólo por citar dos ejemplos—, con la Ley de Telecomunicaciones de 1940 y con la Ley de Cine, cuyo primer anteproyecto se elaboró en 1967.

En el caso de nuestra cinematografía —sin pretender entrar en detalles—, constatamos que, desde hace tres décadas, los gobiernos de turno han reflejado una dramática apatía en torno a la aprobación de un régimen jurídico que, en primer lugar, la ampare frente a los intereses opuestos de los distribuidores y exhibidores y de los circuitos transnacionales de la Industria Cultural; y, por otra parte, la reafirme como un proyecto industrial creíble y vitalizante.

Si bien en la actualidad la Ley de Telecomunicaciones, luego de medio siglo de espera, se halla en la etapa crucial de discusiones para ser admitida por el Congreso, ello no garantiza que el tratamiento jurídico de que ha sido objeto sea el más idóneo dentro de los parámetros de una legítima democracia (13).

En este sentido, resulta incoherente que, en la reestructuración de la Ley en cuestión, se haya dejado a un lado a los medios, radio y televisión.

Sin embargo, este hecho no debe producir asombro en virtud de que la coyuntura social está siendo marcada por una agresiva política de privatización que a la larga persigue minimizar el ya de por sí reducido control que ejerce el Estado sobre el uso de los medios masivos.

¿Acaso no hubiera sido preferible que se suspendiera el replanteamiento de la Ley de Telecomunicaciones del '40; y que siguiéramos conformándonos con el Reglamento de Radiodifusión, cuya normativa legal, aunque sea, regula de manera dispersa el servicio de radio y televisión?

La interrogante viene a colación porque el Estado está dejando en manos del sector privado el destino de las telecomunicaciones. Lo que significa que, tarde o temprano, se legitimará el poder de decisión de la red transnacional en lo atinente al uso de los medios masivos y del espectro radioeléctrico.

Sin ánimo de ser fatalistas, cuando menos lo pensamos, el sector privado derogará el Reglamento N-620 que refiere al contenido de la TV y la N-1029 que trata sobre la clasificación de los programas televisivos atendiendo a la censura, destinatario y nacionalidad de los mismos.

El Código de Ética de la Cámara de la Televisión representa sólo el inicio de un esfuerzo estratégico diseñado por los propietarios y gerentes de dicho medio a fin de contribuir a debilitar la presencia del ente gubernamental en el sistema de radiodifusión.

En este sentido, el Estado debe de reformular el planteamiento privatizador de la Ley de Telecomunicaciones y por otra parte maximizar su presencia mediante el control democrático de los sistemas audiovisuales de difusión masiva, concediendo únicamente al sector privado el papel de consulta, en lo que respecta al diseño de una política nacional de comunicación.

NOTAS BIBLIOGRAFICAS

- (1) Ver "Revista Apuntes N°3": **Televisión, Telenovelas y Vida Cotidiana** de Leoncio Barrios. ECS. UCV.
- (2) Ver Código de Ética de la Cámara de la TV. Abril de 1991. (Páginas sin numerar).
- (3) Ver "Revista Apuntes N° 22": **Tendencias Comunicacionales**. Varios autores. ECS. UCV.
- (4) Ver **El Nacional** 25 de Noviembre de 1990, D-2, Política.
- (5) Ver **El Nacional** 6 de Septiembre de 1990, C-2.
- (6) *Ibidem* **El Nacional** 6 de Septiembre.
- (7) *Ibidem* **El Nacional** 6 de Septiembre.
- (8) Ver el Código de Ética de la Cámara de TV.
- (9) Investigación realizada por el ININCO, los días 25-04-91 y 31-05- 91. Departamento de Sistemas de Difusión Masiva, a cargo de la profesora Elizabeth Safar.
- (10) Ver Código de Ética de la Cámara de TV
- (11) Ver Código de Ética de la Cámara de TV.
- (12) Documento Audiovisual del ININCO presentado por el profesor Oswaldo Capriles.
- (13) Ver **Comunicación N° 74**. "Reestructuración de las Telecomunicaciones" Pág. 116.

ETICA Y COMUNICACION

Juan Barreto

"-DEMOSTENES: ¿Qué estatuas? ¿De verdad crees en los dioses?

-NICOCIAS: Yo sí.

-DEMOSTENES: ¿Qué pruebas tienes?

-NICOCIAS: Que los dioses me odian. ¿No tengo yo razón?

-DEMOSTENES: Muy bien, me has convencido".

-ARISTOFANES: "Los caballeros."

"Hay un hermanamiento entre el tipo de lenguaje que se llama ciencia y ese otro que se llama ética y política: uno y otro proceden de una misma perspectiva o si se prefiere una misma "elección", y esta se llama occidente".

J.F. LYOTARD: "La condición Postmoderna "

INTRODUCCION:

I. Advertencia

Dicen los que saben, que escribir es bueno, pero escribir un texto que será exhibido y presentado, puede ser un riesgo que conduzca al desastre. Mostrar es para muchos también una forma de ocultarse, pero algo así como un "ensayo" es una manera de enseñar las inconsistencias. Por supuesto, el autor siempre espera señalar ausencias, caminos y puntos dilemáticos. Antes de introducir las complicaciones y los usuales rodeos en los que es válido regodearse, es menester añadir que se trata de un momento de la reflexión, que da cuenta de su estado tosco e irremediable. Ya advertido el bien intencionado y desocupado lector, es su riesgo el continuar adelante, o el abandonar cuanto antes la aproximación a este trabajo. Se trata de una decisión de su libertad.

II. Contexto o en qué planeta andamos

El abandono de la sensibilidad, el cultivo de las superficialidades, el

rebotar contra lo efímero, el imperio del sentido social programado, la muerte del sujeto social y su desaparición fragmentaria, el éxtasis frío de la inercia comunicacional, que funda desde la abismal el sentido de realidad; y la erosión generalizada del sujeto y su idiotización en masa y el declive del entusiasmo que alumbró la modernidad, parecen ser, entre otros, los signos dominantes de una época, que es anunciadora, para muchos, del fin de las nuevas posibilidades.

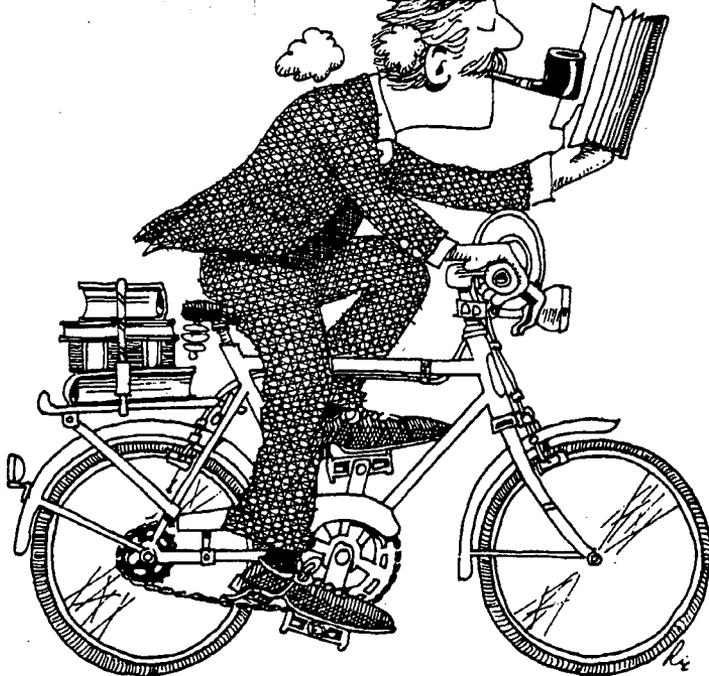
PARA ENTRAR EN CUESTION

Como quiera que nuestro oficio es la comunicación, formular preguntas alrededor del oficio, se torna un ejercicio saludable. PARA muchos (demasiados tal vez), hemos llegado al fin de la historia, al momento de la utopía, y esto, que no es un juicio inocente, sería el decreto de la final rendición del intelecto. Para gente empeñada, aun en esta época cínica, en pensar la revuelta de la imaginación y en intentar, como animara Gramsci, una revolución intelectual y moral, que avance hacia una voluntad negativa, surgen muchas interrogantes que de no ser respondidas confirmarían el estado actual de la teoría y levantarían verdaderos obstáculos epistemológicos.

Los cambios ocurridos en el globo son, para algunos entendidos, anunciadores del fin de los paradigmas, por lo que ya no hay donde fundarse. Ni siquiera en la especulación a muerte. La caída de Europa del Este ha abierto la compuerta de represados charlatanes y de oportunistas de oficio, para el ejercicio de su jerigonza. Toda clase de eclecticismo y la ironía de un excepticismo militante y conservador invade al mapa político y a las propuestas teóricas, paralizando la búsqueda de alternativas críticas: escamoteando los problemas y sepultando interrogantes nuevas y viejas que han quedado sin responder.

¿Es posible una aproximación al desencanto que permita refundar el papel de la teoría? Hoy, a esta hora, habitamos un mundo mass-mediado, que como anunciara Weber, ha racionalizado de manera creciente toda actividad humana hasta colonizar el mundo de la vida. Asistimos a un momento de realizado sentimiento de pérdida que hace de nosotros pasajeros de un planeta errante y sin salidas. Es por eso, que tal vez la filosofía recupera un papel protagónico para la comprensión del mundo y su devenir.

Dentro de la problemática que nos atrevemos a denunciar, se encuentra la comunicación social. El estudio de los procesos comunicativos están dejando de ser un ejercicio retórico que habla de base e infraestructura, de medios de masas desde las relaciones de propiedad para convertirse en un momento de la discusión donde se juega la suerte de un proyecto ético. La mayor parte de los teóricos que se reclamaban de un pensamiento crítico, hoy



se baten en retirada, repitiendo letanías o apelando a bálsamos consoladores, en el mejor de los casos, cuando no guardan silencio o se incorporan jubilosos a las nuevas prédicas que ensalzan las ventajas y maravillas de nuevas tecnologías, y en su capacidad para la democratización, incurriendo en lo que Marcuse llamaba "Metafísica Tecnológica", lo que certifica su inconsistencia.

Hoy la visión dominante que gobierna la investigación sobre los medios, mira mal todo aquello que no esté referido a "las potencialidades de los nuevos medios". Dejando de esta manera de lado toda discusión que pretenda asegurarse un espacio de confrontación en torno a problemas que la naturaleza del lenguaje, los intercambios simbólicos, el comercio y la economía de los intercambios lingüísticos y en fin, un sin número de caminos dilemáticos que intentan profundizar la reflexión. Lo que nos planteamos en adelante, es el acercamiento al pensamiento dialéctico, para intentar desde sus paradigmas fundantes el abordaje de algunos problemas de la comunicación, en tanto que manifestación específica del ser social general. Procuraremos asumir la dialéctica como producto del volcamiento marxiano en Hegel, lo que no significa remozar el Hegelianismo, sino explorar alternativas que inviten a pensar de otra manera.

En lo que viene, presentamos algunas pocas líneas que sirven para asomarnos a nuestro enfoque de la comunicación, antes paseándonos por Kant y Hegel, sus aportes, para luego fundamentar en lo posible nuestra idea del volcamiento marxiano en Hegel y su posible aplicación a los problemas de la

comunicación.

KANT Y LA ETICA

Kant, en su **Fundamentación de la Metafísica de las Costumbres**, intenta acercarse al ámbito desde donde se funda el problema de la libertad. Para él, "la voluntad es pensada como una facultad de determinarse uno a sí mismo a obrar conforme a la representación de ciertas leyes". (81) Los seres racionales, dice, son capaces de actuar conforme a imperativos que valen para todos. Fines (reino de los fines) y medios, son el resorte objetivo y el motivo de la acción.

La Ley práctica, es decir, los imperativos categóricos que en su existencia misma, son (fin en sí mismo) consolidación de medios y fines universales que garanticen la permanencia del hombre, necesitan de mecanismos para desarrollarse. Habría que encontrar, un juego de principios que, constituyendo un objetivo de la voluntad, sea garantía de libertad. La naturaleza de este problema se encuentra más bien en el terreno de la ética.

Pero es que el ámbito de la acción humana es en sí mismo la libertad. Kant funda la condición de posibilidad en la comunidad. Unico lugar capaz de garantizar el entendimiento para lograr hacer uso de la humanidad y de sí mismo como medio para acceder a la libertad.

La responsabilidad de cada uno para con el proyecto de su propia vida, rompe con el discurso esencialista sobre el hombre. Lo coloca solo ante su propio destino y hacia de él, a decir de Sartre, su propio proyecto por hacerse. Y establece la libertad como necesidad. Pero una necesidad nacida del reino de la voluntad, es decir autónoma y no contingente.

La autodeterminación es pues, el principio de toda conducta. Un debe ser que se proyecta en la comunidad en cuanto comunión de seres racionales capaces de concertar acuerdos por medio de UN diálogo. Unión de dos en una unidad concertada, por y en el entendimiento.

Así, el reino de las pasiones, queda controlado por una Voluntad de poder que no surge del sujeto individualmente constituido, sino de un sujeto que se construye desde los intereses discursivos que van apareciendo en la comunidad.

De este modo, 'las máquinas' que surgen de "La Etica como amor propio", se van haciendo leyes generales; "Mandatos de la razón", denomina Kant a estos imperativos de carácter categórico. Los ámbitos de validez de los discursos, quedarán fundados, en el mundo de vida que regula la existencia de los hombres.

Sade y Nietzsche, parten de la idea de un hombre solo y sin dios. Solo

ante los otros. En un mundo sin regulador supremo donde todo estaría permitido. Pero he aquí que este TODO, se reduce a un COMO SI, cuando choca con los intereses reguladores de la comunidad.

Savater dice en *Invitación a la Ética*, que: "El ámbito simbólico/operativo de la ética, la forma de la relación es la comunicación racional, pues en ella se objetiva la máxima reciprocidad y una igualdad intrínseca que permite todas las diversidades concretas. Los interlocutores se comunican, es decir, instituyen el reconocimiento de la autodeterminación del otro en forma de asentamiento o disentimiento; al aceptar la racionalidad lingüística como toda su infinita riqueza de formas persuasivas y expresivas, acatan una palestra común en la que cada cual mostrará su consideración por el otro al someter sus propias opiniones. Evidentemente, la comunicación no es la ética... ..Pero es la forma general que adopta la relación ética, pues la confirmación que busca la totalidad abierta y autodeterminación precisa de la forma más universal e impersonal, no puede someterse a una relación particular en la que se recorte y condicione su infinitud". (p. 36) Comunicarse con el otro es entablar una relación de reconocimiento ético del otro.

Esto plantea que incluso en la soledad sigo dialogando con el otro, en tanto el hacerse humano presupone una alternativa ética. Savater recupera a Nietzsche y a Shopenhauer, en el rescate de la virtud que nos permite interrogarnos sobre la posibilidad de hacer lo que quiero y si soy libre de hacerlo, desde la autonomía de mi determinación fundada en mi constitución como hombre. La respuesta no es obvia, pero supone que el camino de la libertad pasa por las demandas negativas del deber ser de la ética, sujeta al movimiento y al cambio. "Ambas misiones responden, se dirá, a ese movimiento juntamente objetivo, inmisericorde y verificador, que en su día se llamó dialéctica". (p. 50)

Aquí el ideal se mezcla con la voluntad de realización. "El hombre quiere confirmar su alma en la comunicación racional con los otros hombres" (p. 56) Es decir, escapar de la posibilidad de instrumentalización de la lógica medio fines. La vida es lo que hay que hacer y ésta surge de la posibilidad de la superación de la necesidad. La oposición finalidad versus instrumentalización surge aquí como una opción que permite poetizar la vida, en un acto estético, más allá de cualquier relación política.

La moral es aquí, la convicción última que legitima la acción más allá de la Ley.

En un mundo de supersticiones y mitos ahogados por la post-modernidad, el compromiso ético resulta desolador para los partidarios del oportunismo y del enchinchorramiento escéptico. Hoy, "Los casos de mayor fervor ético se reclutan entre las bellas almas con querencia religiosa que no renuncian al sermón dominical. En cuanto a los laicos, científicos de la ética,

pertenecen por lo común al ramo de las comunicaciones: son como operarios de telefónica, pero como sustituto "light" de las antiguas ideologías políticas, ahora en franca crisis. Por lo demás, dicen los más osados, vivimos en una época cínica. Como el Western cinematográfico, la ética no parece destinada más que a un porvenir de remakes cada vez más artificioso y halagador del morbo nostálgico, hasta su definitiva extinción en cuanto razón práctica actual y esclerosis museística en curioso producto histórico". Comenta Savater. (**Ética como amor propio. Mondadori**. Madrid, 1988. p. 297).

La filosofía, que como el búho de Minerva, a decir de Hegel, levanta el vuelo al amanecer, tiene ante sí el problema de la larga noche postmoderna. La discusión de hoy pasa por saldar cuentas con las teorías explicativas del pasado que fundaron los grandes relatos, para abocarse a la tarea de dar con una nueva epistemología. (Tal vez desde la ética, surja un espacio fértil. **ÉTICA Y COMUNICACION**).

LA COMUNICACION queda definida en muchos estudios de la materia, como una situación relacional entre seres inteligentes, capaces de diálogo racional. La pertinencia de comprender la comunicación como ámbito relacional, determina un predicamento que la vincula al entendimiento. La idea de relación significa contigüidad en el tiempo y en el espacio. Un Estar- Con- El otro.

