

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y EDUCATIVA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION

Mario Fernández Lobo

Si hemos de mantener la tesis que planteáramos en Costa Rica, desde 1957, y que hoy es ampliamente aceptada, según la cual la educación debe verse más en su función dinámica de "proceso de comunicación", que con miras al resultado de sus objetivos (el desarrollo y perfeccionamiento de las aptitudes del individuo hasta el máximo de sus capacidades), pues la naturaleza de lo primero es lo que viene, en definitiva, a determinar lo segundo, será necesario poner de relieve una vez más el formidable papel que juegan hoy día, dentro del proceso mismo de la educación, los "medios" de comunicación de masas. La polémica que ha desatado el discurso del Presidente Carazo, expuesto ante la Sociedad Interamericana de Prensa, lo refleja a las claras, aunque el texto del mismo más bien entraña, como se ha señalado acertadamente, un modo muy particular de ver el problema de la relación entre los medios de comunicación y el poder público de Costa Rica. También este tema se trató —de un modo circunstancial y con criterio de generalización— en el Diálogo educativo promovido en febrero de este año.

¹ Ocurre que la educación se hace y se rehace en el seno mismo de la expresión práctica de cada sociedad. Su transformación depende, en gran parte, de la transformación del tipo de sociedad a la cual sirve y de la cual es genuina expresión. Y cuando el sistema social global (o "macrosistema") se ha deteriorado, no puede pretenderse, en conse-

cuencia, que se transforme la sociedad, reformando uno solo de sus "microsistemas": el educativo.

Es cierto que la educación costarricense está asentada en un tipo de sociedad que respeta el sentido democrático y cree en la libre participación humana. Pero también, en otro orden de cosas, la nuestra es una sociedad injusta, en la cual prevalecen estructuras económicas, políticas y sociales inconvenientes que, con sus crecientes contradicciones, agudizan a niveles mayores los mismos problemas educativos. Y como en esa realidad social, la desigualdad es evidente entre las clases bajas y las clases en ascenso económico y cultural (las medias y las altas de la pirámide social), parece resultar improductivo cualquier intento por mejorar la educación, en tanto no se mejore el cuadro general de nuestra democracia, no sólo en términos de mayor participación efectiva, sino de mayor disfrute real de los beneficios materiales y espirituales que la sociedad genera. ¹

Como se ha enfrentado la miseria extrema, solo como "slogan" político, sin lograr resolverla, y como se ha pretendido un reparto equitativo de la riqueza que, a la larga, se traduce en un país de producción escasa como el nuestro, en un reparto desigual de la pobreza y en un aumento desenfrenado de la inflación que de hecho está generando ya explosivas situaciones sociales, la eterna controversia del modelo económico que conviene al país —si capitalista, si "mixto", que es otro modo de decir [capitalista, si desarrollista o si socialista— si-

que tomándose, en los círculos intelectuales y también en la propaganda política de las distintas tendencias, como constante eje de discusión. Y de allí arrancan también los diversos modos de ver el problema de los medios de comunicación.

Los "Medios": su carácter estatal o privado

Hay quienes afirman que algunos medios de comunicación social —tales como están concebidos y manejados actualmente— solo transmiten antivaleores e influencias negativas y que, por tanto, debe estructurarse un nuevo sistema de comunicación que contribuya a mejorar los imperativos sociales de esa relación. Dejamos para otra oportunidad el exponer nuestro criterio ante esa forma de enjuiciar el problema para centrarnos esta vez en la conclusión que se da, al respecto. ¿Pues cómo es que estos "medios" deben, entonces, estructurarse? O digámoslo más claramente: ¿Quiénes deberán manejarlos a fin de que su papel se torne más beneficioso para la sociedad a la cual sirven?

Para quienes consideran que toda propiedad privada es contraria al bien social, porque, en cuanto responde a intereses individuales, es ya, de hecho, "egoísta", y para quienes, por tanto, hablar de economía de libre empresa es tema obsoleto e inconveniente en nuestro tiempo, el problema reside en que, en Costa Rica, la mayoría de los "medios" tiene carácter privado (lo cual es cierto para la prensa, la radio y la televisión, pero no así en lo que concierne a las editoriales, el 80% de las cuales tiene participación estatal). Se propone, entonces, otra solución: estatizar los "medios" de comunicación masiva, pues se acepta, sin mayor análisis, que al dejar de regirse éstos por los patrones específicos de la empresa privada —que, como se sugiere son de naturaleza individual, egoísta, y muchas veces, "monopolística—, todo el flujo de información y entretenimiento que de ellos se genera, se tornará, de por sí, en bien de la sociedad. O sea, que con solo nacionalizar esos medios, ya de hecho se le devuelve "el habla" al pueblo. Sin embargo, el problema resulta más complejo y tal respuesta —cuando se ha dado en países de corte totalitario— no ha sido la más favorable, pues redundante frecuentemente en una radical limitación de la libertad de expresión e información (según se des-

prende del informe de Unesco dado a conocer en febrero de este año, en relación con el problema de las comunicaciones en el mundo).

