

Los así llamados *medios masivos de comunicación* han tenido una expansión notable en América Latina: en 1970 se contaban 2 mil 614 emisoras de radio en los 21 países y en 1988, 5 mil 880; en 1970, apenas 205 emisoras de televisión y en 1988, mil 459. Es decir, en menos de dos décadas las estaciones de radio se multiplicaron por poco más de dos, mientras que las de televisión lo hicieron por más de siete. Pero dadas las diferencias entre países, son más elocuentes en este sentido las cifras desagregadas, que se presentan en el Cuadro 2. También ahí se reproduce una estimación de los habitantes por receptor, tanto de radio como de televisión, lo que da mejor cuenta de la distribución de las emisiones entre la población.

Cuadro No 2

Medios de comunicación en América Latina 1988
(*Encyclopaedia Britannica, World Data 1990*)

País	Emisoras deradio	Habitantes por receptor	Emisoras de TV	Habitantes por receptor
Argentina	175	1.5	183	4.5
Bolivia	191	1.8	42	16.0
Brasil	1729	2.5	137	4.0
Chile	302	3.0	131	5.5
Colombia	439	3.5	49	5.6
Costa Rica	80	11.0	12	6.1
Cuba	160	3.0	78	5.0
Ecuador	370	3.4	27	17.0
El Salvador	79	2.6	5	12.0
Guatemala	104	21.0	24	18.0
Haití	35	41.0	4	218.0
Honduras	209	2.6	39	34.0
México	887	5.1	430	8.7
Nicaragua	44	4.1	7	17.0
Panamá	85	7.5	14	4.9
Paraguay	48	5.4	5	12.0
Perú	413	4.9	138	13.0
Puerto Rico	68	1.7	19	4.0
República Dominicana	126	6.0	19	12.0
Uruguay	115	1.7	33	6.0
Venezuela	221	3.9	63	6.6

La expansión de las industrias audiovisuales -que incluyen además de la radio y la televisión al cine, el video, los discos y otras ramas afines, crecientemente interconectadas- las ha convertido en fuentes indispensables para la producción y reproducción de las propias imágenes de pueblos y personas, por lo cual se constituyen en elementos clave de la identidad y del desarrollo. Sin relacionar esta aseveración, como en décadas pasadas, a la "modernización" mecánicamente inducida (o más bien, reducida a indicadores de crecimiento) o al "reforzamiento" de los

sistemas educativos como vía para salir del "subdesarrollo", se considera hoy que el espacio audiovisual es uno de los principales vehículos de la cultura, creador y no sólo transmisor de manifestaciones culturales, educador y "escuela paralela" por excelencia. "En este marco", dice el documento final de la reunión:

[...] urge revisar los conceptos mismos de "lo público" y de las "políticas públicas". La formulación de políticas culturales no puede ser atribución exclusiva de los Estados ni materia de negociación excluyente entre Estado e iniciativa privada. *Lo público no es sinónimo de lo estatal.* Las políticas culturales deben ser producto de una imaginativa concertación social que, además de los Estados y la iniciativa privada, incluya a educadores, profesionales, trabajadores de la cultura y movimientos sociales. Sólo desde esta diversidad y pluralidad arribaremos al diseño de políticas *democráticas* que afiancen y expandan las libertades de creación y expresión, liberando la creatividad de nuestro espacio audiovisual.

Por todo lo anterior, las políticas democráticas de cultura y del audiovisual deben partir precisamente del *interés público*, es decir, de las necesidades, gustos y preferencias de los diversos públicos que se constituyen como receptores y consumidores de bienes culturales. La pura lógica del poder, o de la ganancia (que hasta hoy han predominado en el manejo del audiovisual), no son suficientes para generar propuestas que incrementen para todos los grados de libertad, acceso, participación, auto-reconocimiento y desarrollo.

Nuevas economías y nuevas tecnologías

El desarrollo industrial de los medios de comunicación latinoamericanos, con todas sus disparidades y desequilibrios, ha sido notable, y es necesario reconocer que ha dotado a la región de amplios recursos para el fortalecimiento de las identidades culturales y la participación de América Latina en la cultura universal. En este desarrollo, con sus peculiaridades regionales, han contribuido los Estados y los empresarios privados, pero también, de una manera destacada, los creadores, realizadores, técnicos, artistas y otros trabajadores, además de que los pueblos -no simples receptores sino participantes indiscutibles de ese proceso de desarrollo- se han pronunciado "de manera invariable por la existencia de una producción audiovisual nacional, constituyéndose en los públicos demandantes y críticos que se requieren para una producción de calidad".

