

La radio y la televisión frente a la necesidad cultural en América Latina. Seminario CIESPAL-CEDAL-Fundación Friedrich-Ebert

Anónimo

"...LA RADICALIZACION DEL INTERES COMERCIAL..."

Palabras dichas por la Lic. Carmen Naranjo, Ex-Ministro de Cultura, Juventud y Deportes, en la inauguración del seminario latinoamericano sobre radio y televisión frente a la necesidad cultural de América Latina en el Campus Cedal, Heredia, Costa Rica, 26-4-76

En el campo de la radio y de la televisión se presentan dos tesis radicales: una que sustenta la intervención única del Estado y otra que propicia el manejo de esos instrumentos en manos de la iniciativa privada.

Cuando hay un enfoque apasionado entre una y otra tesis, es difícil hablar con serenidad, con agudeza y aun con un punto de vista nuevo en este campo de la política a seguir con la utilización de los medios de comunicación social: la radio y la televisión.

Hay una tendencia marcada a lo blanco o a lo negro, como enfoques radicales, a lo bueno y a lo malo sin hacer distinción alguna, hay una toma de posición absoluta, que no exige meditación sino el fermento de las ideas en la defensa estratégica de sostener la mira ya colocada en un bando determinado.

La existencia de tesis tan radicales asusta y a veces impide un razonamiento sereno, conveniente para los países y para sus políticos culturales. Por eso es absolutamente necesario hacer un análisis detenido y meditar profundamente, así como invitar al intercambio de ideas más exhaustivo, propiciar el examen más cuidadoso y llegar a entendimientos y soluciones aconsejables, en que encuentre su imperio el interés público y los fines primordiales de la deducción y de la cultura de cada país, como necesidades de orden prioritario para nuestros pueblos.

Quisiera con estas palabras invitar a ese diálogo, o ese intercambio amplio de puntos de vista, como es la intención de este Seminario, tan oportuno y tan bien planeado.

Con ese mismo fin aprovecho esta oportunidad para exponer mis preocupaciones de intelectual y de funcionaria temporal de un Ministerio de Cultura.

Sé que no todos los problemas que aquejan a nuestras sociedades son el producto de las tendencias que se han seguido por parte de las empresas que manejan las comunicaciones sociales, como son los medios de radio y de televisión. Es bien claro que no han creado la pobreza, la desocupación, el exterminio de los recursos naturales, la incomprensión de los países ricos frente a la situación de los países pobres, la violencia en sí, la migración rural o las zonas urbanas, el olvido del apoyo que requieren para crecer y educarse los grupos marginados, y tantos otros problemas que agotan las acciones gubernamentales sin encontrar las mejores y más acertadas soluciones.

Pero, es también absolutamente claro que un país que ha confiado exclusivamente los medios de comunicación social a los empresarios particulares, para utilizarlas a su antojo, sin una política educativa y cultural, han agudizado los problemas citados y los han agravado en tal forma, que se ha entrado ya a los hechos en que se dan contradicciones serias entre las soluciones que se practican y las propagandas que se extienden.

Es precisamente en esta realidad en donde se deben encontrar los puntos de coincidencia, para organizar las fuerzas de esos medios y lograr su mejor empleo en el bienestar del país.

Aparentemente esto es difícil de entender: por una parte se alega que con ello se trata de coartar la libertad a las empresas privadas en el derecho que tienen de expresarse sin limitación alguna. Por otra parte, se teme que la intervención del Estado busque la uniformidad de pensamientos de manera limitante y propicie la estabilidad de determinadas tendencias políticas.

El absurdo a que han llegado esos enfoques, olvida que hay en el mundo muchos países libres, democráticos de manera ejemplar, que utilizan la radio y la televisión en una política de educación, de fomento de la cultura y de sano entretenimiento. Las posiciones rígidas y los temores un tanto abstractas y un tanto presentimientos obligados por las campañas que se propician contra esa necesidad, ya nos han

acostumbrado a que se van a combatir masivamente tales aperturas. Se hace y se hará el combate en términos de que se está poniendo en peligro la libertad de expresión, que en la práctica ha sido entendida y manejada como un derecho de comercializar de la manera más eficiente y reproductiva las concesiones que da el Estado para la operación de radioemisoras y empresas de televisión. El Estado concede tales derechos y se reserva la potestad de regular la concesión. Sin embargo, al ejercer esa atribución necesaria en favor del bien público, se califica esa intervención como un abuso del Poder y una limitación a la libertad. Se pretende que la libertad resida en las manos que manejan los intereses comerciales, los que se convierten en los verdaderos inquisidores de los derechos y garantías individuales y sociales, precisamente utilizando para ello las concesiones otorgadas por el Estado.

