

DOCUMENTOS

LIBERTAD DE PRENSA

Y POLITICAS DE COMUNICACION

Nota del Editor:

La última quincena del pasado mes de junio y las tres primeras semanas de julio han resultado, en la capital dominicana, días extremadamente polémicos a propósito del tema de la libertad de prensa y las posibles políticas gubernamentales relacionadas con la comunicación social.

Las polémicas han sido provocadas fundamentalmente por los directores de los periódicos dominicanos afiliados a la SIP, y especialmente por el director de El Caribe quien ostenta, desde hace varios períodos, la presidencia de la comisión de libertad de prensa en el citado organismo.

No merecería mayor atención de parte de "Estudios Sociales" el insistir sobre el tema de esos días, si los periódicos y periodistas en litigio hubiesen cumplido cabalmente su misión informadora; pero sucedió todo lo contrario: las informaciones fueron recortadas por donde convenía a los directores de periódicos, las argumentaciones del opositor quedaron silenciadas, y la opinión pública resultó controlada y manipulada por intereses muy poco profesionales.

Esta es, en síntesis, la razón por la cual "Estudios Sociales" publica a continuación una serie de documentos que podrá ilustrar, aunque algo tardíamente, la opinión de un sector pensante y responsable de nuestra sociedad acerca del problema debatido.

Los publicamos en orden cronológico, y omitimos todo comentario, pues partimos del supuesto de que nuestros lectores han seguido, de alguna manera, las discusiones suscitadas.

En primer lugar publicamos íntegra la ponencia presentada en la sesión plenaria del seminario "Juventud, presente y futuro", el 2 de julio de 1976,

junto con todas las conclusiones que ese día fueron aprobadas. Dicha ponencia desató las iras más enconadas de los afiliados a la SIP, y hasta editoriales y comentarios insultantes.

El segundo documento es una carta mediadora que escribió el obispo auxiliar de la arquidiócesis de Santo Domingo, quien ostenta el cargo de presidente de la comisión episcopal para los medios de comunicación social. Lo más interesante de dicho documento es que también fue absolutamente silenciado por los principales periódicos que provocaron la polémica. Solamente el vespertino "La Noticia" publicó íntegra la carta, sin acceder a la petición que en ella se hacía, y el matutino "El Sol", hizo un comentario de la petición del obispo, pero tampoco complacía su demanda.

El tercer documento es el discurso pronunciado por el director de la UNESCO en la inauguración de la conferencia intergubernamental que comenzó el 12 de julio en San José de Costa Rica. También la prensa dominicana publicó solamente lo que convenía a ciertos intereses empresariales, y omitió las afirmaciones más categóricas y los pronunciamientos más lúcidos relacionados con la finalidad de la reunión patrocinada por el organismo de la ONU.

El cuarto documento —si vale la cualificación— es una relación acerca de la reunión de Costa Rica, enviada a "Estudios Sociales" por uno de los participantes que representaba en ella a una institución católica internacional con estatuto jurídico reconocido por la UNESCO.

A continuación los cuatro documentos:

DOCUMENTO I

JUVENTUD Y MEDIOS DE COMUNICACION EN REPUBLICA DOMINICANA

POR ALBERTO J. VILLAVERDE

UN PREAMBULO

Hace aproximadamente un mes, con una intención completamente ajena al tema de esta ponencia, hicimos la siguiente experiencia en un grupo mixto de

150 niños (edad escolar entre los 8 y 14 años) procedentes de diversos centros de enseñanza privados y oficiales, y todos ellos de la zona capitaléña correspondiente al Ensanche La Fe; les hicimos estas cinco preguntas:

- 1.— ¿Qué fue la Trinitaria?
- 2.— ¿Para qué se fundó la Trinitaria?
- 3.— ¿Qué es el Ideario de Juan Pablo Duarte?
- 4.— ¿Cuál es la canción más bonita que se oye en estos días?
- 5.— ¿Quién es el autor de esa canción?

El resultado de nuestra pequeña encuesta fue el siguiente: ninguno de los 150 niños pudo contestar oralmente a ninguna de las tres primeras preguntas; varios niños respondieron que la canción más bonita era "Dominicanita"; dos niñas respondieron que el autor de la canción era Rafael Solano.

A partir de una muestra tan poco significativa -pero quizás alarmante-, sería incorrecto deducir conclusiones válidas. Pero he querido anecdóticamente ambientar y prevenir a los estimados amigos que me escuchan, porque es posible que la minúscula experiencia relatada sea un símbolo o tal vez ofrezca una pista para cualquier tipo de planteamiento que intentemos hacer hoy aquí.

UNA INTRODUCCION

El hecho de que le concedan en este seminario un turno a los medios de comunicación social implica el consecuente reconocimiento de la importancia del tema incidiendo en los problemas de la juventud actual. Este reconocimiento tiene que satisfacer plenamente a quienes se preocupan teórica, ética y jurídicamente por tales medios de comunicación; ellos representan uno de los pilares de la civilización y de la cultura de hoy.

Pero su importancia y su incidencia múltiple resulta, al mismo tiempo, un campo de batalla erizado de dificultades y de trampas, de contradicciones y de intereses políticos y económicos, nacionales e internacionales.

Permítame que compare de alguna manera la dificultad del tema con el polémico asunto de la propiedad privada. Para algunas personas, el concepto de propiedad privada no admite condiciones ni limitaciones. En algunos regímenes, al contrario, se rechaza todo género de propiedad que no sea estatal. Un término medio plantea, en cambio, la función social de la propiedad y, por ello, sus limitaciones.

Si al tema que nos ocupa le añadimos la característica fulminante de enfocarlo en el contexto de los problemas de la juventud, entonces necesariamente debemos concluir que estamos avocados a uno de los riesgos más aventureros o ingenuos que puedan darse.

Estamos conscientes del riesgo. Acepto la ingenuidad de mi atrevimiento. Pero desde ahora todas estas adversidades estarán a mi favor cuando llegue la hora de balancear las deficiencias que aparezcan en mi exposición.

DESARROLLO DEL TEMA

1.- MARCO ESTADISTICO DE REFERENCIA

1.1.- POBLACION JOVEN EN LA R.D.

Voy a omitir toda referencia a las estadísticas de nuestra población juvenil porque estimo que ellas habrán sido motivo de análisis en otras ponencias de este seminario. (*)

1.2.- COBERTURA DE LA COMUNICACION EN R.D.

La UNESCO ha establecido un parámetro para determinar la cobertura de los medios de comunicación social en un conglomerado social, y según él un país está debidamente comunicado si el número de ejemplares de la prensa diaria escrita y el de receptores de radio y televisión alcanza un promedio de 200 a 250 por cada mil habitantes (1).

En los cuadros estadísticos que hemos consultado aparece la R.D. entre los tres países con el índice de cobertura más bajo; solamente Haití y Honduras están por debajo de nosotros.

Podemos consolarnos, sin embargo afirmando que las estadísticas no siempre reflejan exactamente la realidad. La cifra de receptores de radio que nos atribuye la UNESCO tiene todas las características de ser inexacta. Muchos dominicanos poseen radioreceptores que no han sido contabilizados en ninguna relación de nuestras casas importadoras o aduaneras; en menor escala sucede lo mismo con los televisores que hay en nuestro país.

En el estudio realizado en 1971 por el Centro de Investigaciones de la UNPHU para el Consejo Nacional de Población y Familia consta que el 81.7 por ciento de las familias poseen radioreceptores y el 16.7 por ciento un televisor (2).

Sin temor a equivocarnos se puede afirmar que en R.D. todo el mundo tiene un radio; al menos por ese medio todo el país recibe los beneficios de la comunicación social.

2.- DELIMITACION DEL TEMA CON RELACION A CONTENIDOS DE LA COMUNICACION SOCIAL

Las posibilidades para el enfoque del tema serían múltiples si hubiésemos dispuesto de tiempo suficiente para prepararla y, sobre todo, si hubiésemos contado con elementos de trabajo indispensables para la investigación.

(*) El Lic. Leovigildo Báez afirmó en su ponencia del mismo Seminario que a mediados del año 1975 la población dominicana menor de 15 años de edad se estimaba en un 48 por ciento.

2.1.- EFECTOS DE LA COMUNICACION SOCIAL

A nuestra sociedad le preocupa sobremanera conocer los efectos que produce en la juventud un mensaje vehiculado por la prensa, la radio, el cine o la televisión. Se habla y se escribe acerca de la influencia que ejercen sobre la juventud los torrentes de sexo y de violencia que desbordan los medios de comunicación social. En nuestro país carecemos de estudios sobre el particular; las afirmaciones se repiten sin base científica, y las especulaciones se inspiran en hechos aislados importados desde el extranjero, o en razonamientos que no sobrepasan el límite de una lucubración.

En la citada investigación de la UNPHU consta por ejemplo, que en las áreas urbanas el 1.2 por ciento de los hombres recibieron sus primeros conocimientos acerca del sexo por medio del cine; en las zonas rurales el porcentaje no pasa del 0.6 por ciento (3). Lamentablemente este tipo de investigación es muy escaso entre nosotros.

En general, la investigación de los efectos de la comunicación social todavía es escasa aun en los países más avanzados tecnológicamente, e incluso los resultados de las investigaciones no siempre coinciden.

En Gran Bretaña, por ejemplo, Hilda Himmelweit y sus colaboradores (en estudios comenzados en 1958) hallaron que la televisión no producía un efecto profundo en los niños. Una experiencia más amplia realizada acerca del papel de la televisión en la vida de los niños norteamericanos concluye: "la clase de niños que ponemos ante la televisión, y no la televisión en sí misma, es el principal elemento de la delincuencia. Lo más que la televisión puede hacer es alimentar los impulsos malignos ya existentes", Schramm, 1961 (4).

Sin embargo, aunque científicamente no podamos aducir resultados evidentes con relación al grado de eficacia con que operan los mensajes lanzados por los medios de comunicación social, es incuestionable que no se duda de la utilidad de esos efectos y de que, concretamente en nuestra sociedad, ha habido proyectos o experiencias muy específicas.

No es ningún secreto bélico que entre los soldados que luchaban en las recién terminadas guerras asiáticas circulaban películas cuya finalidad principal consistía en provocar en el espectador una excitación y autosatisfacción sexual; se acudía a esa especie de sucedáneo provisional cuando la crudeza de la lucha les impedía el ejercicio normal del acto sexual.

En nuestro país, el crítico de cine Armando Almánzar denunció hace varios meses la intención y las presiones que ejercieron determinados sectores del país, para conseguir que en los barrios marginados de la capital -donde la juventud es más rebelde y radical- se proyectasen ciertas películas pornográficas rechazadas por la Comisión Nacional de Espectáculos, argumentando que ese tipo de cine desahogaría los ímpetus revolucionarios de esa población joven e inconformista dominicana.

2.2.- ANALISIS CUALITATIVO DE MENSAJES

Otra vertiente de indudable interés para los estudiosos de la comunicación social y de la juventud sería el análisis hemerocrítico de los mensajes, es decir, su estudio cualitativo. ¿Qué dicen nuestros periódicos y revistas acerca de juventud dominicana? ¿Qué visión y diagnóstico ofrecen de ella la radio, la televisión, el cine? ¿Qué aspiraciones, necesidades, ansias, virtudes y defectos, distracciones y limitaciones encontramos en nuestros medios de comunicación social acerca de la juventud de aquí?

