

# Derecho **a** Comunicar

Revista Científica de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información



Número 6 | Septiembre – Diciembre 2012

## ANTONIO PASQUALI, PENSADOR PROFUNDO DE LA COMUNICACIÓN Y DE SUS RELACIONES CON EL PODER Y LA SOCIEDAD

Patricia Ortega Ramírez

**CORREO ELECTRÓNICO:** [gabriel\\_barceñas@hotmail.com](mailto:gabriel_barceñas@hotmail.com)

\*Profesora e investigadora

\*\*Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco

**PALABRAS CLAVE** | Antonio Pasquali, Ética de la comunicación, Medios públicos, Investigación en comunicación.

**KEY WORDS** | Antonio Pasquali, Communication ethics, Public Media, Communication Research.

### **RESUMEN**

Este trabajo destaca dos elementos clave de la obra de Antonio Pasquali. Primero apunta a la dimensión ética de la comunicación y el ejercicio profesional, en segundo lugar reflexiona sobre los medios públicos como indicadores de la calidad de la democracia. Estos temas no pueden ser analizados sin considerar las relaciones de influencia y poder que las industrias mediáticas ejercen con tal ímpetu que anteponen sus intereses económicos y particulares al interés público. Por último, se señala una crítica de Antonio Pasquali al desinterés de las escuelas de comunicación por propiciar investigación acerca de la dimensión económica de los medios y de las implicaciones políticas de la investigación.

### **ABSTRACT**

This paper focuses on two main aspects of Antonio Pasquali's work. First points on the ethical dimension of communication and professional practice, second reflects on the public media as indicators of the quality of democracy. These issues cannot be analyzed without considering the relations of influence and power that media industries exert with such force that put their private economic interests before the public interest. Finally, it points out Pasquali's critique to the lack of communication schools in promoting research on the economic dimension of media and the political implications of research.

Mi primer encuentro con la obra de Antonio Pasquali fue por el año de 1980, cuando realizaba mis estudios en la carrera de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Autónoma Metropolitana; en aquel entonces, revisar los principios del Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación era una tarea imprescindible para entender cómo las desigualdades en lo social se extendían a lo cultural, a la comunicación y a la información. En la discusión y reflexión que en esos años se hacía sobre los medios de comunicación prevalecía la necesidad de reforzar la mirada latinoamericana frente a las imposiciones de la cultura estadounidense. Desde entonces, los textos de Pasquali han sido esenciales para pensar a la comunicación también como un derecho fundamental para el desarrollo social y cultural.

Entre los diversos asuntos que Antonio Pasquali ha abordado a lo largo de su trayectoria hay dos que, desde mi punto de vista, han sido ejes en el pensamiento del autor de *Comunicación y cultura de masas*, los cuales aparecen de manera recurrente en sus textos. Uno tiene que ver con la dimensión ética de la comunicación y del ejercicio profesional del comunicador, y el segundo se refiere a la noción de servicio público a la que el investigador ha considerado condición esencial para definir la calidad de la democracia.

Estudioso profundo de las relaciones de influencia y poder que han desarrollado los consorcios mediáticos, Pasquali propone a los profesionales de la comunicación tener un comportamiento ético en el ejercicio del oficio y mantener siempre una actitud analítica y crítica del quehacer de la comunicación. El autor de *Comprender la comunicación*, título de una de sus obras más célebres, propone dos maneras de pensar la comunicación y en sus propias palabras dice:

Primero, quienes ejercen o facilitan en nuestro tiempo el noble y escabroso oficio de comunicadores deben mantener aguda y permanentemente conciencia de que –más allá de su pequeño entorno profesional, patronal y nacional– son parte integrante de uno de los más grandes, concentrados e influyentes poderes de la Tierra, aquel que penetra en la conciencia de los seres humanos al moldear incesantemente su universo *axiológico-comportamentista*, situación ésta que les impone asumir un primer deber deontológico, una fundamental obligación de moral profesional: levantar a menudo los ojos del devorador quehacer diario, saltar de lo específico a lo genérico y dejar de remirar las hojas para otear el bosque.