Lo anterior no debe interpretarse en el sentido de que, a nuestro juicio, sea inconveniente la "estatización" por sí misma (pues de hecho hay también países en los cuales esta solución ha dado resultados excelentes, sin menoscabo de la libertad de expresión), ni que, por el contrario, se deduzca que los medios de comunicación deban constituirse necesariamente sólo como empresas privadas (pues también se da el caso de que, muchas veces, el carácter egoísta ha privado más que la intención social). Esto dependerá más bien del modelo socioeconómico que rija en cada país. Y es que, precisamente, ahí no reside tanto, a nuestro modo de ver, la naturaleza de este difícil asunto y quienes reducen las cosas a esta fórmula simplista, hacen tanto daño, como quienes aprovechan la fuerza de poder que se genera de los "medios" para manipular la información y la crítica, en menoscabo de los valores sociales. Y es doloroso observar que, en Costa Rica, haya gentes que ya actúan más por consignas y fetiches mentales que por la convicción del razonamiento lógico, el cual evitan de propósito, para no cambiar sus aprendidos e importados esquemas.

En conclusión, estimamos que la solución de este complejo problema debe buscarse en otra dirección — eminentemente educativa— que tenga muy en cuenta las características propias del particular esquema de comunicación que se sigue a través de esos "medios".

Los esquemas de comunicación de los "medios"

La necesidad de comunicación ha sido objeto de análisis, desde los tiempos más antiguos. Aristóteles mismo definió el estudio de la comunicación, como la búsqueda de "todos los medios de persuasión que tenemos a nuestro alcance". Porque, en suma, nos comunicamos "para influir" y "para afectar intencionalmente" a los demás.

Sin embargo, no es sino hasta este siglo XX cuando el problema de la comunicación se vuelve candente, tanto porque coincide con el desarrollo de la moderna teoría de la comunicación —que arranca de la investigación físico-matemática— como porque es el siglo en que se desarrollan los "medios" a un nivel masivo impresionante. Si bien

el libro y el periódico cuentan con una historia anterior de casi cinco siglos, solo las tecnologías modernas los acercan a las grandes mayorías. En cuanto a la televisión y al cine, responden al adelanto tecnológico contemporáneo.

Y así como las relaciones de las fuerzas productivas conforman los distintos sistemas sociales de la historia (sociedad esclavista, feudal, burguesa, socialista), éstos se manifiestan "a través de la comunicación", gran parte de la cual se halla hoy día monopolizada por los modernos medios de comunicación de masas (el periódico, el libro de gran tiraje, la televisión, etc.)

Para entender con certeza la función que ejercen estos "medios" en la sociedad actual, es preciso señalar, siquiera de paso, el esquema de comunicación que siguen. ¿Quiénes constituyen el EMISSOR de este sistema? En cada periódico, en cada estación de radio y televisión, en cada estudio de cine, en cada empresa editorial, —trátase de una entidad "privada" o "estatal"— hay un selecto grupo de personas que son quienes deciden la información, eligen los programas, aprueban la edición del libro, etc. Una vez hecha esta decisión —que puede fundarse en razones culturales, económicas, políticas, proselitistas, etc.— la comunicación se va —en una sola dirección— hasta el lector, el oyente, el espectador, que forman un conglomerado "anónimo" de millares y millares de seres humanos que se convierten, por eso, en RECEPTORES, las más de las veces "pasivos", pues solo leen la información, presencian el programa u oyen la transmisión, sin tener mayores opciones para aceptar o rechazar, de viva voz, el mensaje que reciben, sea éste positivo o manipulado. Si bien cabe cierto derecho de respuesta, esta respuesta puede postergarse, perder actualidad, y siempre le queda al pequeño grupo que dirige o controla el "medio", la decisión final de contestar de nuevo, restringir el espacio, demorar la edición del libro, limitar el tiempo de emisión, etc. Así se conforman los hábitos de conducta (o de consumo) del hombre moderno, que se halla bastante indefenso —porque su educación no lo ha preparado para afrontarla— ante la oleada continua de impresiones sensoriales (visuales y auditivas) que recibe día a día.