El enfoque resultaría apasionante porque revelaría ante todo el cúmulo de prejuicios y resentimientos inveterados que abunda en nuestros sectores adultos; los que detentan precisamente la hegemonía de esos medios y crean una opinión pública adversa a los valores jóvenes de nuestra sociedad.

También es ilusorio pensar que una ponencia como la nuestra pueda abordar el tema desde este apasionante punto de vista.

2.3.- PARA QUE NECESITA LA JUVENTUD LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL EN R.D.

Otro capítulo quizás de resultados insospechados sería el preguntarle a la juventud dominicana qué necesitaría encontrar en los medios de comunicación social.

Una encuesta sobre el empleo del tiempo libre en Norteamérica arroja una cantidad de horas al año dedicadas a los medios de comunicación social verdaderamente alarmante: 1,200 horas a la TV (más de tres horas diarias), 900 horas a la radio, 218 a periódicos, 170 a revistas, 68 a cintas magnetofónicas, 10 a libros y 9 al cine (5).

Otras investigaciones similares han determinado que un niño, al terminar sus estudios de la enseñanza elemental, ha pasado más horas delante de la TV y de los cuadernos de muñequitos y tiras cómicas, que en las aulas escuchando las enseñanzas de sus maestros.

En Norteamérica abundan los museos, las bibliotecas, clubes deportivos y culturales; en todos ellos un joven puede saciar su deseo de saber, su curiosidad por conocer tal asunto, su necesidad de resolver una duda o de hacer una consulta científica, o la simple conveniencia de pasar un rato distraído.

No tiene punto de comparación la situación de nuestro país con la de los vecinos del Norte en lo que respecta a recursos culturales o simplemente distractivos. La conclusión es evidentísima: la única alternativa de nuestra gente joven es acudir a la TV, a la radio, al cine, a los discos, a las revistas.

Hemos tenido la oportunidad de pasar por la noche, en diversas ocasiones, frente a varias casas en las que residen estudiantes universitarios, y la escena a mi juicio es lamentable: el grupo de jóvenes, sepulcralmente en silencio, no levanta sus ojos de la telenovela o del filme detectivesco de esa noche.

¿Qué le pide la juventud a los medios de comunicación social! No lo sabe-

mos. Sabemos solamente que el joven dominicano necesita de ellos para distraerse, para informarse, para cultivarse. Sabemos que los usa, que no puede prescindir de ellos, que no tiene otra alternativa para sus tiempos libres.

Pero sabemos también que entre las pocas voces que alguna vez se levantan para protestar por las deficiencias de las programaciones de nuestros canales de televisión, radioemisoras y cines, prevalecen las de los críticos y comentaristas jóvenes, y las voces de clubes juveniles culturales exigiendo mayor calidad.

En 1972 la Unidad de Investigación Social del Comité de Ciudadanos realizó un sondeo de opinión pública acerca del programa "Música de los Grandes Maestros", y pudo determinar que el 93 por ciento de los encuestados veía frecuentemente el programa. Más del 20 por ciento de la muestra correspondió a personas menores de 30 años de edad (6).

El informe de la UNPHU citado ya varias veces demuestra que para un 54 por ciento de los solteros encuestados, la radio reporta una ayuda educativa (7).

Y en una investigación recientemente concluida sobre programaciones de Radio Santa María (La Vega) en sectores muy extensos del Cibao, consta igualmente que a un elevado porcentaje de radioescuchas les interesa mucho más la programación de tipo cultural (8).

2.4.- MORFOLOGIA DE LA COMUNICACION EN LA REPUBLICA DOMINICANA

Voy a detenerme unos minutos más en el aspecto hemerográfico de nuestra comunicación social, es decir, en su aspecto cuantitativo.

He tenido en mis manos un folleto de 64 páginas titulado "El Periódico como Libro de Texto". Leo en su introducción:

"Dada la necesidad urgente en América Latina de extender la educación a vastos sectores de la población y la conocida capacidad de la prensa para llegar a las masas, se recomienda explorar nuevos mecanismos para mejorar su papel en el campo de la educación" (9).

Esta cita refiere la preocupación o la voluntad de la CEPCIECC (10) de crear un centro multinacional de periodismo científico y educativo.

El folleto contiene los discursos y ponencias de la mesa redonda sobre periodismo científico y educativo celebrada en Bogotá en 1969. El trabajo de Manuel Calvo Hernando comienza con esta frase lapidaria del apóstol cubano José Martí: "Poner la ciencia en lengua diaria; he aquí un bien que muy pocos conocen" (11).

Se me ocurre hacer rápidamente un inventario de los mensajes lanzados a nuestra sociedad por los medios masivos de comunicación social. Y parafraseando el título del referido folleto, trataremos sinceramente de preguntarnos qué

aprende nuestra juventud en esos eficacísimos y modernísimos libros de texto que son los periódicos, la radio, el cine, la televisión, los discos dominicanos.

2.4.1.- LOS PERIODICOS DOMINICANOS

Hace dos años el periodista Manuel Q. Cedeño defendió sobresalientemente en la UASD su tesis de licenciatura titulada "Dos Semanas de Seis Diarios Dominicanos". Se trataba del primer estudio hemerográfico que se hacía en nuestro país. Voy a recordar unos cuantos datos de ese trabajo.

En primer lugar el autor deslinda perfectamente en la estructura de nuestros periódicos diarios el material estrictamente informativo del publicitario, y el resultado es éste:

PERIODICOS	INFORMACION	PUBLICIDAD
<i>El Caribe</i>	52.8 %	47.2 %
<i>Listín Diario</i>	55.2 "	44.7 "
<i>El Sol</i>	70.2 "	29.7 "
<i>La Noticia</i>	83.9 "	16.1 "
<i>El Nacional de ¡Ahora!</i>	68.6 "	31.4 "
<i>Última Hora</i>	81.8 "	18.2 "

(12).

Al contabilizar la procedencia del material informativo de nuestros periódicos, aparecen las siguientes cifras:

PERIODICOS	INFORM. LOCAL	DEL INTERIOR	EXTRANJERA
<i>El Caribe</i>	45.5 %	4.2 %	50.2 %
<i>Listín Diario</i>	55.6 "	10.3 "	34.0 "
<i>El Sol</i>	52.0 "	17.5 "	30.4 "
<i>La Noticia</i>	72.1 "	12.5 "	15.3 "
<i>El Nacional de Ahora!</i>	46.0 "	16.7 "	37.3 "
<i>Última Hora</i>	67.0 "	11.9 "	21.1 "

(13).

Este último cuadro evidencia de manera lamentable la escasez de información de que adolece nuestra prensa acerca de los acontecimientos rurales de nuestro país. La población campesina dominicana (¿el 25 por ciento de nuestra población joven?) está completamente ignorada en nuestra prensa escrita.

Y si desglosamos ese pequeño por ciento de información rural que hay en nuestros diarios, comprobaremos incluso una mayor discriminación con respecto a ciertas regiones como la Frontera:

PERIODICO	NORTE	SUR	ESTE	FRONTERA	D.N.
<i>El Caribe</i>	80.7 %	8,4 %	6.4 %	0.8 %	3.6 %
<i>Listín Diario</i>	71.8 "	8.2 "	14.7 "	0.8 "	4.4 "
<i>El Sol</i>	66.7 "	9.8 "	13.0 "	4.4 "	6.0 "
<i>La Noticia</i>	44.8 "	39.7 "	5.2 "	0.7 "	9.5 "
<i>EL Nacional</i>	48.7 "	28.5 "	15.0 "	1.0 "	6.8 "
<i>Ultima Hora</i>	45.7 "	31.5 "	15.8 "	0.5 "	6.4 "

(14).

Por último, analizando el origen del material informativo que aparece en las páginas editoriales de nuestros diarios dominicanos, encontramos los promedios siguientes:

PERIODICO	LOCAL	INTERIOR R.D.	EXTRANJERA
<i>El Caribe</i>	32.7 %	0.0 %	67.2 %
<i>Listín Diario</i>	84.6 "	7.8 "	7.5 "
<i>El Sol</i>	76.9 "	0.0 "	23.1 "
<i>La Noticia</i>	92.5 "	1.2 "	6.2 "
<i>El Nacional de Ahora!</i>	78.0 "	1.3 "	20.7 "
<i>Ultima Hora</i>	94.8 "	0.6 "	4.5 "

(15).

Dos conclusiones saltan a la vista de los datos citados: primera, la casi absoluta incomunicación que existe entre la capital y las zonas rurales del país; segunda, la falta de nacionalismo de algunas páginas editoriales o, en otros casos, la ausencia de columnistas internacionales. Estos son los libros de texto de nuestra juventud dominicana.

Creo que tiene cabida en este momento la opinión de E. LLOYD Sommerlad, jefe de la división de investigación y políticas de la comunicación de la UNESCO, que reproduzco del cuaderno número 74 de la UNESCO titulado "Los Sistemas Nacionales de Comunicación: cuestiones de política y opciones":

"No se puede construir una estructura nacional, modernizar y politizar a las masas sin la cooperación de la población y si no se movilizan los recursos

humanos de la sociedad. La comunicación puede contribuir a esos fines. Los dirigentes pueden usarla de un modo instrumental, para aumentar la conciencia política, centrar la atención en los problemas nacionales, crear un sentido de unidad nacional, suscitar el apoyo a los dirigentes, las políticas y los programas nacionales. En una sociedad democrática moderna, la comunicación es el instrumento para lograr que la población participe en el proceso político, para facilitar la adopción de decisiones y el debate público y llegar a un consenso sobre las cuestiones importantes" (16).

2.4.2.- LAS REVISTAS EN R.D.

Hace un par de años el número de revistas y boletines dominicanos que aparecía en los estantes de una biblioteca de la capital llegaba a la cifra de 130. Casi todas ellas son desconocidas para la totalidad de los dominicanos. Las revistas de verdadera circulación en el país -excepto dos o tres nacionales- son extranjeras.

Sobre las revistas femeninas conozco un trabajo de tesis universitaria que investigó, el año pasado, la "Visión de la mujer en las revistas Vanidades, Cosmopolitan, Buenhogar y Eva". Los datos más ilustrativos de esa investigación vale la pena recordarlos.

La morfología de las revistas es la siguiente:

REVISTA	TEMA			
	SOBRE MUJER	PUBLICIDAD	ILUSTRACION	OTROS
Vanidades	14.4 %	17,1 %	27.7 %	40.6 %
Buenhogar	7.2 "	16.0 "	22.7 "	54.0 "
Cosmopolitan	22.8 "	16.7 "	27.1 "	33.2 "
Eva	17.0 "	7.0 "	27.0 "	49.0 "
				(17).