El absurdo de la radicalización del interés comercial, hace que también los funcionarios públicos actúen con miedo. A ninguno de ellos les gusta que la propaganda los haga aparecer como enemigos de la libertad de expresión, como personas fascistas o comunistas, como propiciadores de leyes mordaza. La necesidad de poner en práctica leyes justas y necesarias, los puede convertir en víctimas de campañas. La opinión pública es fácil de manejar. Hay expertos en esto: así como se logra vender una cerveza, que pasa a ser de aceptación de todos, así también se puede convertir la buena intención, el trabajo honrado y dedicado de un funcionario público, en una labor que amenaza la libertad, predica el comunismo, que es agente de intereses fascistas o partidaristas, simplemente por querer poner al servicio de la cultura, de la educación, del interés público, los medios más influyentes que ha dado la tecnología, para mejorar las condiciones del pueblo y garantizar también sus derechos y garantías individuales y sociales.

Las campañas se han repetido a lo largo de la historia y no sólo este país ha sido escenario de ellas. Cuando se creó, años atrás, un Departamento de Control de Radio en el Ministerio de Gobernación hubo en Costa Rica una de las campañas más feroces contra los funcionarios que lograron establecer ese Departamento. Se dijo lo que se seguirá repitiendo hasta el cansancio: se atentaba contra la libertad, se ponía en peligro la vida democrática, se trataba de una medida totalitaria auspiciada por la influencia comunista, se estaban imponiendo los intereses políticos de tipo partidista. El miedo de actuar es algo tremendo en este país ante la amenaza de la campaña, que es una de las formas más hábiles para obtener que las leyes no se cumplan en todo su alcance, para que existan los portillos, para que los intereses creados sacrifiquen los intereses de la gran mayoría.

Y el absurdo, ese absurdo de manejar el bien público como patrimonio particular, frente al otro absurdo de no actuar por temor a la campaña que desfigura el buen propósito, ha impedido la conversación y el entendimiento que se requiere y que el Ministerio que presido al fin logró. Por muchos meses, en largas conversaciones con empresarios de radio, de televisión, y de agencias publicitarias, representantes de todo el grupo, trabajé en dos proyectos de ley que aporté a este Seminario como documentos que pueden interesar, pues contienen una posición que se aparta del radicalismo, ofrecen un engranaje de intereses y dan la posibilidad de una ayuda mutua, para que la educación y la cultura sean alternativas para nuestro pueblo en la gama que tienen para oír radio y ver televisión.

En esos proyectos de ley se establecen el orden y el control. A veces estas palabras asustan, pero son necesarias y no deben rehuirse cuando se trata de los intereses del pueblo. Las circunstancias las revelan como absolutamente indispensables en el mundo de hoy. En todos los países en que las empresas de radio y televisión están en manos de empresarios particulares, incluso Estados Unidos, la opinión pública está exigiendo un cambio radical de los programas y las palabras de orden y control se oyen diariamente como una necesidad. La iglesia en Estados Unidos está demandando con fuerza y claridad la intervención del Estado, exige que no se propicie la violencia, el alcoholismo, la vulgaridad, el sexismo, que se controle la publicidad, que frente a la verdadera orgía del materialismo que se exhibe en los medios de comunicación masiva, haya campo para la espiritualidad y para la meditación de los problemas nacionales y mundiales. En todo nuestro continente se levantan voces, con suficiente autoridad moral, para que la influencia de la radio y de la televisión sean objeto de control y se pongan al servicio de los intereses educativos y culturales.

Un país como el nuestro, en donde las canciones infantiles se han sustituido por el remedo de los slogans comerciales, en donde los héroes se han convertido en protagonistas de las series de crímenes y de novelas cursis, en donde los valores del ser costarricense están totalmente influidos por conductas de países desarrollados, en donde la vulgaridad es soberana y en donde la creatividad se ha reducido a términos casi invalidantes en aras de la imitación, es urgente utilizar los más modernos medios de la tecnología moderna, no sólo para vender productos y artículos, la mayoría de las veces innecesarios, sino para cultivar y preparar al pueblo.