Segundo, esa superior conciencia de ser parte de un todo al que más vale hacerle un seguimiento (por interés propio y de la sociedad a la cual uno pertenece más que en nombre de la mal llamada <<globalización>>), sólo se alcanza convirtiéndose en hábito, o sea en virtud permanente, el buen uso de la propia lucidez intelectual, lo que impone entonces un segundo deber: estar siempre bien informado sin dejarse vencer por complejos de inferioridad, saber más de lo que finalmente se comunicará, cultivar de por vida el hábito de pensar, y pensar cada día mejor desde los parámetros propios de la profesión” (Pasquali, 2007:18).

Los medios, advierte Pasquali, han reducido la relación humana de la comunicación a una “mercancía estandarizada...” y afirma que sólo la “razón crítica” podrá oponerse a dicha reducción. La gran concentración existente en el mercado audiovisual representa, sin duda, un obstáculo para la expresión plural y el desarrollo democrático de nuestras naciones. Pasquali sabe que no hay democracia sin diversidad en los medios de comunicación, por esa

razón insiste en la responsabilidad que tienen las nuevas generaciones para democratizar las comunicaciones. Al respecto afirma que: "Sin un mínimo aceptable de democracia electrónica, sin una par *condicio* o igualdad de oportunidades como emisores, es altamente probable que la propia Democracia con mayúscula –según la historia más reciente enseña– esté amenazada a término de letales desfiguraciones" (Pasquali, 2005: 233).

En la amplia reflexión política y económica que el académico ha hecho sobre la comunicación, ha sido central su preocupación por la manera como el mercado ha ido acaparando la esfera de lo público. Un ejemplo de esta situación es la cada vez mayor privatización de los medios de comunicación y las telecomunicaciones, tanto en Latinoamérica como en el mundo. En distintos textos, Antonio Pasquali analiza el poder que los grandes consorcios mediáticos han adquirido en la vida pública y el hecho de que estos logran anteponer sus intereses económicos y particulares al interés público. Los medios de comunicación no sólo han incrementado su poder económico, también su influencia política y social; se ha generado lo que el investigador denomina:

una transferencia neta de poder de la esfera pública a la privada y no sólo en razón de su magnitud económica, sino sobre todo por el fuerte valor político añadido de esos bienes y servicios comunicacionales: control de canales, control de contenidos (...), en una palabra, control del ciudadano, de sus comportamientos y de su relación con el otro (Pasquali, 2007:16).

Para el estudioso de las relaciones entre medios y democracia, la sola existencia de servicios y bienes públicos no basta para garantizar el desarrollo democrático de nuestras sociedades, es necesario que además estos sean útiles para elevar el bienestar social y cultural de los ciudadanos. Él considera que el hecho de haber un mayor número de:

obras, espacios, edificaciones, riquezas, conexiones y bienes de uso más público que privado, ha pasado a ser en estos decenios (aún en el capitalismo más avanzado) uno de los principales indicadores del nivel de democracia alcanzado por las sociedades. Un complejo de servicios públicos eficaces y eficientes garantiza sólida, rápidamente y sin tanto debate o trabas administrativas una capilar justicia distributiva regada transversalmente, que aumenta en forma exponencial el sentido de comunidad, pertenencia, solidaridad y fraternidad entre ciudadanos (Pasquali, 2012).

En este marco de reflexión es importante destacar el trabajo que el investigador ha hecho en relación con los medios públicos, pues no sólo se ha dedicado a estudiarlos, sino también a promoverlos y a trabajar en su consolidación. Pasquali exige no confundir la radiodifusión de servicio público con medios gubernamentales, situación muy frecuente en nuestros países latinoamericanos. Para él, una radiodifusión sólo puede definirse como pública cuando es independiente, favorece la participación social y mantiene una alta calidad en sus contenidos.

