

## INFORMACIÓN Y POBREZA DEL DEBATE CULTURAL

Por Roberto SAVIO\*

Los lectores de periódicos de calidad estadounidenses, como determinadas revistas culturales y políticas y los diarios The New York Times, Washington Post o Los Angeles Times, no superan el 10% del total de consumidores de prensa escrita. La situación varía mucho en cada país europeo, pero la media en Europa no supera el 20%. En escala mundial, la insuficiencia del sistema informativo en cuanto a demanda y cobertura se agrava y supera el marco de la polaridad Norte-Sur, para afectar también a naciones industrializadas.

¿Cuántas veces acceden los lectores de periódicos uruguayos o malasios a una información sobre Finlandia, donde no suele haber escándalos ni catástrofes? El jefe de Estado finlandés es un desconocido, y la jerarquía de ese país en los medios informativos es similar, por simetría, a la de Tanzania, mientras se asigna mayor relevancia a Zimbabwe, debido a las peculiaridades del presidente Robert Mugabe. La desafortunada Italia ocupa las primeras planas cuando su primer ministro, Silvio Berlusconi (ya buen sujeto informativo para ser el hombre más rico de su país), declara que el Islam es una civilización de segunda clase. Lo menos que puede decirse es que fue una declaración excepcional, y no se puede negar que cumple requisitos de la noticia exitosa.

En ese contexto, tienen particular importancia los procesos de concentración de la propiedad, que son una característica importante de la globalización neoliberal. Se reduce el número de medios informativos, y más aún el número de sus dueños. Las fusiones buscan el máximo de ganancias para los editores, y reducen costos mediante la centralización de servicios. Esto aumenta la homogeneidad de los valores del sistema informativo, y su integración en el sistema económico y financiero, sobre todo cuando une, por primera vez, a los propietarios de la información, como Time-Warner, y los de los sistemas de telecomunicación, como América On Line).

Se calcula que cada año el número de lectores de diarios se va reduciendo en el mundo en 1,7 millones. Esto es debido a varios factores, entre ellos el económico. En plena crisis del “corralito” fue natural que los argentinos dejaran de comprar diarios. Pero la realidad en términos más generales es que solo el 17% de los que usan Internet compran diarios. Esto se debe a que hay una brecha cada día más fuerte de tipo generacional. Los jóvenes de hoy, que están muy interesados en el medio ambiente, por ejemplo, no encuentran este tipo de información en los diarios, pero sí en Internet.

Según estimaciones, la concentración de medios reduce anualmente en un 1,5% el tiraje total de diarios, pero sobre todo disminuye el número de dueños, como lo muestra la prensa estadounidense. Entonces, la concentración significa solo más de lo mismo en cuanto a propuestas periodísticas y contribuye a ahuyentar a los lectores.

Es fácil decir que las ventas de un diario son la medida de su éxito, pero ese criterio ha conducido a una carrera sensacionalista que cambió mucho el estilo periodístico en los últimos treinta o cuarenta años.

Este fenómeno se advierte en forma aún más clara en la programación de las emisoras de televisión y radio. Las estaciones privadas fueron exaltadas como factores de progreso para la

---

\* Periodista ítalo-argentino, fundador y presidente emérito de la Agencia Inter Press Service. Miembro del Consejo Internacional de la revista Comunicación y Medios.

libertad de información, por ser agentes de pluralismo informativo, y llegan a un público cada vez mayor, pero su nivel de calidad ha resultado casi siempre inferior que el de las públicas, a las cuales obligan a rebajar también la calidad de sus contenidos para competir.

Los debates sobre la libertad de información suelen incluir una peligrosa mistificación, en la cual pocos reparan: esa libertad suele identificarse con la libertad de propiedad, con el Estado lo más lejos que sea posible. Está por demostrarse que tal fórmula signifique progreso informativo, y el esfuerzo de limitar el papel del Estado al extremo es propio de la globalización neoliberal.

