

ANTONIO PASQUALI: CÁTEDRA SOCIAL, EJEMPLO PÚBLICO

Raúl Trejo Delarbre

CORREO ELECTRÓNICO: rtrejo@unam.mx

*Investigador

**Instituto de Investigaciones Sociales

***Universidad Nacional Autónoma de México

PALABRAS CLAVE | Antonio Pasquali, investigación de los medios, ética y comunicación, medios en Venezuela.

KEY WORDS | Antonio Pasquali, media research, ethics and communication, media in Venezuela.

RESUMEN

La influencia intelectual de Antonio Pasquali se manifiesta en el trabajo de varias generaciones de estudiosos de la comunicación en América Latina. En este artículo se reseñan diez rasgos recurrentes en las inquietudes académicas pero también éticas y políticas de ese autor venezolano. El texto concluye con un relato personal que compendia la congruencia intelectual y política de Antonio Pasquali.

ABSTRACT

The intellectual influence of Antonio Pasquali is evident in the work of several generations of communication scholars in Latin America. This article outlines ten recurrent characteristics in the academic but, also, ethical and political concerns of that Venezuelan author. The text concludes with a personal story that summarizes the intellectual and political congruence of Antonio Pasquali.

Con Antonio Pasquali, celebramos al afán por la precisión lo mismo conceptual que fáctica, la ilustración y el rigor como pautas para entender a los habitualmente frívolos y huecos medios de comunicación (de información, exige que digamos). En Pasquali, reconocemos la tenacidad en la lucha por las ideas, el compromiso con principios éticos independientemente de lo políticamente correctos que resulten, la trayectoria sin sobresaltos de la academia a los foros internacionales y las tribunas mediáticas sin abandonar nunca el espacio universitario. Con Pasquali, refrendamos la lid por esa utopía que algunos llaman democratización de los medios y los avances, paso a paso, en la construcción de los contrapesos más eficaces a la hegemonía de las corporaciones mercantiles y que son los medios de carácter público.

1. Búsqueda de lo esencial. Los lectores de Pasquali conocen, y de hecho celebran, su obsesión por las definiciones conceptuales. Allí hay una preocupación por la claridad pero, también, por una mejor realidad. Allí hay un tránsito, fructífero y sin artificios de las ideas, a los ideales.

La proverbial insistencia de Pasquali para que no confundamos a la comunicación con la información está cifrada en el carácter indisolublemente humano que ha decidido conferirle a la propia comunicación. Se trata de un ejercicio dialogante, que resulta imposible cuando la transmisión de mensajes es únicamente unidireccional. No hay que confundir a la comunicación con los medios de información, subraya desde sus primeros libros. Más adelante riñe con el término "sociedad de la información", lo mira con desconfianza, advierte contra su utilización mercadológica y política. Pero admite su utilidad: "sociedad de la información connota aquel segmento o momento de una sociedad de la comunicación en que por convenio pragmático predominan relaciones de información, pero en el cual conservan plena vigencia los valores y normas del comunicar expresables en un derecho a la comunicación" (2005: 62).

Las primeras preocupaciones conceptuales de Pasquali destacan en *Comunicación y cultura de masas* en donde presenta, frente a otros esquemas, su propia teoría de la comunicación afianzada en el carácter humano y dialogal que le confiere a ese intercambio. Aquel libro se publicó inicialmente en 1963, aunque fue más conocida la edición de Monte Ávila en 1972. Así que *Comunicación y cultura de masas* está cumpliendo medio siglo. Allí tenemos otro motivo para celebrar al profesor Pasquali.

2. Airosa erudición. Ese carácter conversacional es, al mismo tiempo, estilo y método. Las disquisiciones de Pasquali, sobre todo en sus primeros libros, son un diálogo crítico y constante con muy variados autores. Aristóteles, Platón, muy especialmente Kant, son glosados pero sobre todo interpelados en amplios segmentos de *Comprender la comunicación* (1970). También hay espacio para autores de inspiración más lírica. *Comunicación y cultura de masas* (1963 y 1972) está salpicado de referencias a Kafka, Thomas Mann, Eurípides, Gide, Camus, Moravia, Neruda. En *El orden reina* (1991) se acuerda de Bioy Casares.