Las variables directas o tipos de mujer mencionadas en las revistas recibieron la denominación de unidades informativas. A las variables indirectas o afirmaciones referidas a esos tipos de mujeres se les llamó niveles asertivos. Pues bien, las principales unidades informativas fueron las siguientes:

VANIDADES	BUEN HOGAR	COSMOPOLITAN	EVA
Actriz (101)*	Modelo (46))	Esposa (82)	Esposa (24)
Esposa (37)	Actriz (37)	Actriz (40)	Novia (23)
Madre (25)	Lectora (18)	Lectora (40)	Madre (19)
Lectora (22)	Madre (16)	Modelo (19)	R. belleza (20)
Modelo (22)	Esposa (14)	Amante (15)	Modelo (17)

<i>Princesa (14)</i>	<i>Secretaria (4)</i>	<i>Novia (13)</i>	<i>Actriz (16)</i>
<i>Peluquera (13)</i>	<i>Cantante (4)</i>	<i>Divorciada (13)</i>	<i>Estudiante (15)</i>
<i>Cantante (13)</i>	<i>Princesa (4)</i>	<i>Diseñadora (7)</i>	<i>Modista (10)</i>
<i>Modista (11)</i>	<i>Reina (2)</i>	<i>Madre (7)</i>	<i>Cantante (5)</i>

**Número de veces que aparece dicha unidad informativa.*

Los niveles asertivos que más nos pueden interesar se refieren a la nacionalidad de las mujeres de que hablan las revistas:

<i>VANIDADES</i>	<i>BUENHOGAR</i>	<i>COSMOPOLITAN</i>	<i>EVA</i>
<i>USA (165)*</i>	<i>USA (52)</i>	<i>USA (85)</i>	<i>USA (25)</i>
<i>Francesas (43)</i>	<i>Inglesas (24)</i>	<i>Mexicanas (19)</i>	<i>R.D. (117)</i>
<i>Italianas (37)</i>	<i>Francesas (12)</i>	<i>Inglesas (10)</i>	<i>Francesas (20)</i>
<i>Inglesas (31)</i>		<i>P. Rico (8)</i>	<i>Italianas (8)</i>
<i>Mexicanas (17)</i>		<i>Venezolanas (10)</i>	

**Número de veces que aparece dicho nivel asertivo.*

Una última variable de gran significación, lo que en el vocabulario juvenil se califica de "IN" o de "OUT". El material tabulado, después de someterse a un análisis cualitativo, arroja sobre este particular los datos siguientes acerca de las mujeres de que hablan estas revistas:

<i>VANIDADES</i>	<i>BUENHOGAR</i>	<i>COSMOPOLITAN</i>	<i>EVA</i>
<i>IN 33.8</i>	<i>27.0 %</i>	<i>43.2 %</i>	<i>50.6 %</i>
<i>OUT 66.1 "</i>	<i>73.0 "</i>	<i>56.7 "</i>	<i>49.3 "</i>

2.4.3.- PROGRAMACIONES DE LA TV

Los datos que voy a referirles rapidísimamente corresponden a un estudio morfológico realizado en toda Latinoamérica por una institución internacional con la que estoy relacionado. La muestra correspondió a la semana del 13 al 19 de diciembre de 1971 (18).

Al capítulo de programas educativo-culturales de nuestras programaciones le correspondió entonces un promedio del 6 por ciento del tiempo total de las programaciones.

Al capítulo de programas informativos y periodísticos de opinión correspondió un 9.7 por ciento del tiempo total a los informativos extranjeros, y un 6 por ciento para los periodísticos nacionales de opinión.

Al capítulo de programaciones de diversión le correspondió un 77.7 por ciento del tiempo total, clasificadas las diversiones en la forma siguiente:

- Telenovelas: 12.4 por ciento
- Seriales: 13.0 por ciento
- Películas: 5.6 por ciento
- Deportivas: 6.3 por ciento
- Programas infantiles: 10.6 por ciento
- Otros: 28.0 por ciento

Me interesa destacar una última cifra: la del espacio dedicado a la publicidad. El cómputo se hizo calculando solamente las cuñas que aparecieron durante las horas comprendidas entre las 7 y 10 de la noche. Pues bien:

Radio Televisión Dominicana dedicó un total de 51 minutos a cuñas publicitarias, que representan el 28.3 por ciento del total del tiempo de la programación (19).

Rahintel dedicó un total de 59 minutos, esto es, el 33.3 por ciento del total de la programación.

En la fecha en que se hizo la anterior investigación, todavía no estaban en el aire los demás canales que tenemos hoy (*).

2.4.4.- PUBLICIDAD DOMINICANA

Es imposible hablar de los medios de comunicación social y de la juventud sin referirnos a la publicidad en un espacio preferencial. Ella es la vida o la sangre de nuestros medios de comunicación. Ella tiene en nuestro medio sus peculiaridades. Ella podíamos decir que ha llegado a una mayoría de edad económica al facturar en el año 1975 el nivel de los 15 millones de pesos (20).

Para comprender rápidamente las características de nuestra publicidad,

(*) *El publicitario Efraim Castillo, en su columna diaria "Cantata" del vespertino "Ultima Hora" (julio 3 y 5 de 1976) y con el título de "Pero, ¿es dominicana nuestra TV?, ofrece los datos siguientes:*

En nuestros 5 canales de TV hay 55 horas diarias de programación, 28 de las cuales (el 51.45 por ciento) corresponden a telenovelas, películas y programas grabados en Puerto Rico y México, es decir "programaciones foráneas producidas, dirigidas y digeridas más allá de las fronteras nacionales".

E.C. finaliza así su segunda columna: "Es penoso decirlo, pero así como aun somos colonia jurídica de Francia a través de su Código Napoleón, y colonia económica de los EE.UU. a través de las deudas que tenemos con ellos y las explotaciones geográficas que les hemos entregado, también somos colonia cultural, ya que el más poderoso medio de comunicación electrónico de que disponemos está invadido de producciones ajenas a nuestro sentido sociohistórico".

repasemos sumariamente algunos de los recursos psicológicos que sirven de fundamento a la técnica del anuncio comercial.

Después de una época primitiva en la que el anuncio concentró su técnica en los aspectos informativos de la mercancía, los publicitarios ingresan en una época sicologista bebiendo las teorías conductistas de Watson (1878-1958). Es la época de los mensajes cortos, sencillos, fáciles de recordar, de leer y de escuchar.

El fervor de las teorías de Watson fue decayendo a medida que otras corrientes psicológicas valoraron la influencia del instinto sobre la conducta del individuo. McDougall identificó hasta 18 tendencias. No era suficiente informar las características del producto, ni condicionar su venta a la reiteración de un eslogan; había que hacerlo deseable apelando a las tendencias propias, a las necesidades humanas.

Después de 1950, la publicidad creció lo suficiente en USA como para financiar verdaderas investigaciones acerca de las razones por las cuales la gente compraba un producto. Es la época de los análisis motivacionales de Ernest Dichter. Ya la investigación de los motivos que inducen a elegir invadió las universidades, los centros de mercadeo y las agencias. La publicidad se convierte en una verdadera ciencia fundada en los recursos psicológicos de las motivaciones, las tendencias y las apelaciones (21).

Si confrontamos estas teorías con los modelos más típicos de las campañas publicitarias de quim tendremos que ubicar nuestra publicidad en las épocas más remotas del quehacer anunciador.

La publicidad dominicana es reiterativa hasta la saciedad o hasta el hastío. Y cuando intenta saltar al estadio siguiente del recurso de las tendencias, queda anclada también en el primitivismo del sexo o de la mujer procaz.

Hay otro extremo en la publicidad dominicana: la sofisticación y el preciosismo, que muchas veces llega a la cursilería o a la poesía barata.

Todas estas características generales de nuestra publicidad vienen siempre visualizadas con la figura del hombre o de la mujer joven. Siempre apela a la juventud, aunque ella no es la primera fuerza adquisitiva del país. Però se trata de jóvenes aculturizados, es decir, sometidos a comportamientos y actitudes importados, no autóctonos; muchas veces son rubias y atléticos deportistas que no es lo genuino de la mujer ni del hombre de aquí.

Nuestra publicidad, en síntesis, tiene todas las características que se le atribuyen a la comunicación manipuladora, y con el agravante de que va fundamentalmente dirigida a la juventud.

Reproduzco esta descripción tomada de un estudio de H. Luthe que la retrata perfectamente: "Manipulación no significa una mera influencia o ejercicio de poder como tales, sino una forma del todo específica, irracional, de ejercer la influencia del poder. Es el ejercicio del poder sin legitimación, sin autori-

dad. La manipulación -montada sobre un análisis de los datos ofrecidos por la investigación de los motivos- descarta todo razonamiento crítico del interesado. El hombre no percibe el ataque, igual que no percibe una combinación química. Los estímulos de la manipulación son percibidos de forma inconsciente; por medio de un arreglo hecho hábilmente, permanecen ocultos a la conciencia. Crean así una falsa conciencia, a partir de la cual la víctima de las prácticas de la manipulación cree falsamente que ha tomado una decisión racional. Al aprovecharse de forma irresponsable de una disposición fundamental del hombre, de su naturaleza social, paralizando así su capacidad de objetivación y de distanciamiento, esto es de libertad, la manipulación ha de ser considerada de hecho como más inhumana que todas las demás formas de violencia o de opresión" (22).

El tiempo no me permite añadir nada sobre el cine, la radio, los discos, y otros medios de comunicación social que en nuestro país, a pesar de su baja cobertura, alimenta la respiración de ese monstruo cultural de la civilización consumista del cual todos nosotros, panteístamente, somos un pedazo de su cuerpo. Pero en cualquier mención que tuviésemos que hacer de cualquiera de nuestros medios de comunicación social, siempre coincidirían los mismos porcentajes abusadores de la publicidad, con su triple nivel de mensaje para la juventud:

Como lenguaje para una ingenua propuesta de venta; como lenguaje dominante o saturador de fantasías, ilusiones, enagenaciones o ansiedades que tendrán que ser reprimidas o fiadas; y, por último, como lenguaje ideológico, encubridor de mecanismos irreversibles que fortalecen y perpetúan la hegemonía de unos cuantos poderosos (23).

3.— ASPECTO ETICO JURIDICO DEL PROBLEMA DE LA COMUNICACION SOCIAL EN LA R.D.

Había una vez unas tierras muy inhóspitas y estériles. En ellas nació una tribu. Solamente unos cuantos hombres y mujeres tuvieron el coraje de arar la tierra. Pasaron los años. Aquellos hombres y mujeres llegaron con su trabajo a poseer todos los rincones de la estéril tierra. La tribu se hizo pueblo. Continuaba la miseria de la tierra. Sus hombres y mujeres, multiplicándose desafortunadamente, llegaron al extremo de no encontrar un sorbo de aire para respirar. El pueblo hambriento se convirtió en Estado. Y un día aquellas tierras comenzaron a ser feraces. Aquellos pocos y laboriosos dueños se convirtieron honradamente en un cuarto poder estatal, señores absolutos de todo el aire que se respiraba. Las masas pedían a gritos desde los rincones más remotos de aquellas tierras un pequeño soplo de aire para comunicarse. Los señores continuaban disponiendo de todo el aire a su antojo; habían sido los primeros y ahora se sentían con el derecho de poder ser los únicos. Pero un día aquellas masas asfixiadas por la falta de aire que controlaban a su antojo unos pocos tuvieron que decirles a los señores descubridores del aire que aquellas tierras estériles adquiridas en tiempo de la tribu habían cambiado su entidad, se habían convertido con el paso de los años en una entidad social distinta sobre la que no podían seguir teniendo omnímodos derechos. Y no se les prohibió a aque-

los laboriosos hombres y mujeres el derecho a respirar profundamente. Pero se les exigio que pusiesen a disposición de los asfixiados el aire que ellos malgastaban.

Las deficiencias que hemos ido señalando en el curso de las reflexiones anteriores acerca de la comunicación social y sus incidencias con la juventud en la R.D., debemos someterlas ahora a la luz de varios principios éticos y jurídicos sin los cuales sería ilusorio intentar honestamente algunas líneas de conducta con las que pueda mejorarse la situación actual.