Es cierto que los gobiernos antidemocráticos, y en especial los de países en desarrollo, tienden a utilizar a los medios públicos de información y comunicación como instrumentos de propaganda y dominación. Pero también es cierto que esos medios no cumplen la misma función en países industrializados y democráticos, donde suelen ser factores de progreso informativo y cultural. Basta pensar en la BBC de Gran Bretaña y en otros medios públicos europeos.

Pero también debemos preguntarnos si en el empobrecimiento general del debate político, cultural sobre la información y más en general sobre los destinos del mundo, no existe una responsabilidad de las fuerzas alternativas, renuentes a aceptar los nuevos retos, los nuevos problemas, las nuevas realidades y que tienden a replegarse frente a la ofensiva de un mercado que se presenta como el paradigma de todas las cosas humanas y divinas. No podemos refugiarnos en ideas del pasado, debemos crear y construir alternativas y nuevos caminos.

### **Información, pluralismo y publicidad**

No olvidemos que el principal ingreso de los medios informativos no es la venta de ejemplares al público, sino la publicidad, sin la cual esos medios no sobrevivirían. Para tener una idea de lo que se nos viene encima, tengamos en cuenta que, si se mantienen las actuales tendencias, en cuatro años el gasto en publicidad del planeta superará a la inversión en educación

¿Hace falta recordar las diferencias entre los mensajes de la publicidad y la educación?

Además, en este momento, aparecen con gran fuerza los diarios que se distribuyen gratuitamente, ya que sus costos son pagados por la publicidad. Es muy posible que en el futuro haya diarios locales gratuitos y algunos grandes diarios nacionales, mientras el espacio intermedio tendería a desaparecer, lo cual sería un golpe más para las libertades de expresión y de información.

En el orden global regido por el neoliberalismo todo el mecanismo económico está basado en la excitación del mercado, en la generación de nuevos niveles de consumo. Si eso se invierte por cualquier motivo, como ocurrió con los atentados terroristas del 11 de septiembre de 2001 en Estados Unidos y luego con otros actos de terrorismo hasta los de Londres en julio de 2005, todo eso se viene al suelo. Y los neoliberales a ultranza se vuelven keynesianos. Basta ver, después de los ataques a las torres gemelas de Nueva York, los pedidos de fondos del Presidente George W. Bush al Congreso para subsidiar sectores enteros de la economía. Se les terminó abruptamente el liberalismo absoluto del mercado...

Esa relación entre publicidad-información-consumo, es una ecuación vital de la globalización. Y el factor de la sociedad civil que hay que promover con mucha fuerza es el de las asociaciones de consumidores, a todos los niveles. El consumo responsable y sostenible es un factor del otro mundo posible. Y de este tema hablamos poco o muy poco. Los consumidores-ciudadanos deben ser protagonistas de la acción y el debate.

Esto nos lleva a considerar los límites estructurales del sistema informativo. Se trata de un sistema vertical, de arriba hacia abajo. La información es emitida por un grupo restringido de

personas llamadas periodistas, a menudo amparadas por la ley para ejercer esa función en condiciones casi monopólicas. Sus mensajes llegan, por distintos medios, al mayor número posible de receptores, y se basan en un sistema de valores determinado básicamente por el éxito en el mercado.

La capacidad de acceso y respuesta de los receptores es muy limitada: poco más que dirigir cartas al director, cesar la compra de un periódico o sintonizar otra emisora. Los sondeos de audiencia no investigan los contenidos informativos, sino casi exclusivamente las motivaciones individuales que determinan preferencias del público, en términos de mercado.

La verticalidad del sistema ha sido utilizada de forma muy negativa para el poder y la dominación. Los gobiernos no democráticos o con escasa base participativa emplean los medios informativos para mantenerse en el poder, con censura y control de los medios privados. Pero estos medios frecuentemente se han transformado en instrumento de expresión de los intereses de grupos políticos o económicos, en forma directa o mediante la censura y el control de los actores privados. Y en las relaciones Norte- Sur, el sistema informativo también consolida la dominación, y eso se ha visto muy facilitado por el predominio de las agencias transnacionales. Tres de ellas, Associated Press, Reuters y Agence France Press, distribuyen más del 70 por ciento del flujo informativo internacional (la cuarta gran agencia era la estadounidense United Press International, que casi ha desaparecido debido a la dura competencia en el sector). En este terreno, la mitología relacionada con la libertad de información es aun más poderosa.

