

Beltrán S., Luis Ramiro (1983) **La comunicación social en América Latina.** 26 p.
(Transcripción de la conferencia presentada ante la Conferencia Episcopal de Colombia en
su XXXIX Asamblea Plenaria del Episcopado, realizada en Bogotá, Colombia, del 4 al 14 de
julio de 1983). (inédito). *Beltrán*

CONFERENCIA EPISCOPAL DE COLOMBIA

XXXIX ASAMBLEA PLENARIA DEL EPISCOPADO

(4 a 14 de julio de 1983)

Colecc. LR Beltrán
PP-AI-042

DOCUMENTO No. 11

LA COMUNICACION SOCIAL

EN

AMERICA LATINA

Doctor Luis Ramiro Beltrán S.

LA COMUNICACION EN AMERICA LATINA

Transcripción de la conferencia presentada
por el Dr. Luis Ramón Beltrán S.*

Me complace mucho estar con ustedes. Por cuanto conozco sobre la comunicación en esta región, me es perfectamente claro que la Iglesia Católica cumple en ella un rol precursor y de avanzada en la lucha por transformar el papel de aquélla en pos de un régimen de mayor justicia y humanidad.

La presentación que se me ha solicitado hacer esta tarde dentro de un margen de 90 minutos la dividiré en dos partes mayores. Una será una descripción analítica resumida de la situación general de la comunicación en América Latina. La otra parte será una breve mención al "Informe MacBride". Para desarrollar esta otra parte, sin embargo, se hace necesario hablar sobre el Nuevo Orden Internacional de la Información y la Comunicación (NOMIC) y, al introducir el tema del NOMIC, tendremos que hablar un poco del viejo orden porque mal haríamos en hablar del nuevo sin antes aclarar lo que anda mal en el precedente.

En la práctica, pues, trabajaremos en cuatro secciones: (1) La Situación de la Información y la Comunicación en América Latina, (2) El Viejo Orden Internacional de la Información y la Comunicación, (3) El Nuevo Orden de la Información y la Comunicación, y (4) El Informe MacBride.

Les anticipo mis agradecimientos por su interés y atención.

A título personal.

LA SITUACION DE LA COMUNICACION EN AMERICA LATINA

Voy a tratar de ser lo más esquemático posible en cuanto a esta sección. Ante un grupo de experimentados comunicadores cristianos que ciertamente conocen varios de los elementos de esa materia no es necesario entrar en demasiado detalle.

Comencemos por adherirnos a la convicción de que la comunicación, por su misma definición, es consustancial a la vida de la comunidad humana que la contiene. No podemos, por tanto, analizar la comunicación como un fenómeno aislado del contexto social político y económico.

Destaquemos, por otra parte, el hecho de que el estado de subdesarrollo que padece la región latinoamericana no sólo que no se ha aliviado en treinta años sino que se ha agudizado ahora último. Al abrirse la década presente hemos llegado al colapso final del modelo clásico de desarrollo que en parte se nos había impuesto y en parte habíamos adoptado indiscriminadamente bajo la creencia errónea de que el desarrollo de las naciones industriales era transferible a nosotros por simple traspaso de metodologías de producción y por capacitación en determinadas técnicas. El derrumbe de este modelo es palmario. Esta región, según el Secretario Ejecutivo de la Comisión Económica de las Naciones Unidas para América Latina, Enrique Iglesias, ha caído en la más profunda crisis. Al cerrar la década de 1970 la tasa promedio de crecimiento anual en la región estaba como como por 7%. Al abrirse la década de 1980 había caído al 2% y hoy está apenas en el 1% en promedio. O sea, se ha derrumbado el modelo desarrollista de la sociedad "moderna" ideal sin dejarnos más que mitos, como las llamadas "Décadas del Desarrollo", proclamadas con obstinación por las Naciones Unidas. Al evaluarlas, los analistas encuentran que

nos hallamos estancados si es que no estamos comenzando a ir para atrás.

Desde 1974 hasta el año actual la situación de América Latina ha seguido un ritmo acelerado y grave de deterioro. Inclusive los grandes países que eran menos subdesarrollados como México, Argentina y Brasil están de principales detentadores de una deuda externa multimillonaria en dólares, que no se sabe cómo se va a pagar.

El modelo materialista del desarrollo, sea de origen capitalista o de inspiración comunista, ha mostrado ser un fracaso. Y este es el momento en que nos estamos preguntando, asustados, con qué los vamos a sustituir y cómo podemos evitar que se acentúe el subdesarrollo al cabo de 30 años de discursos desarrollistas que no han brindado a las mayorías ni bienestar económico ni justicia social.

La comunicación social en América Latina se inscribe dentro de ese contexto, pues es lógico que un sistema cultural tenga relación estrecha con el sistema económico. Tiene que haber afinidad entre ellos. Por ejemplo, ella es notoria en cuanto al sistema masivo de medios de comunicación, del que no se puede esperar que sea contrario al sistema económico y político que domina la región. La vida política y económica de esta región está presidida por una exigua minoría que concentra el poder y disfruta del privilegio del monopolio de los bienes materiales de producción. Sería ilógico que a un sistema de intereses mercantiles y conservadores de carácter económico y político no correspondiera un sistema de comunicación que les fuera instrumental.