3.1.- REDEFINICION DE DERECHOS

Cuando el problema de la comunicación social se circunscribe al perímetro del artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, parcializamos interesada y sectariamente la cuestión.

El problema no radica exclusivamente en que podamos continuar diciendo todo lo que legal y honestamente queramos decir u opinar, sino también en que digamos todo lo que debemos decir o todo lo que el lector querría que le dijese.

El poderío de los medios de comunicación social en 1976 no es igual al de 1948. Hoy no podemos conformarnos con exigir el reconocimiento del derecho del hombre a su libertad de pensamiento y de expresión. Hoy es imprescindible, además, exigir y defender con mayor ahinco el derecho de todo ciudadano a recibir las informaciones o la comunicación que él necesita. El hombre actual se ha convertido en un juguete, en un tubo de ensayo de los poquísimos y superpoderosos detentadores de los medios de comunicación social.

Por eso es muy correcta la actitud del Instituto Francés de Prensa cuando se compromete en sus estatutos a "la defensa del derecho de los pueblos a ser objetivamente informados" (24).

El economista Francois Perroux afirma: "La información es un objeto de conocimiento que se compra y que se vende, que se produce y se retribuye, que comporta un costo y procura un rendimiento" (25).

Folliet comenta así la frase del economista: "Los vendedores de informaciones ofrecen sus mercancías por contraprestaciones. Una justicia elemental exige que cumplan la palabra dada, facilitando lo que prometen" (26).

3.2.- REDEFINICION DE RESPONSABILIDADES

Creo que la ambigüedad o el abuso tiene su origen en una acomodada y muy mercantilista interpretación de lo que debe ser hoy la empresa periodística. Es indispensable redefinir sus responsabilidades.

Los dueños de la prensa diaria y de los medios de comunicación social, en general, interpretando muy liberal, parcial y acomodaticiamente el derecho del

hombre a expresarse con libertad, se han convertido en una categoría de latifundistas de la comunicación social.

Y se sostiene incongruentemente que ningún poder humano puede lícitamente limitar el ejercicio correcto de ese derecho inalienable del hombre. Pero no se tiene en cuenta que tampoco ningún poder económico, ni estatal, ni de ninguna categoría, puede, caprichosamente o por conveniencia personal -salvo, naturalmente, ciertos derechos del Estado en circunstancias de excepción-, limitarle a los ciudadanos el derecho de ellos a ser informados debidamente.

En virtud de tales derechos humanos -el de expresión y el de información-, los medios de comunicación social, en la época actual en que vivimos, no pueden concebirse si no es bajo un régimen de propiedad en el que se concilie la libertad de decir con la obligación de no callar lo que se debe decir.

Tal concepción de la responsabilidad del comunicador social implica, primariamente, un régimen de servicio público como característica primordial de la comunicación social, aunque ella descanse económicamente sobre las bases de la libre empresa. Una libre empresa condicionada a producir un servicio, una mercancía noticiosa a la cual tiene derecho el ciudadano.

En un país donde solamente seis señores fuesen dueños de la totalidad de cien páginas de terreno, resultaría absolutamente democrático y anti dictatorial el proclamar como un deber de justicia social el que se legisle para que la mitad de esas cien páginas no se siembren de publicidad comercial, para que en las páginas informativas se le dedique un espacio a la siembra de noticias de la población campesina, para que tengan más oportunidad de expresarse los nativos antes que los extranjeros, para que en lugar de tantas páginas sembradas de vanidosas crónicas sociales se dedique un conuco al cultivo de la ciencia, de la técnica, del arte, con los cuales puedan elevar su nivel cultural las generaciones jóvenes que son quienes más necesitan y piden esos conocimientos.

Concebida así, como una empresa de servicio público, la responsabilidad de la comunicación social y la profesión del comunicador social, en nada disminuirían los derechos y las garantías que le han reconocido las constituciones democráticas del mundo. Porque esto implica no la limitación de un derecho, sino solamente la regulación justa del ejercicio de ese derecho.

Porque si aceptamos que el Estado está en la obligación de impedir todo cuanto sea atentatorio a la dignidad, a la moral, al orden y en general a los derechos del ciudadano, con mayor sentido de justicia y de humanismo tenemos que aceptar la obligación que le asiste de velar para que el sector más desposeído de conocimientos pueda superarse, para que las zonas más remotas y olvidadas hagan oír sus reclamos o den a conocer sus necesidades.

3.3.- RECONOCIMIENTO DE PROFESIONALIDAD

Hay un trasfondo subconsciente en esta enmarañada polémica que provocan las deficiencias y las omisiones de los medios de comunicación social en

nuestro país. Creo que todo ello, en algún sentido, obedece a la a-profesionalidad que padecemos en el ejercicio del trabajo comunicador con las masas.

Históricamente nuestras principales empresas de comunicación social nacen con una vocación estrictamente mercantil. Y con el paso del tiempo y los avances técnicos y electrónicos, el polluelo se convierte en una gallina de huevos de oro.

Abraham Moles escribe: "Nuestra sociedad se transforma cada vez más en un sistema social, en un conjunto de partes diversas, cada una de las cuales se define por sus funciones o sus objetivos, y se une con las demás a través de interacciones. Estas interacciones constituyen el objeto de la ciencia de las comunicaciones" (27).

La comunicación social ha pasado rápidamente del estadio empírico al profesional, de la empresa comercial a la vocación científica. Las nuevas generaciones de comunicadores sociales creen más en el derecho y en el riesgo a la información veraz, que en las cifras voluminosas de facturaciones y utilidades.

Lo que comenzó siendo un simple negocio personal, se ha convertido en un compromiso con la sociedad.

Hay, pues, que revalorizar la profesión reconociendo, ante todo, lo esencial de su misión y de su riesgo comunicador y social.

NOTAS Y BIBLIOGRAFIA

- 1.— *Ceres*, revista FAO sobre desarrollo, vol. 8, No.5, sept.-octubre 1975, p.14.
- 2.— *García-Ramírez, Informe final del estudio sobre valores y actitudes de los jefes de familia respecto al mejoramiento de los niveles de vida en la República Dominicana*, UNPHU, Santo Domingo, 1971, p.33 y 36. Existen datos similares en: *Informe de la Encuesta acerca de los medios de comunicación social*, Comité de Ciudadanos y las Escuelas de la O & M, p.2, ejemplar mimeografiado sin fecha.
- 3.— *García-Ramírez, Informe citado*, p.66.
- 4.— *Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales*, Aguiar, Madrid, 1974, vol.2, p.581: *Los efectos de la comunicación*. Ver también en el cuaderno No.76 de la UNESCO, *Hacia una política de la comunicación*, por John A.R. Lee, París, 1976, pp.28 a 36, donde se hace un recuento pormenorizado de los proyectos de la UNESCO relacionados con la investigación de la comunicación.
- 5.— *Film Quarterly*, University of California, 1971, p.2.
- 6.— *Informe acerca de la encuesta sobre el programa Música de los Grandes Maestros*, Unidad de Investigación Social del Comité de Ciudadanos, diciembre 1972, pp.6 y 2.
- 7.— *Informe*, pp.130 y 164.
- 8.— *Manuscrito en vía de publicación*.
- 9.— *El periódico como libro de texto*, OEA, Washington, D.C., 1971, p.1.
- 10.— *CEPCIECC: Comisión Ejecutiva Permanente del Consejo Interamericano para la Educación, la Ciencia y la Cultura*.

11. - p.14.

12. - Cedeño, Manuel Q., *Dos Semanas de Seis Diarios Dominicanos (Hemerografía estructural de la forma)*, UASD, Facultad de Humanidades, 1975, original mimeografiado, p.33.

13. - Cedeño, Tesis citada, p.39.

14. - Tesis citada, p.53.

15. - Tesis citada, p.77.

16. - UNESCO, París, 1975, p.9.

Este planteamiento coincide con el punto de vista del periodista de "Le Monde", J. Schwoebel, de quien vamos a reproducir en seguida, y más adelante, algunas de sus importantísimas opiniones tomadas de su libro "La prensa, el poder y el dinero" DOPESA, Barcelona, 1971, p.37.

"Efectivamente, uno de los hechos más angustiosos de los tiempos actuales es la subinformación de las masas, que resulta no sólo de una notoria insuficiencia de medios de educación en la mayor parte de los países, sino también de una carencia general de los medios de información cuyas posibilidades técnicas, que han llegado a ser -sin embargo- considerables, son literalmente desperdiciadas".

17. - De León Navarro, Rafaela, *Visión de la Mujer en las revistas femeninas*, UASD, Facultad de Humanidades, 1975, original manuscrito, p.41 y siguientes.

18. - Kaplun, Mario, *La Comunicación de Masas en América Latina*, APE, Bogotá, 1973, pp.106 y 107.

19. - Kaplun, obra citada, p.104.

20. - Según una información del vespertino Última Hora (9 enero 1976), las facturaciones de la publicidad dominicana durante el año pasado estaban distribuidas de la manera siguiente: 20 por ciento en la prensa escrita, 32,5 por ciento en la radio, 40 por ciento en la televisión, 5 por ciento en el cine y 2,5 por ciento en otros medios.

21. - Navarro Valls, Joaquín, *La Manipulación publicitaria*, DOPESA, Barcelona, 1971, pp.23 a 37.

22. - Luthe, A., *¿Qué se entiende por manipulación?*, -revista CONCILIUM, edición internacional castellana, No.65, mayo 1961, p.173.

23. - Caro, A., *El mensaje publicitario: lectura a tres niveles*, revista COMUNICACION XXI, No.23, pp.19 a 22.

24. - Citado en Folliet, J., *La Información y el Derecho a la Información*, Sal Terrae, Santander, 1972, p.236.

No estamos descubriendo la luna. Este mismo derecho ha sido defendido desde hace tiempo por los mismos periodistas. Citamos del autor antes mencionado, Schwoebel, p.62:

"Entre los derechos del hombre habrá que contar en adelante el derecho a la información como el derecho a la instrucción o el derecho a la salud. Ciertamente, este derecho a la información no está aun reconocido ni codificado, pero lo será necesariamente un día próximo por la evolución que transforma cada vez más la democracia liberal, algo formal en los primeros tiempos de la democracia, en democracia social, en cuyo seno los derechos individuales son completados por los derechos sociales".

25. - Folliet, obra citada, p.237.

26. - Obra citada, p.238.

27. - Cito del libro de Schwoebel, p.64: "De hecho, está próximo el día en que se considerará totalmente inadmisibles que la información sea controlada por intereses privados y prácticamente sumisa a la ley de publicidad. Para Michel Soulié, la información es de alguna manera un servicio público".

Acerca del derecho a la información pueden consultarse provechosamente estas obras:

*Clark, W.C., *El derecho a la información*, CIESPAL, Quito, tercera edición, 1968.

*Leaute, J., *Concepciones políticas y jurídicas de la información*, CIESPAL, Quito, segunda edición, 1969.

*Siebert, F. y Peterson, T., *Tres teorías sobre la prensa en el mundo capitalista*, LA FLOR, Buenos Aires, 1967.

*Bagdikian, B.H. *La conspiración estéril y otros crímenes de la prensa*, DOPESA, Barcelona, 1973.

*Molineró, C., *La intervención del Estado en la prensa*, DOPESA, Barcelona, 1971.

