

Derecho Comunicar

Revista Científica de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información



Número 6 | Septiembre – Diciembre 2012

HOMENAJE AL DR. ANTONIO PASQUALI

Fátima Fernández Christlieb

CORREO ELECTRÓNICO: fatima@unam.mx

*Profesora Investigadora

**Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

***Universidad Nacional Autónoma de México

PALABRAS CLAVE | Antonio Pasquali, Investigación en comunicación, América Latina, Comunicación interpersonal.

KEY WORDS | Antonio Pasquali, Communication Research, Latin America, Interpersonal communication.

RESUMEN

El objetivo de este texto es compartir el gran impulso e influencia que la obra del investigador venezolano Antonio Pasquali ha tenido en múltiples líneas y grupos de investigación, que van desde la economía política de la comunicación hasta la comunicación intersubjetiva. Entre los principales postulados que se destacan está la exigencia de una postura crítica sobre el papel de los medios en las incipientes democracias latinoamericanas, la importancia del nacimiento y sostenimiento de medios públicos; así como su invaluable aporte para la investigación en el campo de la comunicación intersubjetiva bajo su propuesta de la moral de la comunicación.

ABSTRACT

The objective of this paper is to analyze the influence of the Venezuelan researcher, Antonio Pasquali, in multiple lines and research groups ranging from the political economy of communication to interpersonal communication. Among the main principles that stand out, is the requirement of a critical stance on the role of media in the Latin America emerging democracies, the importance of both the birth and maintenance of public media, as well as his invaluable contribution to the field of interpersonal communication under his postulates of a communication moral.

Pasquali entró a mi vida, como a la de tantos de mi generación, cuando éramos estudiantes de Comunicación. Corrían por ahí, a principios de los años setenta, citas suyas de una edición de 1963 publicada por una institución, aquí desconocida, cuyas siglas eran cuatro letras: EBUC. El libro era inconseguible en México y las fotocopias no existían. Sabíamos de él porque lo citaban Oswaldo Capriles y Luis Aníbal Gómez. Se trataba de *Comunicación y Cultura de Masas*. Hubo que esperar hasta 1972 cuando nos llegó la segunda edición. Era el año cuando en México, el presidente Echeverría desencadenaba toda su retórica tercermundista, misma que entre otras cosas cuestionaba fuertemente a los concesionarios de radio y televisión. Prometía leyes nuevas y alborotó el avispero sin que nada significativo ocurriera. Nada cambió con el reglamento de 1973, pero todo se movió entre quienes veíamos un potencial político descomunal en los medios. Tiene que haber reglas del juego claras y explícitas –pensamos–, y varios nos lanzamos en búsqueda de cualquier pista que permitiera conocer mejor el panorama de la radio y la televisión en México.

Leí entonces ese libro de Pasquali que en el subtítulo lo prometía todo: “La masificación de la cultura por medios audiovisuales en las regiones subdesarrolladas. Estudio sociológico y comunicacional”. Comencé a citarlo, me lo pedían pero no lo prestaba, debía cuidarlo, imaginaba que algún día el autor me lo iba a autografiar. Me propuse hacer la tesis de licenciatura con este enfoque. Por esas épocas, en México sabíamos poco sobre quiénes y de qué manera controlaban los medios. Con el mismo propósito había yo estudiado una edición de los *Cuadernos de la Realidad Nacional* que se comenzaron a publicar en Chile al abrirse la década de los setenta. El número 3 de esas publicaciones del CEREN, editado por la Universidad Católica de Chile, se dedicaba a los medios y me detuve en el análisis de la estructura de poder que ahí vertió Mattelart. Ambos, cada uno con su estilo y perspectiva, hacían aflorar el poder subyacente en la propiedad de los medios, uno en Venezuela, el otro en Chile, pero el de Pasquali me abrió los ojos a otra realidad que traspasaba las fronteras de los países de América Latina. En la página 199 de esa vieja edición de *Comunicación y Cultura de Masas* se tocaba un asunto que yo entonces desconocía: las empresas privadas de radio y televisión de nuestros países estaban agrupadas en una asociación para defender sus dineros sin importarles “el estado de postración cultural y de masificación a que tienen sometidos a los pueblos latinos”. Punto final, no decía más, pero el libro de Pasquali incluía en su apéndice número 7 la declaración sobre los principios de ética de la Asociación Interamericana de Radiodifusión. Me sorprendieron dos frases de los empresarios ahí plasmadas, una donde mencionaba su deber de reclamar y otra con una mención a la moral comercial. Esto último no presentaba problema, si buscaban el lucro como su objetivo central pues necesitaban su propia moral, pero lo otro, lo de reclamar, eso me generaba interrogantes. ¿A quién le van a reclamar qué y porqué?