La investigación ha demostrado, en los últimos 15 años, que la estructura de la comunicación en América Latina sigue casi matemáticamente los lineamientos de la organización piramidal de la sociedad y su economía. De la

misma manera que la gran masa campesina está fuera del mercado, está también fuera del público de los grandes medios masivos; según el comunicador católico Mario Kaplún, ni siquiera la radio llega más que a la mitad de la población; el resto se comunica solamente por el viejo régimen tradicional de comunicación interpersonal de cara a cara.

Pero veamos la disponibilidad de los medios masivos para entender el acceso a los mensajes de ellos. En América Latina existe un sistema de medios masivos considerablemente más avanzado que los que existen en Asia y Africa en la zona de los países subdesarrollados. No hay, pues, aquí una ausencia de esos medios. Lo que hay que ver, empero, es para quiénes están disponibles, quiénes tienen acceso efectivo y sostenido a sus mensajes. En América Latina existen unos mil diarios y más de tres mil radioemisoras para una población mayor de 300 millones. Esto no indica una muy baja disponibilidad de medios. El problema es que estos medios están concentrados en las ciudades y, más precisamente, en unas cuantas grandes ciudades. Más aún, dentro de ellas, sólo una mínima parte de los ciudadanos tiene acceso a ellos. Si miramos el campo el problema es más grave, pues los campesinos tienen mínimo acceso a los medios escritos y sólo a uno de cada dos de ellos le llega la radio, el medio de mayor penetración relativa.

Bien dijo el ilustre estudioso colombiano recientemente fallecido, Antonio García, que lo que hay en Latinoamérica equivale a una situación de incomunicación social.

En efecto, qué clase de mensajes reciben los pocos que tienen acceso aceptable a los medios? La investigación demuestra que hay en sus mensajes una marcada preferencia por los valores de la clase media alta, que propician el consumismo irracional y que exhiben una marcada tendencia hacia

lo trivial, lo estrambótico y lo espectacular. También señala la investigación que los medios no se interesan mayormente por lo que atañe al desarrollo nacional, que son renuentes a ayudar en la tarea educativa de las masas, que auspician el conservatismo y la conformidad con el injusto estado de cosas y que incurren en difusión excesiva de valores ajenos a las culturas propias de nuestros pueblos.

Hay variaciones entre los medios; por ejemplo, la radio, y especialmente la televisión, son peores en ese tipo de conducta que los medios impresos. En la radio el 40% son avisos comerciales, cosa que no se da ni en Europa ni en los Estados Unidos; el 30% es de música popular ligera; el 30% noticias y deportes. Los márgenes de programación para la cultura, la política y los análisis críticos son mínimos. Las revistas han prosperado enormemente en América Latina en los últimos 15 años. Hay numerosas revistas de historietas, femeninas, fotonovelas, técnicas, deportivas, así como revistas generales. Los estudios sobre esta clase de literatura demuestran el enfoque alienante y deshumanizado de muchas de estas publicaciones junto con una actitud propiciadora del conformismo y del consumismo por medio de personajes estereotipados, incluyendo a los cómicos y a los héroes de aventuras y a las figuras románticas.

Otra área importante del sistema es la de la noticia internacional. Tres agencias norteamericanas y una francesa controlan cuando menos el 60% del negocio noticioso en todas las direcciones: de aquí al mundo, del mundo a nosotros, y entre nosotros. No es necesario decir que, en general, no informan adecuadamente sobre la vida latinoamericana, ni en volumen ni en contenido, ni en calidad. Su selección noticiosa destaca lo trivial-espectacular y omite lo sustantivo. Así la vida real de nuestros pueblos y su lucha por

el desarrollo no se refleja en las noticias. Se presenta una imagen distorsionada de los hechos que calza con la ideología conservadora y mercantil.

Qué explica esta situación? Según varios investigadores, la explicación principal radica en la propiedad de los medios masivos y en la financiación de sus operaciones.

En América Latina los medios masivos son mayoritariamente de propiedad privada y de orientación mercantil. Ello no es así en otras partes del mundo en desarrollo como Asia y Africa y ni siquiera en Europa Occidental, donde en muchos países la radio es del Estado y la televisión pertenece a la comunidad. En nuestra región los periódicos y las revistas son también de propiedad privada, lo mismo que la producción y la exhibición de películas cinematográficas. En cuanto a radio y televisión casi todos los gobiernos tienen una emisora o, cuando más, tres. Por ejemplo, hay dos emisoras de radio del Estado en Venezuela en comparación con unas 120 emisoras privadas. Con pequeñas variantes, esta desproporción se da en casi todos los países de la región.

La propiedad influye en la conducta de los medios. Pero hoy tal vez la influencia más decisiva es la de la financiación de aquellos. La financiación determina inclusive la conducta de los mismos medios del Estado. Colombia y Bolivia están entre los países de la región en que la televisión es monopolio del Estado. Pero se trata de un privilegio que no brinda al Estado un decisivo poder de orientación del medio ni lo enriquece. Para poder pagar la factura de operaciones el Estado vende el espacio y así la programación resulta tan mercantil como cualquier otra, con una diferencia que aquí, o en cualquier otro país con televisión nacionalizada, el que

costea las emisoras y su operación es el pueblo. Quienes anuncian para vender ni siquiera tienen que gastar aquí en la infraestructura de emisión porque el Estado se la pone a disposición.

