

ANALISIS DE LOS BOLETINES MERIDIANOS DE LA
CAMARA VENEZOLANA DE LA INDUSTRIA DE LA RADIODIFUSION

(Selección de los boletines transmitidos
en la cadena nacional en la segunda quin
cena del mes de marzo de 1976).

En el diseño de nuestro Boletín consideramos necesario incluir, junto a unas consideraciones teóricas fundamentales y a unas referencias a los códigos éticos más representativos, una mención directa a lo que cotidianamente bombardean los medios de comunicación. Determinar aquí lo que podríamos considerar como premisas "éticas" constantes, los nortes y los objetivos que se defienden y lo que se des-carta y combate. Nuestros medios -es sabido- responden a toda una maquinaria industrial, a un complejo sistema de inversión capitalista, donde la libertad de empresa es mucho más importante que la sanidad y conveniencia social de determinar mensaje. Por ello, hablar de la ética comunicacional de nuestros actuales medios quizás sea insuficiente, lo que es-

tá en juego no es eso sino la salvaguarda de todo un sistema económico con todas sus repercusiones en el orden de lo social y lo político. Las pautas éticas, entonces, se hacen más complejas o más amplias.

Para confirmar estas apreciaciones hemos acudido a uno de los puntos editoriales más sólidos y constantes de los que en la actualidad manejan nuestros medios, los boletines diarios de la Cámara Venezolana de la Industria de la Radiodifusión, transmitidos a escala nacional a las doce del mediodía en una cadena radial casi absoluta. Esos boletines, ya de antemano, no sólo representan el parecer de un sector de los medios, sino también la opinión de los grandes consorcios económicos -Fedecámaras-, y por ende de todo un sector insignificante numéricamente pero de una influencia radical y determinante en la vida nacional.

Los boletines de la Cámara de Radio hablan, por supuesto, de los medios, de lo que deben de ser y de sus responsabilidades en el desenvolvimiento de la vida política y económica del país. Sus pautas, entonces, responden más a directrices económicas y políticas, que a simples criterios sobre la viabilidad y conveniencia de determinados mensajes para consumo masivo. El mensaje, en definitiva, poco importa si el sistema y la libre empresa están a salvo. Los medios actuales, -ya lo hemos afirmado-, son industrias y como tales su primera obligación no puede ser otra que la del negocio y la ganancia. Sin embargo, todas

estas circunstancias responden a una "justificación" muy particular de la situación nacional. Estas justificaciones son las que se exponen diariamente en los boletines meridianos - de la Cámara de Radio.

LA LIBRE INICIATIVA Y LOS DERECHOS DEL HOMBRE

Seleccionamos para nuestro análisis los boletines correspondientes a las dos últimas semanas del mes de marzo del presente año. Para este momento, la Ordenanza sobre Publicidad del Concejo Municipal del Distrito Federal - era la orden del día. Por otra parte la próxima reunión de la Unesco en Quito, y los planteamientos que sobre estatización de los medios se iban a hacer allí, fue un factor que - contribuyó a que la mayoría de los boletines fueran dedicados a la exposición continua de un mismo principio: la libertad de empresa, el derecho a la libre iniciativa.

En uno de los boletines obtuvimos este primer concepto: "La libre iniciativa es una consecuencia directa y exclusiva del principio trascendente de la libertad general que junto con la dignidad personal tipifican en lo social y filosófico la esencia del ser humano". En este concepto de la "libre iniciativa" -premise fundamental que exponen los MCS-, se esbozan ya dos consideraciones que se mantienen como constantes, 1) el principio de la libertad general, entelequia superior que sólo se justificará a partir de la libertad de empresa, y 2) la dignidad personal, baluarte