28.— Moles, A., *La comunicación: el entorno cultural del hombre*, *Diccionario del Saber Moderno*, *La Comunicación y los Mass Media*, Mensajero, Bilbao, 1975, p.119.

CONCLUSIONES

1.— En un país excesivamente joven como la R.D., donde más del 50 por ciento de la población no pasa de 20 años de edad, ninguna política relacionada con los medios de comunicación social y la juventud resultará verdaderamente realista y eficaz si no se fundamenta en el reconocimiento de estos dos inalienables derechos: el de la libertad de expresión y el de ser debidamente informado.

2.— El derecho a la libertad de expresión de todo ciudadano implica, de parte de los poderes estatales, el reconocimiento eficiente de tal derecho traducido prácticamente en el máximo de libertades y facilidades para el ejercicio eficaz de la comunicación personal y colectiva; de parte de los medios de comunicación social implica también el reconocimiento de este derecho en favor de todos los ciudadanos, y la concesión de espacios que lo viabilice.

3.— El derecho de todo ciudadano a ser debidamente informado implica, de parte de las instituciones constituidas en informadores públicos o medios de comunicación social (esto es, medios no propagandísticos ni doctrinales, sino apartidarios o a-religiosos), el reconocimiento eficiente de tal derecho traducido, prácticamente, en un servicio informativo completo, rápido y objetivo.

4.— La juventud dominicana no podrá cumplir cabalmente su misión ciudadana y responsable en la sociedad en que vive si desconoce, porque le ocultan o porque desfiguran los hechos, o porque a ella o a los profesionales de la noticia y de la opinión le impiden informar con exactitud acerca de los acontecimientos fundamentales del entorno en que vive.

5.— Nadie ama lo que desconoce; y las generaciones jóvenes dominicanas comprenderán el compromiso y la responsabilidad histórica que tienen con su

AGN

patria, con los pueblos hermanos y con toda la Humanidad, solamente en la medida en que conozcan a plenitud la realidad y los acontecimientos de cada día de su país y del mundo. Tal conocimiento podrán alcanzarlo únicamente a través de una información exacta y exhaustiva, vehiculada por los medios de comunicación social.

6.— Los posibles efectos -para bien o para mal- de los medios de comunicación social -y concretamente los efectos de ciertos mensajes que ellos vehiculan-, han llegado a ser tan poderosos y radicales por la influencia que ejercen sobre la juventud y por su incidencia en el control de la vida social, cultural, económica y política de todos los países que, los sectores más conscientes y preocupados por el bienestar del pueblo -sectores exclusivamente receptores de la comunicación social, sin oportunidad ninguna de contrahablar por la verticalidad omnímoda del emisor-, sienten la urgente necesidad de reclamar y promover una reglamentación más justa y equitativa para la emisión de mensajes o contenidos de la comunicación social, con la cual resulte más edificado y protegido el interés de la mayoría de la población, frente a patrones de dominación o arbitrariedades mercantiles personales.

7.— Esto sería posible, y no mermaría en nada el derecho de libre expresión del pensamiento y el derecho de ser debidamente informado, si se encamina la reglamentación, no por los caminos de la censura despótica y arbitraria, ni por la filtración o semantización acomodada a un régimen de turno, ni por condicionamientos impuestos al mensaje -exceptuado lo que atente contra la moralidad establecida y la objetiva seguridad del Estado-, sino hacia una regulación equitativa de los espacios dedicados a cada tipo de mensaje. Es justo que la publicidad tenga sus límites, y también su espacio la noticia urbana, rural e internacional.

8.— Una reglamentación equitativa de los espacios dedicados a cada tipo de mensajes en los medios de comunicación social tiene su razón de ser en el hecho de que tales medios no pueden ser considerados en la actualidad como simples empresas particulares, porque el poderío de su influencia, por un lado, y la ineludible necesidad que de ellos tiene la juventud y todo el pueblo, los ha convertido en verdaderas empresas de servicio público, aunque disfruten económicamente de la situación legal de una empresa privada.

9.— La manipulación, la distorsión interesada o sectaria de los hechos, las omisiones calculadas de la información -que vienen a representar una burda censura que el emisor comete contra el derecho de información que goza y corresponde al receptor-, y otras irregularidades cometidas a través de los medios de comunicación social, y al amparo de un mal entendido derecho a la libertad de expresión y de libre empresa, reviste características de mayor gravedad en los países en vías de desarrollo, como la R.D., pues la implosión de tales medios (según expresión de McLuhan) le ha impedido a la juventud el desarrollar un verdadero espíritu crítico frente a esos medios, que sería el más eficiente antídoto contra ellos.

10.— Este espíritu crítico que contrarrestaría parcialmente ciertos daños de la comunicación actual podrá irse adquiriendo solamente a través de una metó-

dica educación radiofónica, cinematográfica, televisiva y periodística, con la que se vayan capacitando los dominicanos, desde la niñez, para no ser frente a la radio, el cine, la televisión y el periódico un receptor pasivo de mensajes, sino un activo descifrador de un lenguaje que, casi siempre está saturado de interesadas connotaciones o dobles intenciones. Por tanto, los responsables -estatales y privados- de la educación dominicana tienen en sus manos la obligación de conciencia de velar porque en los planes de estudio se le conceda la máxima importancia a los medios de comunicación social.

11.— La autoridad estatal, por su parte, consciente cada vez más del enriquecimiento socializador a que contribuyen los medios de comunicación social o, por el contrario, de los nefastos e irreparables daños que cierto tipo de mensajes masivos causan en la juventud, debe interesarse por cualificar o tecnificar aquellos organismos oficiales sobre los que descansa la orientación, el fomento o la vigilancia para el cumplimiento de las normas que regulan el funcionamiento correcto de la comunicación social en el país. Las instituciones privadas, culturales y científicas, podrían también ayudar al país muy eficazmente en la educación para los medios de comunicación y en la promoción de mensajes que contribuyan a elevar el nivel cultural de la juventud dominicana.

12.— Cualquier norma que adopten las entidades responsables -estatales o particulares- con relación a los medios de comunicación social, es imprescindible que se fundamente en datos y argumentaciones científicas. Por tal razón, la R.D. debe interesarse y participar activamente en los programas de investigación de la comunicación social que la UNESCO viene patrocinando desde 1968, como un complemento de los estudios a que se dedicó en los años anteriores sobre la educación. Uno de los temas centrales de esas investigaciones intentaría, entre otras cosas, "determinar en qué medida los sistemas de comunicación social -en el plano local, nacional, regional e internacional- se relacionan con los núcleos dominantes de poder en los aspectos del control, la estructura y los incentivos. Tales investigaciones podrían contribuir a que se comprendieran mejor los principales mecanismos de control que operan en nuestra sociedad, destacarían quizás rumbos distintos más humanistas de organización y de desarrollo social" (Lee, Hacia una Política de la Comunicación, UNESCO, París, 1976, p.31).

13.— También contribuirá al mejoramiento de los medios de comunicación en la R.D. el reconocimiento de la profesionalidad del comunicador social, y el que se exija legislativamente en toda empresa comunicadora un porcentaje de profesionales titulados y especializados; lo cual reviste mayor importancia en aquellos medios que llegan con mayor frecuencia a las masas receptoras (como es el caso de los productores de programas radiofónicos), porque ellos desempeñan las responsabilidades más técnicas del medio.

14.— Se hace muy necesario que los comunicadores sociales dominicanos regulen el ejercicio de su profesión por medio de un "Código de Ética de la Comunicación Social". Es importante que en dicho Código conste explícitamente la falta en que incurre el comunicador, y el gravísimo perjuicio para la fama personal del individuo de quien se informa, cuando difunde imputaciones de ciertos delitos a un simple acusado, antes de que pueda probarse su culpa-

bilidad o inocencia. Dicha falta reviste caracteres de mayor gravedad en los casos de jóvenes, puesto que para toda su vida quedan marcados con imputaciones que nunca pudieron ser probadas.

15.— Este seminario solicita encarecidamente del Gobierno Dominicano una adecuada reglamentación que determine el uso más eficiente de las programaciones de la emisora estatal Radio Televisión Dominicana, en favor de la educación de la juventud y del fomento de la cultura, la ciencia y las artes.

16.— El seminario observa con gran dolor y preocupación el uso degradante que hace la publicidad dominicana de la imagen de la mujer como simple objeto de placer sexual, y la importancia concedida a las actitudes machistas con la imagen del hombre, todo lo cual degrada la mentalidad de nuestra sociedad.

17.— Además recomienda este seminario que en los programas orientados a la promoción de la vida familiar (que es el seno en que el niño y el joven deben desarrollar sus actitudes más concretas en relación con la sociedad), se insista de una manera especial en lo que podríamos llamar "educación del consumidor", con la cual se neutralicen los malos hábitos y valores que los medios de comunicación puedan crear en nuestra sociedad consumidora de productos suntuarios.

DOCUMENTO 11

CARTA CIRCULAR A LOS DIRECTORES DE DIARIOS DEL PAIS

POR MONS. JUAN F. PEPEN

COMISION EPISCOPAL DE MEDIOS DE COMUNICACION
Conferencia del Episcopado Dominicano
Arzobispado — Apartado 186
Santo Domingo, Rep. Dominicana

NUM. 13

Santo Domingo, D.N.,
7 de julio de 1976.—

Carta Circular a los Directores de los Diarios del País.

Muy estimado Señor Director:

En el Seminario sobre la Juventud celebrado recientemente en esta Ciudad con los auspicios de la ONU y de la ODC se ha tratado, entre otros, el importante tema de los Medios de Comunicación en relación con la Juventud.

Creo que ha sido el deseo de todos los participantes definir de la manera más clara posible la situación de nuestra juventud y sus problemas, no con un

simple fin especulativo, sino para buscar en común soluciones eficaces y permanentes.

Entre los temas tratados, ha dejado cierta inquietud el de los Medios de Comunicación, sobre todo después de la exposición que como relator hizo el R.P. Alberto Villaverde, S.J.

A mi humilde criterio, creo que vale la pena aclarar lo más que se pueda los conceptos del expositor, ya que su estudio ha suscitado reacciones diversas. Tengo la certeza de que él mismo está en disposición de hacerlo, para tranquilidad de quienes estuvieron preocupados con el concepto de libertad de prensa.

Aparte de esto, me parece que sería conveniente:

- 1.— Que se publiquen las conclusiones completas del tema, tanto las del plenario como las de la mesa redonda.
- 2.— Que se publique el Temario de la próxima reunión de la Unesco en Costa Rica.

Con el deseo de contribuir a aclarar lo que a todos interesa con respecto a los MCS, saluda a Ud. muy atentamente,

Mons. Juan F. Pepén,
Obispo Presidente de la Comisión Episcopal.

Nota: Con el ruego de publicarla.

DOCUMENTO III

ALOCUCION DEL SEÑOR
AMADOU MAHTAR M'BOW
DIRECTOR GENERAL DE LA UNESCO

Señor Presidente de la República,
Señores Ministros,
Señores Delegados,
Excelentísimos Señores,
Señoras y Señores:

Es para mí un gran honor participar con ustedes en esta sesión de apertura de la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe.

Séame permitido expresar en primer lugar mi agradecimiento más profundo a las autoridades de Costa Rica, que han tenido a bien acoger esta reunión, y

en particular a su Presidente de la República, el Excelentísimo Señor Daniel Oduber, cuya presencia da especial brillo a esta ceremonia y constituye para nosotros el estímulo más valioso.