La financiación depende esencialmente de la publicidad comercial como lo han demostrado estudios en varios países. Los principales anunciantes en la televisión son las firmas transnacionales de productos, norteamericanos y europeos, que operan por medio de filiales en nuestros países o por agencias de publicidad internacional. El negocio publicitario en América Latina está hoy en un 90% en manos de agencias transnacionales de publicidad que representan a corporaciones transnacionales de producción, la mayoría norteamericanas, unas cuantas europeas y algunas japonesas.

Otro aspecto importante de la situación es el correspondiente a las instituciones de investigación y docencia en comunicación. Las primeras son escasas y trabajan aplicando criterios, procedimientos e instrumentos provenientes de Estados Unidos y Europa. Ello no está mal; en principio no hay razón para que no se usen tales herramientas foráneas; hay problema cuando, detrás de los temas de indagación subyacen premisas ajenas a la realidad latinoamericana o cuando algunos de sus instrumentos no son del todo adecuados a ella.

Lo mismo puede decirse en cuanto a las escuelas de comunicación en la región que, en cambio, son numerosas; pasan hoy de 130. La gran mayoría de ellas preparan gente para producir mensajes para los medios comerciales privados. De todas las escuelas la mitad están en Brasil y un 20% en México en tanto que Colombia tiene sólo cerca de 10 escuelas. Si se revisa, de nuevo, el enfoque de la materia, lo que se enseña y la literatura que se recomienda tienen poco que ver con América Latina, una orientación acrítica

mercantilista, conservadora y tecnicista es la que prevalece.

En suma, con muy escasas excepciones, el régimen de comunicación social que prevalece en América Latina corresponde a los fines y a los requerimientos de una sociedad arcaica, injusta y no democrática a la que ayuda a perpetuarse.

La situación regional de comunicación que acaba de describirse suscitadamente no es independiente de la decisiva influencia que Estados Unidos ejerce sobre América Latina en varios campos. En el campo económico Estados Unidos mantiene una relación desequilibrada de términos de intercambio de bienes al imponer bajos precios para las materias primas de América Latina y altos precios para los productos que dicha potencia mundial manufactura y vende a ésta y al establecer barreras impositivas para los artículos que Latinoamérica exporta. La diferencia negativa acarrea un creciente déficit en los balances de pago de nuestros países y los conduce a incrementar su deuda externa con altos intereses y cortos plazos.

Similarmente, si bien en forma menos notoria, la influencia de Estados Unidos en la región en el campo de la cultura por medio de los medios de comunicación masiva también es decisiva. Sobre esto también se han acumulado varios estudios muy dicientes.

Como ya se lo ha señalado, ellos muestran un claro dominio estadounidense de los negocios de noticia internacional y publicidad comercial. Pero hay varios otros indicadores de la influencia hegemónica. Por ejemplo, cuando menos un 40% de la programación televisiva de América Latina viene "enlatada" de Estados Unidos; algo más del 50% de las películas cinematográficas comerciales también son de allá; y dos tercios del total de las tiras cómicas distribuidas por grandes consorcios "mixtos" monopolistas

(que están fundamentalmente en México y Venezuela) son igualmente de origen norteamericano.

Podría semejante influjo carecer de efecto alguno en las mentes de nuestras gentes, en la cultura de nuestras naciones? Lógicamente, no es posible pensar que esto sea sin consecuencias. El problema no es que no debamos recibir influencia extranjera. Esto sería imposible e indeseable. No podemos enfrentar la problemática de la dominación extranjera con una óptica chauvinista de rechazo indiscriminado a todo lo foráneo. Hoy más que nunca todos los pueblos del mundo, inclusive los pequeños, influyen sobre los grandes en el terreno cultural y eso es beneficioso pues ninguna nación puede vivir reclusa, aislada de las demás. El problema es, por tanto, un problema de proporción en el intercambio entre naciones. Las nuestras no han logrado constituir una auténtica y poderosa unión de estados latinoamericanos. Dentro de cada una de ellas hay subdivisiones culturales a veces demasiado marcadas que impiden a los países ser suficientemente unitarios. Esto los hace más vulnerables a la influencia extranjera y, cuando ésta se organiza por medio de canales públicos y privados en una escala y con una intensidad como la que imprimen los Estados Unidos, el influjo puede, por volumen y por contenido, resultar algo nocivo porque, por ejemplo, llega a subordinar los valores propios a los ajenos. Un intercambio así ya no es saludable. Hace muy poco se publicó un estudio sobre la influencia de la televisión colombiana entre niños de Bucaramanga, el que había incluido una pregunta sobre si les gustaba ser colombianos o hubieran preferido ser de otra parte. Un 30% de los niños de la encuesta contestaron que les hubiera gustado más bien ser norteamericanos.