La relación establece un espacio referencial, funda un vínculo, una mediación. En Kant, todo relacionar es a su vez síntesis y unificación, lo que hace de esta categoría un género fundamental. Pros ti, o cerca de, ratificar una voluntad. Pues como dijera Kant, no es dada por los objetos, sin producida desde el sujeto.

A pesar de que la fábrica conceptual Kantiana no trabajó la categoría relacional más allá de la naturaleza, su analítica de los juicios muestra un camino para el crecimiento de plantas propiciatorias. Es por ello que muchos filósofos han tratado de pensar con renovada inteligencia los supremos conceptos relacionales.

El objeto hombre se determina a partir del ser con otro. En estado de acción recíproca, es decir simultaneidad que funda la Comunidad. Inherencia, Causalidad y Comunidad, constituyen una triada en la cual la comunidad es la síntesis. La relación como síntesis de la inherencia encuentra en la comunidad un espesor para la simultaneidad y la reciprocidad, uno con el otro. El cerca de, en la causalidad pasa a ser un relacionado recíproco.

Lo común y comunitario engendra una dialéctica de la reciprocidad. Este comercio predice la correspondencia entre individuos que ceden al conflicto y deciden el trueque. Así, filósofos de la comunicación como Antonio Pasquali, aseguran que: "En sus comentarios sobre la tercera analogía, Kant

enuncia una diferencia que lo hubiese conducido muy lejos de haberse pronunciado por las dimensiones extra naturales del problema". (**Comprender la Comunicación**, p. 90).

"De haberse extendido hasta la aplicabilidad de su flamante categoría de la comunidad, tal vez hubiera dado con otro término más genérico, y hallado una adecuada ubicación para comunio..." (p. 91)

La síntesis relacional de comunidad, instauro un espacio para acercarse al mundo de la comunicación, y así, a todo lo social La convivencia, forma relacional de toda la antropología social, se funda en la comunicación, forma superior de los modos relacionales de la comunidad. "La comunicación establece la síntesis de la reciprocidad; una tensión equilibrada entre polos que sintetizan el intento de adhesión y de financiamiento en armonía de contrarios" (p. 116).

MAS ALLA DE KANT

La reciprocidad comunitaria que funda la comunicación supone un ingrediente ético, pues estar con el otro sólo se logra a condición de un inapelable respeto que contiene la superación de la conformidad a la ley moral. La creciente racionalización de la vida conforme a los dictados del imperio de los fines, correctamente estudiado por Max Weber, reduce la comunicación a efecto instrumental, es decir, información. Con lo cual se rompe la reciprocidad.

Habermas en su trabajo **Ciencia y Técnica Como Ideología**, establece un camino para la comprensión del papel de la interacción comunicativa: "La representación simbólica, el proceso del trabajo, y la interacción que tiene lugar sobre la base de la reciprocidad establecen una mediación entre el sujeto y el objeto, cada uno de ellos a su manera. La dialéctica del lenguaje, del trabajo y de la relación ética está desarrollada en cada caso como una figura especial de la mediación". (p. 12) Para el autor citado, la relación dialéctica de simbolización lingüística, de trabajo y de interacción es la que determina el concepto de espíritu. En este escrito Habermas da cuenta del punto de partida de Hegel en el pensamiento Kantiano, que le permite fundamentar la constitución del yo.

El sujeto como autoconciencia, es la expresión de la dialéctica del yo con la intersubjetividad alcanzada en la comunicación con el otro. "Solo sobre la base del reconocimiento recíproco se forma la auto conciencia". (p. 15) Para Hegel, el espíritu es la conjunción de lo dado finito con la universalidad. La comunidad de individuos que forman su propio yo en la interacción de sus representaciones en la acción. Por ello, "...El espíritu es el desarrollo dialéctico

de esta unidad, a saber la totalidad ética. Así, lo social es un espacio ético para la reciprocidad y la lucha por el re-conocimiento.

Una "comunicación" asumida como violencia simbólica, rompe el espacio ético e impide el re-conocimiento. Bloquea las posibilidades de encuentro con el otro, escindiendo a los individuos. La cancelación de la comunicación es la ruptura de lo social como compromiso ético. El proceso de cosificación se abre con el ROMPIMIENTO DE LA VOLUNTAD AUTONOMA, que marca la "relación ética de particulares que se comunican entre sí".

Desde la discusión Popper-Habermas, el debate actual quedó marcado esencialmente por la dimensión ética. El problema de la comunicación racional como acto de fe o modo de fundamentar la racionalidad ésta cruzando por este debate. Appel, Rorty, Austin y muchos otros se han abocado al estudio de los problemas propios de la comunicación: la posibilidad de fundamentación de la ética como necesidad racional a partir de una pragmática del lenguaje, ocupa el tiempo de numerosos investigadores.

Una pragmática que actúa como imperativo en la acción comunicativa, es parte del último de los trabajos de Habermas. El discurso retórico, las competencias performativas y comunicativas, los juegos del habla y los mecanismos del consenso, son campos que se abren a los estudiosos de la comunicación.

La ética como solución al proyecto de vida vuelve a estar planteada, haciendo de la perspectiva moral una perspectiva social que anuncia un compromiso.

La promoción social de sujetos solitarios que actúan de forma autosuficiente, como conciencias únicas, sustraídas de la acción comunicativa, no es más que una muestra de la acción estratégica presentada como razón instrumental. Los problemas de la eticidad, que sólo pueden surgir en el contexto de la comunicación entre actores y de una intersubjetividad, quedan abolidos en una sociedad de la masificación de individuos serializados e individualizados.

La acción comunicativa Hegeliana hace entrar en juego al yo como lenguaje, como fuerza y voluntad de representación. En medio del lenguaje se forma una dialéctica de la representación que permite la formación de los saberes. Las mediaciones sociales son posible a partir del juego de los intercambios simbólicos. Pero los símbolos no son pensados sino al interior de complejos procesos sociales que determinan las formas de reconocimiento y objetivación de lo real.

La subjetividad queda atrapada al interior de un modo de producción del sentido, que recorta los procesos sociales conforme a una gramática: El dominio de la naturaleza, y con el, de toda forma de representación. Las mediaciones

entre sujetos y objetos en el proceso de construcción del mundo, legitiman discursos y generan dicha dialéctica de la representación.

El sujeto que se cosifica es aquel que no superando la necesidad, conforma su yo en la regularidad del trabajo y en la inserción. En la acción instrumental y no en la comunicativa. Pero, ¿Es posible fundar una relación ética sin dar cuenta de los procesos comunicativos y de la naturaleza de la economía de los intercambios lingüísticos?

UNA PROVOCACION PARA SEGUIR DISCUTIENDO (UN VOLCAMIENTO)

Marx parte de la forma mercancía, es decir, desdobra la materialización histórica del trabajo social de los hombres hasta llegar a la actividad productiva y a las relaciones sociales de producción que le corresponden. Así, va entendiendo las leyes autónomas de este proceso y la forma como los hombres toman conciencia de las mismas, comprendiendo al espíritu en Hegel, como sujeto modificado, en su recorrido por el mundo. Este sujeto modificado no es solamente la realización pura del "crecimiento económico" propio de la idea de progreso, sino también como cambio y actividad.

El Capital de Marx, a decir de K. Kosík (**Dialéctica de lo concreto**. Grijalbo, México, 1967), "se manifiesta como la odisea histórica concreta la cual pasa desde su producto elemental del trabajo a través de una serie de formas reales, en las que la actividad práctico productiva espiritual de los hombres se objetiva y fija en la producción, y termina su peregrinación no con el conocimiento de lo que es por sí misma, sino con la acción práctico revolucionaria, que se basa en dicho conocimiento". (p. 201)

El sujeto que lleva a cabo la odisea se constituye, como ya lo adelantamos, en el lenguaje, el trabajo y la interacción social.

Kosík dice: "La odisea no comienza por la conciencia, porque no es una odisea del espíritu, sino que parte de la mercancía, porque una cosa es la forma histórica concreta de la praxis y otra el espíritu. La mercancía no es sólo una cosa trivial y mística: no es sólo una forma simple en su doble carácter. ...Es una forma histórica de trabajo social" (p. 202) La articulación lógica del trabajo de Marx, nos aproxima al trabajo como forma de interacción. Pues la mercancía, es el elemento histórico que recoge las múltiples formas de intercambio y la odisea del trabajo (sujeto), hasta alcanzar su forma capitalista.

Para Miguel Briceño (**El desarrollo del ser social**. ULA. Mérida, 1988), esta odisea del ser social, trabajo, mercancía interacción, es inherente a la praxis.

El capitalismo es presentado en las obras de estos dos autores como

sistema total de cosificación y enajenación del sujeto. Trabajo sujeto cosificado, descosificándose y consificándose dialécticamente en el proceso material de conformación del capitalismo. Lo que permite el entendimiento de las leyes de la odisea, en la propia praxis.

Hoy, un volcamiento crítico del pensamiento de Marx en la obra de sus predecesores, es una tarea que nos aleja de las interpretaciones manualescas y nos acerca al rescate de las intenciones impugnadoras del autor de *El Capital*. Así mismo, nos confronta con la posibilidad de entender la interacción en cada fase de desarrollo del ser social y sus manifestaciones discursivas y simbólicas... (*)

(*) Como vemos, del análisis de la mercancía se obtiene todas las especificaciones esenciales de la forma valor", dice Marx, quien le asigna el rango de sujeto. El estudio del modo como toma cuerpo la mercancía en la sociedad a partir del tráfico que genera, dando lugar a la formación social capitalista. Sin embargo, los procesos de intercambio en la sociedad quedan mediados por el lenguaje, estructura que designa y jerarquiza permitiendo el contacto entre los hombres y promoviendo sus relaciones. El lenguaje actúa como una determinación mediadora del tráfico social. En el lenguaje se registran las operaciones materiales como espacios simbólicos que "dicen" de los procesos reales y de la praxis del sujeto. A la luz de la teoría del desarrollo del ser social en Marx, y de otras nuevas propuestas, habría que estudiar el papel del lenguaje en la constitución de las relaciones sociales que despliegan la síntesis general del trabajo social y de las múltiples determinaciones contenidas en la mercancía, así como el desarrollo del lenguaje a partir de la síntesis social de los distintos momentos del desarrollo de la mercancía desde sus comienzos hasta alcanzar su forma capitalista.

Marx, sin conocer los escritos del joven Hegel, redescubrió el papel del trabajo en la interacción social, en la autogeneración de hombre, pero también de su enajenación. "Bajo este punto de vista Marx trató de reconstruir el proceso histórico de formación de la especie humana a partir de las leyes de la reproducción de la vida social". (49) Marx no llega a criticar las formas de transformación de la naturaleza y los procesos de trabajo, producto de interacciones no reflexivas, de la acción instrumental.

Así, Marx no distingue entre acción comunicativa y acción instrumental, reduciendo las formas de interacción humana. De este modo, las alternativas quedan atrapadas por la progresiva racionalización de la vida, puesta al servicio del trabajo. Las formas de producción de la vida y del sentido han coartado las posibilidades de desarrollo de una dialéctica de la relación ética. Esto plantea la necesidad de superar el campo dilemático iniciado por Marx, para seguir discutiendo. El problema de si es posible o no, una pragmática del lenguaje, que diferencia la acción estratégica de la instrumental, es la discusión que vienen acusando numerosos teóricos. Hoy queda planteado el debate en la necesidad de comprender

el lenguaje no sólo desde las esferas normativas desde donde queda fundado sino también desde los sujetos hablantes y si aun es posible, en una sociedad postmoderna, la constitución de un sujeto moral, capaz de diálogo racional inteligente.

BIBLIOGRAFIA

- J.M. BARBERO **Comunicación Masiva discurso y poder.** Intiyan, Quito. 1988.
- J. HABERMAS **Ciencia y Técnica como ideología.** Tecnos. Madrid. 1986.
- A. PASQUALI **Comprender la comunicación.** Monte Avila. Caracas. 1985.
- M. KANT **Crítica de la razón pura.** Orbis. Barcelona. 1986.
- M. KANT **Fundamentación de la metafísica de las costumbres.** Lozada. Madrid. 1988.
- BRICEÑO M. **El desarrollo del ser social.** ULA. Mérida. 1988.
- KOSIK K. **Dialéctica de lo concreto.** GRIJALBO. México. 1967.
- SAVATER F. **-La ética como amor propio.** TAURUS. Barcelona. 1988.
-La tarea del Héroe. TAURUS. Madrid. 1983.
-Invitación a la ética. ANAGRAMA. Barcelona. 1986.
- AGUIRRE J. -BISBAL M. **La ideología como mensaje.** MONTE AVILA. Caracas. 1981.
- ECO U. **La estructura ausente.** ALIANZA. Barcelona. 1984.
- ADORNO-HORKHEIMER **La industria de la cultura.** FCE. México. 1981.
- BORDIEU P. **Lo que habla quiere decir.** AKAL. Madrid. 1985.
- BAUDRILLARD J. **Cultura y simulacro.** ANAGRAMA. Barcelona. 1982.
- BAUDRILLARD J. **Crítica a la economía del signo.** SIGLO XXI. México. 1986.
- BAUDRILLARD J. **A la sombra de las mayorías silenciosas.** ANAGRAMA. Barcelona. 1986.

SEXUALIDAD Y ETICA DE LA COMUNICACION

G.H.D.

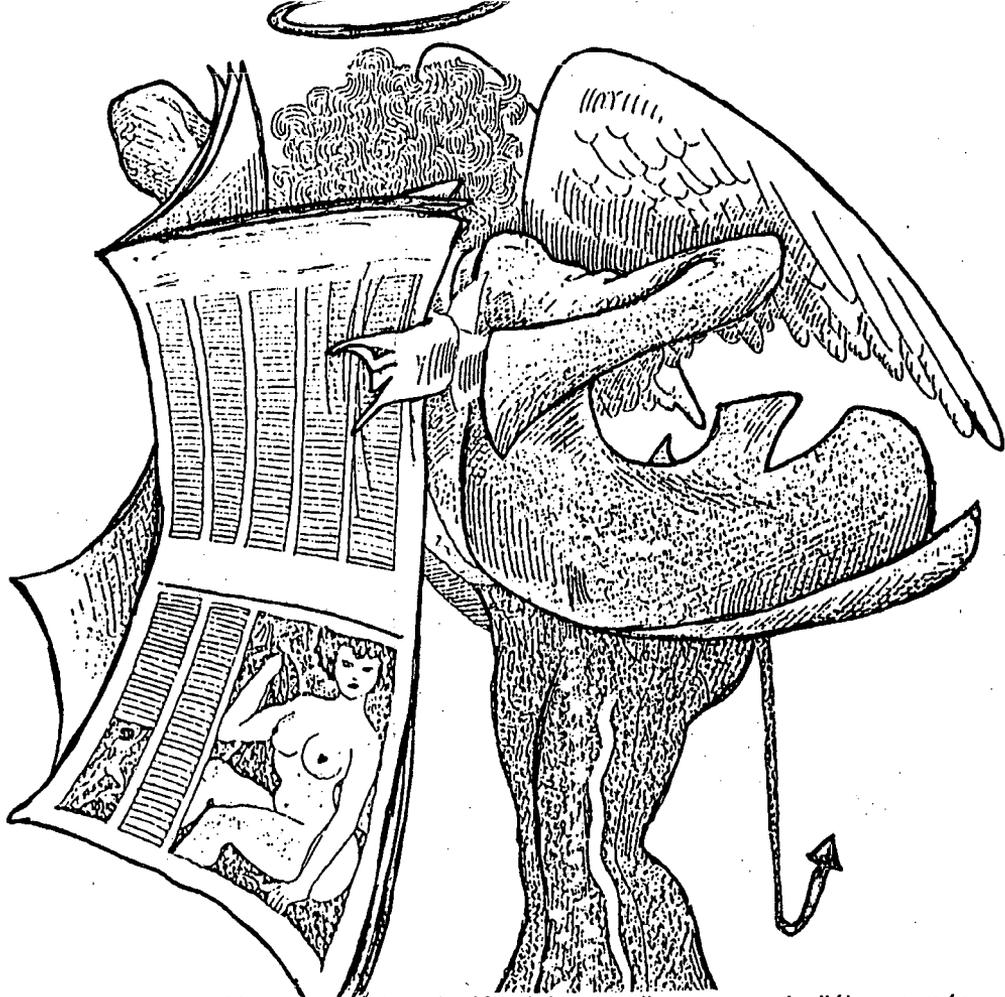
Este reportaje aborda el tema de la sexualidad en los sistemas de difusión masiva y los efectos sociales que derivan del mismo.

Los entrevistados son: Oscar Lucien, cineasta e investigador del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO), Tulio Hernández, investigador de la referida Institución y Rafael Cordero, psiquiatra y docente de la Escuela de Psicología de la Universidad Central de Venezuela.

Cerramos el reportaje señalando algunas conclusiones provisionales en relación al tópico en cuestión.