moral-filosófico en el que se justificarán los medios. A -
este respecto, en un boletín posterior, se exponen lo que -
se consideran "derechos innatos del hombre", y de los cua--
les "el primero y más esencial es el de la individualidad".
Más adelante se afirma: "Esto es lo que entendemos por liber-
tad y creemos que el Estado tiene por misión garantizarla".
Con ello se escamotean una serie de obligaciones del Estado
limitándolo, considerablemente, (como en los primarios fun-
damentos teóricos del liberalismo), a una simple función de
guardián de las libertades individuales. Libertades que se
patentizan en el derecho a la iniciativa, en el funciona--
miento pleno de la empresa libre. Es así como se argumenta
que cuando el Estado pretende intervenir los medios actúa
de manera contraria a sus propios principios. En base a és
to es que se ha lanzado la gran andanada contra proyectos
como la Ley del CONAC, o la ordenanza municipal sobre publi-
cidad, a las que, a rajatabla, se les ha acusado de "incons-
titucionales".

De esta manera se manejan los criterios, -
"creemos en la libertad y nunca dejaremos de defenderla", y
se ataca a la libertad cuando, por ejemplo, se ataca a la -
publicidad porque: "los principales baluartes de la liber--
tad son los MCS y la savia que los nutre son las agencias -
de publicidad". Por ello es que la Cámara de Radio lanza -
su grito de alarma y protesta, porque ha estado "...virtual-
mente acorralada primero por el Conac, segundo por las cam-
pañas anticonsumo, tercero por la ordenanza municipal apro-

bada sobre publicidad...". De la alarma, entonces, se pasa al ataque.

GUERRA A LOS INFILTRADOS

El enfrentamiento empieza ya a obviar las - consideraciones sobre "los principios innatos del hombre" pa- ra caer de lleno en una abierta lucha política. Aquella "li- bertad general" a la que hicimos referencia se identifica - ahora con la democracia, "el más perfecto de los sistemas po- líticos", que habrá de ser contrapuesto a los sistemas tota- litarios.

El centro de la pelea se da por partida do- - ble en la iniciativa de la Unesco, -documento de Bogotá, 1974- de brindarle una mayor participación al Estado en los Medios de Comunicación Social, y en la ordenanza Municipal sobre Pu- blicidad. El argumento que se esgrime es simple: a nuestros pueblos, por idiosincrasia, les pertenece la libertad, la - misma trata de ser destruida por unos elementos infiltrados, que responden a "sectas ideológicas de otros países extraños al nuestro". La arbitrariedad del planteamiento nos lleva a pensar que sólo algunos pueblos de la tierra pueden ser li- - bres, porque la "idiosincrasia" se los permite, y que la úni- ca garantía de la libertad está en los MCS y en sus fuentes de oxígeno como son las agencias publicitarias.

En uno de los boletines se nos habla de los beneficios de la "transculturización", de la necesidad "del

desarrollo de la geopolítica" (SIC), pero a la vez se nos advierte que "...de ese fenómeno de transculturización a la importación o exportación de ideas y fórmulas para castrar la iniciativa de crear y formar a los hombres de un país - existe una gran diferencia". Lo que evidentemente puede ser tomado como una contradicción se obvia aquí en el muy simple hecho de que la "iniciativa de crear y formar" es un patrimonio exclusivo de los medios particulares que dependen de la publicidad. La escabrosidad del planteamiento, sin embargo, pasa como normal porque cuando se argumenta lo contrario la acusación que surge es automática: "se quiere transformar nuestra idiosincrasia".

En un boletín previo al que citamos encontramos lo que podría ser una definición de esta idiosincrasia, o lo que es lo mismo, el objetivo fundamental que pretenden destruir los "elementos infiltrados". Estos son sus objetivos: "el irrestricto sojuzgamiento del hombre, convirtiéndolo en un autómatas (SIC) que sólo debe obedecer los designios del Estado totalitario, despojándolo de sus atributos congénitos de ser racional capaz de decidir por sí mismo su estilo de vida en la sociedad". Ante tal argumentación una primera pregunta luce evidente, ¿semejantes consecuencias no le pueden ser atribuidas, de igual manera, a un monopolio absoluto (¿totalitario?) de los medios publicitarios sobre la conciencia y el parecer del público receptor? La pregunta, aún con una posible respuesta negativa, ya le abre un doble fondo al problema. Argumentos de tanto arraig

tre como "la libertad general" y la "idiosincrasia", se ven entonces violentamente empañados. El problema está, simplemente, en el daño que una posible revisión pudiera hacer al actual esquema mercantilista de la comunicación. La idiosincrasia, pues, no sería una condición para la libertad, sino para el negocio.