Entre los valores que estos medios parecen estar induciendo en nuestra sociedad, frágil, poco defensible, están, según diversos investigadores, los siguientes: (1) el escapismo de la realidad; (2) la agresividad, una vocación por la violencia; (3) el mercantilismo, el valorar la gente en función de lo que puede comprar; (4) el consumismo; (5) el providencialismo; (6) el conformismo; (7) el elitismo; y (8) el racismo. Envueltas en aparentemente inocuas películas policiales, de espías o de chistes hasta del gato y el ratón, viene hacia nosotros en suma una "Etica Transnacional" que nos plantea un modo de vida materialista como el único razonable, deseable y alcanzable.

Lo que pasa en América Latina está ocurriendo también con variantes desde hace muchos años en el resto del mundo llamado "en desarrollo" o "subdesarrollado".

EL VIEJO ORDEN INTERNACIONAL

En resumen muy breve de tal situación, veamos algunos ejemplos de escala mundial. Los países en desarrollo constituyen cerca de dos tercios de la población mundial. Sin embargo, del total mundial de diarios, sólo la mitad están en nuestros países y su circulación equivale apenas a un sexto de la circulación de los diarios de los países desarrollados. Estos utilizan un 90% de todo el papel de diarios que se produce en el mundo.

En Estados Unidos hay un ejemplar de diario por cada tres personas. En el promedio de los países en desarrollo, hay uno por cada 30 personas. En Estados Unidos hay más radioreceptores que habitantes y, del total mundial de radiotransmisores, 75% están en Estados Unidos y Europa Occidental, los que también absorben un 75% de la audiencia radiofónica mundial. Por

sí solo Estados Unidos tiene más radiotransmisores que aquellos disponibles en el total de los países en desarrollo. De las 22 principales emisoras de radiotelefonía internacional que hay en el mundo, sólo tres pertenecen a países en desarrollo, India, Ghana y Cuba. Lógicamente, cualquiera que escuche radio internacional va a escuchar a Inglaterra, Alemania, Rusia, Estados Unidos y no lo nuestro. El inglés es la lengua dominante en la comunicación radiofónica internacional. Inclusive los enemigos de Estados Unidos, como los rusos y los chinos, operan en inglés hacia el exterior.

En Estados Unidos hay un televisor para cada dos personas y en Rusia uno para cada cuatro. Pero en Asia, la relación es de uno para cada 40. La producción mayoritaria es de Estados Unidos, Inglaterra y otros países europeos.

En cine las naciones industriales aventajan de muy lejos a las naciones pobres, tanto en el número de películas como en el número de butacas en salas de exhibición. Unos pocos países asiáticos, como la India y Japón son grandes productores de películas pero no pueden distribuir las ampliamente en el mercado mundial.

Ya hemos hablado de publicidad a nivel latinoamericano. A nivel mundial la situación no es muy distinta. De las 25 agencias publicitarias más grandes del mundo, 22 son de propiedad de Estados Unidos o tienen estrecha vinculación con este país por medio de afiliación. De 135 agencias identificadas en 46 países del Tercer Mundo sólo un 30% resultaron estar en manos nacionales. El negocio de la publicidad ha adquirido enormes dimensiones en estos últimos 15 años; ha saltado de 14 billones de dólares en 1966 a 74 billones en 1976 y sigue creciendo.

Podríamos incluir otros ejemplos, pero no habría que tomar en cuenta sólo la publicidad sino también el factor propaganda política o cultural. Hay propaganda abierta y propaganda encubierta. La abierta es dominada por las grandes potencias en pugna, Rusia y Estados Unidos. Lógicamente en un territorio como el nuestro, tan lejano de Rusia, la influencia de los Estados Unidos es sumamente mayor que la rusa. También hay labor de propaganda encubierta. Por ejemplo, unas investigaciones del Congreso de los Estados Unidos mostraron en 1976 claramente cómo durante 10 años había funcionado un apoyo clandestino a la información local opuesta a los regímenes populares de Chile, no sólo el del señor Allende sino el previo de los demócratas cristianos del señor Frey. Hay dos informes oficiales norteamericanos sobre ello que llevan los nombres de un diputado y un senador -los señores Church y Pike- que presidieron las comisiones investigadoras que desmontaron dicho mecanismo de comunicación foránea subversiva.

De otra parte hay que tomar en cuenta otro factor muy importante en cuanto a la dominación externa en materia de comunicación. Es el factor de las nuevas tecnologías de comunicación e información, la "teleinformática" que es la combinación de tecnologías muy avanzadas de comunicación a distancia con tecnologías de procesamiento electrónico de datos. Por ejemplo, el satélite con el computador. Estos prodigiosos aparatos pueden ser de mucha utilidad para nosotros o pueden ser nuevos y muy poderosos instrumentos de dominación. Depende de cómo se usan y cuál es la actitud de nuestros pueblos y gobiernos ante estas maravillas de la técnica moderna.

El espectro radioeléctrico en un 90% está en manos de los Estados Unidos y unos cuantos países europeos industrializados.

La industria de la informática ocupa hoy el tercer lugar entre las más grandes industrias del mundo y está fundamentalmente en manos de Estados Unidos. Una sola firma de este país domina algo más de la mitad de la computación electrónica (producción, servicio y entrenamiento). Tres corporaciones del mismo país dominan más de dos tercios de la industria de la fabricación de satélites.