GUSTAVO HERNANDEZ: *¿Cuál ha sido el tratamiento que los medios de difusión masiva le han dado a la vida sexual?*

OSCAR LUCIEN: Pienso que donde ha habido desarrollo ha sido en el medio publicitario. Cualitativa y técnicamente es donde más ha avanzado, avanzado entre comillas. Obviamente el elemento que sigue predominando es el hecho del componente sexual para la venta y esencialmente el uso del cuerpo de la mujer como elemento de promoción. Asimismo, el arte-físico de la mujer es el trasero, que es la cultura básicamente dedicada a eso. Lo que se quiere vender, desde dentríficos a zapatos, el elemento más explotado será el trasero de la mujer. Desde el punto de vista del discurso que se plantea en la telenovela venezolana, ha habido una evolución hacia algunos temas, aunque sigue existiendo los temas tradicionales del género: el hijo natural, el padre desconocido, etc. En lo poco que he visto, veo que hay relaciones de otra naturaleza, hay mayor desenfado, mayores encuentros entre los personajes, las parejas tienen un poquito de relaciones más directas y más reales que hace



muchos años. Hay una cierta relación del naturalismo sexual, diálogos más directos, más explícitos en relación al tema. Se asume la relación extramatrimonial, prematrimonial como cosas que existen y forman parte de la vida cotidiana de esos personajes. Y quizás donde yo he visto el grado máximo de ese proceso ha sido en el cine. Pero la publicidad hecha para el cine. Donde por primera vez en Venezuela, por ejemplo, vi el tratamiento del desnudo como algo normal. Para una cuña de jabón unas jóvenes se bañan en una cascada completamente desnudas, con la ventaja de que se hizo de una manera tan buena y tan natural que uno ni siquiera se da cuenta de eso. De pronto al pasar unos segundos uno no se da cuenta que las mujeres están efectivamente desnudas. En el cine mundial el elemento desnudo es un factor importante a los efectos de relación entre ese componente y la ampliación de la repercusión

comercial de un producto cinematográfico. En el caso de Venezuela, obviamente muchos cineastas la han usado. Pienso que básicamente dentro de ese contexto. Lo que podríamos llamar un tratamiento refinado del erotismo, de la sensualidad, creo que hasta ahora no se ha hecho en el cine nacional. Salvo momentos fugaces en algunas películas. Básicamente es el cuerpo de la mujer lo que se vende. Te venden un apartamento y quien te lo anuncia en una chica en bikini, a parte de la publicidad específica de ropa interior y prendas íntimas. Pero en general la mujer es el elemento más predominante en la acción publicitaria. Yo veo como algo natural la sexualidad en el discurso serial de programas. Es parte de la cotidianidad de todo ser humano. Lo que pareciera exacerbado es el discurso sexual publicitario.

TULIO HERNANDEZ: Habría que diferenciar el tratamiento de la vida sexual en los productos extranjeros y nacionales que se transmiten en Venezuela. Preferiría hablar de los productos nacionales. A mí siempre me ha llamado la atención la escasa pornografía que se distribuye y se vende en nuestro país, si lo comparamos con los otros países de América Latina. Si uno mira por ejemplo, los puestos de revistas de Caracas y las compara con las de Río de Janeiro, Sao Pablo, Buenos Aires o México, encuentra que la presencia de la pornografía, ya sea fotográfica o en revistas, es relativamente baja. Igual en las salas de Cine. En Venezuela, incluso, han cerrado o han cambiado de rubro varias salas en Caracas, sobre todo varias salas de cine dedicadas a lo pornográfico. Aquí no existe una industria pornográfica exitosa como la que hay en otros países. Con respecto a la publicidad, aparte de la sexualidad femenina, recientemente empieza a incorporarse la presencia del cuerpo del hombre como instrumento de venta que llega a ser un signo muy atractivo en este medio. Sin embargo, creo que por las reglamentaciones existentes, aquí más que atrevimiento lo que hay es una especie de subterfugios que han ido desarrollando quienes utilizan la sexualidad para vender algunos productos. Lo interesante es que se ha ido mezclando sexualidad con picardía muy caribe, muy venezolana. Por ejemplo, la presencia del trasero en la venta de pantalones y de otros productos y la mezcla de estos con el merengue, creo que han sido las vetas más explotadas recientemente por la publicidad. Y esto cabalga muy exitosamente en la sexualidad del venezolano. Yo suelo decir que mientras los gringos hacen un culto de los senos, los latinoamericanos y sobre todo los caribeños hacen un culto del trasero femenino. Y la publicidad ha sabido aprovechar esto de manera bastante exitosa. Ahora, yo creo que el único lugar de los medios de difusión masiva donde se pronuncian los problemas de la sexualidad y del afecto amoroso venezolano es en la telenovela. Aunque sea maniquea en algunos casos, moralistas o atrevidas en otros. Porque han habido

telenovelas muy sinceras que tratan el problema del divorcio, o el problema del rol femenino con cierta valentía. Creo que la telenovela es el único espacio donde tiene presencia pública una de las dimensiones tan traumáticas y tan complejas de las venezolanas y de los latinoamericanos como es la sexualidad, lo afectivo y la vida familiar. Hay unos estudios de José Luis Vetancourt, el psiquiatra, donde habla de la estructura típica de la familia latinoamericana; y donde demuestra que la presencia de la cultura europea, de la imposición de un modelo de familia occidental católica y la voracidad sexual de los conquistadores produjo en América Latina y en Venezuela, en particular, un tipo de familia ambigua, insegura, inestable que ha marcado esa especie de afectividad desbocada, dislocada que nos caracteriza. Y que ha sido muy evidente en un número elevado de hijos naturales, de familias matrilineales. Los géneros musicales y los géneros de ficción de las Industrias Culturales Latinoamericanas más exitosas son precisamente el bolero, la ranchera, el tango, la radionovela y la telenovela. Todos tienen como epicentro el amor y por lo tanto, también, la sexualidad. Entonces, en países donde los discursos sobre la sexualidad dominante fueron o el científico que eliminaba la pasión o el religioso que era un discurso condenatorio, pecaminoso, uno de los pocos lugares donde la sexualidad habita con un mínimo de libertad, por lo menos donde se pronuncian los grandes conflictos: la infidelidad, el hijo natural, la traición, la promiscuidad, es en la telenovela. Y creo que allí su éxito y su valor social. Yo por ejemplo no creo que exista una superabundancia de sexualidad en los medios venezolanos. Al contrario me llama la atención que seamos un poco más mojigatos que todos los demás países. Y en el cine, por ejemplo, la sexualidad se toca de una manera temerosa. Se exhibe la parte sexual, los encuentros amorosos, pero no se aborda a fondo y a profundidad todo lo que en la sexualidad existe en complejidad, y, que el cine norteamericano lo ha abordado en pleno centro, es decir, en aquellos mundos de aberraciones, de confusiones y de violencia que lleva de por sí la sexualidad. Aquí se cuadran dos hipótesis. O los venezolanos tenemos la sexualidad tan sana, tan resuelta que no hemos necesitado su expresión exagerada en el cine y en la pornografía impresa; o los venezolanos no somos una sociedad ambigua en lo que a sexualidad se refiere. Que aunque vivamos mudando y exhibiéndola en el comportamiento diario femenino-masculino, le tenemos un cierto temor al verla mostrada en las obras de ficción, sobre todo en la audiovisual. Yo me inclino por la segunda hipótesis. Si uno ve que por ejemplo, en Venezuela, en los autobuses, en algunos restaurantes de la playa está prohibido entrar en short y en traje de baño, y si uno ve que una mujer que camina en short es víctima de ataques, burlas o de frases seductoras en la calle, simplemente por llevar esa prenda, yo creo que sí hay algo confuso en nuestra sexualidad, que los medios

no han sabido abordar, ni como reflejo ni como naturalización de esos problemas.

RAFAEL CORDERO: Hay dos cosas. Por un lado los medios tienen mucho ingrediente sexual en cualquier tópico que traten. Inclusive, buscan de manera ex-profesa el tema sexual como uno de los más llamativos para la audiencia. Desde ese punto de vista se pueden destacar cuatro formas, que serían enunciadas desde la menor a la mayor frecuencia en como aparecen en los medios. En primer lugar el cine, en segundo la TV, en tercer lugar la prensa escrita y en cuarto la radio que también ha tenido programas muy especializados en materia sexual. En un primer nivel, lo sexual es presentado en un estilo a veces como tema importante en la vida humana, con seriedad. Es el tema de muchas películas que tratan de presentar la sexualidad de las minorías de la manera más decorosa y respetuosa. Y aún todavía en ese lago mayor de frecuencia para tratar el tema, ha existido, por ejemplo, entrevistas en programas sistemáticos de televisión y radio. Programas que tienen una meta educativa. En donde especialistas se encargan de tratar el tema. Generalmente lo hacen desde un punto de vista muy catedrático, pero no han encontrado una manera atrayente de generar un vínculo con la audiencia que, requeriría un tono más coloquial, sin que ello disminuya la densidad del concepto que emiten. Las telenovelas que han tratado dicho tópico lo han hecho muy bien. Las brasileñas, por ejemplo, "Vale todo", denota todas las formas de sexualidad, prácticamente. Por otro lado, es casi siempre el cine europeo el que trata bien el tema de la sexualidad y algunas películas americanas; sobre todo de los '70 y '80 que trataron temas relativos a las conductas de las minorías de manera muy inteligente. Es el caso de "El cartero llama dos veces", "Su otro amor" película que trata el problema de la homosexualidad en forma digna. Y en el cine europeo tenemos "Un caso muy particular" de Scola, centrado en el tema, casi tabú del problema homosexual, visto no con un todo de escándalo o de burla.

En un segundo nivel, el tema sexual es visto de una manera chabacana. Y predomina abiertamente, tanto en el medio publicitario televisivo como en el cine escogido. En esos medios, el contenido sexual aparece como un aspecto de la conducta que domina y que genera pasiones incontrolables, sobre todo en las telenovelas nacionales, donde los protagonistas aparecen como personas poseídas por pasiones de origen sexual y donde las conductas que se derivan de allí son disparatadas; y llevan más bien a que la audiencia las tome como modelos. De manera que, eso influye porque esas imágenes tienen esa capacidad de modelar conductas. En este sentido, cuando una telenovela ha tenido éxito es porque ha generado un fenómeno de identificación colectiva con los personajes más sobresalientes de la obra. En lo que respecta al cine, el tema

del sexo ha sido bien tratado con diferentes facetas y en distintas obras de autores. En Román Chalbaud es un tema constante. "El pez que fuma" plantea el problema de la vida sexual mercenaria, pero no con una descripción, ingenua, elemental, sino que te plantea el problema de cómo aún en ese medio, aparentemente tan degradado se da una lucha sorda por el poder, por las mujeres que son tomadas como símbolo del poder. En relación a las letras de las canciones el grado a que se ha llegado es de mal gusto y de una chabacanería impensable e inaceptable, aún por las personas que tengan la apertura más grande hacia las costumbres. Inclusive, algunas letras de las canciones se han llegado a prohibir. A propósito de la publicidad podemos decir que, le hace el juego a las costumbres. Juego que se efectúa de una manera subliminal. El sexo es un tema que tiene que ser tratado con cierto recato. Lo otro es que haya una cierta expresión ya muy especializada de la sexualidad que puede ser por ejemplo, el cine francamente pornográfico, que ocupa también su lugar. En la publicidad hay un juego que consiste en vincular las situaciones más alejadas con la escena de lo sexual; e introducirla como un signo de atracción de la atención de la audiencia, hacia lo que quiere vender. Por ejemplo, es probable que en la promoción de un jabón eso pueda tener algún sentido, porque el jabón tú lo usas y hasta puede hacerse una buena publicidad mostrando sugerentemente los desnudos del cuerpo. Sería un exceso de moralismo que al promocionar un jabón no se muestre alguna sugestión del cuerpo humano, porque hay cierta relación lógica entre el uso de un jabón y la desnudez. A veces la publicidad es de mal gusto y ofensiva, como por ejemplo, las propagandas de trajes de baño o de un cigarrillo, obligatoriamente presentadas en ambientes donde estos artículos están asociados a la desnudez, a la oferta del cuerpo como artículo de atracción. Puede ser una de las opciones, pero quizás ese sea el momento menos indicado para fumar, por ejemplo, en la playa. Por lo tanto, esa es una relación forzada y estudiada para hacer una vinculación que no tiene ninguna fluidez natural. También, ahí se da una situación de mal gusto, de presentar un país determinado, con personas que nada tienen que ver con nuestra verdadera realidad fisonómica y anatómica. Se muestra, por ejemplo, un país eslavo en el cual podemos notar un racismo encubierto, aparte del anuncio sexual que contiene. Pareciera que, determinadas razones son las que tienen oportunidad de exhibirse y de mostrar la manifestación de los cuerpos como expresión de lo sexual. Esto implicaría también, otra deformación que la imagen produce. Yo no creo que el hecho de que si en una publicidad se utilice un contenido sexual, sea "perse" censurable. Por supuesto que hay el problema que esa es una expresión dirigida a toda una masa, y hay una parte de la población que necesita tener determinada edad para ver determinadas escenas. Creo que la publicidad

algunas veces puede ser exaltante y hasta con un nivel estético, pero tiene que ser en el contexto adecuado, que quepa de verdad, que encaje, de lo contrario sí es forzada, chabacana, no solamente desprestigia lo que quiere vender, sino también a la sexualidad.

GUSTAVO HERNANDEZ: *¿Cuáles han sido los efectos de los contenidos sexuales a nivel de audiencia?*

OSCAR LUCIEN: La sexualidad no tiene un efecto en especial. Habría que estudiarlo. No veo relación causa-efecto directamente vinculada con la sexualidad. Lo que siento es que la sociedad se ha hecho más permisiva, por tanto, es más abierta y extendida que en otros casos. Hay mucho mito en relación al efecto de los medios y creo que algunas veces se ha exagerado el efecto que puede cumplir un mensaje en sí mismo. Existe una retroalimentación de los medios. Estos no funcionan solos. También se alimentan de manifestaciones y conductas que ellos observan en la realidad. Entonces, hay un ir y venir de ese tipo de manifestaciones. Y tampoco uno puede establecer una causalidad directa de un tipo de mensaje porque los mismos actúan indistintamente, y, a su vez, el receptor en sí los asimila y los procesa. No se plantea una sola dirección en la producción de los mensajes. Hay una intencionalidad específica de los grupos de emisores, pero, por otro lado, ellos no están fuera de la sociedad. De alguna manera son sensibles de lo que está pasando e inclusive hay un juego allí. Es decir, una interacción entre la sociedad y quien produce esos mensajes, y quien a su vez los recibe. Y por eso soy muy prudente en afirmar de qué manera eso repercute sin haber hecho un análisis del tipo de mensaje y la conducta que uno pudiera desprender de los mismos. La sexualidad es una dimensión importante en la vida. Desgraciadamente se exageran cosas más primarias y en algunos casos no permiten un goce verdadero, porque todo es velado, hay una moral escondida, hay un juego de ocultaciones. De hecho existe una gran pacatería en el discurso como tal, a excepción de las cuñas que tienen una dimensión que exageran una cierta sensualidad, pero que parten de una motivación muy primaria. Sin embargo, la publicidad sí te entra en ese tratamiento de lo sensual.

TULIO HERNANDEZ: Estoy siempre por la onda de lo que Lazarsfeld demostró en los años '50 o intentó demostrar. De que los medios no tienen ningún poder omnipotente por sí solo. Que depende muchísimo del entorno de

lectura, del entorno de relación con los medios, de los niveles educativos, del tipo de organización familiar. Y que incluso, lo que llaman algunos la lectura desviada de lo que los medios envían. Creo que todo aquello que los medios pronuncian es un tema que se convierte para bien o para mal, en referencia y punto de discusión, de análisis o en punto de conocimiento. Y que efectivamente si hay un desborde, un pronunciamiento de la sexualidad en los medios, esto tiene que tener alguna repercusión en los niños, pero yo todavía no sé cuál. Yo no creo que hayamos hecho un estudio profundo como para decir qué la presencia de la sexualidad en los medios genera en los niños determinados efectos: un mayor o menor interés, una valoración positiva o negativa. Porque tampoco la presencia de la sexualidad en los medios es similar. Es decir, no es lo mismo que se presenta en la TV, en un horario de alta audiencia, con comercial sobre pantalones que hace elogio del trasero; a que se difunda a esa misma hora una película norteamericana clásica que plantea el problema de las relaciones prematrimoniales dentro de un contexto cristiano. La presencia de la sexualidad en el discurso de los medios masivos no es ni distinta ni más frecuente a la presencia de la misma en la vida cotidiana de la gente. Y por el contrario resultaría saludable que los medios tocaran más ese tema, y, por supuesto, que lo hicieran dentro de un marco que permita ser comprensible la sexualidad, y no dentro de un marco de exaltación gratuita, arbitraria como efectivamente hace determinada publicidad o de manejo sensacionalista, amarillista como hace determinado cine. Ahora, no hay una tábula rasa. Y no puedo decir que los medios tienen un tratamiento de la sexualidad. Creo que en los medios, sobre todo en TV, confluyen múltiples tratamientos de la sexualidad y que sus efectos varían de acuerdo a las condiciones socio-educativas, de la organización familiar.