Al brindar su hospitalidad en circunstancias especiales, Costa Rica manifiesta una vez más su apego a los ideales de las Naciones Unidas y ayuda a la Secretaría de la Unesco a cumplir el mandato que le habían encomendado sus Estados Miembros de organizar en América Latina y el Caribe la primera de las conferencias intergubernamentales sobre políticas de comunicación.

En esta sesión inaugural, me es grato tomar la palabra en una ciudad que nos ofrece la hospitalidad amistosa del Gobierno y del pueblo de un país justamente célebre por el carácter democrático de sus instituciones; la lucidez de sus opciones y su apego a la causa de la paz. Estoy convencido de que este feliz concurso de circunstancias contribuirá a crear una atmósfera sumamente propicia para la reflexión colectiva que debe llevar a cabo nuestra Conferencia.

En nombre de la Organización, saludo muy cordialmente a los Delegados de los Estados Miembros de la región, así como a los observadores de Estados de otras regiones del mundo y a los observadores de los organismos del sistema de las Naciones Unidas.

También quisiera saludar a los representantes de otras organizaciones internacionales, tanto gubernamentales como no gubernamentales. Les agradezco que den fe con su presencia del interés de sus organizaciones por la actividad de la Unesco en la esfera de la comunicación.

Señor Presidente,
Señoras y Señores:

Desde hace ya unos quince años la Unesco viene organizando conferencias intergubernamentales regionales sobre las políticas de educación, las políticas científicas y tecnológicas y las políticas culturales. Esas conferencias, que han suscitado un interés cada vez mayor, nunca han dado lugar a la más mínima polémica en los círculos profesionales interesados, aun cuando las conclusiones en ellas formuladas hayan podido conducir ulteriormente a discusiones animadas en relación con la importancia de los temas tratados. De cualquier modo, nunca se había dado el caso de que una conferencia fuera objeto de controversias antes de haber tenido la ocasión de expresarse, que haya sido impugnada por determinados grupos antes de celebrarse o que haya avivado a las pasiones antes de que la opinión pública tenga la posibilidad de enterarse de la naturaleza de sus labores o de las conclusiones de sus debates.

Huelga decir, pues, que las cuestiones que vuestra Conferencia va a examinar se sitúan en el centro de la problemática con la que se enfrentan los países, tanto en el marco de su desarrollo nacional como en la búsqueda de un nuevo orden internacional. El hecho de que 30 años después de su fundación la Unesco se vea así implicada en una reflexión que suscita tanto alboroto en ciertos medios y tantas esperanzas para los pueblos a los que atañe, demuestra la vitalidad de la Organización y al mismo tiempo cuán útil puede ser a los Estados Miembros cuando deciden elegir su recinto para examinar problemas de la actualidad. Se trata de una responsabilidad temible que la Unesco asume con orgullo, consciente de ser así fiel a la misión que le asignaron sus fundadores y de servir los intereses de la comunidad de naciones.

En todo caso es significativo que, para preparar una reunión interguber-

AGN

namental dedicada a la comunicación, tantos movimientos diversos y tantas provisiones de toda índole respecto de una conferencia que en resumidas cuentas está únicamente destinada a formular recomendaciones vengan a recordarnos con vigor que en las sociedades contemporáneas, al igual que en las de las de antaño, la palabra no ha perdido nada de su fuerza.

Hoy como ayer la palabra sigue siendo temida y respetada. La razón de ello es que las palabras, a menudo testigos del pasado, son también portadoras del futuro y que, después de haber servido para crear las ficciones de ayer, a veces hacen de ellas las realidades del mañana.

Desde las narraciones y leyendas transmitidas por los "grandes lenguas" de los mayas hasta los escritos y las proclamaciones de quienes fueron los artífices de la Independencia, abundan en la región los ejemplos relativos al poder de testimonio de transformación o de creación de la palabra.

Así, pues, no cabe sorprenderse de que en 1974, en su 18a. reunión, la Conferencia General eligiese América Latina y la región del Caribe para celebrar la primera de las conferencias intergubernamentales dedicadas a las políticas de la comunicación.

Esta Conferencia entra en la categoría de las conferencias regionales, como la Conferencia de Ministros de Educación y de los Ministros encargados de la aplicación de la ciencia y la tecnología, que tuvo lugar en diciembre de 1971 en Caraballeda (Venezuela) para pronunciarse sobre las políticas de educación: es la continuación de la conferencia celebrada en México, en 1974, en la que se examinaron las políticas científicas y tecnológicas, y que precede a la que se celebrará el próximo año en un país de la región para tratar de las políticas culturales.

La presente Conferencia señala el comienzo de una serie de conferencias intergubernamentales regionales dedicadas a la política de la comunicación que deben concluir la reflexión sobre la función que desempeñan las materias que son de la competencia de la Unesco en una concepción global del desarrollo.

Si las conferencias intergubernamentales de la Unesco dedicadas a esferas distintas de la comunicación exigen ya una actitud interdisciplinaria e implican el estudio de las interacciones entre la educación, la ciencia y la cultura, una conferencia sobre la comunicación debe a fortiori impulsar aun más la reflexión, puesto que la comunicación menos que un aspecto específico, es sin duda el apoyo más poderoso a las diferentes esferas que contribuyen al desarrollo.

En la esfera de la educación, los medios de comunicación de masas, además de desempeñar sus funciones de difusión de los conocimientos y transmisión de los valores, no sólo sirven para completar los sistemas de enseñanza tradicionales, sino también para ampliar el campo de acción de la educación, en particular, permitiendo llegar a las colectividades rurales que hasta entonces quedaban al margen y facilitando su desarrollo.

Es significativo que en el momento en que se inaugura esta Conferencia se celebre en la Universidad de Stanford, en California, una reunión sobre el tema "Política y planificación de la comunicación para la educación y el desarrollo", en la que participan la Unesco y especialistas de los países en desarrollo.

A la vez estímulo y apoyo en el caso de la educación, la comunicación se manifiesta como un medio indispensable para el desarrollo de la ciencia y la tecnología en todos los países, trátese de medios de comunicación de masas que preparan los espíritus para el despertar de la reflexión científica y para la adopción de nuevas tecnologías, o de libros y periódicos indispensables para el mundo científico, o incluso de sistemas de información que son imprescindibles para las sociedades que se preocupan por el progreso, cuando comienzan a acometer la investigación y la innovación.

La existencia de bancos de datos accesibles a todos, en todo momento constituye en este sentido un poderoso medio de progreso, y quisiera mencionar brevemente que la Unesco se enorgullece de haber desempeñado un papel de pionera al facilitar el establecimiento de un sistema mundial de información científica y técnico denominado UNISIST. Una vez más la Organización se muestra fiel a su misión al favorecer la máxima difusión posible de la información útil para el adelanto de los conocimientos y el progreso de los pueblos. En efecto, conviene recordar que en nuestra época la información que no es compartida de modo liberal amenaza con transformarse en un instrumento de dominación o de sumisión.

Respecto a la cultura, la comunicación, sostén irremplazable de la difusión cultural, contribuye asimismo a estimular la creatividad de los medios. Sin embargo, como las lenguas de Isopo, puede ser la mejor y la peor de las cosas. Deseo dejar bien claro que la Unesco, que, de conformidad con su Constitución, procura "asegurar a todos /.../ la posibilidad de investigar libremente la verdad objetiva y el libre intercambio de ideas y de conocimientos", está resueltamente en favor de la libertad de información. Pero no está de más formular una advertencia. Cuando los medios de comunicación de masas inculcan sistemas de valores ajenos a los países de una región determinada, amenazan a la larga con hacer desaparecer o anular los valores propios de dicha región. En ese sentido puede decirse que el desarrollo no reglamentado de los medios de comunicación de masas pone en tela de juicio la reivindicación de numerosos países de su identidad cultural.

El objeto no consiste en este caso en garantizar una conservación ritual de las tradiciones culturales, sino en procurar que cada pueblo esté en condiciones de asumirse, lo que es en definitiva el mejor modo de pertenecerse, y es evidente que sólo aquellos que se pertenecen podrán un día entregarse. Concebida de esta forma, la noción de identidad cultural repudia el egoísmo, y los grandes medios de comunicación utilizados con criterio pueden favorecer la creatividad de los pueblos los cuales, actuando con una visión dinámica compatible con sus tradiciones, contribuirán a enriquecer el patrimonio universal. Bastaría con este único objetivo, para que la delicada tarea de definir las políticas de comunicación estuviera plenamente justificada.

* * *

Conviene recordar a este respecto que son los propios Estados Miembros los que han llegado a la conclusión de que era indispensable formular expresamente dichas políticas. Huelga decir que la Unesco, por su parte, no propone ninguna política de comunicación a sus Estados Miembros. La Organización expone los problemas, plantea interrogantes, suscita el intercambio de experiencias y la reflexión sobre la situación actual y las tendencias, y sobre los mecanismos y las modalidades que permitan la formulación de políticas. Corresponde a cada país, a la luz de la experiencia acumulada en el mundo, definir la suya en

función de sus propias opciones, de su situación económica y social y de sus necesidades en materia de comunicación.

Por consiguiente, las políticas de comunicación constituyen conjuntos coherentes de principios y de normas destinados a guiar las orientaciones generales de los órganos e instituciones de comunicación en un país determinado. Ofrecen un marco de referencia para la elaboración de estrategias nacionales tendientes a establecer infraestructuras de comunicación que tendrán una función que cumplir en el desarrollo educativo, social, cultural y económico.

Aun cuando no estén formuladas en forma explícita, existen ya en numerosos países políticas nacionales de comunicación que representan la culminación de un proceso de cooperación y de compromiso entre diversos participantes, a saber, los poderes públicos, los medios de comunicación, las organizaciones profesionales y el público, usuario final.

Por otra parte, la creciente diversidad de las actividades vinculadas a la comunicación en cada país, el papel de la comunicación en el progreso económico y social y las tendencias de toda índole de las decisiones en materia de comunicación, exigen el concierto de todos los sectores de la vida nacional con miras a una coordinación que permita garantizar mejor su contribución al desarrollo.

Compete a cada Estado no sólo racionalizar las situaciones existentes, sino tomar además las nuevas decisiones que sean necesarias en función de la realidad que le es peculiar. A este respecto, la forma que podrían adoptar los países de la región eventuales estructuras de diálogo y de cooperación entre los sectores vinculados a la comunicación constituye, sin duda alguna, uno de los temas que exigirán de parte de los delegados participantes en esta Conferencia la reflexión más delicada, pero también la más estimulante. La comunicación no podría, ni en el ámbito técnico ni en el social, circunscribirse a las fronteras nacionales, y no se podrían validamente formular o poner en práctica en un país políticas de comunicación y una planificación de la comunicación sin referirse a los compromisos internacionales ya suscritos y a los que podrían suscribirse en el futuro.

Pese a ello, algunos podrían pensar que toda racionalización en materia de comunicación constituye un peligro para la libertad de expresión. Es indudable que es preciso salvaguardar e incluso reforzar dicha libertad de expresión. Pero a la vez debe reconocerse que en el desarrollo de las sociedades modernas hace necesaria la correlación de determinadas situaciones imprecisas o irracionales. En efecto, si tales situaciones no son objeto de un nuevo examen que permita que los hombres de hoy, enfrentados con los problemas de hoy, tengan la posibilidad de asumirlos con pleno conocimiento de causa, pueden entorpecerse la marcha de las sociedades hacia el progreso y provocar de esta manera discusiones y polémicas, al precio de vivas tensiones, e incluso de violencias.