Vuelve la arremetida contra la Ordenanza Municipal: "Esta ordenanza prácticamente es una forma más de estatización de los MCS y por lo tanto valga la alerta al sector conciente y responsable del Gobierno y a los hombres amantes y respetuosos del orden jurídico para frenar la carrera desbocada de los neoideólogos que a través de su infiltración dentro de la redacción de los proyectos de leyes quieren transformar la manera de pensar y de actuar de los venezolanos. "La Ordenanza Municipal, entonces, sería: 1) un intento de estatización, 2) una contrariedad al orden jurídico, y 3) una amenaza para la manera de actuar y de pensar de los venezolanos. Siguiendo nuestro esquema de análisis, ninguno de estos tres elementos es negativo por sí mismo y de manera automática. La estatización, aún inclusive desde ópticas no necesariamente "totalitarias", es una alternativa tan necesaria como viable; la inconstitucionalidad de la estatización es discutible tan sólo en base al artículo 98 de la Constitución, pero el mismo tampoco la descarta (1). Los demás artículos que esgrime la Cámara de Radio para acusar de inconstitucional las tentativas de revisión -3,66,67,95- lejos de contradecir este espíritu lo consolidan y justifican (2).

Y el último de los aspectos, el referente a la idiosincrasia de los venezolanos, se descarta automáticamente por su pesa da carga de subjetividad y arbitrariedad.

El problema, a estas alturas, ya puede ser contemplado en toda su extensión. Lo que está en juego no es la cultura o la idiosincrasia de determinado pueblo sino el posible desmoronamiento de una estructura comunicacional determinada única y exclusivamente por el mercantilismo. - En base a esto se escamotean los argumentos, se alude a la libertad y a los principios innatos del hombre, pero los - mismos, en realidad, jamás son tomados en cuenta con la pro piedad debida. Un llamado de la Cámara al Gobierno Nacio-- nal, advirtiéndole sobre la reunión de la Unesco, termina - de descarar el problema: "El Gobierno venezolano que es de-- mocrático y que debe su existencia a la democracia no debe permitir que la triste experiencia peruana sea trasladada a Venezuela, porque de hacerlo se está permitiendo que la -- Unesco se entrometa en asuntos que sólo le corresponden a - la soberanía nacional. Porque una cosa es el asesoramiento en materia cultural, educacional y científica y otra tratar de socializar los Medios de Comunicación Social". La demo-- cracia, así, se levanta como el gran escudo para proteger - la libertad de empresa. La socialización, el verdadero y - único riesgo, es combatido como atentatorio contra toda esa serie de supuestos principios sociales y morales que ya an-- teriormente se han expuesto. El caso peruano, -y es esto lo importante-, no es combatido en tanto alternativa comunica--

cional, sino en la medida en que se rompió un esquema rígido de comunicación mercantilista. Los problemas de la verdadera cultura y la verdadera idiosincrasia siguen siendo obviados de manera descarada.

DEMOCRACIA Y CONCILIACION

Por último se hace necesaria una referencia a la democracia, a su identificación -gracias a sutiles habilidades en la argumentación-, con la libertad de empresa. El argumento se levanta como bandera y consigna fundamental: "La democracia es el mejor de los sistemas, y sus soportes fundamentales son los Medios de Comunicación Social". No pretenden estas páginas entrar en lo referente a las modernas acepciones que el término "democracia" puede recibir según las teorías políticas de nuestro tiempo. Nuestro objetivo real está en esa variante caprichosa y particular que conciben los sectores que manipulan nuestros medios comunicacionales. En esta concepción hay un elemento de un interés muy singular, la conciliación.