RAFAEL CORDERO: Hay una cierta influencia indudablemente. Yo no diría que eso determina las grandes conductas de las personas, pero sí definen muchas conductas triviales, secundarias. Y sobre todo, volvemos a lo clásico: y es que todos esos mensajes están destinados a generar necesidades en torno al consumo comercial, hacia necesidades artificiales. La publicidad obviamente presenta unos mundos muy acomodaticios y a medida que las sociedades entran en crisis por problemas nacionales e internacionales, indudablemente que produce en la audiencia sentimientos de hostilidad, de separación, de no pertenencia. Y esto se da donde hay un grupo minoritario que es el que hace el usufructo de todo lo que es el ingreso de un país; y que además lo hace descaradamente arbitrario. Mientras eso ocurra, que ese grupo sea el que disfrute y maneje de la manera más autocrática el presupuesto nacional; y le imponga a todo el país decisiones que algunas veces son brutales, por

supuesto, provocará una clase marginal; e inclusive se habla de niveles sociales que están por debajo de lo que es la marginalidad. Se puede hablar entonces de una socio-cultura de la indigencia como clase social. Yo creo que la clave estaría en que ni siquiera uno estuviese hablando de sexualidad como algo aislado, que forma parte de la conducta humana y en la cual hay que darle un gran relieve. Cada vez que hay que hablar de sexualidad o de la realización sexual de las personas allí hay algo errático, distorsionado, porque la sexualidad no es sino una parte del comportamiento humano; una parte importante ensamblada con la conducta afectiva. La clave o lo sano es presentar una cuña vinculada con lo que le es natural: la conducta afectiva. Pero si le dan potestad, si exacerban a la vida sexual en los mensajes, primero están hipertrofiando la importancia de la sexualidad desde el punto de vista humano. Están como pasando de una especie de largo período de represión a un período de extravagante exacerbación de lo sexual. Y, por lo tanto, la están desnaturalizando igual como lo hacían con la represión. Entonces creo que de allí debería de partir cualquier presentación de lo sexual en cualquier contexto que se refiera a medios de comunicación. De vincularlo como algo que es constitutivo de una totalidad, no como algo aislado. Mientras sigamos así, estaremos cautivos de nuestros propios automatismos culturales, de los cuales vivimos haciendo denuncias, pero siguen estando presente, porque los medios que se encargan de MOLDEAR la generalidad de la conducta colectiva, caen también en lo mismo. Tú podrás denunciar el machismo o cualquier conducta, pero si siguen presentando lo sexual en ese contexto aislado, como en la publicidad que te sexualizan un ambiente determinado para lograr la venta de un producto estarán contribuyendo a una cuestión tan seria, desde el punto de vista psicológico, que es la sexualidad escindida de la parte comportamental general del hombre.

CONCLUSIONES PROVISIONALES

1. La publicidad destinada al cine y a la televisión además de ofrecer como "leitmotiv" el signo explícito de hacer uso del cuerpo de la mujer para reforzar la venta específica de un producto; ha incorporado, en estos últimos tiempos, el cuerpo del hombre con el objeto de circunscribirlo bajo las condiciones del mercado. Ésto que acabamos de puntualizar cuadra dentro de los parámetros de los emisores ideológicos de la Industria Cultural, que para garantizar el alto grado de proyección e identificación en la audiencia recurren a cautivantes ambientes y música caribañera. Agreguemos a esto las escalas de plano, donde tiende a predominar el plano medio de la cintura para abajo, por ejemplo, con la publicidad de pantalones, en la que se denota de manera



flagrante el culto por el trasero. En las cuñas campea un virtual racismo y elitismo, en virtud de que presentan una realidad dissociada de las características fisonómicas, culturales y económicas de nuestra nación post-saudita y en proceso alarmante de involución. La desnaturalización de las cuñas o en otros términos, el mundo paradisíaco que allí explicitan, conlleva al descontento de nuestro pueblo oprimido donde con "orgullo" se puede hablar de la indigencia como clase social.

2. Desde el punto de vista psicológico, una de las particularidades del instinto sexual radica por su grado de intermitencia. Es decir, el acto sexual se satisface con periodicidad. Ese fenómeno instintivo ha sido analizado por los emisores ideológicos para aplicarlo de manera efectiva tanto en video-clips como en la publicidad. Por ejemplo, podemos observar como traspolan la intermitencia sexual a la edición hiper-rítmica de los planos, que captan las zonas eróticas y los elementos escenográficos para reforzar la intención del mensaje.

3. El discurso telenovelesco se ha contextualizado. Aborda temas como las relaciones prematrimoniales, extramatrimoniales etc. Esto no significa que ha quedado en el olvido los tradicionales temas concernientes al hijo desconocido, al padre natural o a la servicio que tarde o temprano mejora su condición social al casarse con un joven y millonario galán. Por otro lado, el espacio telenovelesco ofrece la oportunidad de mostrar, aunque no con una transparencia absoluta y tampoco con ingenuidad los conflictos de pareja.

4. En lo que atañe al cine nacional, el aspecto sexual ha sido tratado algunas veces tímidamente, otras muy forzadas y por tanto inverosímiles; y en momentos fugaces, en ciertos segmentos fílmicos ha sido hábilmente argumentado. En "El pez que fuma" de Román Chalbaud, la mujer es presentada como objeto sexual y como símbolo del poder.

5. Los medios de difusión masiva contribuyen a definir o a modelar conductas accesorias, triviales, secundarias que pueden ir en detrimento de las genuinas conductas afectivas del individuo. Más aún si se halla en precarias condiciones socio-económicas, culturales y educativas; y desprovisto de una formación para la percepción activa del mensaje. Pero tampoco podemos perder de vista, que a pesar que los emisores ideológicos se nutren de la realidad, ellos ostentan el uso dominante del medio; bajo el trillado supuesto de que al público se le da lo que pide. Con ello no queremos dar a entender que la audiencia sea tonta, inculta e inexigente. Sin embargo, debemos tomar en consideración que el tránsito de mensajes apunta actualmente a una población con un alto grado de analfabetismo y de deserción escolar; donde el hombre y la delincuencia recrudece y el Estado carece de alternativas concretas, emergentes, ante la actual economía de post-guerra que estamos padeciendo.

DOCUMENTOS

LA DIMENSION ETICA DEL COMUNICADOR

Antonio Pasquali

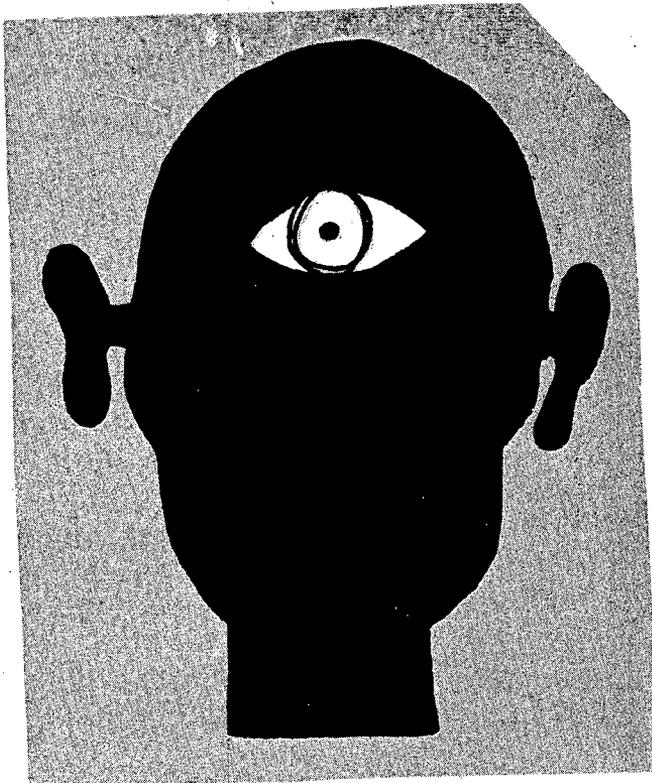
Discurso pronunciado por Antonio Pasquali con ocasión de la entrega del Premio J.M Pellín y de recibir el galardón "Personaje de la Comunicación del Año"; Nueva Sede del Episcopado Venezolano, 3 de mayo de 1991.

Los Organizadores del Premio JESUS MARIA PELLIN han deseado que evoquemos esta noche, con ocasión de la entrega de los galardones del 1991, uno de los grandes temas de nuestra época, el de la dimensión ética del comunicar.

Antes de intentarlo, quisiera aprovechar la ocasión para expresar al Episcopado que tengo en muy alta estima el Premio, y más particularmente, que me encanta recibir el que tuvieron la generosidad de otorgarme: ¡palabra de disidente!. Me atrevo a pensar que al premiarme junto con otros y más meritorios creadores y analistas de la Comunicación, han deseado ustedes precisar, por si acaso, que en su encomiable búsqueda de un diálogo constructivo con el poder de los medios, no cabe la actitud cómplice de congelar la crítica y la denuncia. Posturas como éstas resultan particularmente reconfortantes en una sociedad y época que han desatado los jinetes de la arrogancia para maquillar su colapso moral; en que la dimensión axiológica de la vida resulta descalificada y demolida por el triunfante juego de las astucias, del saqueo impune y de la avidéz sin frenos. Tal vez no me merecía tan alta distinción; pero les agradezco de veras el haberme estimulado a seguir adelante.

Señoras y Señores,

Nos ha tocado vivir, es notorio, una época realmente excepcional, no sólo en lo científico y en lo político. Excepcional también por su implosión ética, por encaminarse hacia un difuso subdesarrollo moral, en momentos en que una correcta interpretación axiológica del mundo puede ser una cuestión de vida o de muerte. La Etica, como ciencia de los principios supremos de la praxis, no puede desde luego avanzar al ritmo de las Ciencias Naturales; la Física de Aristóteles, por ejemplo, es hoy una curiosidad para eruditos, mientras que su Etica conserva una cierta inquietante actualidad. Cierto es que las moralidades de corte hobbesiano, positivista y pragmatista han venido desplazando las de raíz greco-judeo-cristiana. Para ser breve: la



perfección, virtud o felicidad personales con justicia, esto es socialmente compartidas, ya no parecen fundamentar nuestra vida relacional, con y ante el prójimo. Nuestra época, por ejemplo, está reinventando científicamente al pobre, al que necesita mantener en ese estado para salvaguardar los pocos islotes en que se concentra el bienestar, el saber y la alta calidad de vida. Por otro lado, las revoluciones industriales, científicas y tecnológicas nos han sumergido en un océano de situaciones inéditas y no previstas por los viejos sistemas morales. Seamos lúcidos: muchos de nuestros ancestrales cánones éticos ya no dan para interpretar el mundo en que vivimos. Citaré una vez más el caso de la manipulación genética: a falta de haber elaborado una cabal interpretación moral de esa novísima y sobrecogedora posibilidad, el hombre de la calle, y el comunicador social en primer término, terminan por asumir y dar de ella una visión aséptica, pseudo-cientificista y “des-moralizada”. De asepsia en asepsia, de des-moralización en des-moralización, navegamos hacia el subdesarrollo y la mediocre indiferencia moral, esto es, hacia el extravío de nuestra capacidad de enjuiciamiento ético de las realidades, alimentado luego por quienes lucran política o económicamente con él. El fenómeno reviste cierta gravedad y pudiera durar algunos decenios más, pero felizmente hemos de considerarlo transitorio. Nuestra capacidad de juzgar éticamente la realidad no es de las que puedan desaparecer. El impulso axiológico del hombre, su uso de las nociones universales de “bonum” y “malum” son sencillamente insuprimibles. La moral, decía Descartes, “ne souffre point de delais”, ya que podemos subsistir sin una metafísica pero no sin un discernimiento entre lo bueno y lo malo. Las reapariciones

cíclicas de los rigorismos, los fundamentalismos y los fanatismos enseñan con qué fuerza pueden rebotar los resortes morales que se quisieran comprimir o suprimir.

Este laxismo generalizado y coyuntural ha venido objetivamente asumiendo, en Venezuela, caracteres de alarmante descomposición de la fibra moral nacional, cuyas causas y ejemplos no recordaremos aquí. Señalaré tan solo dos de sus efectos colaterales particularmente perversos. Por un lado, el hecho de que la metástasis moral haya alcanzado los órganos del poder judicial. Cuando una sociedad descalifica el concepto mismo de sanción **foro exteriore** y banaliza la impunidad, la moralidad del **foro interiore** queda desquiciada: todo laxismo en el orden del castigo legal alimenta indefectiblemente una pérdida de vergüenza moral. El segundo efecto perverso, y no el menor, es el de desmoralizar, silenciar y congelar las reservas de honestidad con que aún cuenta el país. A los venezolanos que no robamos ni prevaricamos, a quienes les duele la subasta de las riquezas nacionales y la despersonalización del país, nos espera la terriblemente difícil tarea de rescatar a Venezuela sin pecar rigorismos morales, esto es, sin inventar asonadas, fórmulas milagreras u hombres providenciales. Difícil, porque vivimos una etapa particularmente hostil a esa empresa: un neo-liberalismo singularmente insidioso y agresivo pretende "normalizar" a nivel ya universal la ley de la jungla (Juan Pablo II nos recuerda por ejemplo en su Encíclica de hoy que "la Iglesia se negó siempre y continúa negándose hoy a hacer del mercado el regulador supremo y casi el modelo o la síntesis de la vida social"); uno de los objetivos económicos supremos es ahora la salud contable del Banco Central, no importa si construida sobre los muertos por hambre y por desasistencia sanitaria; la descomposición político-partidista se vuelve materia de espectáculo para la televisión (en días recientes, un conocido conductor de programas montó un grotesco concurso de preguntas y premios sobre el exidio del Amparo); ante el colapso de la red nacional de transporte, el país del "gran viraje" inaugura guachafitosos vuelos directos a Orlando. Para esta Venezuela que fue de los Picón Salas y de los Briceño Iragorry, de los Parra Pérez, de los Adriani y de los Pocaterria, hoy país surrealista, saqueado y amoral, habrá que inventar la fórmula ética de rescatarla; por lo que cada quien habrá de resistir en su respectivo frente de lucha, seguir dando ejemplo de honestidad e integridad, mostrar que existe salida al marasmo, indicando las vías del rescate.

En este marco general y específico actúa hoy el Comunicador Social venezolano. La tentación es grande de justificarlo, por ejemplo, con el muy inmoral argumento de ciertos teledifusores (cuando afirman que su violencia telefilmica es el natural reflejo de la violencia real en la que estamos sumergidos), para sentenciar perezosamente que la amoralidad o inmoralidad de cierta comunicación nacional no es más que el reflejo microcósmico de un mal nacional muy generalizado. Pero el Comunicador —agente y no paciente de sociabilidad— no es un prisma inerte de reflexión pasiva. En nuestra era tecnológica más que antes, el Comunicador es un educador extra-escolar con aulas de cientos de miles de alumnos silentes, un difusor eficaz de valores y un creador de opinión; en suma, nada menos que un líder de las relaciones humanas. La tecnología ha hecho posible que todo locutor perifoneándole nececidades a cien mil oyentes pese, en cuanto a formación de opinión pública, cien mil veces más que un sabio conversando en la esquina de casa con su vecino. La responsabilidad moral y ciudadana del Comunicador de hoy es sencillamente inmensa, al punto de obligarlo a modular su libertad personal en función de la muda libertad de los miles de usuarios que lo aceptan como su portavoz. La profesión del comunicador en la Venezuela de hoy no es nada fácil, pues más que en otras partes pesan sobre su libertad profesional los intereses específicos del propietario del medio por el que trabaja, las presiones

gubernamentales, los tabúes del anunciante y hasta un injusto sistema de remuneraciones. Su deontología casi le es dictada por otros. Pero junto con los muchos aspectos aberrantes que aún exhibe, la comunicación nacional ha hecho progresos muy considerables en el orden profesional e incluso ético. La democracia y la mejor formación profesional de muchos comunicadores están siendo puestos a partido, por ejemplo, para denunciar hechos con una fuerza y una libertad inimaginables hace apenas diez o quince años. Es sobre este punto particular que quisiera detenerme un instante antes de concluir.

Creo que el sub-sector de la información nacional, y en eso me incluyo como autor de libros y ensayos de materias sociales, viene desplegando significativos esfuerzos para remoralizar al país, descalificando al saqueador y al prevaricador; lo que otorga particular relieve, repito, a la existencia de un Premio como el Pellín que reconoce tales esfuerzos. Quisiera sin embargo, invitar a todos mis colegas Comunicadores a una reflexión ulterior sobre los métodos y el desenlace posible de un ejercicio que consideramos moralizador. Personalmente —pido excusas por lo autobiográfico del ejemplo— he invertido esfuerzos en convencer a Miembros del Congreso, a Responsables y a la Opinión Pública, cifras a la mano, que la entrega de la telefonía nacional a consorcios transnacionales sería el peor y más estúpido negocio de la República en muchas décadas; pero los subastadores de la CANTV siguen impertérritos en su faena. Muchos de ustedes luchan en otros frentes por una mejor calidad o por otra clase de adecentamientos ¿Con qué resultados posibles a término? Una hipótesis de respuesta no muy optimista indicaría que, al igual que en la célebre reflexión de Tocqueville sobre ciertas democracias, el sistema imperante absorbe y tolera la denuncia justo para aparentar la bondad de sus decisiones, o indecisiones, dentro de un libre juego de opiniones (de las que en realidad hace caso omiso). De ser así, el esfuerzo por remoralizar a Venezuela a través de los medios de comunicación pudiera caer inocentemente en la conocida trampa de la hiper-información, con sus secuelas de rápida saturación y obsolescencia. Ese fenómeno genera pérdida de efectos concretos, una ventilación verbal que reemplaza la sanción judicial o la decisión reguladora, y agota el proceso en una descarga vicarial de indignación moral, que dura lo que la lectura de un artículo. Ya se están escuchando voces clamando por menos denuncias y más sosiego, o insinuaciones sobre la honestidad del denunciante, y no falta desde luego el deshonesto que aprovecha la moda de la transparencia para lanzar falsas denuncias a cuenta de litigios personales. De definirse mejor esta tendencia, no estaríamos tan lejos del infausto día en que críticos y criticados, denunciantes y denunciados terminásemos inmersos en un mismo pantano de dudas y sospechas, lo que daría por muerto todo esfuerzo moralizador. Ese día, los críticos de las inmoralidades nacionales de toda borda seríamos definitivamente enterrados bajo la lápida denigrante de “moralistas” fastidiosos y trasnochados, y todos los esfuerzos por devolver al Comunicar su dimensión ética se revelarían vanos e ineficaces.