Si bien había adelantado que los problemas económicos y sociales en nuestro medio existen, sin que hayan sido causados por la radio y la televisión, como muchos pretenden, debo también afirmar que esos problemas lejos de solucionarse o ate-

nuarse con la política seguida de manejo empresarial privado, concebido en términos de negocio lucrativo, se han agudizado. La pobreza ahora es más pobreza, porque hemos introducido dentro de ella imágenes de desadaptación y de contraste, que sólo pueden incitar a la violencia. Se ha criticado al Ministerio que dirijo por los programas de cine en que hemos expuesto al país de manera honesta y sincera lo que está pasando con la deforestación de los bosques, la realidad nacional en cuanto a la parasitosis y la desnutrición, la situación de la tierra y de los grupos marginados, el alcoholismo, la prostitución y las zonas que requieren urgente apoyo social. Se nos ha criticado por introducir la pobreza en los hogares acomodados, que no quieren saber de las poblaciones que no tienen basureros, de las familias que viven en tugurios, de las quemadas inclementes para las limpias del cultivo, del alcoholismo alarmante y creciente en que se centra nuestra cultura. Es cierto que hemos incomodado hasta el cansancio con imágenes que todos tratamos de olvidar, pero no es cierto que con ellos estemos provocando subversión. La subversión se hace diariamente en nuestro país, cuando en los hogares pobres, mental, económico y socialmente, se introducen los patrones del consumo como medios de dignificación, de prestigio y los artículos consuntivos se presentan como una necesidad vital, porque ante la exigencia de obtenerlos, las familias sin recursos, sin alicientes, sólo encuentran el camino de la violencia, del robo, para poseer cosas que aparentemente son tan elementales. Frente a esas necesidades creadas de manera artificial, los mismos programas se encargan de instruir en la enseñanza de cómo violentar nuestra sociedad. La subversión se abona cuando ocultamos verdades que están creciendo y reproduciéndose y reclaman con justicia pronta atención. La subversión se propicia cuando vamos cediendo la dependencia de una cultura propia, en aras de una cultura ajena, que nos ve y concibe en términos de mercado.

La desocupación también es alentada por estos medios de comunicación masiva, manejados sin responsabilidad social, cuyo interés es vender sin que importe lo que se venda, cuyo fin último es patrocinar la propaganda sin que haya conciencia de lo que dice y crea esa propaganda. Todos queremos ocupaciones fáciles, bien remuneradas, vivir bien, por arte de magia, como encender el botón de un aparato que nos viene a entretener irresponsablemente con el crimen, con el secuestro, con la violación, con la buena vida, siempre sustentada en el menor esfuerzo. ¿Y qué decir de la educación? Estamos enseñando un nuevo sistema en el país, estamos fomentando todo el día compradores, estamos enfatizando sin límites la importancia de tener, sin que nos preocupe la economía nacional y la economía familiar, los valores tradicionales, la moral y la austeridad que requiere un país pobre. Un niño recibe cuatro horas diarias de lección durante un curso lectivo de nueve meses. Ese niño vive y aprende por lo menos ocho horas diarias de la radio y de la televisión,

sin que exista control alguno de lo que ve y aprende, sin que haya limitación en los días del año y en los años de su aprendizaje. ¿Qué sociedad estamos creando? Una sociedad con crisis cada vez más agudas de valores, con la violencia por instrumento en la obtención de cosas, con la vulgaridad como forma de expresión, con la migración constante de campesinos hacia las zonas urbanas atraídos por la vida fácil, acomodados a la vida fácil en la marginación degradante y deshumanizada.

A todos nos espantan esas condiciones del mundo actual y dentro de esas condiciones hemos dejado en manos de la iniciativa privada el aprovechamiento de los medios más poderosos de aprendizaje y superación: la radio y la televisión. Los empresarios comprenden estos problemas, quieren cooperar, es posible con ellos el diálogo, la conversación serena, el encuentro de los puntos de coincidencia. Juntos y unidos a los anunciantes y a los publicistas, es posible desterrar ese círculo vicioso del anunciante que quiere vender, del publicista que ofrece las vías de la venta y del público que ordena aparentemente la hechura de los programas, porque todo el éxito depende del número de radioescuchas o de televidentes.

Estamos, yo por lo menos lo veo así, ante uno de los más agudos y graves problemas de la sociedad actual: la utilización de los adelantos tecnológicos en favor de un futuro mejor para nuestros pueblos, o el uso de tales adelantos para cultivar vicios, actitudes, modalidades que nos esclavizan, que nos materializan, que nos restan fuerzas creativas, que nos sumen en una pobreza mental, que nos idiotizan.