El libro de Pasquali me mandó a averiguar qué cosa era la AIR o la Asociación Interamericana de Radiodifusión. No existían los buscadores, había que bucear en las publicaciones de los concesionarios. Eso hice hasta que encontré algo que atrapó mi atención y mi energía por varios años. El principal impulsor en la creación de la AIR, en 1946, fue Emilio Azcárraga Vidaurreta, abuelo del actual dueño de Televisa. Durante años analicé cada una de sus reacciones, desde los años cuarenta, ante los intentos gubernamentales por regular la industria. Entendí entonces, no sólo cómo articulaban ese reclamo, sino cómo obstaculizaban cada proceso legislativo en México hasta llegar a constituirse en un

verdadero poder fáctico. El episodio que vivimos a partir de diciembre de 2005 con la “Ley Televisa” es un ejemplo por todos conocido: han obrado con el mismo objetivo desde hace décadas, cada vez con más poder y sofisticación.

Sería ocioso detenernos en estos casos de no ser porque esa asociación, la AIR, dada a conocer por Antonio en los años sesenta, sigue viva, aunque ahora en lugar de “interamericana” lleva el adjetivo de “internacional”, pero continúa con su objetivo de combatir cualquier tipo de iniciativa que reste poder a los concesionarios. Pasquali nos alertó, antes que nadie, sobre los obstáculos a los que se enfrentaría cualquier nación latinoamericana que intentara dar golpes de timón en estos terrenos. Ahora mismo, aquí en México, la reforma constitucional en materia de telecomunicaciones y medios, las cuales acaban de aprobar en estos días los congresos de los estados, no estará exenta de jalones, presiones y amenazas.

En febrero de 1978, Antonio Pasquali vino a México y aquí en la UNAM, en esta misma Facultad, participó en algo que nunca debió haberse suspendido: los cursos de invierno, que en ese año llevaron por título “Comunicación y dependencia en América Latina”. En su conferencia, Antonio nos inundó con datos sobre cómo operaba la televisión en cada uno de los continentes para mostrar que nuestros países eran los únicos donde predominaba el modelo comercial. En aquel entonces, decía él hace más de tres décadas, en África el 92.8% de la televisión era pública y en Asia el 71.4%, mientras en estas latitudes sólo imaginábamos lo que sería eso, no teníamos la experiencia directa. Es altamente probable que sus datos y sus publicaciones hayan influido en el interés por la creación de medios públicos en México.

En esa ocasión, hace 35 años, mientras Pasquali soltaba cifras en el Auditorio Alfonso Caso de esta Ciudad Universitaria, yo sostenía mi ejemplar de *Comunicación y Cultura de Masas* deseando que me lo autografiara. No encontré la oportunidad y me retiré con mi libro sin dedicatoria y con nuevos bríos para seguir en esa ruta de investigación.

El 25 de agosto de 1980 volví a ver a Pasquali en Caracas, donde se inauguró la XII Asamblea y Conferencia Científica de IAMCR o AIERI. Era entonces el representante de la UNESCO ante los investigadores de la comunicación ahí reunidos; poseía todo el panorama, no sólo de los medios en el mundo, sino de cuanto se trabajaba en las diferentes regiones. Era la época en que acababa de publicarse *Comprender la Comunicación* en aquella primera edición de Monte Ávila Editores.