Este tipo de comunicación —en una sola dirección y casi sin posibilidades de retroalimentación—, es, en cierto modo, enajenante, pues crea

silenciosos estados de dominación (ideológica, económica, o política). Así se genera una "opinión pública" que no lo es en verdad: solo es el resultado de lo que quienes controlan los "medios" han depositado en su mente y en su subconsciente. Esos grupos selectos de personas —que se ubican en una estructura de poder que para estos efectos lo mismo da que sea de carácter "estatal" o "burguesa"— si bien brindan la noticia día a día y desde todos los puntos de la tierra, también conforman, desde otros países, específicos lazos de dependencia, a través de las llamadas "agencias internacionales de noticias" y le señalan a las masas hábitos de pensamiento o de consumo.

Si bien en nuestras sociedades occidentales, nos abruma la propaganda comercial a través de esos "medios", también el adoctrinamiento político y el cambio social se sustentan hoy día en otro tipo de sociedades, mediante los modernos medios de comunicación. De ahí que los grupos dominantes o que detentan el poder, en uno y otro tipo de sistemas, luchan por asumir el control de esos mismos "medios". Así, por ejemplo, en los países de estructura burguesa, la dinámica de la información —y hasta de la cultura— se funde con los privilegios de la burguesía. El concepto vigente de la libertad de prensa y de expresión, legítima dicha dinámica. Y también contribuye a legitimarla la concepción mítica que preside la organización y la actividad de la comunicación masiva. En contraste, el pueblo ha sido tradicionalmente relegado al papel masivo de consumidor de ese tipo de información o de cultura.

Pero es que la dirigencia política establece iguales privilegios en ciertas sociedades totalitarias —que se autocalifican de "socialistas" sin serlo verdaderamente—. En ellas, los altos estratos del poder político determinan, también en forma cuidadosa, lo que debe alimentar la mente obediente de la masa domesticada. Y cuando surge alguien que se atreve a pensar de otra manera, la limitación de la libertad de expresión es evidente. De ahí que el gran problema político de nuestro tiempo parece ser el cómo lograr la mayor socialización posible, compatible con la libertad plena del hombre en el ejercicio de sus más dignos y legítimos derechos.

Los "medios" se convierten en modernos fetiches

Cuando se piensa en el papel que se le ha venido asignando, en la sociedad moderna, a los "medios" de comunicación, pareciera olvidarse que éstos, en esencia, son solo impresos o instrumentos electrónicos, mediante los cuales las personas encargadas de controlar la EMISION, alcanzan y penetran la mente de millones de hombres, constituidos, por ello, en RECEPTORES POTENCIALES de mensajes. ¿Cómo es que entonces se les trata de constituir en un nuevo fetiche de nuestro tiempo, cómo es que se mitifica y se jerarquiza el valor intrínseco de inventos formidables creados para beneficio de la humanidad? Así, por ejemplo, al medio de comunicación de masas se le dota de "autonomía", de voluntad y alma propias olvidándose que es solo el resultado de otro quehacer humano, de excepcionales calidades.

Convertido en un nuevo actor del mundo tecnológico, dentro de este nuevo orbe mítico, el medio de comunicación se concibe, para muchos, como el factor dinámico o dinamizador de la sociedad misma y se le dota de genuina movilidad. Y por eso, o se crea una "opinión pública" de ocultamiento, en que se niegan las lacras sociales o los desaciertos de los Gobernantes, para solo mostrar el lado colorido de la vida y dar la impresión de que vivimos en el mejor de los mundos, o, a la inversa, muchos males contemporáneos, que tienen su raíz en las contradicciones de la desigualdad social o en las acciones equivocadas de los líderes políticos, se achacan a los medios de comunicación y a su negativa influencia. ¿En quiénes reside entonces la función social de los "medios", sino en los elementos humanos del proceso de comunicación que integran? En los EMISORES (constituidos por grupos minoritarios de selección, ubicados en una evidente estructura de poder) y en los RECEPTORES (consumidores "anónimos" de la información o el entretenimiento). Por lo tanto, quienes deben ser "re-educados" son los seres humanos generadores o receptores de ese singular "proceso de comunicación". Convertir el "medio" en un nuevo fetiche, darle vida propia, no va de acuerdo con la sociedad contemporánea, que se proclama tecnológica y avanzada.

El desarrollo de la CONCIENCIA CRITICA y los Medios de Comunicación

La responsabilidad de la dirección y ejercicio de los medios de comunicación masivos es de tal