Es verdad que la medida en que las autoridades públicas intervienen en el campo de la comunicación varía en función de sus opciones políticas o ideológicas. Sin embargo, todos los gobiernos se percatan cada vez más de su responsabilidad en la materia, hasta el punto de que Estados que se distinguen por su liberalismo han estimado ya que era oportuno aplicar políticas de comunicación. Séame permitido citar tres ejemplos.

Empezaré por el caso de los Estados Unidos de América donde -casi es inútil recordarlo- la "Federal Communication Commission", mecanismo regula-

dor que dispone de amplios poderes y atribuciones, determina la política relativa, por ejemplo, a la concesión de licencias, la propiedad y el funcionamiento de las estaciones de radiodifusión, y se ocupa al mismo tiempo de la introducción de técnicas nuevas, como los sistemas de televisión por cable y los satélites de comunicación.

Finlandia, por su parte, es uno de los primeros países que se ha pronunciado por un enfoque global de la política de comunicación, debido a los problemas que planteaban al Estado cuestiones como el pago de subvenciones a la prensa o la puesta en servicio de innovaciones técnicas. Las bases de esa política fueron establecidas por un comité de expertos que terminó sus trabajos en junio de 1974, después de haber redactado cinco informes destinados a informar al Gobierno y a llevar el debate ante la opinión pública.

Finalmente, desearía señalar a su atención la política aplicada por Canadá, que se ha dado cuenta quizás más que ningún otro país, del grado en que depende de la comunicación. Desde hace mucho tiempo, ese país considera las redes de ferrocarriles y telegráficas como circuitos vitales que condicionan su existencia. La creación de Radio Canadá, empresa del Estado, y de la Oficina Nacional del filme demostró muy pronto la voluntad del Gobierno de afirmar su especificidad en materia de comunicación. Canadá es hoy el primer país que dispone, junto con la Unión Soviética, de un sistema interno de satélites de comunicación: ha adoptado asimismo una política de comunicación cuyo objetivo esencial es proteger la cultura y la identidad nacional de Canadá.

Pasando ahora del plano nacional al intergubernamental, quisiera recordar que la Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa estudia desde hace ya cierto tiempo la cuestión de las políticas de comunicación. Después de haber examinado en diciembre de 1974 un informe sobre la función y la administración de las telecomunicaciones en una sociedad democrática, invitó a los Estados Miembros a organizar una conferencia de ministros encargados de las telecomunicaciones con vistas a contribuir a la determinación de una política europea común relativa al potencial cultural y educativo de la radiodifusión.

Por otro lado, la Organización de Cooperación y de Desarrollo Económico, celebró en febrero de 1975 una conferencia sobre cuestiones de política general concernientes a las relaciones entre la tecnología de las computadoras y de las telecomunicaciones con objeto de informar a los altos funcionarios de problemas jurídicos, técnicos y éticos que no dejarán de plantearse en un futuro próximo y de poner de relieve, para remediarla con mayor eficacia, la insuficiencia de las estructuras institucionales actuales en esa esfera.

Vivimos, en efecto, en un mundo en el que el cambio se acelera y exige soluciones cada vez más rápidas frente a situaciones que a menudo no tienen precedente. En lo que atañe a la información, las técnicas nuevas son en particular las que crean situaciones inéditas de esa naturaleza.

Las libertades de expresión y de información corren por tanto el peligro de quedar desprovistas cada vez más de su contenido real. Al decir esto no trato en absoluto de minimizar o reducir la importancia de esas libertades fundamentales, sino todo lo contrario, me parece incluso esencial que sean reforzadas en un mundo en el que conviene denunciar sin tregua y combatir sin cesar los atentados cada vez más frecuentes contra la libertad de los individuos y la dignidad de los pueblos. Pero, como observan algunos, cabe preguntarse cuál puede ser hoy el verdadero valor de las palabras "libertad de expresión" en el caso, por ejemplo, de países donde los grupos o las familias que, debido a las circunstancias históri-

cas sociales o políticas, fueron los primeros en crear o controlar los medios de comunicación, conservan la exclusividad sin dejar a veces la posibilidad de que se expresen nuevas voces. En el plano internacional, otros preguntan incluso si se puede realmente hablar de libertad de información cuando los verdaderos detentadores de los medios de información están concentrados en unos cuantos lugares limitados del globo.

Se observa, pues, que los problemas propios de la comunicación rebasan a menudo el ámbito nacional. Desde el descubrimiento de la imprenta hasta el lanzamiento del Tel-Star en 1962, pasando por la invención de la radio, esos problemas se han hecho cada vez más complejos y se harán aún más con la puesta en órbita de satélites de transmisión directa que, destinados a prestar inmensos servicios, no suscitan por ello menos inquietudes, debido en particular al poder de condicionamiento que permiten.

Por consideraciones de esta índole, la Unesco ya no se limita a hablar únicamente de "libertad de expresión", sino que habla también de "acceso y participación en la comunicación", y ya no habla sólo de "libertad de información", sino también de "circulación equilibrada de la información". En resumen, se trata de superar la etapa de la mera información para llegar a la comunicación, puesto que la comunicación exige que la información ya no se haga en un solo sentido vertical o unidireccional.

Los estudios que la Unesco ha realizado permiten comprobar que en la esfera de la comunicación incluso se agravan a veces las múltiples desigualdades entre grupos y comunidades que pueden observarse en el interior de un mismo país, así como las disparidades cada vez mayores que separan a nivel internacional los países industrializados de las grandes regiones en desarrollo. Junto con la posesión de la tecnología y de los recursos financieros, los países industrializados ocupan una situación de casi monopolio de la información internacional. Es una situación que lamentan los que creen que ésta no podría prolongarse demasiado tiempo sin poner en serio peligro la comprensión internacional y, como consecuencia, la preservación de la paz y la armonía entre las naciones.

Junto con los demás organismos de las Naciones Unidas, la Unesco se ha comprometido a buscar un nuevo orden internacional. No temo afirmar hoy que el logro de ese nuevo orden más equitativo requiere un aumento y una mejor repartición de las corrientes internacionales de información. A ese respecto, la multiplicidad y la variedad de las fuentes constituyen la sola garantía de una comunicación basada en el principio democrático de la igualdad en dignidad de todos los pueblos y de todas las naciones.

Por ello es oportuno definir un derecho a la comunicación con arreglo a una óptica multicultural y una visión dinámica que correspondan a los anhelos del mundo actual. Estoy convencido de que vuestra Conferencia podrá formular interesantes propuestas sobre esta cuestión. Sin embargo, para hacerlo, sería quizá conveniente hacerse primero una pregunta: ¿quiénes son, en nuestro mundo moderno, los "comunicadores"? ¿No sería preciso tomar en consideración, además de los profesionales de los medios de comunicación, a todas las personas, todas las comunidades y todas las naciones que se han convertido en comunicadores en diversos niveles técnicos? También se plantea la cuestión de la traducción de la información en términos utilizables para todos, así como problemas éticos cuya importancia no puede pasarse por alto.

Junto con las asociaciones profesionales interesadas, la Unesco organiza actualmente estudios y consultas para formular orientaciones generales basándo-

se en las cuales se podrían establecer códigos nacionales de deontología para los grandes medios de información. En efecto, es más evidente que nunca que todo derecho supone una responsabilidad y requiere una protección. De ello se percatan los profesionales de la comunicación de vuestra región, que siendo espíritus independientes legítimamente apegados a su derecho de libre expresión se preocupan sin embargo por las repercusiones que puede tener el ejercicio de su profesión. A este respecto, quisiera congratularme de la iniciativa tomada por los países de habla inglesa del Caribe en que los medios de información han creado un organismo autorregulador encargado de verificar si los miembros de la profesión respetan como es debido ciertas normas éticas esenciales. El respeto de las normas éticas también entraña cierto riesgo para los mismos profesionales, que necesitan la protección de garantías adecuadas.

Incluso hoy muchos observadores comprueban que la selección de las noticias, tal como la practican muy a menudo ciertas grandes agencias de prensa internacionales, pone sistemáticamente de manifiesto los fenómenos de tensión o de violencia en los países del tercer mundo. En cambio estiman que en muchos casos agencias callan sucesos de carácter positivo que se producen cada vez con más frecuencia en esos mismos países. El mal empeora en el nivel de cada uno de los grandes medios de comunicación en que se efectúan nuevas selecciones más restrictivas aún que sólo dejan al usuario una caricatura cotidiana dibujada en rasgos apenas esbozados.

De esta manera, en especial, los pueblos de América Latina y del Caribe se desconocen entre sí. Las escasas noticias que reciben unos pocos de otros proceden de otras partes. Ven sus imágenes reflejadas en lejanos espejos deformantes. La insuficiencia de información que tiene un país de otro -a menudo denunciada por los estadistas y los intelectuales de la región- no deja de preocupar. Corresponde a la Conferencia que se inaugura hoy, reflexionar sobre la manera de poner remedio a esa situación. La integración regional, que desde hace muchos años constituye uno de vuestros objetivos principales, exige sin duda alguna un mejor conocimiento recíproco de los pueblos de América Latina y de la región del Caribe.

A este propósito, permítaseme recordar que hace sólo unos días sus representantes se reunieron para celebrar el sesquicentenario del Congreso convocado en Panamá por Simón Bolívar. Se ha dicho que el Congreso fue una gran frustración, ¡pero el aniversario de una frustración no se celebra! Si la celebración de ese acontecimiento conserva todavía tal poder de reunión y de movilización es porque, más allá de la nostalgia de lo que hubiera podido ser, se ve cómo se afirma la voluntad de asumir los valores que el Congreso representaba para asegurar su futuro desarrollo.

Recordemos el ahínco que puso Bolívar, con todo lo hombre de acción que fue, en encontrar siempre el tiempo de anotar sus impresiones en la soledad, redactar sus alocuciones o enviar cartas a sus amigos. El fervor epistolar de Bolívar hubiera merecido la capacidad amplificadora de los actuales medios de comunicación entre los pueblos de la región, además de favorecer su integración en la base, no ofrecería la garantía más sólida de éxito a los futuros "Congresos de Panamá" que esta vez abarcarían a todos los pueblos de América Latina y del Caribe.

Excelentísimo Señor Presidente de la República,

Distinguidos Delegados,
Señoras y Señores:

Los adelantos en materia de comunicación acortan las dimensiones del globo. Los pueblos de todos los continentes asisten en la actualidad a los acontecimientos en el preciso momento en que ocurren y comparten así poco a poco vivencias comunes. En suma, estamos alcanzando una civilización de la simultaneidad donde los hombres toman, por fin, conciencia de la solidaridad de sus destinos. Contribuir a transformar esta solidaridad de hecho en una solidaridad asumida conscientemente es la misión fundamental que hoy incumbe a la comunicación. Es de desear que las naciones de América Latina y de la región del Caribe asuman lo antes posible la parte que les corresponde en el diálogo de mañana, haciendo oír la voz de sus esperanzas.