Tal es el viejo orden de la información; es decir, el que prevalece actualmente. Y, así como hay una conexión total entre lo que es sociedad y lo que es comunicación, en materia de dominación externa hay una vinculación con la dominación interna. La misma gente que ejerce el poder político en nuestros países, ejerce su poder cultural a través de los medios masivos y no deja de estar conectada en algún grado y forma con el sistema de dominación internacional.

El viejo orden internacional de la información y su concomitante en el orden nacional son antidemocráticos. En un caso señala la dominación de una mayoría de naciones por la minoría de naciones (las industrializadas). En el otro caso señala la dominación en la esfera interior de cada país de una mayoría cultural por una minoría que se adscribe crecientemente a los valores de una cultura transnacional propiciada como agente coadyuvante de la dominación económica y política.

Este régimen arcaico e injusto de relaciones internacionales, heredado de los días coloniales, es el que está sujeto a serios desafíos desde hace poco años. Está siendo sometido a cuestionamiento; ya no puede quedar en la oscuridad ni en la impunidad.

La Iglesia Católica ha estado entre los precursores de la denuncia de tal régimen injusto del monopolio cultural a través de los medios de comunicación.

En el año 1953 Pío XII, ya antes de que el tema comenzara a ser materia de discusión de las Naciones Unidas, señaló con preocupación los papeles que cumplían en la formación de la opinión pública los medios masivos para las relaciones entre naciones. O sea, al abrirse la década del 50, el Papa ya había señalado la necesidad de hallar la solución a esta problemática.

En 1956 el mismo Pío XII expresó de nuevo públicamente estas preocupaciones pero con más énfasis, sobre todo en la responsabilidad de quienes distribuían la información internacional. Es decir, mucho antes que comenzaran a dejarse oír los críticos académicos investigadores, el más alto dignatario de la Iglesia Católica estaba señalando ya esta problemática a nivel mundial. En la década del 70, cuando tenemos el Concilio Vaticano que produce el decreto "Inter Mirífica", ya se hace evidente institucionalmente la preocupación de la Iglesia Católica, si es que no se hizo visible por la intensa actividad de la Comisión Pontificia de Comunicación y por la precursora labor de rescate humanista de la comunicación que han cumplido entidades gremiales de comunicadores católicos como la OCIC, (la más antigua), la UCLAP y la UNDA-AL, que tiene sede en Colombia.

Desde el principio de la percepción del problema, desde el arranque de la década del 50, la Iglesia Católica ha estado en posición delantera, de vigilancia y denuncia, sobre esta injusticia cultural. Después del Concilio Vaticano II, en 1964, Pablo VI subrayó el problema y, más tarde, volvió a destacarlo en la Octogésima ADVENIAT, en la Carta Apostólica. En

la década del 70, Pablo VI emite su Instrucción Pastoral *Communio et Progressio*, ya dedicada a esa problemática de la comunicación deshumanizante. En la década del 80 Juan Pablo II, urge resolver problemas de comunicación internacional, tanto en un discurso ante la Unesco como en el Congreso Mundial de la Unión Católica Internacional de la Prensa Religiosa en Roma.

EL NUEVO ORDEN INTERNACIONAL

De qué se está hablando cuando se habla del "NOMIC" (Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación)? Si ustedes ven la literatura naciente sobre esto, encontrarán distintas versiones.

A mi ver, el NOMIC es un régimen de relaciones entre naciones caracterizado por el intercambio verazmente libre y equilibrado de influencias culturales y cifrado en un sistema democrático y humanista de emisión, recepción y uso de mensajes, tipificado por la activa participación popular. Entendido así, el NOMIC es un ideal, no es un organismo de la Unesco, no es un invento académico. Es una alta aspiración a la que han llegado los pueblos del Tercer Mundo en busca de libertad y equidad. El ideal no debe constituir un dogma. Sin embargo, el NOMIC ya es más que una simple ilusión. Es un proyecto quizás un poco impreciso aún en ciertos aspectos e involucra un proceso de construcción bien complejo, pero ya es una idea en marcha a su realización. No es un simple enunciado retórico.

La finalidad central del NOMIC es la democratización de la comunicación. Lejos de ser un esquema autoritario de control de libertad de prensa, estatista y extremista, es un ideal democratizante de justicia social

y cultural. Y América Latina ha tenido, y tiene, un papel preponderante en esa lucha por la democratización de la comunicación en su jurisdicción y en el resto del mundo. Lo ha tenido mucho más que Asia y que Africa. América Latina es el líder en la campaña por la realización de este ideal.

Por qué y desde cuándo se habla de un Nuevo Orden Internacional de la Información? El movimiento propiciador del NOMIC tiene un carácter relativamente reciente. Se puede atribuir su origen al año 1970, al primero de la década anterior, cuando el Ministro de Información de la India, en la Asamblea General de la Unesco, desafió por primera vez algo que había sido aparentemente sacralizado desde la creación de las Naciones Unidas e inmediatamente después de terminada la segunda guerra mundial. Esto fue el concepto del "libre flujo de la información" que está incluso en la Carta de las Naciones Unidas y fue proclamado entre las libertades fundamentales del ser humano por los pueblos del mundo.