Todos los ciudadanos de una nación deberían tener la oportunidad de acceder al servicio público de radiodifusión, por lo que el Estado debe garantizar la universalidad de este servicio. Entre las condiciones, que de acuerdo con Pasquali, definen a la radiodifusión de servicio público, están además las siguientes:

alcance nacional; respeta la diversidad de gustos del público; practica todos los géneros sin limitarse a lo populista o a lo elitescos; regionaliza sus emisiones y fomenta la circulación de mensajes periferia centro; está técnicamente a la vanguardia; produce al menos 40 por ciento de la programación que difunde; es complementaria y no competitiva; asegura coproducción e intercambios regionales e internacionales. Pero por encima de todo, una radiodifusión es pública si se alimenta mayoritariamente de fondos públicos (Pasquali, 1991: 172).

Con más de una docena de libros publicados y muchos más ensayos y conferencias, las aportaciones de Antonio Pasquali han sido sustanciales para enriquecer, durante más de cuarenta años, la discusión y el estudio de la comunicación, de los medios y de su relación con la sociedad, el Estado y el mercado. Su gran capacidad para ampliar y actualizar sus conocimientos le ha permitido contribuir con nuevas reflexiones al estudio de la comunicación en un contexto mediático en constante transformación. Desde un pensamiento crítico y propositivo, su trabajo ha sido de gran valor para comprender los cambios que se han generado en el campo de la comunicación y analizar los retos que imponen las nuevas tecnologías de la información en el ya avanzado siglo XXI.

Participación y acceso, dos categorías de pensamiento siempre presentes en el trabajo del académico como condiciones fundamentales para la democratización de la comunicación, hoy no sólo siguen vigentes, sino que son más pertinentes que nunca en la reflexión hecha por Pasquali sobre el desarrollo de Internet y de las redes sociales.

No quiero cerrar esta intervención sin citar las palabras del autor en relación, al justo reclamo que él hace a las escuelas de comunicación y en donde destaca el desinterés que éstas han mostrado, en América Latina, por estudiar la dimensión económica de los medios, particularmente en el caso de los medios públicos; al respecto ha dicho: "Este vacío hermenéutico en la docencia y la investigación orientadas a la acción es, *inter alia*, el natural reflejo de un crónico desinterés político por la comunicación de servicio público" (Pasquali, 2007: 290). Si bien no deja de reconocer los esfuerzos de algunos sectores de la cultura y la academia en distintas partes del mundo para avanzar en la consolidación del servicio público de radiodifusión, también es contundente al afirmar que este trabajo no ha sido suficiente, en parte, porque muchos de tales esfuerzos se han visto mermados por factores económicos y políticos, entre los cuales subraya la oposición que siempre ha existido por parte de la industria privada de la radio y la televisión contra el servicio público de medios de comunicación. Además, el desarrollo de los medios públicos ha sido frenado por lo que él reconoce como "la permanente tentación de los poderes ejecutivos de reducir tales SP a servicios gubernamentales, cuando no de propaganda del régimen de turno, dentro de una ignorancia generalizada acerca de las dimensiones presupuestarias que debe asegurarse a dichos servicios" (Ibid.).

Es urgente que en América Latina existan verdaderas opciones de expresión, participación, información y entretenimiento como las que pueden ofrecer verdaderos medios públicos de gran calidad y con autonomía política y económica. Pasquali considera que hay "una vieja deuda de los políticos latinoamericanos con sus respectivas sociedades" (Ibid.), y afirma que estos deberían subsanar la pobreza en la que han mantenido a los medios públicos, pues el único camino para una nueva radiodifusión, asegura el investigador, está en engrandecer, dignificar y responsabilizar la radiodifusión de servicio público no sólo en Venezuela, sino en el continente latinoamericano.

## REFERENCIAS

- A. Pasquali (1991): *El orden reina. Escritos sobre comunicaciones*, Monte Ávila Editores, Venezuela.
- (1991): *La comunicación cercenada. El caso Venezuela*, Monte Ávila Editores, Venezuela.
- (2005): *18 Ensayos sobre comunicaciones*, Colección Debate, Venezuela.
- (2007): *Comprender la comunicación*, Gedisa, Barcelona.
- (2012) La democracia y lo público (1), en *El Nacional*, Caracas, 4 de marzo.