El panorama que se presenta lleva implícito la potencialidad de la pugnacidad social, de que las tremendas contradicciones de nuestra moderna sociedad rebasen los límites más extremos, que el orden establecido se agote por sus propias deficiencias. El sistema mercantilista de comunicación está inscrito, como factor de primera importancia - dentro de este orden, la superación del mismo es, por lo tan

to, la superación de esas estructuras comunicacionales que acaloradamente se defienden en nombre de la libertad. Surge entonces el argumento: "Estimular la pugnacidad social y la lucha de clases (SIC), que son elementos negativos para el propósito de conciliación que el país reclama actualmente, no es aconsejable en el momento preciso en que los venezolanos requieren más que nunca de la unidad nacional para poder construir la Venezuela diversificadamente productiva en lo económico e independiente frente a doctrinas y teorías foráneas que no se corresponden con la realidad venezolana".

Dejarnos llevar por el manejo de términos - harto empapados en muy precisas doctrinas políticas nos obligaría a precisar el análisis en unos parámetros no necesariamente comunicacionales. Es hacerle el juego al argumento de los "infiltrados" y al de las "doctrinas foráneas". - En realidad, proponer la superación de un esquema comunicacional que para la inmensa mayoría es tan deficiente como perjudicial, no es un problema que tenga que responder, de manera inevitable, a una que otra concepción política y, en el mismo sentido, es algo más que un absurdo acusar a esta propuesta de representar "a sectas ideológicas foráneas que nada tienen que ver con nuestra idiosincrasia". Ignorar - las circunstancias lógicas del proceso, obviar la imperiosa necesidad de la superación es lo que efectivamente es dañino y contrario al bienestar nacional. Esconder estas realidades es, precisamente, la manera más burda de pisotear lo

que legítimamente y con propiedad podríamos esgrimir como de mocracia. La dificultad entonces, se da en la tergiversación del problema, en la concepción de una "democracia" tan particular como contradictoria. En uno de los boletines por nosotros analizados se dijo lo siguiente: "...la democracia es el imperio de la mayoría, y por esta razón es legítima. Pero la mayoría no debe considerarse un poder absoluto y debe reconocer a los ciudadanos aquellos derechos de los cuales no debe ser despojado, sino que el poder debe proteger y asegurar".

Un argumento como éste no tendría mayores inconvenientes si a él no le agregamos este párrafo comentado en un boletín posterior: "Es difícil encauzar el ordenamiento de un país para que todo marche y sus habitantes vivan lo mejor posible. Los ricos deben comportarse con moderación para poder subsistir y, para que el pueblo acepte su dependencia (SIC), deben por lo menos asegurarle una condición material tolerable". El problema, entonces, está en que el pueblo -la amenazante mayoría- acepte su dependencia. De ello se encarga nuestra radiodifusión con sus radionovelas y con sus boletines meridianos, todo ello en nombre de la libertad y de los principios del hombre.

NOTAS.-

- 1) El artículo 98 reza en una de sus partes lo siguiente: "El Estado protegerá la iniciativa privada".

2) Los artículos a los que alude la Cámara de la Radio son:

- 3.- "El Gobierno de la República de Venezuela es y será siempre democrático, representativo, responsable y alternativo".
- 66.- "Todos tienen el derecho de expresar su pensamiento de viva voz o por escrito y de hacer uso para ello de cualquier medio de difusión sin que pueda establecerse censura previa, pero quedan sujetas a pena de conformidad con la Ley las expresiones que constituyan delito".
- 67.- "Todos tienen el derecho de representar o dirigir - peticiones ante cualquier entidad y funcionario público sobre los asuntos que sean de la competencia de éstos y a obtener oportuna respuesta".
- 95.- "El régimen económico de la República se fundamentará en principios de justicia social que aseguren a todos una existencia digna y provechosa para la colectividad. El Estado promoverá el desarrollo económico y la diversificación de la producción con el fin de crear nuevas fuentes de riqueza, aumentar el nivel de ingresos de la población y fortalecer la soberanía económica del país".

César Miguel Rondón