Esa doctrina, que es la doctrina de los vencedores de la guerra mundial en que el nazifascismo fuera derrotado, fue aplicada posteriormente a la expansión comercial de las naciones victoriosas. Desde entonces todo aquello que conspiraba contra esa presunta libertad de información fue declarado antidemocrático y totalitario y extremista. Y se ha seguido así, llegando a una creciente exacerbación.

Desde aquel hecho histórico de 1970 en la Unesco hasta el día de hoy ha habido una batalla, en que nuestra profesión pasó a cobrar estatura de primer orden en una plataforma ardiente mundial y en que nuestra región fue uno de los ejes del conflicto.

En 1974 se reunió un primer grupo de expertos en políticas nacionales de comunicación de América Latina. Invitados por la Unesco, deliberaron en Bogotá, Colombia, para formular la agenda para una reunión de nivel intergubernamental sobre la misma materia por mandato general de la Asamblea de Unesco, una Reunión de Ministros de Información y Comunicación. Se plante entonces la pugna entre quienes aspiran a transformar la comunicación social con miras hacia un régimen democrático y justo y quienes luchan por perpetuar y mantener el status quo en esa materia.

El momento de mayor fragor en la lucha ocurrió al realizarse dicha reunión de ministros en 1976 en San José, Costa Rica, la nación más democrática de América Latina. Propiciada por líderes de otra nación democrática, Venezuela, esta reunión fue trascendental y se impuso a mucho antagonismo. En esa ocasión los ministros de información de América Latina, en nombre de sus gobiernos, firman un conjunto de más de 30 recomendaciones para cambiar la estructura injusta de comunicación que hemos señalado en síntesis aquí. Fue un acuerdo general de los gobiernos de la región proponiendo cambios sustantivos en la comunicación y recomendando la formulación de políticas nacionales de comunicación; es decir, de conjuntos de normas delineadas por la comunidad con la participación de todos para lograr el mejoramiento y la transformación del sistema de comunicación.

Este empeño transformador fue atacado violentamente por la Sociedad Interamericana de Prensa y por la Asociación Interamericana de Radiodifusión que acusaron al Presidente Pérez y su Ministro de Información de ser totalitarios y extremistas.

La contienda regional coincidió con una gran tensión mundial que comenzó en 1972, cuando en la misma Unesco Rusia propuso una Declaración sobre

los Principios Fundamentales de la Información en relación con temas como la paz, la comprensión, el combate de la propaganda, el racismo y el "apartheid". Esta propuesta causó un revuelo mayor e hizo que en cada Conferencia General de la Unesco de ahí en adelante hubiera pleito por la comunicación. Antes no se daba esto. La Conferencia apenas se ocupaba de la comunicación porque pocos le reconocían importancia. Pero, cuando los poderosos se sintieron amenazados por la denuncia, se incendió el mundo con la cuestión de la comunicación. Hubo una persecución virulenta contra las autoridades de la Unesco por propiciar este tipo de actividades.

En 1974 entra en la escena un gran protagonista de experiencia mundial en este campo, que es el Movimiento de los Países no Alineados al que están afiliados varios países latinoamericanos, incluyendo hoy Colombia. Los No Alineados afirmaron que, así como ya se había logrado una aprobación unánime de las Naciones Unidas para forjar un Nuevo Orden Internacional de la Economía, era necesario forjar un Nuevo Orden Internacional de la Información. O sea, en el mismo año en que los Ministros de América Latina - 1976 - proclamaron la necesidad de que se cuente con Políticas Nacionales de Comunicación, los Países No Alineados proclamaron la necesidad de forjar un Nuevo Orden Internacional de la Información y la Comunicación.

Estalló, entonces, una hoguera mundial que tuvo por eje a la Unesco. Todos los fuegos del aparato de poder de comunicación, todo el sistema financiero y político transnacional descargaron su antagonismo violento contra la Unesco y contra todos los que participaran en este diálogo, inclusive la Iglesia Católica.

Cada dos años Estados Unidos lograba trancar la controvertida propuesta rusa. Nunca se ponían de acuerdo los bandos opuestos. A mitad de la década, con el impulso latinoamericano en pro de políticas de comunicación, se complica más la situación. Y, cuando llega 1976, las naciones No Alineadas están empujando a las naciones occidentales obligándoles a admitir la falacia envuelta en el enunciado del libre flujo de la información. Los denunciantes demuestran que se trata de un flujo desequilibrado, unidireccional, en favor de las minorías dominantes del mundo y no de un intercambio equitativo para la defensa del ser humano plenario y colectivo.

En todos los niveles se desafía el concepto clásico de la comunicación. Se cuestiona el concepto de la noticia, se desmontan mecanismos alineantes de enseñanza y de investigación y se plantea la revisión de los derechos de información y comunicación.