Concluyo con una pregunta dirigida a los comunicadores venezolanos de buena voluntad, que tal vez sea pertinente formular en esta ocasión: ¿Cómo devolver dignidad, democracia, objetividad, calidad, utilidad social, cultura, educación y carácter participativo a los medios de comunicación en la Venezuela de hoy, sobre todo a ciertos medios radioeléctricos, sin caer en tentaciones rigoristas ni atascarse en las arenas movedizas del moralismo? La dimensión ética de esa tarea no admite dudas; los métodos para emprenderla sí. Tal vez la existencia del Premio que recibimos con agradecimiento esta noche sea la ocasión para meditar, año tras año, sobre nuestros retrocesos y avances hacia ese irrenunciable objetivo moral y ciudadano.

Profetas neo-liberales

Jean Weydert

(Traducción de Caroline Oteyza)

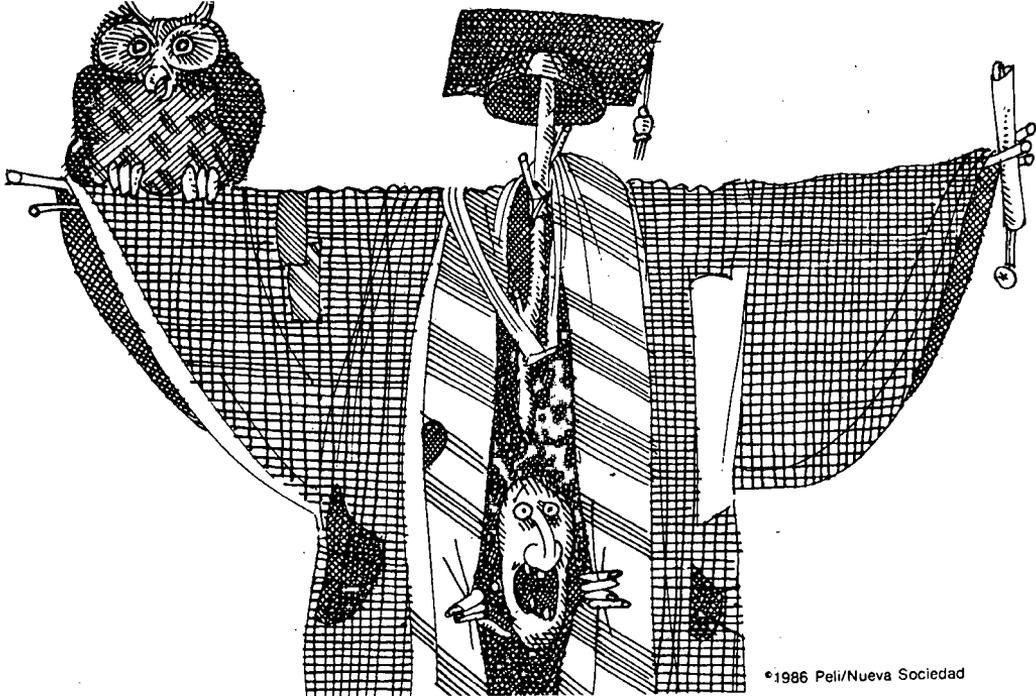
Nacida principalmente en los EEUU, la ola neo-liberal se extendió a Francia en la década de los 80. Los grandes pensadores son Milton Friedman y Friedrich Von Hayek, ambos muy ligados a la "Escuela de Chicago". Empezaremos entonces por examinar sus concepciones, para luego ver cómo se reflejan en nuestra sociedad y finalmente, trataremos de evaluar la difusión de su pensamiento.

EL ORDEN DEL MERCADO

Para Milton Friedman, el problema fundamental de la organización social consiste en la coordinación de las actividades económicas de una multitud de individuos. Y ahí surge la primera interrogante: ¿Cómo utilizar al máximo los recursos disponibles? La respuesta está dada por la división del trabajo y la especialización de las labores. Pero entonces se plantea una segunda interrogante: ¿Cómo conciliar la libertad individual con la interdependencia general resultado de la división del trabajo y de la especialización? En opinión de Friedman, la coordinación de las actividades económicas no puede garantizarse sino de dos maneras: por una dirección centralizada que implica el uso de la coerción, técnica del estado totalitario; por la cooperación voluntaria de los individuos que permite la técnica del mercado. Sólo el segundo método es compatible con la libertad(1)

¿Qué es lo que permite afirmar que la técnica del mercado o el intercambio, conlleva una cooperación entre los hombres? Es el hecho de que, en toda transacción económica, las dos partes se benefician, siempre y cuando esta transacción sea bilateralmente voluntaria y consciente.

En una sociedad moderna, los individuos casi ya no intercambian directamente entre ellos. La mayoría de las veces utilizan la mediación de empresas y recurren al dinero. Pero, en toda sociedad, sea esta compleja o simple, una verdadera cooperación se establece entre los individuos si se dan dos condiciones principales: la empresa debe ser privada, de manera tal que en última instancia los contractantes sean individuos; estos individuos deben ser libres de participar o no en el intercambio. La técnica del mercado impide al individuo ejercer una coerción sobre otro individuo. "La simple presencia de otros vendedores con quienes se puede negociar protege al consumidor de la coerción de un determinado vendedor; de la misma manera, el vendedor está protegido del consumidor por la presencia de otros consumidores a quienes él puede vender; en cuanto al empleado, éste está protegido de la coerción del patrono porque hay otros patronos para quienes se puede trabajar, etc. El mercado resuelve estas situaciones de manera



©1986 Peli/Nueva Sociedad

impersonal sin necesidad de una autoridad centralizada.”(2).

Por su parte, Friedrich von Hayek(3) insiste en que la técnica del mercado permite de utilizar de manera más completa el saber existente en una sociedad determinada, para hacerla vivir y prosperar. El distingue ahí dos tipos de saberes. El saber científico que busca construir un orden económico racional. Tiene un papel pero no constituye de ninguna manera la suma de todos los conocimientos. No controla las circunstancias particulares de tiempo y de lugar; sin embargo, el operador en el propio terreno conoce estas circunstancias, por lo menos las que le conciernen.(4).

Frente a esta realidad concreta, el operador se da cuenta de que la vida económica esta hecha de cambios que los economistas no ven, porque ellos se interesan sobre todo a los agregados estadísticos relativamente estables y no captan sino las grandes evoluciones. Más vale entonces dejar la toma de decisiones a los que conocen directamente los cambios en condiciones específicas de tiempo y de lugar y que son capaces de adaptarse a ellas rápidamente. Pero el hombre que se mueve en la práctica, lo único que conoce directamente es su entorno. Muchos otros factores pueden influir sobre la decisión que tomará. No hace falta que los conozca, contesta Hayek, porque él dispone de un indicador simple: la evolución de los precios, de los bienes y de los servicios que utiliza. El sistema de los precios es una maquinaria que registra los cambios y permite al operador de ajustar sus actividades a estos cambios. Los reajustes probablemente nunca son perfectos, pero en todo caso son muy superiores a los que podría sugerir un economista con toda su ciencia.

Hayek concluye entonces que el orden que genera el mercado es el único que conviene a una sociedad compleja que pretende ser una sociedad de hombres libres. Opone dos tipos de órdenes sociales. Uno es un orden construido, producido por la acción voluntaria de un hombre o de un grupo de hombres e impuesto a los demás; nunca logra aprehender toda la complejidad

de lo real. El otro es un orden espontáneo, producto de iniciativas individuales acumuladas a lo largo de los siglos. Este orden no es intencional, no está establecido en función de objetivos determinados, consiste más bien en un conjunto de reglas de conducta generales, abstractas, algunas de las cuales ni siquiera hace falta conocer: basta con ponerlas en práctica. En este marco general, cada individuo es libre de perseguir sus propios fines, que pueden ser distintísimos a los de los demás.

Pero, ¿como coordinar todas estas actividades dispersas que responden a necesidades diferentes y muchas veces opuestas de los miembros de la "Gran Sociedad"? La noción de orden espontáneo permite precisamente contestar a esta pregunta. Basta con que cada uno siga las reglas de conducta que la evolución -por medio de selección- ha brindado a la sociedad. La << Gran Sociedad >> -la nuestra- es << una comunidad para los medios y no una comunidad para los fines >>.(5).

Entre las reglas de un orden espontáneo, las del mercado ocupan un puesto privilegiado. En efecto, para Hayek, la << Gran Sociedad >> está principalmente cohesionada por lo que solemos llamar las relaciones económicas. Esto no significa que los motivos económicos sean más importantes que otros. De hecho, en última instancia, los fines económicos no existen. << Los esfuerzos económicos de los individuos, así como los servicios que les brinda el orden del mercado, consisten en repartir los medios necesarios a la consecución de metas más lejanas, que siempre son de naturaleza no-económica. >>.(6). Pero el orden del mercado permite dilucidar entre los proyectos no económicos de los hombres por el solo procedimiento conocido ventajoso para todos, << aunque no pueda garantizar que lo más importante tenga prioridad sobre lo menos importante >>.(7).

CONTENER EL PODER DESTRONAR LA POLITICA

Para Milton Friedman, la existencia de un mercado libre no elimina la necesidad de un gobierno. Como los hombres no son perfectos, es necesario que el orden y la ley sean mantenidos para que la coerción física de un individuo sobre otro sea imposible y para que los contratos establecidos sean respetados. Es precisamente aquí donde entra el papel del Estado. Pero éste tiende siempre a extender su poder y hay que estar siempre atento para proteger la libertad del individuo contra él.

Mientras el mercado permite expresar y satisfacer una amplia gama de demandas, el Estado tiende a exigir de los ciudadanos o a imponerles una cierta conformidad. El poder económico puede ser ampliamente repartido. Resulta mucho más difícil descentralizar el poder político. La mayoría de las veces se concentra arriba. << Si el poder económico se añade al poder político, la concentración parece casi inevitable >>.(8). Si se le quita al poder político el derecho de regular la actividad económica, el mercado anula una fuente de poder coercitivo y en este sentido sirve a la libertad del ciudadano.

El recurso a la decisión política es indispensable en asuntos indivisibles como por ejemplo, la cantidad de la defensa nacional que conviene asegurar. Sobre temas de este tipo conviene debatir y votar. Cuando se tome una decisión al respecto, hay que respetarla. Pero, en opinión de Friedman, el uso de los medios políticos siempre es peligroso. Tiende a violentar la cohesión social, sobre todo cuando se tocan tópicos a propósito de los cuales los hombres tienen

ideas tan profundas como diferentes. Esa es la razón por la cual es necesario limitar a lo mínimo posible el campo de acción sometido a la decisión política. El Estado tendrá en cualquier caso suficiente papel que desempeñar.

<<Un Estado que garantizara la aplicación de la ley y del orden, que nos sirviera de medio para modificar los derechos de propiedad y las otras reglas del juego económico, que se pronunciara sobre los conflictos relacionados con la interpretación de estas reglas, que vigilara la aplicación de los contratos, que estimulara la competencia, que nos brindara un cuadro monetario, (9) que se preocupara por combatir los monopolios técnicos y de ganarle a los efectos de vecindad habitualmente juzgados como suficientemente importante cómo para justificar la intervención gubernamental, y que, por último, complementara el papel de la caridad privada y de la familia protegiendo al irresponsable - tratase de un loco o de un niño-, un Estado tal tendría, tenemos que admitirlo, funciones muy importantes que cumplir. El liberal consecuente no es un anarquista>>(10).

Si añadimos a todo esto, la defensa nacional, la policía y la asistencia a los pobres que no se mencionaron en este párrafo, obtenemos una lista exhaustiva de las funciones del Estado tales como las acepta Friedman. Para él, cualquier otra actividad le es prohibida al Estado, al menos que sea en circunstancias excepcionales.(11).

Ya en 1943 en *La Route de la servitude*, Hayek se pronunciaba contra toda forma de control del Estado sobre la economía. Introducir el conductismo -decía- es iniciar la vía que conduce automáticamente al totalitarismo. La razón que exponía entonces era la siguiente: La actividad económica no concierne exclusivamente las preocupaciones materiales, de las cuales podríamos liberarnos entregándolas a una maquinaria utilitaria. Los móviles que la ponen en marcha están lejos de ser puramente económicos. El que controla la economía tiene entonces poder sobre nuestros fines; es el que decide en última instancia cuáles escoger y cuáles desechar. Entonces, de la misma manera que Friedman, Hayek estima que es necesario limitar de manera muy estricta el campo de intervención del Estado y de su poder. Su objetivo es contener este poder y destronar la política. Para lograrlo, esboza en 1979, en *Droit législation et liberté*, las grandes líneas de una constitución ideal. Se trata de una utopía, pero es significativa. Propone instaurar dos cuerpos representativos. Uno tendrá por tarea exclusiva formular las reglas generales de justa conducta que la sociedad necesita. Será elegido por todos los ciudadanos. El otro estará encargado del gobierno. Gobernar implica obligatoriamente escoger, y en consecuencia fijarse objetivos específicos. Pero los que tienen un interés manifiesto en la consecución de estos objetivos no deberían participar en la elección del cuerpo gubernamental. Esto excluiría los agentes del poder y los que, sin contribuir financieramente, se aprovechan simplemente de los resultados de la acción gubernamental: los funcionarios, los jubilados, los desempleados etc...(12).

LA JUSTICIA SOCIAL UN CONCEPTO INUTIL Y NOCIVO

Milton Friedman no menciona la noción de justicia social sino la de igualdad que le es muy cercana. Utiliza una distinción clásica entre los distintos tipos de igualdad. Primero está la igualdad ante Dios o igualdad personal. Esta forma de igualdad incluye la libertad de cada uno, pero no supone similitud de situación de los individuos.

La igualdad de oportunidad tampoco implica esta similitud; es absolutamente

compatible con la libertad pero no con la similitud de los resultados, artículo de fe para todos los que predicán una distribución equitativa de los ingresos. Admitimos que nadie en realidad predica la igualdad idéntica. El objetivo perseguido es la "equidad", "partes equitativas" para todos. Pero la equidad es una noción muy relativa. Es en consecuencia necesario que para cada caso alguien especifique que es lo equitativo y lo imponga a todos. (13) << Existe una contradicción fundamental entre el ideal de las partes equitativas (o el ideal del cual se deriva: << A cada quien según sus necesidades>>) y el ideal de la libertad personal>>(14).

Para Friedman, el principio ético de la distribución debe entonces formularse de la manera siguiente: << A cada cual según lo que producen el y sus instrumentos>>. (15). Poco importa que haya adquirido sus instrumentos gracias a su trabajo o por herencia. En realidad, subraya Friedman, este principio es menos ético (en el sentido de ética individual) que corolario de la libertad. Un individuo puede, conscientemente, compartir su patrimonio (conducta ética), pero nadie puede obligarlo a hacerlo (él es libre).

Algún tipo de relación puede establecerse entre este principio y la igualdad de retribución, o lo que algunos llaman la justicia distributiva. Ahí interviene la práctica de la remuneración en función del producto (o del resultado). Si tomamos dos individuos, y el primero prefiere divertirse mientras que el segundo gusta de trabajar duro, la igualdad de retribución obliga a que el primero sea menos pagado que el segundo. Podemos entonces considerar, en un sentido un poco más sutil, que la igualdad de retribución exige la desigualdad producto del mercado. Este último se puede comparar a una lotería en la cual participan muchas personas en condiciones de igualdad, pero uno solo gana- y está bien así.

El sistema capitalista puede describirse por una tremenda desigualdad de los ingresos y de las fortunas. Pero esta desigualdad es sin lugar a duda mucho menor que en las sociedades arcaicas. Es una desigualdad en el corto plazo, porque la movilidad del sistema puede cambiarlo todo el día de mañana. Al contrario, en las sociedades muy rígidas, una desigualdad menor es más grave porque puede perdurar indefinidamente en el tiempo.

En un análisis de este tipo, el concepto de justicia social no tiene cabida. Tampoco se puede hablar de << responsabilidad social >> de la empresa en sentido amplio. En una economía libre, << el business tiene una responsabilidad social, y una sola: utilizar sus recursos y desarrollar actividades destinadas a incrementar sus beneficios y eso mientras practica una competencia abierta y libre sin trampa ni fraude. De la misma manera que la responsabilidad social de los dirigentes sindicales es defender los intereses de los miembros de sus organizaciones>>(16).