Su formación filosófica, hace propicio el diálogo de Pasquali con varios de esos autores. Y a la vez, lo aleja de algunos otros con enfoques más heterodoxos. Con Marshall McLuhan tiene una relación –siempre en el plano de la discusión en sus libros-- de aborrecimiento con tintes de quizá involuntaria simpatía. Desde *Comprender la*

comunicación, en 1970, nuestro filósofo latinoamericano encuentra que “*Understanding Media* es la obra más profundamente ideológica y conservadora aparecida en escena desde los comienzos del crecimiento exponencial en Comunicaciones. Su propósito fundamental es distraer la atención científica de los vitales ingredientes éticos, políticos, sociales e históricos implicados en los procesos de comunicación social, para reducir el discurso a un elegante análisis de los ‘medios’...” (1970: 208). Poco después, en la segunda edición de *Comunicación y cultura de masas* Pasquali deplora, con ironía, que “el elegante esfuerzo de McLuhan por escapar al Escila de la idiotez tecnológica no le ha impedido naufragar en el Caribdis de la idiotez sociológica” (1972: 14-15).

Esos durísimos juicios son matizados por reconocimientos como el que confiere en 1998, cuando considera que “la verdadera novedad aportada por el McLuhan humanista, filósofo moral y católico”, fue el hecho de que “su visión antropológico-social y tecnológica se fundamentó enteramente en la noción de *interdependencia electrónica* (que Internet permite comprender mucho más fácilmente que a comienzos de los 60) (1998: 174)”. Ese reconocimiento lo hace Pasquali en su libro *Bienvenido Global Village* que, además de jugar con el título de aquella película española de Luis García Berlanga que apenas despuntando los años 50 se mofaba de la ayuda estadounidense que recibían los desastrados españoles después de la Segunda Guerra, es un homenaje a la fórmula mcluhaniana que anticipó la mundialización. La aldea global del pensador canadiense no está definida por la interdependencia sino por la subordinación a los productos culturales de las metrópolis, subraya Pasquali.

Las afinidades teóricas de Pasquali, en todo caso, se ubican en otras latitudes. Los pensadores alemanes que, encabezados por Adorno y Horkheimer, destacaron la influencia avasalladora de los medios de información, han sido referencia esencial en su obra: “Frankfurt es una obligada estación de tránsito y reflexión. A sus principales autores debemos, sépase o no, casi todos los argumentos críticos que hoy pasan por lugares comunes...” (1970: 226).

3. Vocación por el dato. Pasquali nunca se ha ensimismado en la reflexión únicamente conceptual. Sus apreciaciones acerca de la comunicación, y de los impedimentos colosales para que sea posible, siempre han estado nutridas en una puntillosa investigación que documenta usos y abusos en el ejercicio de los medios. La obcecación por el dato le ha conferido solidez a las afirmaciones de este autor y lo ha llevado a indagar asuntos como el gasto venezolano en publicidad en los años 60; los integrantes, nombre por nombre, de la Asociación Nacional de Anunciantes en ese país; los kilowatts que empleaban para transmitir la radiodifusoras europeas en 1969; el tiraje de los diarios en Venezuela; los aparatos radio receptores por habitante en América Latina; las horas de transmisión anual de los géneros radiofónicos que difundía la RAI italiana; los minutos que dedicaban a cada género televisivo los canales de más audiencia en Venezuela; los porcentajes de ganancias de los distribuidores de películas en los cines venezolanos y los salarios de los proyccionistas; las variaciones porcentuales en la edición de libros en Hispanoamérica; los sitios más visitados en Internet y un extenso e incontenible etcétera.

La necesidad para documentar el desempeño de los medios tiene sentido académico pero además político. Si conocemos punto por punto de qué maneras y con cuáles proporciones los medios nutren de mensajes a nuestras sociedades, podremos aquilatar sus implicaciones en la cultura. “*Sólo un discurso específico sobre los monopolios locales de la cultura de masas, sus métodos y fines, puede aspirar a una función práctica, como es la de suscitar sentido de responsabilidad y deseo de reformas*”. (1972: 123-124, cursivas de Pasquali).

4. Mirada global. Si en los años sesenta y setenta comenzó inquietándose por el consumo de mensajes mediáticos y la consolidación de corporaciones informacionales en Venezuela, Pasquali pronto transitó a ocuparse de esos temas en la dimensión latinoamericana. Le ha interesado ubicar insuficiencias y despropósitos, tanto de magnates como de gobernantes venezolanos, en el contexto de la región. La consolidación de O'Globo y la familia Marinho en Brasil, o de Televisa y los Azcárraga en México, la ha comprendido como parte de una tendencia oligopólica a la que su país no ha sido ajeno. Pero nada de ello se entendería, como bien ha insistido, sin los intereses que irradian desde las metrópolis en donde se encuentran asentadas las corporaciones. Por eso exhorta a: "Pensar en el norte en lugar de ser constantemente pensados por él" (2005: 24).