DOCUMENTO IV

LA CONFERENCIA INTERGUBERNAMENTAL SOBRE POLITICAS DE COMUNICACION CELEBRADA EN COSTA RICA POR UNESCO

1.— Desde hace quince años la UNESCO viene organizando encuentros regionales tanto a nivel técnico como intergubernamental para estudiar las políticas a aplicar en materia de educación, cultura, ciencia, tecnología, etc. Por eso fue normal que en 1970 decidiera hacer algo similar en Medios de Comunicación Social, y poco más adelante convocara a la Conferencia Intergubernamental sobre políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe. Conferencia que marca el comienzo de una serie de reuniones regionales que se tendrán próximamente en distintos continentes para enfocar el mismo tema.

De esta manera UNESCO procura que el sistema comunicacional se adecue mejor al desarrollo social que necesitan los países del área. UNESCO, claro está, no toma partido, ni presenta soluciones sino que se limita a delimitar los problemas, acentuar las preguntas, promover el intercambio de ideas y experiencias para que cada uno de los gobiernos tenga en sus manos las cartas que le permitan bosquejar su propia manera de proceder. Pero la naturaleza del tema implica la definición de una línea de desarrollo social y formular una serie coherente de normas que encaucen en esa dirección, el complejo mecanismo de los medios de comunicación.

Para que los representantes gubernamentales pudieran orientarse mejor en un trabajo de planificación delicado, complejo y que afecta a toda la población, la Conferencia fue precedida de una serie de reuniones donde los expertos expresaron las prioridades que juzgaron pertinentes tener en cuenta. La primera, de carácter internacional fue en París en 1972; luego, ya a nivel Latinoamericano, siguió la de Bogotá en 1974, y la de Quito un año después.

Con los elementos allí recogidos, la UNESCO elaboró cincuenta páginas donde condensaba lo conversado hasta la fecha, y las presentó como documento básico de trabajo para la conferencia. Fue un gran paso haber superado las dificultades hasta llegar a ese documento.

2.- La Conferencia habría comenzado con la normalidad y parsimonia de toda reunión gubernamental en la que se enfocan temas técnicos, si un documento anterior, el elaborado por los especialistas en Bogotá en 1974 no hubiese adelantado los debates antes de que se iniciara el encuentro. Al acercarse la fecha de la Conferencia las Asociaciones Interamericanas de Proprietarios y Gerentes de Medios Masivos de Comunicación principalmente a través de la SIP (Sociedad Interamericana de Prensa) y de AIR (Asociación Interamericana de Radiodifusión) comenzaron a llevar un ataque metódico a UNESCO a través de sus múltiples afiliados de prensa, radio y televisión. Tres factores fundamentales entraban en juego en la polémica:

a) El noventa y cinco por ciento de los medios de comunicación en América Latina están en manos de empresas comerciales privadas y patrocinan los valores propios del consumo buscando el lucro como principal objetivo. Aunque son muy numerosos en realidad se concentran en relativamente pocas manos y atienden preferentemente a la clientela que posee capital y es capaz de invertirlo en los productos que se anuncian por los Medios. Más que audiencia buscan consumidores y por consiguiente al mismo tiempo que industrias culturales son empresas de promoción y venta de productos.

b) Al surgir la lucha contra el subdesarrollo, es evidente que este sistema debe adaptarse a una planificación inteligente que ponga a los medios de comunicación al servicio de un progreso equilibrado de toda la nación, sobre todo de sus zonas más desamparadas. Es claro que tal planificación debe correr por cuenta del Estado y que en última instancia exige una redistribución de ese poder que son los Medios comunicacionales, y la orientación hacia valores acordes con el desarrollo que se busca.

c) Pero, en la actual encrucijada política latinoamericana, una planificación racional no sólo de la estructura sino, y sobre todo, de los contenidos de los medios de comunicación, fácilmente puede llevar a un control desmesurado por parte del Estado. Y en América Latina desde hace algunos años predominan regímenes dictatoriales casi todos ellos controlados por el sector militar. En estas circunstancias la planificación fácilmente desborda al campo de la censura y de la censura se pasa a limitar todo tipo de reuniones donde se puedan expresar ideas un tanto disidentes a las que patrocina el Estado.

El documento de los expertos elaborado en Bogotá llamaba la atención y acentuaba la necesidad de cambiar el sistema de medios de comunicación y elaborar contenidos en función de un desarrollo adecuado a cada uno de los países latinoamericanos. Era partidario de la planificación estatal.

La SIP y AIR acentuaban, en cambio, el rígido control estatal a que se podía llegar al pretender una planificación organizada por el Estado. Señalaba que los remedios aconsejados por los expertos traían peligros más graves que las enfermedades detectadas.

la UNESCO, después de nueve redacciones, que demoró la entrega del documento fundamental hasta sólo pocos días antes de la Conferencia, consiguió elaborar una síntesis equilibrada donde, sin tomar partido, señalaba las áreas principales del problema.

3.— Pese a la polémica que ya presentaban los planteos, la Conferencia se realizó dentro de un marco pacífico y mesurado como corresponde a toda reunión intergubernamental donde no es necesario arriesgar posiciones. Sólo algunas delegaciones dejaron hablar a sus especialistas (notoriamente Dominicana, Venezuela y Ecuador) que en sus intervenciones dominaban la problemática a fondo y conocían la complejidad del problema y las dificultades de señalar un camino de solución.

República Dominicana, insistió en la defensa de la libertad de expresión y en los peligros derivados de patrocinar desde la altura de la UNESCO una planificación gubernamental. Se comienza por la prensa, indicó en varias oportunidades y se termina por la correspondencia, el teléfono y las conversaciones privadas. Su principal intervención fue una pieza oratoria magistral que si bien marcó el problema, hizo perder eficacia a la profundidad del problema que estaba denunciando, precisamente porque estaba cargada de humor.

Ecuador y Venezuela mostraron con análisis técnicos y estadísticos el sin sentido de un sistema comercial cuando se quieren solucionar las prioridades que impone el desarrollo de una determinada colectividad.

Desgraciadamente ambas posiciones, cada una con sus luces y sombras, no pudieron más que enfrentarse sin llegar nunca a un diálogo fecundo que analizara las ventajas e inconveniencias de cada una de ellas.

No ayudó mucho la actitud de los representantes gubernamentales presentes. Casi todos expusieron los logros fundamentales conseguidos hasta la fecha por su gobierno respectivo y afirmaron su marcada decisión de estructurar explícitamente una política comunicacional para el futuro. Pero a casi todos les faltó profundidad en los planteamientos.

Aunque hubo muchos elementos interesantes, faltó un diagnóstico realista que abarcara todo y cada uno de los países y no simplemente las áreas atendidas por el actual gobierno. Faltaba también una mayor precisión conceptual, para la cual la mayoría de los representantes no estaban preparados. A modo de ejemplo, mientras algunos hablaban de "desarrollo cultural", otros preferían expresarse en términos de "desarrollo social", cuando no necesariamente ambos conceptos ponen los mismos elementos en juego.

Para algunas delegaciones los Medios jugaban el papel de una causa eficiente en el progreso, mientras que para otras eran sólo la causa instrumental del mismo, dependiente del plan general de desarrollo que aplicara en cada nación.

La palabra libertad fue la que más sufrió en este enfrentamiento. Para algunas delegaciones se trataba fundamentalmente de la libertad empresarial dentro de las normas de un estado liberal. Para otras, en cambio, se trataba más bien de la libertad ideológica y de respetar los pluralismos que lógicamente lleva consigo. Para un tercer grupo, en cambio, se refería más bien a la libertad de optar por una línea planificando coherentemente todos los esfuerzos que ayudaran en esa dirección. Con tantas acepciones en juego, era evidente que la discusión no podía llegar muy lejos.

La delegación cubana, que en este tipo de reuniones suele hacer planteos originales y profundos, en esta ocasión tomó una línea acomodaticia. Defendió el pluralismo de opiniones, la propiedad privada y la libertad de expresión. Pero más que sus posiciones conceptuales se diferenciaba de los otros países en presentar realidades más que perspectivas futuras. Mientras casi todos los otros repre-

AGN

sentantes gubernamentales atacaban al duro monopolio que ejercen sobre la noticia cuatro o cinco agencias informativas no latinoamericanas, Cuba mostró su propia agencia de noticias y la operación que ha establecido con otras organizaciones similares. Mientras varios países presentaban sus dificultades para producir películas para cine o tapes para televisión, Cuba explicaba cómo había resuelto el problema acomodándose a su propia línea de desarrollo. Y cuando Uruguay atacó los flancos ideológicos ocultos detrás de estos planteos, Cuba supo dejar pasar la andanada sin meterse en honduras enojosas. Sin embargo era evidente que el problema de las ideologías jugaba un papel decisivo en el tema que se estaba tratando.

El elemento más interesante, sin duda, para profundizar las posiciones en juego, era el documento elaborado a pedidos de la UNESCO por los expertos reunidos en Bogotá en 1974. El estudio mostraba, mucho más que el que finalmente presentó la UNESCO, la disfuncionalidad que un sistema comercial de explotación de los medios presentaba para cualquier camino de desarrollo. Daba también normas concretas para que cada Estado empezara un camino de cambio. Un buen y fructuoso trabajo de investigación todavía a realizar puede ser la comparación entre ambos documentos, o entre el documento de Bogotá y las conclusiones que finalmente elaboró la conferencia. Pero durante la conferencia, si la SIP no se cansó de especificar sus puntos de vista, los expertos no estuvieron representados y no gozaron del derecho de réplica. Los representantes gubernamentales, por su parte, prefirieron no hacer ninguna alusión al documento de Bogotá, ni siquiera preguntar por qué no había sido distribuido por lo menos como material informativo.

4.- Estos puntos flojos no empañan fuertes aciertos conseguidos por esta conferencia:

a) En primer lugar marca el comienzo de un interés en esferas gubernamentales por integrar en los planes de desarrollo la potencialidad de los medios comunicacionales.

b) En segundo lugar aclara que la tarea comunicacional implica necesariamente una dimensión política e ideológica donde se juegan muchos y grandes intereses creados.

c) En tercer lugar mostró que es necesario una revisión a fondo de la estructura en que se engarzan los medios para adecuarlos a un desarrollo orgánico y bien planificado.

d) Cuarto, que las regulaciones normativas que dicte el Estado deben equilibrar por igual una política definida de desarrollo y los derechos fundamentales que acompañan a cada ser humano y a las instituciones en que se agrupan.

e) Finalmente que definir una política para las comunicaciones no es una tarea fácil e implica profundizar la realidad nacional y encontrar caminos equilibrados que ayuden a mejorarla.

El fin de la Conferencia indica, en realidad, la continuación de una dura lucha por controlar estos grandes instrumentos de poder que son los medios de comunicación y estructurarlos en una política de desarrollo coherente y explícitamente definida. La lectura de las conclusiones hay que hacerla teniendo en cuenta que para conseguir la aprobación del plenario hubo que mitigar las expresiones al máximo para conseguir el apoyo de Romanos y Cartagineses. Pero por detrás de los representantes gubernamentales, de los expertos y de las empresas

que actualmente controlan la casi totalidad de los medios de comunicación en América Latina, están los pueblos latinoamericanos cada vez más conscientes de sus derechos. Queda por ver qué papel le dejan jugar los numerosos intereses creados que juegan en la materia. Algunos observaron que los pueblos marginados fueron los grandes ausentes de este conferencia.

De cualquier manera el planificar las comunicaciones es complejo, difícil y engloba muchos elementos de la estructura social. Y esta conferencia promovida por la UNESCO no ha querido ser el fin sino el principio de un diálogo que comience a poner los puntos sobre las íes. Y esto sin duda es el gran mérito de la UNESCO.