Para Hayeck, más explícitamente, la justicia social es un concepto inútil y nocivo. La conducta de un individuo puede llamarse justa o injusta según los resultados que se manifiestan en el mercado. El mercado es un proceso impersonal cuyos resultados no son ni previstos, ni deseados y en consecuencia, ni justos ni injustos. Simplemente cada cual debe respetar las reglas que permiten a este proceso funcionar. El mercado es, al fin y al cabo, el proceso más ventajoso para el mayor número de hombres, el que permite sacar más provecho, riqueza y bienestar. (17). Hasta el mérito o la calidad de trabajo de alguien puede no estar siempre recompensado; en efecto, el mercado funciona como un juego en el cual hay ganadores y perdedores. Pero cada quien debe adaptarse a esta situación, ya que es más ventajosa para una mayoría.

VARIACION FRANCESA

Todos los autores que en Francia preconizan el renacimiento del liberalismo, han sido influenciados por Hayek, Friedman y otros neo-liberales anglo-sajones. Están obviamente también ligados, de una manera u otra, a la tradición francesa de los Jacques Rueff o Maurice Allais. Pero se refieren más a menudo al neo-liberalismo anglo-sajón. Tienen sin embargo que acomodar este discurso, borrando en él todo lo que sabe a extranjero, y situarlo en el contexto social, cultural y nacional francés. En todo caso existen varias corrientes que veremos ahora con más precisión.

Sobre los problemas de desigualdad se expresan generalmente de manera más comedida que Friedman o Hayek. Guy Sorman, quien se dedicó a divulgar en Francia el pensamiento de los neo-liberales ingleses y americanos, rechaza la noción de justicia social pero la sustituye por la de solidaridad. Para él, el socialismo se atribuyó la noción de justicia social y la transformó en una ideología de la redistribución. El liberalismo tradicional, por su parte, ha creído demasiado fácilmente que todo se arregla siempre gracias a las virtudes mágicas del mercado. Hay que reconocer que el crecimiento crea tensiones económicas y sociales y tomar en cuenta las desigualdades que provoca. << La actitud liberal consiste en dejar que la sociedad funcione naturalmente y en aportar una ayuda directa a los que realmente la necesitan.>>(18).

Jean Yves Naudet busca conciliar el liberalismo con el pensamiento social de la Iglesia. Admite las objeciones de Hayek sobre la justicia social, << un concepto vacío y tramoso >>. Pero le molestaría quedarse con la única noción de justicia que permite Hayek, la de una justicia en los contratos, o una justicia conmutativa, porque permite grandes desigualdades. Subraya que este autor acepta una asistencia mínima a los más pobres, no por preocupación igualitaria de redistribución sino por otra razón más radical, la dignidad propia de cada hombre. El monto del salario será fijado según las leyes del mercado (de la misma manera que el despido o la jubilación). El pago de un sueldo mínimo fundamentalmente distinto del salario permitirá a cada uno vivir de una manera digna.(19).

Igual rechazo de una redistribución igualitaria e igual llamado a la solidaridad en el "Club de l'Horloge". Philippe Baccou hace la diferencia entre dos tipos de desigualdad: la que tiene por único objeto asegurar mano de obra barata y la que condiciona y estimula en cierta medida la dinámica de un país. Hay que combatir la primera, hay que aceptar la segunda. La solidaridad debe intervenir en beneficio de los que en el mercado no pueden pagar (los servidores del Estado) o que no pagan suficientemente (las familias numerosas por ejemplo). Hay que garantizar una participación mínima en las redistribuciones colectivas, a los más desfavorecidos. << La óptica de la solidaridad conduce [.....] a preocuparse por la integración de cada cual al cuerpo social >>(20).

En lo que se refiere al Estado, los neo-liberales franceses sitúan su análisis también en una perspectiva diferente a la de los americanos. Obviamente que todos quieren atribuir a la economía una autonomía mayor. En su concepto de <<Etat minimal>> Guy Sorman introduce una preocupación muy característica de la opinión francesa de hoy: la de la descentralización. La Carta Liberal Nacional que propone está acompañada de una Carta Liberal Regional que prevee la "desburocratización", la no intervención económica de los poderes locales, la información a la población, la participación de las asociaciones, el referéndum local. Ve con beneplácito cómo se esboza una alianza entre los liberales de tradición y los que denomina los conservadores cristianos. Sin embargo, no comparte la tendencia a adoptar e imponer soluciones autoritarias en política ni

el orden moral de los conservadores de la derecha clásica.(21).

Entre los miembros del <<Club de l'Horloge>> la tónica es muy distinta: Yvan Blot defiende un reajuste de las misiones del Estado <<.....menos presencia del Estado en todas las áreas ligadas a la creación y conservación de las riquezas materiales y espirituales, es decir, en el área económica entre otras, pero también más presencia del Estado en la información, en la educación y de la cultura [.....] o si se prefiere, mayor eficacia del Estado en los ámbitos de la soberanía (legislación, justicia, diplomacia) y de la seguridad (fuerzas armadas y policía sobre todo)>>(22).

Jean Yves Naudet por su parte insiste en mostrar que la noción de <<Estado minimal>> no es incompatible con la del bien común propia de la tradición cristiana, que pone su atención en las comunidades naturales, entre ellas la familia, y que permite aplicar mejor la jerarquía de los valores: en la cima del orden social se encuentra la persona humana en su legítima autonomía y solamente después las comunidades de todo tipo, el Estado inclusive.(23)

LUCES Y SOMBRAS

No hace falta adoptar las posiciones básicas del neo-liberalismo para reconocer que contribuyeron a revivir varias ideas de las más pertinentes en nuestra sociedad. Podemos citar por ejemplo, el papel que juega el intercambio en la economía. ¿Quién negará que ocupa un papel central entre la producción y la distribución?. Es efectivamente el motor insustituible de la actividad económica, juega un papel determinante en la asignación de los recursos y permite liberar los medios financieros del crecimiento. Hoy en día en Francia sentimos mejor la necesidad de seguir las disciplinas del mercado, si queremos evitar entrar en la espiral inflacionista de los precios y de los salarios y mantener nuestro puesto en la competencia internacional (24).

Otro aspecto positivo : la revalorización de la iniciativa y de la responsabilidad de los actores de la propia economía. La gente aspira a liberarse del peso de las estructuras jerárquicas y burocráticas, quieren tener una visión más directa de su acción personal y poder controlarla realmente y mejor. De ahí la preocupación por sustituir las estructuras de organización verticales por estructuras descentralizadas que funcionen en redes. (25). También podemos compartir la idea de que los derechos de las personas y de los grupos que constituyen la sociedad civil no son suficientemente respetados cuando, además de las funciones que le competen, el Estado actúa directamente hasta el más mínimo detalle en los sectores que competen de la iniciativa privada.(26).

Pero se pueden alegar serias objeciones de hecho y de principio contra el neo-liberalismo. En primer lugar, sobre los hechos, habría que preguntarse si de verdad el mercado siempre ofrece a cada uno, vendedor, consumidor, empleado una protección tan eficaz. Las circunstancias concretas de tiempo y de lugar, a las cuales Hayek confiere una gran importancia, contribuyen a menudo a oscurecer el cuadro idílico que nos es presentado.(27). ¿Son los planteamientos conciliadores de los neo-liberales tan realistas? Consideran el mercado como un medio infalible de cooperación, cuando es en realidad muy a menudo un lugar de confrontación, de rivalidad, de lucha por el poder. Cuesta además creer que la gente esté dispuesta a jugar el juego del mercado y a aceptar sin "chistar" el deterioro a veces grave de su nivel de subsistencia. Los brotes de violencia que explotaron en varios países del tercer mundo, donde se tomaron medidas demasiado fuertes de ajuste estructural, constituyen a este respecto una advertencia.

UNA IDEOLOGIA CERRADA

Llegamos ahora a las objeciones de fondo. La primera se refiere a la separación radical entre los individuos que constituye la base del sistema. En definitiva, la figura del otro es la del enemigo, siempre listo para quitarnos un poco de nuestra libertad y contra quien hay que protegerse. El único medio de comunicar entre individuos, y por ende de fundamentar la sociedad, es el intercambio mercante absolutamente impersonal. El individuo está limitado a la búsqueda de su interés personal, lo que no implica que sea obligatoriamente vil, pero que no le concierne sino a él. Cualquier otro objetivo no puede sino ser impuesto desde el exterior de manera coercitiva. Esta concepción extrema no parece haber sido la de Adam Smith, a quien apelan los neo-liberales.(28). En su *Teoría de los sentimientos morales*, Smith muestra que el hombre es capaz de sentir simpatía hacia su semejante y de ponerse en posición de <<espectador imparcial>>. El *homo oeconomicus* de *La Riqueza de las naciones* no puede olvidar que es un hombre. Cuando se trata de su interés propio, sabe además que su conducta tiene consecuencias para los demás, y que debe actuar de manera tal que estas consecuencias sean benéficas para ellos.(29). El hecho de que en la <<gran sociedad>> los hombres persiguen objetivos diferentes no impide que, mediante un esfuerzo nacido de ellos mismos, puedan admitir sus intereses distintos e intercambiar sobre ellos una palabra. La búsqueda de un consenso es posible. Puede resultar difícil; implica la aceptación de un debate y por último, de arbitrajes que no deben considerarse como limitantes a la libertad.

En la concepción neo-liberal, la ética no tiene lugar en la sociedad (salvo bajo la forma del acatamiento de las reglas de conducta); es exclusivamente problema del individuo. Se habla mucho hoy en día de la <<ética de la empresa>>. Si nos situamos en la perspectiva neo-liberal, es evidente que esta ética servirá exclusivamente a legitimar el funcionamiento de la empresa. "Good ethic is good business". Pero afirmar que la responsabilidad social de la empresa se limita a la salvaguardia de sus intereses es limitarse a una moral cerrada. No existe verdadera moral si no se toman en cuenta las interpelaciones externas. A su nivel, el empresario debe saber conciliar los imperativos de sobrevivencia de su negocio con los intereses de sus distintos "partenaires" de la empresa, accionistas, empleados, suministradores, clientes, comunidades locales donde se ejercen sus actividades, comunidad nacional.

De la misma manera, los neo-liberales desechan un poco rápidamente la noción de equidad. Este concepto es sin duda muy relativo, pero tiene un sentido real. Corresponde a lo que exige el respeto de la dignidad de un ser humano : no solamente la garantía de medios decentes de existencia, sino también la posibilidad de participar plenamente en la vida de la sociedad. La solidaridad no significa menos que esto. En consecuencia no podría satisfacerse, como solución duradera, con el otorgamiento de un ingreso mínimo a los que no pueden ser retribuidos por su trabajo. La pérdida del empleo es en sí una exclusión intolerable.(30).

El neo-liberalismo tiene todas las características de una ideología. Encerrada en un universo anónimo y unidimensional, no satisface al hombre. Advertidos hoy de lo que han podido ser los daños de otra ideología, de la cual se están liberando Europa central y oriental, tenemos todas las razones para no caer en un neo-liberalismo que podría ser la réplica inversa de la otra ideología.

NOTAS Y REFERENCIAS

- (1) Aquí el concepto de libertad no tiene nada que ver con lo que un individuo hace con su libertad. << En realidad, uno de los principales objetivos del liberal, es de dejar cada individuo resolver sus problemas de ética>>. No hay ética que contemple todo sino dos valores separados, la libertad que se refiere a las relaciones entre los hombres, y la ética individual que concierne a cada quien. (Cf. Milton Friedman *Capitalisme et Liberté*, Trad. francesa, Robert Laffont. 1971. p. 127).
- (2) Milton Friedman, *op. cit.*, p.30.
- (3) Austriaco de origen, emigrado a Inglaterra en 1930 donde tomó la nacionalidad británica, Hayek fue profesor en Chicago a partir de 1950. Se retiró en Friburg-en-Brigsau. Para conocer mejor el pensamiento de Hayek, se puede referir al excelente artículo de Paul Valadier <<La justice sociale un mirage? A propos du liberalisme de F.A. Hayek>> en *Etudes*, enero 1983, p.67-72.
- (4) Artículo de F.A. Hayek, << The use of knowledge in society>>, publicado en *American Economic Review*, septiembre 1945, traducido al francés por Pierre Manent, *Les Libéraux*, t.2, Hachette-Pluriel 1986. p. 402 y sig.
- (5) F.A. Hayek, *Droit Legislation Liberté*. t.2, Trad. PUF., Coll. Libre échange, 1981. p.133
- (6) F.A. Hayek, *op. cit.*, p.136
- (7) F.A. Hayek, *op. cit.*, p.137
- (8) M. Friedman, *op. cit.*, p.31
- (9) Según la doctrina monetaria defendida por Milton Friedman. el Estado debe fijar una tasa especificada de crecimiento anual de la masa monetaria y atenerse rigurosamente a ella.
- (10) M. Friedman; *op. cit.*, p.53.
- (11) Deben eliminarse entre muchas medidas : el subsidio a los precios agrícolas, los impuestos sobre las importaciones y las restricciones a las exportaciones, el control de alquileres, las tasas mínimas legales de salario, los programas de seguro social, los programas de subsidio para la construcción de vivienda. En vez de administrar el sistema escolar el Estado haría mucho mejor en otorgar a las familias un cheque educación que les permitiría mandar sus hijos a una escuela privada, de su escogencia.
- (12) Que esta gente << tenga el derecho de votar sobre la modalidad de su remuneración a ser pagada del bolsillo de los demás, y que de esta manera su voto sea solicitado con la promesa de ser mejor pagado, no me parece muy razonable>> (F.A. Hayek, *op. cit.* .t.3, p.142)
- (13) En los lugares donde la igualdad de los resultados se toma como principio básico de organización social (en los países comunistas) se llega inevitablemente, en opinión de Friedman, al terror. Las medidas menos extremas tomadas en los países occidentales en nombre de la igualdad de los resultados limitan la libertad de manera intolerable.
- (14) Milton & Rose Friedman, *La Liberté du choix*, trad. francesa, Belfond, 1980, p. 159.
- (15) Milton Friedman, *Capitalisme et Liberté*, p. 202.
- (16) M. Friedman, *op. cit.*, p. 160-170.
- (17) << No son ni las buenas intenciones, ni las necesidades del interesado las que le aseguran la

mejor retribución, sino la ejecución de lo que es lo más ventajoso para los otros, cualquiera sea el nivel» (F.A. Hayek, *op. cit.*, t.3, p. 87.)

(18) Guy Sorman, *La solution libérale*, Fayard, 1984, p. 82.

(19) Jean-Yves Naudet, *L'Eglise et l'économie de marché face au collectivisme*, Union Nationale Inter-Universitaire, 1987, p. 137-152.

(20) Philippe Baccou et le Club de l'Horloge, *Le grand tabou, l'économie et le mirage égalitaire*, Albin Michel, 1981, p. 201.

(21) Guy Sorman, *L'Etat minimal*, Albin Michel, 1985, p. 139-171

(22) Yvan Blot, *Les racines de la liberté*, Albin Michel, 1985, p. 145.

(23) Jean-Yves Naudet, *op. cit.*, p. 153-168.

(24) Se puede observar también lo razonable de lo afirmado por Hayek en relación al punto de vista del operador económico en el terreno. En efecto, este sabe mejor que nadie percibir los cambios de cualquier tipo que afectan su empresa día a día y aportar respuestas adecuadas. Sin embargo, esto no significa que pueda dispensarse de una visión de largo plazo y que la política económica del gobierno deba ahorrarse las percepciones globales y las previsiones.

(25) En Francia la reconversión que debe llevarse a cabo en este sentido es importante ya que un orden jerárquico pesado sigue reinando todavía en demasiados casos sobre las empresas y los servicios públicos.

(26) Sin llegar, como los liberales, hasta exigir la abstención de los poderes públicos en estas áreas, se puede pensar que la intervención del estado está para enmarcar, estimular, coordinar, integrar y eventualmente suplir. se puede oír también algo de la crítica de un igualitarismo global y de una pretensión al dominio total del conjunto social.

(27) De la misma manera se puede cuestionar la idea de que el operador no tiene otros indicadores válidos que los precios para completar su información directa y tomar sus decisiones, ya que hoy en día existen medios para obtener rápidamente informaciones muy amplias y los operadores recurren mucho a ellos.

(28) Edward W. Coker, «Adam Smith's concept of the social system» en *Journal of business ethics*, Vol. 9 nº2, Feb. 1990.

(29) No hay duda que Smith es demasiado optimista al considerar que el individuo actúa siempre de manera que coincide su interés propio y el de los demás. Pero está en lo justo cuando basa la sociedad sobre la posibilidad de conciliación entre los fines propios de cada cual, sin necesidad de recurrir sistemáticamente a la coerción.

(30) Cuando hay que proceder a una reorganización de mano de obra, es necesario buscar con la mayor seriedad otras soluciones que las del despido anticipado o la jubilación. Hay que ofrecer al desempleado con mucho tiempo sin trabajo no solamente una remuneración mínima sino los medios de su inserción.



CENTRO GUMILLA

EL NOMIC: CARA AL AÑO 2000

Durante los días del 26 al 28 de noviembre del año pasado (1990), se realizó en Lima-Perú el encuentro "El Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación: Cara al año 2000".

El evento fue organizado por el Instituto para América Latina (IPAL) que dirige en Lima Rafael Roncagliolo y contó con el auspicio de la World Association for Christian Communication (WACC).