El hombre ha superado los problemas de la mecanización, que tanto preocuparon a los humanistas de épocas anteriores, y aún debe constantemente revisarse si el derrotero que se está siguiendo es el mejor para el buen porvenir de la humanidad. Miles de personas se cuestionan hoy si el camino que se debe seguir es el del desarrollo por el desarrollo mismo, o se debe estabilizar el progreso económico en aras de un moderado bienestar general que beneficie las grandes mayorías.

En todo caso, el hombre de hoy afronta una nueva sociedad y desconoce muchas de sus reacciones, de sus actitudes, de sus aspiraciones. Algo más fuerte que la persona en sí se mueve en el mundo de hoy y será aún más fuerte en el mundo de mañana. Esa nueva sociedad depende de la educación que se le está dando. Con tristeza en muchos países esa educación en buena parte se ha confiado a la radio y a la televisión, sin preocupación alguna por el porvenir y destino de esa sociedad.

Este diálogo, esta reflexión que se va a establecer en el Seminario es urgente. Confío en que más que enfrentamientos de posiciones, de criterios dogmáticos, de inte-

reses creados, se propicie el ambiente de intercambio de ideas, en busca de los puntos coincidentes en que se abonen las mejores soluciones para un mañana en que la humanidad prospere procurando los más legítimos intereses colectivos.

Por mi parte, aspiro y lo aspiro con legítimo interés patriótico y cívico, que muy pronto, verdaderas canciones infantiles vuelvan a los labios de los niños, y no los oigamos con tristeza cantar el estribillo de venta de una cerveza, de un jabón o de un artículo de moda.

RECOMENDACIONES

Recomendaciones del seminario latinoamericano sobre radio y TV frente a la necesidad cultural de América Latina, realizado por CIESPAL y CEDAL con los auspicios de la Fundación Friedrich Ebert San José - Costa Rica.

26 de Abril al 1° de Mayo de 1976

RECOMENDACIONES:

Que los Estados de América Latina consideren la necesidad de formular políticas nacionales de comunicación que procuren vincular los medios de comunicación a los procesos de desarrollo integral destinados a construir una sociedad mas justa.

Esas políticas de comunicación deben ser formuladas y ejecutadas en función de los programas y planes específicos de desarrollo, procurando que la comunicación se use como instrumento para la afirmación de la nacionalidad, de la cultura, para la integración de los pueblos, la superación del individuo, así como instrumento de apoyo para la educación y la elevación de los niveles culturales de los grupos sociales.

Deben poner especial énfasis en la vigencia de la libre expresión del pensamiento dando plena participación en ella a todos los sectores sociales.

Por otra parte, la política debe ser global, armónica y sostenida. A la vez que debe comprender todas las actividades dedicadas a la producción de contenidos y a la difusión de los mensajes por cualquiera de los medios de comunicación.

La política de comunicación debe estar orientada a satisfacer tanto los necesidades nacionales como las de la integración subregional y regional.

Los gobiernos en cuanto a la definición de tal política deben actuar con la participación de todos los sectores interesados.

Que la política de comunicación se defina tomando en consideración el dualismo funcional en vigencia en la mayoría de los países de la región; esto es, que tanto el sector público como el privado tienen la obligación y el derecho de participar en las acciones de comunicación que estén orientadas a mejorar los niveles de educación y propiciar el desarrollo nacional en todas sus formas.

El Estado debe establecer sistemas nacionales de comunicación destinados a estos propósitos de educación y desarrollo, incrementar las actuales disponibilidades de canales de comunicación y mejorar, sustancialmente, los contenidos y la selección de la programación de la radio y la televisión oficiales para tratar de alcanzar las metas que se proponen.

El Estado debe destinar los presupuestos necesarios y suficientes para el desarrollo de sus propias infraestructuras de radiodifusión, admitiendo solamente la inserción de publicidad institucional, prestación y venta de servicios, así como cualquier otro aporte económico de empresas del sector privado que no sean de carácter publicitario.

Los sectores de la comunicación, deben procurar también el desarrollo de sus propias infraestructuras, una cobertura nacional, para dar acceso a la comunicación, especialmente, a los sectores rurales todavía marginados.