Associated Press (AP) existe gracias a su mercado doméstico, Estados Unidos, que aporta cerca del 94 por ciento de sus ingresos, y cuyo gobierno sostiene que la libertad de información pasa por la eliminación de la presencia del Estado en el sector informativo. La red internacional de AP, que busca satisfacer demandas del mercado estadounidense, gasta casi el 25% del presupuesto de la agencia y aporta solo el 6% de sus ingresos. Todo el mundo en desarrollo aporta poco más del 1%. Es decir que, aún en su cobertura mundial, AP depende del mercado de los países industrializados.

Cualquier intento de emular el modelo de AP chocaría contra una sencilla realidad: ningún país tiene un mercado nacional de fuerza equivalente al de los Estados Unidos, con excepción de Japón, cuya agencia internacional está orientada por intereses casi exclusivamente domésticos, debido a características culturales que hacen muy difícil vender su información a otras naciones.

### **Un poco de historia**

El Sur, o el Tercer Mundo como se le llamaba entonces, hizo un gran esfuerzo en los años setenta para democratizar el sistema de información internacional.

Todo comenzó en 1955, cuando los países de independencia reciente se congregaron en la Conferencia de Solidaridad Afro-Asiática de Bandung, Indonesia, y sentaron las bases del Movimiento de Países No Alineados, fundado en 1961, y del Grupo de los 77, creado en 1964, que reúne a los países en desarrollo en el marco de la Organización de las Naciones Unidas, y cuenta hoy con 138 integrantes.

A partir de Bandung se comenzó a hablar de la necesidad de un sistema de información internacional más equilibrado, con mayor participación del Tercer Mundo. En 1973, durante la cumbre de Argelia del Movimiento de No Alineados, se lanzó la idea de articular en un *Pool* Informativo las agencias nacionales que comenzaban a crearse en muchos de los Estados miembros.

Casi todos los países en desarrollo se sumaron al esfuerzo de formar agencias de noticias y emisoras de radio y televisión, con políticas propias de información y cultura. La meta era establecer un Nuevo Orden Internacional de la Información y de la Comunicación. En 1964 y en el marco de ese proceso se produjo la fundación de Inter Press Service, que procuró impulsar ese nuevo orden mediante asistencia en los terrenos de la formación y la distribución de noticias, mientras se mantenía a la vez como una voz independiente y profesional del Tercer Mundo. IPS fue actor principal del debate conceptual, porque unió esa condición a la de operador concreto de otra información, profesional, plural, de actores no tradicionales y promoviendo el debate global sobre un nuevo orden (económico, social, informativo).

Casi todas aquellas agencias nacionales han desaparecido, y su ausencia es más notoria por la creciente necesidad de defender el espacios e identidades nacionales reducidos por globalización.

Pero aquí se abre una nueva fase de análisis: mientras se daba el debate sobre un Nuevo Orden Informativo, se ponía en marcha el desarrollo de las nuevas tecnologías de comunicación.

El término comunicación se maneja en forma muy confusa. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, que lleva la contabilidad de la asistencia al desarrollo por parte del mundo industrializado, incluye en el rubro de la comunicación las inversiones en telefonía, redes de fibra óptica y otras infraestructuras para la transmisión de datos. Los franceses aumentaron los malentendidos al acuñar la expresión medios de comunicación social para referirse a los periódicos y las emisoras de radio y televisión, que en realidad son solo medios informativos.