5. La ética, los valores, lo humano. Entender a la comunicación como una actividad humana, conduce a Pasquali a preocuparse por los valores que la rigen. Ética y moral, son dos pilares en el pensamiento de este filósofo preocupado por la orientación y no por la reputación de los medios. Como especialista y como ciudadano exige que los medios tengan un comportamiento responsable pero advierte, a menudo, que los códigos deontológicos pueden convertirse en coartada para que los medios se ufanen de comportarse con integridad.

6. Medios privados, mal necesario. La conducta usual de los medios está ceñida por el carácter empresarial que tienen casi todos ellos. Pasquali no desconoce las prioridades mercantiles de las empresas de comunicación. Pero justamente porque están presentes en el escenario cultural de nuestras sociedades, hay que conocerlas, entenderlas y de ser posible acotarlas.

En América Latina hemos padecido la expansión más desbordada que se haya registrado para colocar en el centro de la vida pública los intereses y negocios de las corporaciones mediáticas. Pasquali encuentra que "la TV latinoamericana ha acumulado un sobrepeso que no tiene paralelos en el mundo, un poder que controla los demás poderes" (2005: 236-237).

Poder mediático, ha devenido en poder político ante la complicidad primero, la incapacidad más tarde y en algunos casos, posteriormente, la preocupación, de gobiernos y sociedades. Para nuestro autor venezolano, hemos tenido, dice en el mismo libro, "un uso de la comunicación televisiva que trascendió indebidamente la consagrada función de control para convertirse en complicidad negociada con el poder o sencillamente en escalada al poder: una nada hipotética amenaza para el porvenir de la democracia, y un obstáculo mayor al advenimiento de una relacionalidad humana menos monitoreada y más libre" (2005: 87).

La alternativa a la hegemonía de los medios de talante mercantil se encuentra, fundamentalmente, en la promoción, expansión y defensa de los medios de servicio público. Esa es la conclusión como investigador, pero también la convicción como hombre político que es, a la que ha llegado Pasquali.

7. Medios públicos, el camino a la comunicación. Citando a su compatriota Oswaldo Capriles, Pasquali apuntó hace casi un cuarto de siglo: "Uno de los problemas de la legislación sobre radiodifusión en América Latina lo constituye justamente la falta de un desarrollo conceptual de la noción de *Servicio Público*, nunca definido en términos de contenidos, necesidades o intereses prioritarios de la población, el país o el Estado" (1990: 113 y 116).

El modelo se encuentra en Europa, pero las dificultades que enfrenta el desarrollo de tales medios son muy domésticas. En los países latinoamericanos no se han desarrollado

auténticos sistemas de radiodifusión pública como los europeos, en parte por ausencia de interés suficiente de gobiernos y sociedades y, también, debido a la oposición, en ocasiones militante, de las empresas privadas que se consideran propietarias, y por lo tanto usufructuarias únicas, del espectro radioeléctrico.

En América Latina no hemos tenido circunstancias suficientes para que los empresarios de los medios asuman responsabilidades como las que el Estado y la sociedad les pueden imponer en otras regiones. Así que: "Lo más verosímil, pues, es que Venezuela necesite por muchos años todavía un Estado siempre más moderno, eficaz, emprendedor, honesto, pedagogo y ejemplar, capaz de llevar al país a un estado de desarrollo tan avanzado que su clase emprendedora alcance finalmente a reunir las condiciones morales, financieras y tecnológicas como para tomar los relevos de ciertas funciones públicas" (1990: 148).

Un Estado con tales virtudes, se encontraría en capacidad para promover medios que, encontrándose apuntalados en recursos fiscales, no fueran instrumentos del gobierno. "En América Latina –escribió Pasquali en un texto publicado en 1991– más calidad y más pluralismo no podrán provenir, por aparente paradoja, sino de poderosos, eficientes, desgubernamentalizados y altamente calificados servicios públicos, sometidos por la vía legislativa al control permanente del usuario" (1991: 315).

8. Venezuela, desfiguración de lo público. El problema es que nuestros estados, y quienes los conducen, distan de tener la sensibilidad necesaria para admitir medios de comunicación al servicio de la sociedad y no del poder político. Peor aún, en ocasiones al despotismo de los medios privados los gobiernos responden con un patrimonialismo en los medios públicos que los convierte en instrumentos facciosos. El ejemplo más deplorable de esa apropiación política de los medios financiados con recursos públicos lo ha tenido que presenciar Pasquali en su propio país.