El sector privado debe procurar un uso racionalizado de la publicidad para que contribuya a los intereses económicos y sociales de los países y para que, por otra parte, la misma esté destinada a la promoción de artículos útiles y necesarios, evitando aquel tipo de publicidad que fomenta vicios y prácticas atentatorias a la salud de la población o a su economía.

Deberá propenderse también el mejoramiento e incremento de la producción y difusión de programas educativos y culturales debiendo los sectores acordar recomendaciones sobre tiempos y horarios de emisión y criterios mínimos de calidad, en general, para toda la programación de radiodifusión.

Para la ejecución de la política nacional de comunicación no se debe establecer una diferenciación, rígida, que destine la programación cultural exclusivamente, a los canales del Estado; sino que se debe actuar de tal modo que el sector estatal y el

sector privado tengan la obligación y el derecho de participar en los acciones educativas y de promoción para el desarrollo de la sociedad. Por el contrario, la ejecución de la política, debe comprender una operación concertada entre el sector público y el sector privado para alcanzar esas metas que deben considerarse comunes.

Para aumentar en forma progresiva la producción nacional que se inserta en la programación, el Estado en sus operaciones de ejecución de políticas, debe procurar establecer centros de producción en los que las entidades privados, mediante convenios, puedan realizar programas de contenidos trascendentes o de entretenimiento para abastecer los canales de los dos sectores igualmente debe estimular la creación de centros de producción privados. El propósito fundamental para la operación de los centros de producción será mejorar la calidad de los materiales y disminuir los costos de producción, a la vez que concentrar recursos e infraestructura, y recursos profesionales y de técnicos y operadores en todos los niveles.

Se recomienda la creación y operación de un Banco latinoamericano de distribución de materiales educativos y culturales que funcione como un centro documental de servicio multinacional para Estados y empresas, a fin de suministrar programas a los centros nacionales afiliados.

Por otra parte, y tanto para el financiamiento de los centros de producción como para estimular la operación educativa de los medios, el Estado debe conceder exenciones tributarias y otros estímulos a las empresas.

Como las tareas que se deben ejecutar para definir las políticas y para efectuar algunas operaciones que nos permitan alcanzar la racionalización del uso de la comunicación en la sociedad, son urgentes, se recomienda a los Estados adoptar las siguientes acciones inmediatas:

1) Investigación

Es menester dedicar personal y recursos a tareas de investigación sistemática de las situaciones de comunicación, tanto nacionales como regionales. Solamente el conocimiento de la realidad podrá guiar las acciones que se tomen en el futuro.

Las organizaciones internacionales deben poner empeño en el financiamiento de investigaciones, y tanto ellos como los Estados deben reforzar las posibilidades de acciones de centros ya establecidos.

Las investigaciones deben guardar las prioridades adecuadas para que estén orientadas hacia los propósitos de formulación de políticas nacionales de comunicación.

2) Formación Profesional

En vista de que las demandas de formación profesional son apremiantes, para atender todos los niveles, se recomienda a los Estados y al sector privado poner el mayor énfasis en la preparación de personal, evitando la dispersión de recursos y en cambio procurando la orientación hacia las siguientes áreas:

- Investigadores de la comunicación
- Planificadores del uso de la comunicación para el desarrollo
- Planificadores del uso de la comunicación para la educación
- Técnicos, productores, directores y guionistas para radio, TV y cine
- Administradores de medios y sistemas de comunicación
- Periodistas y técnicos en la elaboración de mensajes

En esa tarea se deben concentrar los esfuerzos nacionales y también ejecutar operaciones de las que puedan beneficiarse todos los países utilizando las instalaciones y experiencias de los centros que están operando en América Latina.

3) Documentación

Para abastecer tanto a las demandas de los investigadores, de los que tienen a su carga las tareas de formación profesional y para atender, igualmente, a las necesidades de información de los Estados de la región, se recomienda el fortalecimiento del Centro de Documentación de CIESPAL, que podría actuar como una central latinoamericana, con sucursales subregionales, para convertirse en un banco de datos y de información calificada.

4) Establecimiento de sistemas regionales de comunicación

Que comprenden no solamente la probable operación de agencias regionales de noticias, sino además, la combinación de otros sistemas como enlaces radiofónicos y de televisión por micro-onda vía satélite o para la transmisión diferida. En todo caso, se deben planear operaciones conjuntas y de magnitud, como primera etapa

para llegar posteriormente, al establecimiento de sistemas subregionales y regionales de comunicación.