En rigor, solo puede hablarse de una época con medios masivos de comunicación desde el final de los años ochenta, con el desarrollo de Internet y otras nuevas tecnologías. Hasta ese momento solo podemos hablar de información en nuestras sociedades y si se hablaba de comunicación, era para referirse a mecanismos y fenómenos acotados al espacio local.

Estoy únicamente destacando que existen diferencias fundamentales de tipo estructural entre la información y la comunicación. La primera, como hemos visto, tiene características verticales y valores y contenidos esencialmente comerciales, mientras la segunda es sumamente horizontal (quien emite es también receptor, o viceversa), y sus valores no se han basado, hasta el momento, en la lógica mercantil.

Decenas de miles de mujeres emplean Internet para compartir y proponer, en un proceso horizontal de comunicación. Los valores que las convocan son los de la sociedad civil, cuyo desarrollo impulsan: participación, equidad, transparencia, solidaridad. Valores que también animan a decenas de miles de personas que se congregan mediante Internet para defender el ambiente, los derechos humanos o una globalización solidaria. Sin Internet, el Foro Social Mundial no hubiera sido posible.

### **De Bandung a Porto Alegre**

Si tomamos como referencias para un marco histórico a Bandung y el Foro Social Mundial<sup>1</sup> debemos reconocer que el debate sobre la información y la comunicación ha cambiado de modo radical en un periodo muy breve.

Bandung no está tan lejos en el tiempo. En términos demográficos, no han pasado siquiera dos generaciones.

---

<sup>1</sup> El primer Foro Social Mundial se realizó el año 2001 en la ciudad de Porto Alegre, Brasil. Todas las versiones anuales de este encuentro han tenido lugar también en Porto Alegre, con excepción del cuarto Foro Social Mundial, que tuvo como sede a Mumbai, India.

El debate de 1955 sólo se refería a la información y Estados Unidos lideraba la lucha a favor de la propiedad privada y comercial de los medios, defendiendo mitologías sobre la libertad de información y la información objetiva, a tal punto que se retiró de la Unesco (Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) para expresar su rechazo a un debate que consideraba inaceptable.

La tecnología de comunicaciones (en realidad de telecomunicaciones) era percibida como un instrumento amenazante en manos del Estado, como en la novela "1984", de George Orwell, en la cual el gobernante Hermano Mayor (hoy llamado, por mala traducción, Gran Hermano), se entrometía en la vida privada de cada ciudadano.

Hoy se teme más al poder de Bill Gates, el propietario de Microsoft, que al del Presidente Bush, al menos en el terreno de la información. El mercado se entromete en la vida de los ciudadanos infinitamente más que el Estado. Se ha abandonado el debate internacional sobre información y comunicación, que ningún Estado se atreve a reabrir, por temor de ser atacado como enemigo de la libertad de información.

El concepto del Nuevo Orden Informativo Internacional (NOII) fue desechado en forma oficial por la Unesco apenas llegaron al poder Ronald Reagan en los Estados Unidos y Margaret Thatcher en Gran Bretaña. El NOII era una extensión del llamado de los países en desarrollo a establecer un Nuevo Orden Económico Internacional, con un sistema de producción e intercambio más participativo y equilibrado.

El Sur pedía participar en la economía mundial con por lo menos un 20% de la producción industrial. El NOII era el reclamo de un flujo de información más equilibrado, en un mundo en el cual las agencias transnacionales controlaban el 93% de la información mundial.

Se consideraba prioritario que cada país tuviera su propia política de información y comunicación, como elemento clave para avanzar en el desarrollo nacional. Hoy es fundamental que existan estrategias nacionales hacia la Sociedad de la Información y no copia de modelos externos o globales.

Fue un momento de esplendor para los investigadores de la comunicación, quienes demostraron en forma casi unánime que el flujo internacional de informaciones era totalmente desequilibrado, parcializado y alejado de las perspectivas nacionales.

Se recogía la preocupación de los países que intentaban construir su propio camino hacia el desarrollo, la integración de sus sociedades tras el cese de la dominación colonial y la defensa de su identidad cultural, cuestiones que hoy continúan vigentes.