La lid por los medios públicos, que antes desarrolló desde organismos y encuentros internacionales, así como en el trabajo académico, en los años recientes, Antonio Pasquali la ha desplegado en el debate público y en un inevitable enfrentamiento con el gobierno de Venezuela. Defensor empedernido de la comunicación de servicio público, Pasquali ha tenido que denunciar el artificio que son los medios en manos de ese gobierno y que únicamente parecen públicos porque algunos todavía les llaman así. En numerosos artículos y entrevistas de prensa, Pasquali sostiene posiciones como la siguiente:

"El presente gobierno es el primero en la historia del país en haber asumido a plenitud el poder de las comunicaciones, sobre todo radioeléctricas, mas no para aliviar la agobiante y extranjerizante dictadura mercantil del viejo duopolio mediático, o para asegurar al sufrido usuario servicios públicos no gubernamentales de calidad" (2007 b: 270). El gobierno de Hugo Chávez, explicó nuestro autor en un discurso en la Universidad Central de Venezuela, lo que han buscado es "garantizarse, por saturación de mensajes, un predominio ideológico que eternice el consenso mayoritario, lo cual intenta lograr desde un sistema mediático público' degradado a gubernamental o, más propiamente, a 'autocrático', o sea chavista" (2007 b: 270). Los acontecimientos posteriores han confirmado ese diagnóstico del profesor Pasquali. El chavismo sin Chávez mantiene, y en ocasiones profundiza, una manipulación de los medios de comunicación que solamente tendría pleno éxito si en la sociedad venezolana no hubiera capacidad de exigencia, indignación y reacción frente a esas formas de caudillismo apuntalado en el control mediático.

En la deplorable experiencia reciente de Venezuela, Pasquali ha encontrado la cristalización de algunas de las peores pesadillas acerca de los medios públicos.

Desfigurados por la confiscación del gobierno, funcionan a contracorriente de sus fines auténticos. Ya decía, hace no mucho, el mismo Pasquali, y esa advertencia nos viene muy bien justo cuando en México estamos por desarrollar un nuevo sistema de comunicación de servicio público gracias a la recientísima reforma constitucional: "Al tratar de poner la comunicación al servicio de todos los hombres, sin discriminación, se corre el riesgo de ponerla al servicio de los gobiernos" (2005: 111).

9. Mirada hacia el futuro. Pasquali jamás ha mitificado las innovaciones tecnológicas. Pero no las desprecia. Es de los pocos pensadores latinoamericanos que, muy temprano, entendió a los medios como componentes de un mismo entorno, creado por tecnologías concurrentes. Antes de que se hablara de convergencia y de que la transmisión de información fuese amalgamada por la tecnología digital, se interesó tanto por la radiodifusión como por la telefonía. Así, anticipó atributos de la red de redes. Por ejemplo, Pasquali llegó a considerar: "Sólo el teléfono ha universalizado, aunque reducido a la voz, el carácter realmente interactivo de una comunicación en el pleno sentido del término". Y citaba a Jean Voge para decir que lo que le falta a la telefonía es lograr conferencias, a bajo costo, entre más de dos personas: "El día que cualquiera de nosotros pudiera levantar la bocina y dirigirse fácil, simultáneamente y a bajo costo a cuatrocientos o a veintemil interlocutores... el teléfono pasaría a ser el arma absoluta de la democracia participativa" (1990: 50-51).

Tres lustros más tarde, podía enfatizar: "Internet ha llenado la laguna que la quedaba a la telefonía: el no poderse dirigir simultáneamente a muchos receptores" (2005: 44).

10. Academia y política. Antonio Pasquali es un académico cuya opinión tiene peso político. Se trata de un ciudadano que no reniega de sus compromisos públicos. Pero la política no condiciona a la investigación académica en el trabajo de Pasquali. Esa precisión es pertinente porque cada vez encontramos con más frecuencia, en nuestros países, una sobre politización del trabajo académico que suele funcionar como coartada para justificar enfoques descuidados o el debilitamiento del talante crítico.