EL INFORME MACBRIDE

En medio de ese candente debate nace por arte de transacción conciliatoria la llamada "Comisión MacBride" en 1976 en la Conferencia General de la Unesco en Nairobi, cuando las naciones desarrolladas comienzan a reaccionar. Ahí se logra una fórmula transaccional sobre la resolución rusa. Finalmente en 1978 norteamericanos y europeos aceptan firmar la tal declaración con ciertas modificaciones indispensables para ellos. Para aceptar esas modificaciones, los países del Tercer Mundo imponen una especie de premio de consolación: que se cree una comisión de expertos de alto nivel sobre problemas de la comunicación en el mundo. La comisión es presidida por el científico irlandés Sean MacBride, poseedor del Premio Lenin

y del Premio Nobel de la Paz. Es una comisión de 16 miembros en la que hay dos latinoamericanos, el novelista colombiano Gabriel García Márquez y el economista chileno Juan Somavía.

La Comisión MacBride trabaja desde 1977 en medio del constante hostigamiento por casi toda la prensa occidental. A pesar de ser autónoma, a pesar de que tiene participación de gente de diversas nacionalidades, vocaciones e ideologías, y a pesar de que trabaja conciliatoriamente y logra recomendaciones por consenso, las agencias internacionales de noticias, los diarios y las revistas de Estados Unidos y de Europa atacan a la Comisión para inhibirla. Pero, finalmente, los estados miembros de la Unesco aprueban en 1980 en Belgrado el Informe de la Comisión MacBride. Con ello ésta es disuelta.

El Informe tiene cinco partes.

La primera, titulada "Comunicación y Sociedad", examina las funciones de la comunicación (política, económica, educativa), su influencia negativa en la cultura, el dilema tecnológico y la situación internacional.

La segunda parte analiza los principales problemas de la comunicación internacional, especialmente la circulación de la información, y propicia el establecimiento de relaciones internacionales equilibradas en el ámbito de la economía y la comunicación. Bajo el título "La Comunicación Hoy" se consignan notas sobre la barrera lingüística, los satélites de comunicación, la industria cultural, concentración, propiedad y control de los medios de comunicación social e integración y diversificación.

La tercera parte examina la problemática de la comunicación internacional, fallas en la circulación de la información: libertad de circula-

ción, circulación de sentido único, flujo vertical y dominación del mercado; características salientes del contenido de la comunicación: alienación cultural, influencias exteriores; democratización de la comunicación; el derecho a la comunicación; imágenes del mundo: guerra y desarme; violaciones a los derechos humanos, igualdad de derechos para las mujeres; y asuntos como la opinión pública nacional y opinión pública mundial.

En la cuarta parte, que se ocupa del marco institucional y profesional, se analizan temas relativos a políticas de comunicación; recursos materiales: infraestructuras, tecnología, cooperación internacional y ayuda exterior. También se mencionan contribuciones de la investigación: evolución y orientaciones de ella, así como la situación de los profesionales de la comunicación: el profesionalismo en la comunicación y la formación de los profesionales; los derechos y responsabilidades de los periodistas; el acceso a la información, la protección a los periodistas y normas de ética profesional.

La quinta parte contiene las conclusiones y recomendaciones.

Las principales conclusiones, en apretada síntesis, son las siguientes:

1. No se puede esperar la aplicación universal de modelos preconcebidos para los sistemas de comunicación. Debe ser posible definir, en líneas generales, algunos valores y objetivos comunes en materia de comunicación derivados de intereses comunes en un mundo interdependiente. De la comprensión y la tolerancia entre las naciones depende en gran medida el logro de una comunicación libre y equilibrada en lo internacional.

2. Los países en desarrollo tienen que reducir su dependencia y, por tanto, reivindicar un nuevo orden de la comunicación más justo y más equitativo. Ha llegado la hora de traducir los principios en reformas y en acciones específicas de resultados tangibles.
3. La comunicación es un derecho fundamental del individuo y, a la vez, un derecho colectivo que debe garantizarse a todas las comunidades y a todas las naciones. La libertad de información - y más exactamente el derecho a buscar, recibir y difundir información - es uno de los derechos fundamentales y constituye incluso un requisito previo para otros muchos derechos. La comunicación depende de las condiciones políticas, sociales y económicas que la contienen. Las primordiales son la democracia en cada país y la existencia de relaciones equitativas y democráticas entre todos ellos.
4. Es indispensable que los países formulen políticas nacionales globales de comunicación ligadas a la totalidad de los objetivos de su desarrollo social, cultural y económico. Sobre la base de una amplia consulta a todos los sectores interesados, cada país debe formular el modelo para su sistema de comunicación con ajuste a su situación propia, sus necesidades y sus tradiciones.
5. Todas estas consideraciones conforman un marco conceptual para el establecimiento de un Nuevo Orden de la Información y de la Comunicación. La aplicación de éste debe concebirse como un proceso continuo de cambio de la índole de las relaciones en materia de comunicación entre las naciones y en cada una de ellas. Los desequilibrios que prevalecen en los sistemas nacionales de

información y comunicación son tan preocupantes e inaceptables como las disparidades sociales, culturales, económicas y tecnológicas, nacionales e internacionales.