A pesar, entonces, de la avasalladora importación de productos audiovisuales norteamericanos -con los referentes culturales "ajenos" implícita y explícitamente contenidos en ellos- que, no hay que olvidarlo, resultan en general mucho más baratos que las producciones locales, algunas de las industrias latinoamericanas del audiovisual han logrado establecerse como productoras de una oferta cultural apropiada y en no pocas ocasiones de alta calidad,

estrechamente relacionada con algunos ingredientes de la identidad cultural latinoamericana. El ejemplo más claramente reconocido en este sentido es el desarrollo del género "telenovela", su profundo arraigo entre las grandes mayorías latinoamericanas y su importancia como producto cultural de exportación a prácticamente todo el mundo.

El nuevo escenario económico-político mundial que emerge en este periodo post-guerra fría tiene sin duda sus manifestaciones en la esfera cultural -y dentro de ella en el espacio audiovisual-, de donde provienen nuevos retos que para América Latina revisten una importancia aún insuficientemente reconocida. Por una parte, puede constatarse que la desarticulación entre los componentes del sector audiovisual (cine, televisión, video) y entre las distintas fases del proceso productivo (producción, distribución, exhibición), impide, incluso a conglomerados industriales tan grandes como Televisa y O Globo, competir con corporaciones transnacionales altamente integradas, tanto vertical como horizontalmente. Por otra parte, el cine -tan importante en otras épocas como manifestación de identidades- se vio afectado primero por la televisión y ahora por el video. La televisión de circuito abierto, así mismo, por el cable, las antenas parabólicas y el mismo video. Este último, cuando es producido dentro de la región, carece de recursos para competir con las mismas transnacionales que controlan el resto de la industria. Según el documento final de la reunión:

[...] esta situación constituye ya un círculo vicioso que desciende en espiral y que no se resuelve por la multitud de declaraciones acumuladas hasta la fecha. Ante ella, es urgente que respondamos en forma explícita a preguntas como las siguientes:

¿Queremos o no preservar y fortalecer los recursos humanos, tecnológicos y culturales del espacio audiovisual que hemos venido generando desde hace casi un siglo?

¿Aceptamos o no la actual erosión y el inminente desmantelamiento de nuestra capacidad económica y humana instalada en el terreno del audiovisual?

¿Deseamos sostener e incrementar las capacidades productivas nacionales y regional de nuestras imágenes, o aceptamos convertirnos colectivamente en meros retransmisores de imágenes ajenas?

¿Intentamos vernos expresados en esos espejos socio-culturales que constituyen nuestras pantallas o renunciamos a construir nuestra identidad, lo que es decir nuestra posibilidad de ser colectivo y con una personalidad reconocible?

Preguntas como éstas expresan un cambio de postura radical en los ámbitos académicos y de los organismos internacionales relacionados con el campo de la comunicación y la cultura en América Latina. Por un lado, se trata de recuperar la consideración de los factores económicos

y políticos sobre los cuales se han desarrollado las *industrias* culturales latinoamericanas y la manera en que han quedado insertas en las tramas económico-políticas que las nuevas tendencias de globalización están modificando. Por otro lado, se hace un reconocimiento explícito del papel ideológico-cultural que estas industrias han tenido en la conformación de nuestras identidades, y no sólo de la difusión masiva de patrones, normas y valores exógenos. Sin desconocer la penetración ideológica a la que han servido y siguen sirviendo los medios latinoamericanos, es necesario cuestionar su existencia misma -determinada económica y tecnológicamente más que ideológica o políticamente- en función de las posibilidades que también han generado para el auto-reconocimiento y el desarrollo de nuestras identidades culturales mestizas. Según los participantes en la reunión, ha habido excesos de retórica y una alarmante incapacidad de los Estados latinoamericanos para definir políticas culturales articuladas con respecto a las industrias audiovisuales, que sirvan democráticamente al interés público.

Sin embargo, la carencia principal reside sin duda en la insuficiencia de la voluntad política para poner en marcha acciones de *concertación cultural* entre Estados, iniciativa privada y sociedad civil en su conjunto, así como entre los diversos medios audiovisuales, cuyo papel en el afianzamiento de la democracia y de cualquier posible modelo de desarrollo es, a estas alturas, indiscutible.