El encuentro tuvo como objetivos los siguientes:

1. Revisar el estado de la cuestión. Qué se ha logrado, qué ha fracasado, cuáles fueron los errores principales en los planteos iniciales; y
2. A la luz de esta experiencia, y en el espíritu de la "Declaración de Manila", elaborar y proponer una agenda y un conjunto de iniciativas específicas que puedan orientar a los actores de la comunicación en los próximos años.

Presentamos a continuación lo que se ha dado en llamar "La Declaración de Lima por una Nueva Comunicación".

DECLARACION DE LIMA POR UNA NUEVA COMUNICACION

A los usuarios de medios de comunicación, a quienes administran el poder de las comunicaciones, a las organizaciones, instituciones y asociaciones gubernamentales y no gubernamentales, internacionales y nacionales, que se interesan por un empleo más útil, democrático y de mayor calidad, de los instrumentos de comunicación; a las universidades y a los estudiosos y profesionales de la comunicación.

A los educadores y a los comunicadores de las organizaciones de base de la sociedad civil.

A los partidos políticos, Iglesias, sindicatos y a todos quienes pueden ejercer alguna autoridad moral y actividades de comunicación:

1. Atendiendo una invitación de la ASOCIACION MUNDIAL PARA LAS COMUNICACIONES CRISTIANAS (WACC) y del INSTITUTO PARA AMERICA LATINA (IPAL), nos hemos reunido en la ciudad de Lima, del 26 al 28 de noviembre de 1990, para analizar el estado de la Comunicación en el mundo —y más concretamente en América Latina— a los diez años de haber aprobado unánimemente la comunidad internacional, en la XX Conferencia General de la UNESCO, una Resolución que reconocía la necesidad de instaurar progresivamente un Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación, NOMIC.
2. Hemos deliberado a título personal, pero conscientes de estar representando los anhelos de una región del mundo particularmente afectada por las crisis, la dependencia y el mal uso

- de sus medios de comunicación; región que por esas mismas razones se adelantó en más de una década a lo que sería luego un requerimiento universal, garantizando así un aporte sustantivo a las resoluciones adoptadas por la comunidad internacional en los años setentas y ochentas, en favor de comunicaciones más equilibradas y respetuosas entre seres humanos, y grupos y naciones.
3. Los nobles ideales del NOMIC fueron presentados al mundo como un episodio particularmente insidioso del conflicto Este/Oeste, con los países periféricos en un rol subalterno de cómplices o manipulados, cuando en realidad se trataba de un enfrentamiento estructural en las relaciones Norte/Sur (y hoy diríamos que hasta en las Norte/Norte), que subsiste y se ha agudizado tras la desaparición oficial de la guerra fría y la aparente universalización de una lógica neo-liberal.
 4. Constatamos como saldo positivo de estos diez años, el pujante desarrollo de la comunicación popular y de base, el heroísmo de los profesionales de la región, la creciente atención de los gobiernos al papel de las comunicaciones en el proceso de integración regional (expresado en reuniones de los Ministros de Cultura y otras instancias), y el surgimiento de variados esfuerzos (como las Conferencias de Ministros de Información y el Pool de Agencias de Noticias del Movimiento de Países No Alineados, ALASEI y ULCRA).
 5. Pero registramos simultáneamente una situación global aun más deteriorada que la de hace una década. Mayores concentraciones transnacionales, horizontales y verticales, entre productores, emisores y distribuidores, o entre productores de equipos y de organismos, o entre propietarios de medios diferentes; control de transferencias tecnológicas y de mercados no interactivos aún más generalizado; mayor dependencia de fuentes extranjeras de mensajes que pautan un inexorable aplanamiento de la fecunda e irrenunciable diversidad de las culturas; reducción de la ya insuficiente prioridad acordada por los países en desarrollo a la comunicación, ante el acoso de la pobreza y de la deuda; desmovilización inducida de los grandes foros internacionales en que comenzaba apenas a transparentarse el ingente problema mundial de la comunicación; homogeneización de los gustos universales a los más bajos niveles; progresivo de la humanidad por asfixia de sus fuentes noticiosas, de su creatividad y de sus espacios audiovisuales, o por enajenación de sus infraestructuras de telecomunicaciones.
 6. América Latina pareciera estar una vez más a la vanguardia de este deterioro. Por eso reiteramos desde ella la irresuelta pregunta. ¿Qué modelos de comunicación, qué comunión entre los seres humanos para un mundo de paz con justicia?; ¿cómo garantizar a las mayorías hoy enmudecidas márgenes razonables de libertad y pluralismo para que sobrevivan la dignidad de la persona, la diversidad de los gustos, las industrias e identidades culturales de pueblos y minorías, el múltiple esfuerzo creador y emisor y hasta la democracia? ¿Qué hacer para garantizar una comunicación que contribuya a la educación para la paz y para la vida? Todos los indicadores de tendencia parecieran apuntar a la inminente instauración de un "nuevo orden" que no es el que unánimemente se aprobó hace diez años, sino otro de signo contrario, que impide a la humanidad entera como lógica única, exclusiva y excluyente, la del rendimiento económico, el rating, la publicidad y una conducción unidireccional de las relaciones globales de comunicación entre los seres humanos.
 7. El reciente y bienvenido proceso de expansión de la democracia conlleva sin embargo un reforzamiento a escala mundial de las oligarquías de la información y de la comunicación.

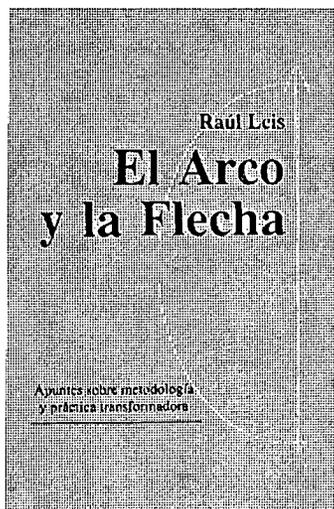
En razón de sus propias contradicciones la democracia puede multiplicar en su sistema circulatorio los gérmenes de la auto-destrucción, puesto que sin pluralismo, sin diversidad ni libertad compartidas en comunicaciones no hay democracia genuina. Hoy más que ayer, con énfasis sobre la práctica antes que sobre la retórica, hay que procurar una Nueva Comunicación, sin mitificar fórmulas y slogans ni desconocer los cambios, pero sin renunciar al ideal supremo de una comunicación más libre, en aspectos sustantivos, de intereses económicos y políticos, y a la vez participatoria, sujeta a criterios superiores de solidaridad y justicia. Detrás de esta aspiración concreta no debe haber etiquetas políticas. Invitamos a los usuarios y responsables de buena voluntad a que no se dejen amedrentar en la necesaria tarea colectiva de ventilar y democratizar el debate sobre las comunicaciones.

8. Creemos que los ideales de una Nueva Comunicación cara al año 2000 son los siguientes:
 - a) la democratización plena y efectiva de la capacidad de generar, difundir y recibir mensajes y la obtención de legislaciones que garanticen niveles satisfactorios de pluralismo y participación en las comunicaciones,
 - b) la libertad real y objetiva de todas esas fuentes de emisión y recepción, libertad concebida tanto en su acepción negativa (ausencia de constricciones y manipulaciones económicas y políticas) como en su acepción positiva (posibilidad efectiva de elegir canales, argumentos y audiencias),
 - c) la diversidad y soberanía en la solución a los diferentes problemas internacionales, nacionales o grupales de la comunicación.
 - d) la vital necesidad de convertir las sociedades básicamente receptoras y dependientes en sociedades productoras de noticias, mensajes y programas, sin lo cual nunca se alcanzarán metas mínimas de equilibrio, reciprocidad o integración.
 - e) la calidad técnica y estética de los mensajes y la suficiencia de los recursos e infraestructura de la comunicación.
9. Deseamos expresamente recordar, a propósito de la calidad de vida y la plena satisfacción de las necesidades y el derecho a comunicar, y de los medios de comunicación social. Siguen vigentes las objeciones a las políticas que han confiado a las empresas privadas la exploración generalizada de los medios radiofónicos, así como las no menos severas críticas a la timidez, ineficacia, complicidad y burocratismo con que los sectores públicos han cumplido su función de comunicadores.
10. Pero no consideramos objetivamente justo concluir que las perversiones e insuficiencias actuales del sistema son el producto directo y excluyente de un determinado régimen de tenencia de los medios. En cambio consideramos pertinente;
 - a) seguir denunciando por absolutamente inadecuado (a las necesidades sociales), insuficiente (en coberturas) y banalizante (en calidad) el uso que de los medios de comunicación social han hecho las empresas privadas de la región en tanto que concesionarias de un bien público (las frecuencias), y exigir a los poderdantes, los Estados, que elevan sus exigencias de calidad a los que resultan favorecidos por concesiones,
 - b) denunciar simultáneamente las insuficiencias a veces dramáticas de unos servicios públicos de comunicación social (que en nuestra región sólo representan el 4% del total) por no haber sabido o querido ofrecer medios alternativos que sean modelos de alta calidad, a-

sí como la ineficacia e ineficiencia de los servicios de correos y telecomunicaciones administrados en régimen de monopolio; su desinterés por el fortalecimiento de industrias culturales nacionales o regionales, y su incapacidad de reinvertir públicos de comprobadas concesiones en servicios públicos de comprobadas utilidad y calidad.

11. Estimamos que el ulterior y reciente impulso a la privatización general de infraestructuras, sistemas y medios de comunicación personal y social, que se lleva a cabo como paliativo a las incompetencias públicas, en medio de una grave crisis económica, debe ser evaluado rigurosamente, evitando ensanchar aún más la brecha antidemocrática entre ricos y pobres, generar pérdidas de soberanía y favorecer sin beneficios sustantivos el poder transnacional de decisión sobre el conjunto de los servicios e intereses comunicacionales de nuestras sociedades.
12. Habida cuenta de los ulteriores e insidiosos peligros que para la libertad, la democracia y la calidad de vida representa la expansión de los oligopolios de la comunicación; conscientes tanto de las torpezas, academicismos y verbalismos del pasado como de las nuevas realidades hoy menos propicias al advenimiento de cambios, invitamos a todas las instituciones y personas preocupadas por el estado actual de las comunicaciones, a que reflexionen sobre el estilo y modalidades más convenientes para la acción futura. Deseamos por nuestra parte aportar a dicha reflexión los siguientes elementos:
 - a) La conveniencia de privilegiar a fondo las opciones prácticas por sobre las consideraciones especulativas, exhibidas a nivel internacional, las que muchas veces tienden a fortalecer el inmovilismo interno,
 - b) sin descuidar la implicación socio-cultural ni renunciar a objetivos esenciales, plantear en adelante el tema de la comunicación en el lenguaje más comprensible a propios y extraños, insistiendo al mismo tiempo en su dimensión económico-industrial, y en el derecho que asiste a los países en desarrollo de proteger sus nacientes, industrias culturales.
 - c) concentrar los mayores esfuerzos en conocer, escuchar, informar, organizar y educar al Usuario, término último de todo proceso comunicativo, dándole conciencia de su derecho a la participación, a la vigilancia y a la exigencia de reformas.
 - d) comprometer en esta labor a organizaciones educativas, políticas, sindicales y gremiales, nacionales y regionales, hasta ahora poco activas en este campo,
 - e) promover por los medios más prácticos e imaginativos las producciones endógenas de noticias, mensajes y programas, así como su uso, exhibición y distribución, conscientes de que sin nada o poco que ofrecer mal puede exigirse equilibrio de flujos.
 - f) desencadenar mecanismos de mejoramiento de la producción nacional, planificar mecanismos de integración y desarrollo de empresas regionales, establecer el mercado común latinoamericano de bienes culturales y proyectar una agresiva política de exportación de los mismos.
 - g) luchar por una exigencia justa e inobjetable; la instauración de verdaderos servicios públicos de comunicaciones, que den el buen ejemplo a seguir por los demás, en términos de utilidad calidad. Esta exigencia es particularmente válida en el campo de la radiotelevisión de servicio público.
 - h) estimular la ampliación y mejora de los servicios comunicativos, fomentando en particular la participación de la mujer, y asegurando además la presencia de todos los sectores de la sociedad, incluso las minorías étnicas, políticas, religiosas y de todo género.

GUIA BIBLIOGRAFICA



LEIS, Raúl
El arco y la flecha
Guarura Ediciones, Caracas, 1990

Una antigua fábula china inspira el título y las intenciones de este pequeño libro: "El arco y la flecha". El arco está hecho para la flecha y la flecha para el arco. Busca su autor establecer una metodología bien integrada de educación popular que acierte en el blanco de la transformación social. Dicha intención integradora queda explicitada en el subtítulo: "Apuntes sobre metodología y práctica transformadora".

El libro está subdividido en dos partes. En la primera ("La realidad y la práctica transformadora") se intenta motivar acerca de la necesidad de encontrar un método educativo que, partiendo de una realidad bien com-

prendida, retorne a ella, transformándola. El intento no es nuevo y se inscribe en una ya larga tradición latinoamericana. En la segunda parte ("Fundamentos de la concepción metodológica-dialéctica"), la más original, se fundamenta y explica precisamente el método propuesto: pedagogía para despertar una conciencia dialéctica, necesaria relación práctica-teoría-práctica, formas posibles de una producción colectiva del conocimiento, importancia de una revalorización de lo cotidiano. Complementan el libro cuatro anexos, entre los que nos parece destacable el primero, aquél que reproduce una selección de textos de Mario Kaplún sobre tres modelos educativos (énfasis en contenidos, en efectos y en el proceso educativo mismo).

A pesar de cierto esquematismo, a veces simplificador, el libro es de interés para el educador en general y, particularmente, para el educador convencido y comprometido en la tarea de facilitar el crecimiento de una conciencia genuinamente popular sobre la realidad, vía única para las necesarias transformaciones sociales. En todo caso, no es un libro para educandos, sino para educadores. Aun así, tampoco es un texto exhaustivo ni terminado. No pretende ser sino un conjunto organizado de "apuntes", eso sí, valiosos y, sobre todo, sugerentes. Tocará a cada educador particular su aplicación inteligente, discreta y circunstanciada.

Está demás decir que, tratándose de un libro orientado a generar procesos de educación liberadora y de organización popular, el mismo puede ser de interés también para el comunicador social, sobre todo para quien esté embarcado en el mundo de lo que se ha venido llamando "comunicación alternativa". Educación y comunicación han sido siempre dos vertientes distintas, pero mutuamente implicadas,

de un mismo proceso.

El autor, Raúl Leis, es sociólogo, periodista y educador popular panameño. Coordina en la actualidad el Programa de Educación Popular del CEASPA (Panamá). El presente libro, que conoce ya varias ediciones en Panamá y Centroamérica, ha sido co-editado ahora en Venezuela por Acción Eucuménica, Misioneros de Maryknoll y el Centro Guarura. Esta co-edición

permite al autor panameño compartir con educadores venezolanos su abundante experiencia en metodología de educación popular, a través de sus reflexiones pedagógicas, las que sin duda serán de utilidad para el trabajo educativo y organizativo de nuestro propio pueblo.

José Ignacio Rey



VATTIMO, Gianni
LA SOCIEDAD TRANSPARENTE
Ediciones Paidós. Buenos Aires, 1990.

El pensador italiano Gianni Vattimo es el profeta de la postmodernidad. Para Vattimo el término postmodernidad está ligado al hecho de que vivimos en una sociedad de los medios de comunicación. Hablamos de la postmodernidad porque, consideramos, que, algún aspecto suyo esencial, la modernidad ha concluido". Un elemento fundamental del fin de la modernidad es la disolución de la idea de la historia entendida como discurso unitario. No existe una historia única, existen imágenes del pasado

propuestas desde diversos puntos de vista, y es ilusorio pensar que exista un punto de vista supremo, comprensivo, capaz de unificar todos los demás.

La tesis que Vattimo defiende puede ser secuenciada en esta cadena argumental: 1. En el nacimiento de una sociedad postmoderna desempeñan un papel determinante los medios de comunicación. 2. Esos medios caracterizan a esta sociedad no como una sociedad más de sí, más "ilustrada", sino como una sociedad más completa, incluso caótica. 3. Precisamente en este relativo caos residen nuestras mejores esperanzas de una emancipación quizás hoy por fin plenamente humana.

En opinión de Vattimo en la sociedad de los medios de comunicación hay que abandonar el ideal de la emancipación al modo hegeliano (el despliegue total de la autoconciencia) o marxiano (el hombre liberado de la ideología); se abre ahora un ideal de emancipación que descansa más bien en la oscilación, en la pluralidad, en la diferencia ontológica y local.

INFORMACIONES

EN BUSQUEDA DE LA INTEGRACION LATINOAMERICANA: OMNIVISION Y CABLEVISION

Son éstas dos empresas de televisión que operan bajo el patrón de "estaciones por cable", aunque su transmisión sea aérea con codificación especial de señal y decodificación exclusivamente para sus afiliados. Ambas ofrecen a sus clientes un paquete básico de canales por un precio fijo mensual, que oscila entre 1.200 (Cable) y 1.250 (Omni) bolívares. Sin embargo, presentan características diferentes.