Ese otro libro de Pasquali generó polémica entre quienes aún consideraban que McLuhan era un autor fundamental para el estudio de los medios. En la edición de finales de los setenta el capítulo 8 llevaba por título “En torno a la ideología represiva de McLuhan”, lo cual resultó un brusco gancho que invitaba a leerlo. Acompañado por Mannheim, Adorno y Wright Mills, nuestro invitado de hoy dejaba claro el trasfondo utilitarista-pragmático de los textos profundamente ideológicos de aquel canadiense de moda que los maestros de los años setenta nos incitaban a leer. Pasquali rescata ahí, eso sí, lo rescatable de la obra de McLuhan, como fue el concepto de aldea global. En la nueva edición de 2007, Antonio matizó el título de ese capítulo para llamarlo “1964: Marcuse versus MacLuhan”, conservándose el mismo título del libro de 1978: *Comprender la Comunicación*, en clara referencia al *Understanding Media* de McLuhan. Eso es lo que tanta falta nos hace hoy en día: intentar comprender la comunicación humana antes y además de los medios.

Pero más allá de este capítulo inspirado en ese personaje, esta nueva edición de *Comprender la Comunicación* trae más luz, regala luz actualizada y a raudales sobre el problema ontológico de la comunicación y de los territorios en los que se da y puede darse. Antes de publicarse este trabajo coeditado por Gedisa y el ILCE, Pasquali tuvo la gentileza de enviarme por correo electrónico el capítulo 6, gracias a un venturoso encuentro que se dio, también en aquí en la UNAM, el 16 de marzo de 2007. En esas fechas, Aimée Vega, por cuya

iniciativa estamos aquí, era entonces presidenta de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación y había organizado el Coloquio de los Grupos de Investigación de la AMIC. Nos pidió a Beatriz Solís, a Florence Toussaint y a mí que dijéramos unas palabras en la inauguración. Yo andaba zarandeada por la vida sorteando adversidades diversas y en lugar de discurso formal me desbaraté en un listado de asuntos cotidianos, cuyo hilo conductor era la necesidad de replantear la comunicación humana, de revalorar nuestra relación con los otros y concluí al decir que ninguno de los grupos de investigación de la AMIC me interesaba en ese momento, si acaso trabajaría en uno que no existía y que décadas atrás alguien había sugerido abordarlo: la comunicación interpersonal. Cerré mi intervención con una frase tajante: "por ahora no quiero coordinar nada", dicho esto me fui. Antonio Pasquali estaba en esa reunión. Cinco días después recibí un mensaje suyo el cual transcribo textual:

Hola Fátima, el otro día comenté tu intervención ante AMIC (ya te habías ido, pero te referirán me imagino), así resumible: no sólo no debes pedir permiso a nadie para abordar la "comunicación personal", sino que te rogamos lo hagas. Primero, por ser ella la EUDAIMONÍA final de todas nuestras luchas y segundo, porque siempre hemos puesto la carreta delante de los bueyes, pretendiendo estructurar un Derecho y una Política de Comunicaciones sin aclarar antes los términos de una Moral del Comunicar (todas las normas derivan de un plexo moral primigenio). Tu problema yo lo llamo "una moral de la intersubjetividad". Te estoy anexando el capítulo VI de la nueva edición española, por Gedisa, de mi "Comprender la Comunicación", próximo a salir. Aún trae las manchas de color del corrector de pruebas. Espero te sea útil en tus nuevos abordajes. Lamenté no conversar algo más contigo, tuve algún problema de salud. Un abrazo. Antonio Pasquali.