"Una alternativa global"

La última parte del documento final de la reunión, antes de las "recomendaciones" dirigidas a los Estados, a los empresarios del sector audiovisual, a los usuarios y organizaciones sociales, a los profesionales del audiovisual, a los investigadores de la comunicación, a los críticos de cine, televisión y video, a los centros de formación profesional, a los educadores y comunidades educativas y a los organismos internacionales, merece ser reproducida aquí íntegramente:

Durante mucho tiempo los medios fueron el eje de una política audiovisual concebida como mero instrumento de *difusión* de la cultura. Ahora se trata de asumirlos como espacio fundamental de *producción* cultural y de la transformación del campo educativo. Las nuevas políticas audiovisuales deberán ser capaces de hacerse cargo de lo que los medios de comunicación tienen de -y hacen con- la cultura cotidiana de la gente, y de implicar al sistema educativo en la transformación de las relaciones de la escuela con las tecnologías, los lenguajes y los productos audiovisuales.

El cine, la televisión y el video conforman hoy un complejo sistema de articulaciones económicas, productivas y expresivas. Ello no implica ignorancia de la especificidad de cada lenguaje, sino reconocimiento de la necesidad de

que las políticas culturales regulen, orienten y potencien la integración del audiovisual en sus fases de producción, distribución y exhibición, de modo de volver al conjunto de estas actividades económicamente rentables, socialmente democráticas y estéticamente enriquecedoras.

En una economía cada día más globalizada y transnacionalizada, las políticas audiovisuales no podrán limitarse al espacio nacional. Su ámbito de referencia económica y cultural apela al espacio latinoamericano y caribeño. La integración es indispensable para potenciar, mediante economías de escala y tamaños adecuados de mercado, los esfuerzos concretos de concertación y cooperación que permitan superar barreras legales y tarifarias, complementar infraestructuras tecnológicas e intercambiar recursos comunicacionales.

Pero el tránsito a las decisiones económicas de integración sigue requiriendo la voluntad política de redefinir las relaciones culturales entre lo nacional y lo latinoamericano, de modo muy distinto al que se utiliza para distinguir lo doméstico de lo extranjero.

En suma, el espacio audiovisual latinoamericano y caribeño puede llegar a constituir un ámbito estratégico de integración, si nuestros países se deciden a concertar e intercambiar sus propias producciones, impulsando al mismo tiempo la exportación de lo nuestro y la importación de lo que, producido en cualquier lugar del mundo, venga a fortalecer y enriquecer la identidad y pluralidad de nuestros pueblos. Es en este sentido que los esfuerzos y acuerdos ya adoptados (y no siempre cumplidos) por los Ministros de Cultura [...] y otros organismos de integración, requiere ahora de un salto cualitativo que pasa necesariamente por la reformulación del lugar del audiovisual en las políticas culturales de cada nación y de la región entera.

Como consecuencia de esta "alternativa global", la reunión recomienda reformulaciones y acciones más o menos concretas a los diversos agentes sociales considerados como interlocutores del documento final, ya enumeradas algunas líneas atrás. Entre éstas conviene subrayar, dentro del contexto universitario, las concernientes tanto a los investigadores de la comunicación como a los centros de formación profesional. A los primeros se recomienda:

Instalar las bases de datos necesarias para asegurar la transparencia de la información sectorial, así como la reflexión crítica y prospectiva sobre el desarrollo del espacio audiovisual de la región. Y Vincular estrechamente sus investigaciones con las necesidades del desarrollo de nuestro espacio audiovisual, y con las demandas concretas provenientes de los procesos de concertación, fomento a la producción endógena, democratización e integración.

Por su parte, las recomendaciones para los centros de formación profesional consisten en:

Fortalecer la formación de profesionales capaces de consolidar la producción endógena, atendiendo a las necesidades de preservación de las identidades culturales y a las cambiantes características de los mercados de trabajo.

Y

Asegurar una mejor relación con empresas y profesionales, proporcionándoles oportunidades y mecanismos de actualización permanente.

En 1992 no sólo se cumplen 500 años del "descubrimiento" de América y la fusión cultural que nos constituye. También se cumplen 450 años de la fundación de Guadalupe, 35 de la del ITESO y 25 de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Probablemente haya más de un "eje articulador" en la relación entre *comunicación, cultura e identidad*, para una reflexión a propósito de todas esas conmemoraciones, que nos lleve a las rearticulaciones necesarias para enfrentar consistentemente los desafíos del futuro inmediato. ■