América Latina y su Iglesia Católica tiene un papel precursor en la conformación de este tipo de propuestas de cambio. La democratización de la comunicación es algo por lo que se lucha en esta región, con el apoyo de esta Iglesia, por lo menos desde hace 30 años. En efecto, son muy a menudo grupos de inspiración católica los que se distinguen por su creatividad de alternativas democratizantes de comunicación. Y en este empeño Colombia es precursora también en muchos sentidos.

Qué se entiende por "comunicación democrática", "comunicación horizontal", "comunicación alternativa", "comunicación dialógica", "comunicación popular"? Todos estos términos expresan el mismo objetivo central: lograr que la comunicación no sea el privilegio de unos pocos, que deje de servir a la perpetuación de un orden injusto, que sea la alborada de un orden verazmente cristiano y humanista que "devuelva la palabra al pueblo".

En el trasfondo del pensamiento reformista de comunicación está ese colega de singular estatura en el pensamiento latinoamericano transformador: el católico brasileño Paulo Freire. El concepto de comunicación democrática es recogido de esa fuente por otro católico, Frank Gerace en Bolivia y Perú, quien publica un libro precursor hace ya varios años: "La Comunicación Horizontal".

Antes de que se llegue a propiciar doctrinas o maneras democráticas de pensar en comunicación, ya en América Latina se están buscando en la

práctica alternativas democráticas reales. En Colombia, por ejemplo, Acción Cultural Popular, una creación latinoamericana con más de 30 años de antigüedad, se crea como una alternativa a un vacío que se produce por doble partida. Por una parte, el régimen mercantil y consumista de comunicación masiva no tiene interés en la educación del pueblo, ni en el desarrollo, y menos en los campesinos. Por otra parte, el Estado tampoco asume a cabalidad su deber de comunicación educativa para el desarrollo. Es en ese vacío, en esa brecha, que nacen ejercicios latinoamericanos como el de ACPO para llegar al pueblo con el mensaje educativo y la esperanza de redención.

Hay en América Latina múltiples ejercicios de semejante intención y es difícil encontrar que ellos no estén en manos de católicos. Por ejemplo, hay una alianza latinoamericana de escuelas radiofónicas derivada de ACPO que se llama ALER, con sede en Quito. Existen centros de comunicación popular de inspiración cristiana en Colombia, Venezuela, Bolivia, Perú y México. Ellos están haciendo imaginativos trabajos de comunicación "horizontal". Hubo en el Uruguay un creativo ejercicio de radioforos rurales por cassettes, que fue delineado y experimentado por el católico Mario Kaplún. Una de las principales revistas de comunicación de la región es publicada por Jesuitas de Venezuela. Desde grupos de títeres hasta radio-clubes pequeños, ensayos de telemóvil rural y equipos de trabajos en audiovisuales prosperan por toda la región en los últimos diez años.

Aparte de esto, América Latina ha luchado pioneramente por las políticas nacionales de comunicación que hoy recomienda a todo el mundo la Comisión MacBride. Después de la reunión ministerial de 1976 en Costa

la Unesco ha propiciado reuniones de ministros en Asia y Africa, y ahora la va a hacer inclusive en Europa Occidental. En la base del debate sobre la injusticia cultural que supone un régimen de comunicación como el que prevalece, está en sitial de avanzada en el mundo la posición combatiente latinoamericana. Esa posición en pro del cambio no es, en buena hora, una posición detentada - como quizá lo fue hace 50 años - por unas pocas personas de posición extrema. Todo lo contrario. La mayoría de los que luchan hoy por esto en América Latina, incluyendo grandes núcleos católicos, son gente que condena al autoritarismo capitalista o comunista y que no propone suprimir la libertad de información.

Para terminar, anotemos que, al abrirse la presente década, se creó un "Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación" en la Unesco pero separado de su secretariado regular y presidido por un Consejo Gubernamental del que América Latina forma parte por la vía de México, que es vicepresidente. Este Consejo busca ayudar a aliviar los problemas de transformación y procura atenuar los desequilibrios dando fondos al Programa para asistencia técnica en capacitación y equipamiento.

Esfuerzos como los de dichos Consejo y Programa son tan loables como los empeños que aquí se han inventariado brevemente del quehacer latinoamericano y católico en materia de comunicación. Unos y otros son afanes muy meritorios pero de modesta escala en relación con la magnitud y complejidad del desafío que representa la búsqueda de la transformación justiciera del sistema internacional de comunicación.

Frente a esa pronunciada disparidad entre las aspiraciones de cambio y las posibilidades de conseguirlo, no pocos son escépticos; piensan que

las naciones ultrapoderosas en materia de comunicación jamás dejarán de serlo y que nunca habrá equilibrio. Señalando el hecho de que el movimiento transformador ha cedido en terreno en todo el mundo, incluso en América Latina, en los últimos cinco años, los escépticos descartan como ingenuas las propuestas de cambio, incluyendo aquellas del Informe MacBride.

Tendrán razón? Yo estoy entre los que prefieren creer que no, entre los que suponen que, por menuda que parezca, la lucha continua producirá un día no muy lejano el cambio apetecido. Estoy, pues, entre los que - siguiendo el proverbio - piensan que "más vale encender una llamita que maldecir la oscuridad".

Y ustedes?