Antes que nada, comencé a hacer mía la palabra EUDAIMONÍA y me atrajo profundamente su componente de felicidad, de destino gozoso, de culminación de la gran búsqueda. Ese capítulo tuyo, Antonio querido, no sólo fue motivo de una acuciosa lectura, sino que fue el origen de una nueva línea de investigación en AMIC. Aimée Vega se movió también y me presentó a una joven y talentosa doctora, Marta Rizo, interesada en el tema, con la cual comencé a trabajar en un grupo que al día de hoy ambas coordinamos y lleva por nombre Comunicación Intersubjetiva. Acaba de salir nuestro segundo libro colectivo titulado *La comunicación humana en tiempos de lo digital*, coeditado por AMIC, con el apoyo de su actual presidenta Marilú Garay, moderadora de esta mesa y por la UAM Cuajimalpa, institución a la que pertenece el tercero de los autores, Marco Millán.

Este pequeño texto no es una reproducción de lo que has dicho, es una continuación de la búsqueda a la que invitas, es la incursión en ese filón abandonado de la sociología a la cual te refieres y es también un primer paso, para lo mismo, en territorios de la Psicología.

Incluimos en él, al final, una bibliografía comentada sobre Comunicación Intersubjetiva e Interpersonal. Obviamente, entre los autores que más nos aportaron te encuentras tú y tu *Comprender la Comunicación*. En la página 129 escribimos:

Treinta años después de otro libro del mismo autor, con el mismo título, Pasquali insiste en la vigencia y necesidad del FACTUM comunicante o la interrelación humana que subyace bajo el fluir del devenir tecnológico-mediático. Si comprendemos el proceso constitutivo de la relacionalidad humana podemos esperar certeros efectos desalienantes y una convivencia de mejor calidad. Para dar cuenta del cómo, el autor divide este libro en cuatro partes: la cuestión ontológica, la cuestión moral, la cuestión política y al final ofrece varios elementos de hermenéutica económica y tecnológica.

Tu *Comprender la Comunicación*, Antonio, es obviamente mucho más que esta burda síntesis. Es el regreso a ese genuino diálogo en el cual ambos polos comparten un idéntico

poder emisor y receptor, una idéntica capacidad de metamorfosearse instantáneamente de emisor en receptor porque saben que es la única forma de suscitar la comprensión en un ambiente de reciprocidad. Has planteado el retorno a lo fundamental, a nuestra esencia, a la valoración de lo relacional para saltar fortalecidos hacia cualquier territorio humano y también hacia lo que ocurre en el complejo mundo de los medios.

Habemos muchos, en América Latina, intentando entrarle a tu legado porque nos queda claro aquello con lo que cierras el capítulo de la dimensión moral del comunicar. Sabemos, porque lo has dejado claro y porque lo verificamos en nuestras propias vidas, que entes incomunicados, ignorantes uno del otro, no pueden constituir ni la más pequeña célula o núcleo social.

Tarde o temprano recuperaremos las distintas dimensiones de la **relación** como categoría suprema de la nueva moral de la intersubjetividad. No descansaremos hasta encontrar un modelo coherente capaz de abarcar y nombrar todas las posibilidades, modalidades y funciones de la relación del yo con el otro u otros. Hacia allá nos dirigimos.

Mientras eso sucede quiero, en el aquí y el ahora, hacer un triple y simbólico intercambio contigo.

Primero, no te puedes ir de México sin autografiarme ese libro tuyo que viejo y amarillento, pero legible y completo, he cargado durante tantos años en búsqueda de tu firma.

Segundo, quiero entregarte el texto nuestro *La comunicación humana en tiempos de lo digital* que acaba de salir de la imprenta. Buena parte de su inspiración viene de tu obra.

Tercero, al saber de tus extraordinarias dotes culinarias y de tu amor por la repostería, quiero regalarte unas vainas de vainilla orgánica de Papantla para que al llegar a Caracas prepares algo delicioso y les digas a tus invitados lo siguiente: en México, realmente me conocen y me quieren.