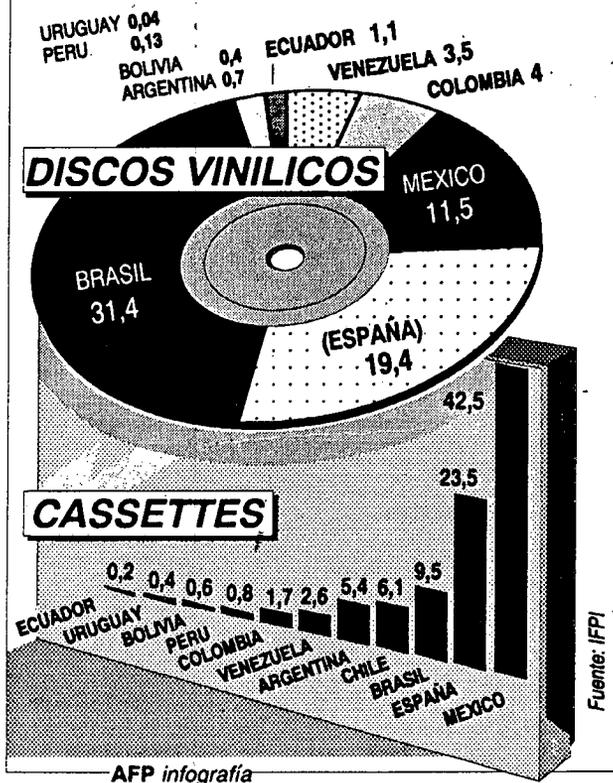
Omnivisión nació bajo la idea de ofrecer a sus subscriptores un producto diferente, sin comerciales, por lo que sus adquisiciones se orientan hacia canales extranjeros que no presentan una comercialización tradicional excesiva. Su paquete básico comprende la RAI, TVE, TNT, CNN, ESA NETWORK, A Y E, además de Omnivisión Premium. Se espera que en los próximos meses entren en funcionamiento dos nuevos canales de películas: El Cablecito y HBO-OLE. Este último, una de las principales distribuidoras de películas para la Televisión, substituirá en un próximo futuro al canal Premium. El atractivo principal de este canal es que sus películas se verán en español. El contrato de Omnivisión con HBO incluye la distribución posterior a todos los países latinoamericanos, vía satélite, ya que ellos, como programadores, hacen su programación y la venden. Ya hay unos 400 sistemas de cable (Argentina, Chile, México y Centroamérica) que se han suscrito al sistema. Este contrato, además, beneficiará la integración latina, ya que a través del multicanal y sus abonados en los países que lo integran se puede establecer un intercambio de programación. Incluso, se ha pensado en producir un Noticiero Latinoamericano, originado en Venezuela.

Cablevisión es otra de las empresas que trata de ser innovadora, ofreciendo al usuario mayores y mejores productos. Utiliza un sistema de distribución que, en un futuro próximo podrá mantener hasta 20 canales diferentes en operación. Su paquete básico ofrece hoy día 10 canales diferentes: WGN (Chicago), WWOR (New York), USA NETWORK, MTV, VAI, GALA-ECO, Prime Sports, TVE, SBT (Brasil), ABC, CBS, NBC, etc. Se espera que en breve la empresa anuncie la creación de un canal propio de noticias en español (24 horas) y de películas, ofreciendo los últimos títulos en el mercado, transmitidos en idioma original con subtítulos en español.

Ambas empresas mantienen productos similares, inclusive, ofreciendo al cliente canales similares, TVE, películas, etc.

BRASIL Y MEXICO: MAYORES CONSUMIDORES DE DISCOS Y CASSETTES

(en millones de unidades vendidas en 1990 y en comparación con España)



El vinil sigue vivo. Mientras en Estados Unidos los discos de vinil poco a poco van quedando sólo para las galerías de coleccionistas, ante el creciente auge del compact disc, en Latinoamérica aún hay muchos fieles del acetato. Así lo demuestra el más reciente gráfico elaborado en la agencia AFP, donde queda en evidencia que nada menos que la bicoca de 72,17 millones de discos vinílicos se compraron durante 1990 en América latina, siendo México (con 11,5 millones) y Brasil (con 31,4 millones) los más grandes consumidores. Venezuela se ubicó en cuarto lugar con 3,5 millones. En cuanto a los cassettes, la venta de los mismos ascendió a 92,3 millones

RED IBEROAMERICANA DE REVISTAS DE COMUNICACION Y CULTURA

COMUNICACION AMERICA LATINA

Publicación cuatrimestral de la OCIC-AL Organización Católica Internacional del Cine y del Audiovisual - América Latina, UCLAP Unión Católica para la Radio, la Televisión y los Medios Afines. WACC-ALC Asociación Mundial para las Comunicaciones Cristianas América Latina/Caribe.

Correspondencia: Estados Unidos 2037 (1 227) Buenos Aires - Argentina.

CUADERNOS DE COMUNICACION ALTERNATIVA

Publicación Bimestral del Centro de Integración de Medios de Comunicación Alternativa (CIMCA).

Correspondencia: Apartado 5828 La Paz - Bolivia.

REVISTA BOLIVIANA DE COMUNICACION

Correspondencia: Casilla 1068 La Paz - Bolivia

CADERNOS DE DIFUSÃO DE TECNOLOGIA

Publicación Cuatrimestral de Departamento de Difusão de Tecnologia (DDT) de la Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA)

Correspondencia: Caixa Postal 04-4315, 07000 Brasília DF, Brasil

COMUNICARTE

Publicación semestral do Instituto de Artes e Comunicações da Pontifícia Universidade Católica de Campinas.

Correspondencia: Caixa Postal 317 - CET - Campinas - SP - Brasil

SIGNO Y PENSAMIENTO

Publicación Semestral de la Facultad de Comunicación Social de la Pontificia Universidad Javeriana

Correspondencia: Carrera 7a. Nº 40 - 62 Bogotá Colombia

INTERCOM REVISTA BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO

Publicación de Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação (INTERCOM)

Correspondencia: Caixa Postal 20793 CEP 01496 - São Paulo - Brasil.

NTC/NCT

Revista de intercambio sur/norte sobre nuevas tecnologías de comunicación IPAL

Correspondencia: La Mar 170 - Lima 18 - Perú. Apartado Postal 270031 - Lima 27

GRAPHOS

Publicación Bimestral de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá.

Correspondencia: Ciudad Universitaria Octavio Méndez Pereira, Estafeta Universitaria, Ciudad de Panamá, Panamá.

COMUNICACION Y CULTURA

Publicación Cuatrimestral del Departamento de Educación y Comunicación, División de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco.

Correspondencia: Calzada de Hueso 1100, Col. Villa Quietud (04960) México, D.F. México.

CONTRATEXTO

Publicación del Centro de Investigación en Comunicación Social, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Lima.

Correspondencia: Apartado 852, Lima 100, Perú

COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE

Publicación Semestral del Instituto Metodista de Ensino Superior.

Correspondencia: Rua do Sacramento 230 - 09720 - Rudge Ramos - São Bernardo do Campo - SP Brasil.

COMUNICACION

Publicación del Centro Gumilla Comunicación.

Correspondencia: Edificio Centro Valores, Local 2, Esquina Luneta, Apartado 4838, Caracas 1010 - A. Venezuela.

COMUNICACION

Publicación Anual, Facultad de Comunicación Social de la Universidad Pontificia Bolivariana.

Correspondencia: A.A. 1178 Medellín Colombia

CADERNOS DE JORNALISMO E EDITORAÇÃO

Publicación del Departamento de Jornalismo e Editoração da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

Correspondencia: Caixa Postal 8191, Edifício de E.C.A. São Paulo, Brasil

MEDIOS EDUCACION COMUNICACION

Un enfoque alternativo en una oferta de educación superior no formal

Correspondencia: Casilla de Correo 3277 1000 Buenos Aires - Argentina.

CANDELA

Correspondencia: Santiago de Chile 1180 cas. 301 Montevideo - Uruguay

ESTUDIOS SOBRE LAS CULTURAS CONTEMPORANEAS

Publicación Cuatrimestral del Programa Cultura / CUIJS.

Correspondencia: Apartado 294, Colima 28000 México.



porque tienes
derecho a saber
... para andar
por la vida

Por primera vez, cuentas con una guía completamente tuya, con la seguridad que te da el conocer tus derechos y oportunidades.

Ahora lo que tienes que saber, lo tienes a la mano:

- Oportunidades de estudio.
- Alternativas de capacitación profesional y técnica.
- Deberes y derechos.
- Orientación sexual.
- Posibilidades de empleo.
- Dónde divertirse.
- Cómo defenderse frente a los abusos.
- Deportes, leyes, trámites... y todo lo que se te ocurra.

La **Guía Joven** es una edición especial del Ministerio de la Familia, que pone en tus manos el poder de la información.

Es económica, cómoda y la puedes llevar a todas partes.



MINISTERIO DE LA FAMILIA
Hacia el Desarrollo Social

PLAN DE PARTICIPACIÓN SOCIO CULTURAL

Ediciones Región Metropolitana,
Central, Oriental, Occidental.

Distribuye TRANSPREN



¡A LA VENTA
EN LOS KIOSCOS
Y LIBRERÍAS
B3 30





Chasqui

REVISTA LATINOAMERICANA DE COMUNICACION

JULIO - SEPTIEMBRE 1991

No. 39

Director de CIESPAL: Asdrúbal de la Torre

Editor de Chasqui: Juan Braun

COMUNICACION EN TIEMPOS DEL CÓLERA

Cólera, deuda externa y pobreza van juntos. Comunicadores y medios, en una gran alianza, ayudan a suavizar el desastre.

Heidrun Graupner, Roberto Ampuero Espinoza, Carlos Vidal Layseca, Lucía Lemos, VOA, Luis Rivera, Juan Aguilar, Maurizio Manoncci, Ana María Vásquez, Olga Marín, Juan Esteban Calle, Daniel Raffo, Wilman Sánchez.

COMUNICACION Y DESARROLLO

El conjunto de organismos de Naciones Unidas, ONG's, otras instituciones y los expertos, consideran a la comunicación como fundamental para el desarrollo de los pueblos.

Anisur Rahman, Marco Ordóñez, Luis Eladio Proaño, Luis Rivera, Manuel Manrique - UNICEF, FAO, NOVOSTI, Yash Tandon, Gino Lofredo.

DECANOS DE CARRERAS DE COMUNICACION

Entrevista a Federico Iglesias, Universidad de Puerto Rico, por *Juan Braun*

Entrevista a Margoth Ricci, Universidad Jorge Tadeo Lozano, Bogotá, por *Hernando Bernal*

ORGANIZACIONES DE COMUNICACION

EUROPA - AFRICA

ACTIVIDADES DE CIESPAL

NUEVAS TECNOLOGIAS

LIBROS

Apartado 17-01-584 Quito-Ecuador.

Teléfono: 544-624. Telex: 22474

CIESPAL ED. FAX (593-2) 502-487

TARIFAS DE SUSCRIPCION

4 números por año	A. L.	U.S.A.
	Europa y Asia	
1 año	US\$14	US\$29
2 años	US\$24	US\$54
3 años	US\$34	US\$72

apuntes

Cuadernos de la Escuela de Comunicación Social de la UCV
Premio Municipal de Periodismo 1989

apuntes es la manifestación de un proyecto surgido durante la Dirección de la Escuela de Comunicación Social de la UCV del Profesor Marcelino Bisbal (1987-1990), hoy continuado por la nueva gestión y desde hace largo tiempo abonado por las maduras inquietudes de una institución con casi cincuenta años de vida.

apuntes de la Escuela de Comunicación Social de la UCV trata de contribuir a lo que siempre será la más valiosa creación de la Escuela: la formación de sus estudiantes. Colección de pequeños libros, en realidad folletos por su breve extensión, que con su presencia y contenido sólidos ayuden a cimentar las bases profesionales de esos jóvenes que han elegido la multifacética actividad de la comunicación.

apuntes, además de contribuir con exigencias de orden didáctico, aspira a ser un estímulo a la investigación, al proyectar las realizaciones teóricas de aquellos profesores y estudiantes que con sus esfuerzos animan el centro de nuestra vida académica.

apuntes en 1989 mereció el Premio Municipal de Periodismo en la mención de Docencia.

De esta forma, **apuntes** de la Escuela de Comunicación Social de la UCV continúa con una etapa de estímulo a la creación y al intercambio intelectual dentro del marco académico. Ruptura con el modelo cuasi-medieval de la cultura (producir y guardar ¿atesorar?) que ha terminado por enrarecer la atmósfera intelectual. Lo guardado se empolva, se apolilla, envejece mal. Por eso...

apuntes trata de que el conocimiento se abra al diálogo...

**I CONGRESO LATINOAMERICANO DE INVESTIGADORES
DE LA COMUNICACIÓN**

SÃO PAULO, BRASIL – AGOSTO, 1992

TEMA CENTRAL:

**COMUNICACIÓN Y LIBRE COMERCIO:
DESAFIOS LATINOAMERICANOS**

PROMOCIÓN

**ALAIC – Asociación Latinoamericana de Investigadores
de la Comunicación**

APOYO

**INTERCOM – Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios
de la Comunicación**

**ECA-USP – Escuela de Comunicaciones y Artes – Universidad
de São Paulo**

INFORMACIONES

**ALAIC – Edificio de la ECA-USP
Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443 – Bloco A – Sala 3
Cidade Universitária – 05508 – São Paulo-SP – Brasil
Tel.: (011) 814-4764 / 813-0596 – Telex: UVSÍ BR 1180629
Telefax: (011) 8154272**

**Guillermo Morón al recibir oficialmente
la obra editada por la FUNDACION POLAR**

DICCIONARIO DE HISTORIA DE VENEZUELA ABRE UN NUEVO HORIZONTE FRENTE A LA INVESTIGACION

Al hacerle entrega de las cuatro colecciones del Diccionario de Historia de Venezuela, destinadas a la Biblioteca, a la Hemeroteca, al Archivo y al Departamento de Investigaciones de la Academia al doctor Guillermo Morón, la señora Mendoza destacó que: "la Fundación Polar regresa a su casa, pues entre estos muros más que cuatricentenarios se han gestado muchos artículos y de aquí han surgido numerosas informaciones que nuestro equipo de profesionales de la Historia han sabido aprovechar".

"En circunstancias tan difíciles que está atravesando la Humanidad es conveniente y saludable volver por un momento la mirada para buscar en nuestra trayectoria de pueblo los signos que fortalecerán nuestra confianza en los destinos de Venezuela" y en palabras de Don Mario Briceño Iragorry, dijo la señora Mendoza, "...jamás perecerá íntegramente un pueblo que mire hacia su pasado. Justamente perecen y caen bajo el imperio de nuevas y extrañas fuerzas los pueblos que no tienen conciencia de sí mismos".

Por su parte el director de la Academia Nacional de la Historia, consideró la obra como "una compilación histórica bien dirigida, coordinada y con muchos aciertos(...) Además el Diccionario es consultado como "magnífico trabajo" y que la obra en sí termina parte del proceso historiográfico del país".

La señora Mendoza indicó que "ojalá que algún día lleguemos a estudiar vías que permitan institucionalizar esta colaboración, para el mayor progreso de la HISTORIOGRAFIA NACIONAL".

Revista **comunicación**

!!!Promociones!!!

5 Colecciones: Bs. 1.000
(Bs. 200 cada colección)

1. PERIODISMO HOY

- 25-26 Prensa y Conflicto Político
- 37 Nuevo Periodismo
- 43 Comunicadores y Participación
- 58 Y detrás... Los Comunicadores
- 70 Periodismo en Tiempo de Crisis

2. NUEVAS TECNOLOGIAS

- 33-34 Tecnología y Comunicación
- 46 Explosión Informática
- 49-50 Expansión Audiovisual
- 59-60 Sugerir es el Negocio
- 61 Medios sin Ley

3. IDEOLOGIA Y MEDIOS DE COMUNICACION

- 38 Humorismo y Comunicación
- 39 Militarismo y Manipulación Informativa
- 48 Juventud
- 56 Discriminaciones
- 67 La Otra Cara del Lenguaje

4. RADIO, CINE Y TV

- 32 Música e Industria Cultural
- 62 Latinoamérica: Voces Múltiples
- 63 El Deporte, Negocio y Espectáculo
- 64 Público Alerta
- 68 Zoom al Cine

5. POLITICAS DE COMUNICACION

- 30-31 Integración Latinoamericana y Comunicación
- 35-36 Comunicación Popular: Experiencias Venezolanas
- 40 Censura y Democracia
- 51-52 Balance de una Década
- 65-66 Poder e Información

CENTRO GUMILLA

LIBRERIA

A

C

U

PASILLOS UCV

J&M

TEXTOS Y PUBLICACIONES
DE COMUNICACION SOCIAL

Estudios

- **El recurso a la ética, en una época de cambios**
José Ignacio Rey
- **Habermas y la ambivalencia de la TV en el capitalismo avanzado: consideraciones teórico-normativas**
Leonardo A. Salazar
- **Empobrecimiento a través de la comunicación: la lucha continúa**
Herbert I. Schiller
- **El control de las fuentes audiovisuales en la programación bélica**
Eduardo Glordani
- **Los delitos de expresión y la protección del derecho desde la vertiente ética**
Argenis Daza
- **Código anti-ético de la Cámara Venezolana de Televisión**
Gustavo Hernández
- **Ética y comunicación**
Juan Barreto
- **Sexualidad y ética de la comunicación**
Gustavo Hernández

Documentos

- **La dimensión ética del comunicador**
Antonlo Pasqual
- **Profetas neo-liberales**
Jean Weydert (traducción de Caroline Oteyza)
- **El NOMIC: cara al año 2.000**

Bs. 100,00