naturaleza, que no porque se hallen éstos en manos privadas o estatales, deja de ser esencialmente social; debe contribuir a toda costa a procurar el mayor bien de la sociedad, a mejorar la participación colectiva en el trabajo creador y la calidad del sistema democrático, a fomentar el pluralismo ideológico y no los privilegios de casta (sea ésta económica, militar o política). La verdad no está en una sola dirección y eso es bueno tenerlo siempre en cuenta. Si, como señala el psicólogo desaparecido Erich Fromm, la estructura de la sociedad moderna afecta simultáneamente al hombre de dos maneras: por un lado, lo hace más independiente y más crítico, otorgándole una mayor confianza en sí mismo, y por otro, más solo, aislado y atemorizado, lo cual lo conduce a desarrollar mecanismo de evasión e identificación masiva en los cuales funde su angustioso "miedo a la libertad", la función primordial de estos grupos privilegiados que dominan los "medios", deberá encaminarse a resolver la primera contradicción de esa crisis dialéctica. Luego, la preparación educativa que ha de exigirse a los integrantes de esos pequeños grupos directores, debe ser de máxima calidad y no solo la que se refleja en un simple título universitario. Y la misma calidad debe pedirse a quienes realizan trabajos intermedios en esos mismos "medios". Deben estar todos profundamente imbuidos de su papel dentro de la sociedad a la cual sirven, y no hallarse circuncritos a los dictados de partido o a las aspiraciones —que en última instancia también pueden ser egoístas— de un determinado Gobernante, y menos aún a las modernas consignas irracionales. Deben desarrollar suficiente capacidad para juzgar con entereza y sabiduría y actuar según los dictados de la verdad y la justicia, o los impulsos realmente educativos para la sociedad, y no según los intereses de grupos minoritarios.

Por otra parte, el sistema educativo debe preocuparse cada vez más por desarrollar "la conciencia crítica" del costarricense, pero no como una frase hermosa o como el objetivo a largo plazo consignado en nuestras leyes fundamentales, sino como un hecho real y observable. Puede, naturalmente, cuestionarse si es deseable, para un sistema de dominación, apoyar una fórmula educativa tendiente al desarrollo del sentido crítico. ¿Y no es ésta la mejor manera de depurar nuestra democracia? Siempre hemos creído —y lo hemos defendido incontables veces— que es éste uno de los campos en que la

enseñanza de la lengua vernácula tiene mayores oportunidades de realización. Pone a esa enseñanza del idioma a la que compete desarrollar en el alumno las mejores habilidades de expresión y recepción crítica, en vez de interesarse por los acertijos del análisis gramatical o por los azares de la pseudointerpretación literaria. Si éstos se realizan dentro del mismo marco del desarrollo de la conciencia crítica, bien está, pero la enseñanza del idioma vernáculo no puede volverle la cara hoy día, ni a los procesos de comunicación, ni menos aún al análisis crítico de los modernos "medios" de comunicación de masas.

Quien haya desarrollado una adecuada conciencia crítica no se asustará ante las presiones de la propaganda comercial o ideológica, porque su mente no actuará por automatismos, sino por razonamientos convincentes. La conciencia crítica, es, en suma, la mejor fuente de retroalimentación y de selección. Y entonces los "medios" no serán por sí

mismos, cosificados como se tienen ahora, los que generen efectos buenos o malos, porque sabremos distinguir entre lo correcto y lo incorrecto, entre lo que de verdad necesitamos adquirir y lo que solo es un lujo fútil, entre la ideología que desarrolle nuestro perenne espíritu de libertad, y las nuevas formas de dominación escondidas detrás de los modernos fetiches y consignas. Si reconocemos que esa conciencia crítica no existe ni se ha desarrollado en Costa Rica, y lo que es peor, que tampoco puede llegar a desarrollarse, estaremos aceptando, tácitamente, que nuestra educación solo ha servido para depositar en nosotros conceptos estériles y vicios de significado auténtico, y nos refugiaremos en la excusa fácil y poco digna del hombre dinámico y transformador del quehacer humano, de que, como nuestra sociedad se deteriora, nuestra educación es necesariamente deficiente, y nada ganaremos con transformarla, mientras aquella no llegue a transformarse por el influjo inexorable del devenir histórico.

BIBLIOGRAFIA

- Aranguren, José Luis. *La comunicación humana*, II edición Ed. Guadarrama, Madrid, 1975.
- Berlo, David. *The process of communication* Holt Rinehart & Winston, USA, 1960.
- Emery Edwin; Ault Phillip; Agee Warren. *Las comunicaciones en el mundo actual* Editorial Norma, Cali, Colombia, 1967.
- Feldman, Erich. *Teoría de los medios masivos de comunicación* Editorial Kapelusz, Buenos Aires, Argentina, 1977.
- Mattelart, Armand; Biedma Patricio; Funes Santiago. *Comunicación masiva y revolución socialista*, II edición, Editorial Diógenes, México, 1974.
- Mattelart, Armand. *La comunicación masiva en el proceso de liberación* VI ed. Siglo XXI Editores, México, 1978.
- Mattelart, Armand. *Multinacionales y sistemas de comunicación* Siglo XXI Editores, México, 1977.
- Pasquali, Antonio. *Comunicación y cultura de masas*, IV edición, Monte-Avila Editores, Caracas, Venezuela, 1977.