Por eso es oportuno rescatar este apunte de Pasquali acerca de la necesidad de no abandonar la reflexión conceptual, a pesar de las exigencias coyunturales: "Respetables urgencias político-sociales e interesadas manipulaciones ideológicas, conspiran en contra de esta tarea... Por un lado, la conciencia cada vez mayor del problema entre los grupos sociales y nacionales comunicativamente colonizados... hace que su mejor inteligencia se vuelque a la solución de concretos problemas jurídicos, económicos y políticos – internos e internacionales– que les permita subsanar las más flagrantes injusticias de que son víctimas. A los urgidos de un nuevo orden informativo, a los necesitados de una praxis realmente ecuménica, justa y participativa en comunicaciones, se les va la lucidez en la lucha cotidiana por la liberación, sin retazos para el esfuerzo teórico que pudiera asegurarles a largo plazo más sólidos instrumentos de transformación" (1970: 27).

11. Congruencia. Elogiar la congruencia se ha convertido en costumbre política tan generalizada, y descontextualizada, que a menudo resulta hueca. La congruencia no es en sí misma un valor reivindicable. Un político cínico, un empresario bribón o un delincuente, pueden mantener esos comportamientos y ser, por ello, congruentes con sus desvergüenzas o bellaquerías. La congruencia reivindicable es la que resulta del compromiso con valores cívicos, o con una moral sustentada en la humanidad.

De ese corte es la congruencia de Antonio Pasquali. Se puede documentar una línea de pensamiento consistente en los libros que ha publicado desde hace medio siglo. Pero también en sus afinidades y hasta en sus antipatías.

Así lo conocí, en septiembre de 1993. Pasquali me era familiar gracias a varios de sus libros, de tal manera que me emocionó saludarlo en los pasillos del Hotel Camino Real, en donde nos encontrábamos entre los pocos conferencistas latinoamericanos invitados a un congreso del International Institute of Communications. Aquella era una reunión con más empresarios que académicos y en ella abundaban exhibiciones y eventos patrocinados por interesados consorcios mediáticos. Televisa tenía una presencia destacada y uno de los eventos más importantes era una cena a la que invitaba esa empresa. Para ese convivio, estaba anunciada la actuación de un grupo musical, en aquellos años muy vistoso porque cantaban y bailaban varias chicas notablemente guapas. Así que mi motivación para asistir a la cena no era precisamente sociológica. Con ese interés le pregunté a Pasquali si iría a dicho evento. Me respondió con una frase inolvidable y certera:

“No ha llegado el día en que yo me siento a la mesa del señor Azcárraga”.

Por culpa de esa frase, me perdí la cena pero gané un ejemplo y, quiero creer, una amistad para toda la vida.

Muchos años más tarde Pasquali me contó que lo estaban invitando a un encuentro, todos los gastos pagados y quizá algo más, en una ciudad mexicana. Le entusiasmaba la posibilidad de venir. Cuando le expliqué que se trataba de una de las reuniones muy rumbosas (“Espacios”, les dicen) que organiza Televisa para prestigiarse entre estudiantes y que no tienen de académicas mas que la complicidad de algunas universidades que aceptan ser huéspedes de esas auto promociones, pude sentir, en la distancia del correo electrónico, la tristeza de Antonio que decidió no aceptar la invitación. Por supuesto recordé aquella frase sobre la mesa de Azcárraga.

Esa frase, que le oí a Antonio Pasquali, me ha acompañado durante 20 años ayudándome a sortear algunas tentaciones y a vivir tranquilo con ese pepe grillo que algunos llaman conciencia. Aquella frase y la lectura de sus textos, el privilegio de su conversación, la autoridad académica y moral de su magisterio, son algunos de los motivos para decirle, con franqueza: gracias, profesor Pasquali.

Este texto, publicado aquí con ligeros cambios, apareció inicialmente en Zócalo de junio de 2013.

REFERENCIAS

- Antonio Pasquali (1970) *Comprender la comunicación*. Monte Ávila, Caracas.
- _____ (1972) *Comunicación y cultura de masas*. Monte Ávila, Caracas.
- _____ (1990) *La comunicación cercenada. El caso Venezuela*. Monte Ávila, Caracas.
- _____ (1991) *El orden reina. Escritos sobre comunicaciones*. Monte Ávila, Caracas.
- _____ (1998) *Bienvenido Global Village*. Monte Ávila, Caracas.
- _____ (2005) *18 Ensayos sobre Comunicaciones*. Debate, Caracas.
- _____ (2007a) *Comprender la comunicación*. Edición revisada y actualizada: Gedisa, Barcelona.
- _____ (2007b) "La libertad de expresión bajo el régimen chavista: mayo de 2007". Intervención en la Universidad Central de Venezuela. *Signo y pensamiento* No. 50. Bogotá, junio, pp. 265 - 275 .
- _____ (2011) *La comunicación mundo*. Comunicación social, Zamora, España.