

Nuevas tecnologías, derecho y políticas de comunicación

Rafael RONCAGLIOLO

DE MODA O DÉMODÉ: COMUNICACIÓN Y DERECHO

La relación entre derecho y comunicaciones, el derecho a las comunicaciones, la formación jurídica de los comunicadores y el descubrimiento de las comunicaciones por los juristas, son temas que han entrado con fuerza en la agenda latinoamericana.

El hecho de que la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (Felafacs), la Federación Internacional de Periodistas (FIP), la Asociación Mundial de Radios Comunitarios (AMARC) y prácticamente todas las organizaciones regionales, se interesen en estos tópicos anuncia la emergencia de una preocupación jurídica que sólo tuvo precedente, entre la gente de comunicaciones, durante el corto periodo que correspondió a la segunda mitad de la década de los 70 y primera de la década de los 80: tiempos que fueron de procura de políticas nacionales de comunicación y del Nuevo Orden Internacional de la Información y las Comunicaciones.

Esta renovada y multiforme atención a lo jurídico se vincula, posiblemente, con varias transformaciones sociales, absolutamente complementarias entre sí, que marcan este fin de siglo y de milenio, a saber:

1. Cambios jurídicos: desregulación de los mercados y disolución de las funciones sociales de los Estados.
2. Cambios en la economía de las comunicaciones: desarrollo del sector cuaternario y sus peculiaridades.
3. Cambios sociales: nuevo peso de las comunicaciones, como agencia de socialización tanto o más importante que la escuela, la Iglesia y la familia.

4. Cambios técnicos.

Pero quisiera dejar para el final mi reflexión sobre los cambios que explican la actual y acuciosa interrogación jurídica, y partir por las maneras de entender el ejercicio profesional del periodismo que, a mi modo de ver, coexisten en América Latina y dentro del alma de cada periodista.

En la historia del periodismo en América Latina parece haber ciertas autorrepresentaciones del papel del periodista que se han venido acumulando a través del tiempo, y que terminan por entregarnos un mosaico de identificaciones más o menos complejas.

¿QUÉ PERIODISTA?: VISIONES DEL EJERCICIO PROFESIONAL

No se trata de ideologías mutuamente excluyentes ni, mucho menos, de una tipología de los periodistas latinoamericanos. Son, más bien, representaciones mentales colectivas cuyo peso social y psicológico alimenta las incertidumbres con que los periodistas llegamos a un período histórico como éste, el de la quinta transformación comunicacional, según veremos más adelante.

Si bien cabe pensar en una historia latinoamericana común, la presente reflexión se ilustra con datos correspondientes al Perú. Se hace así exclusivamente por razones prácticas y con cargo a agregar luego una adecuada alimentación de informaciones regionales. Las imágenes del periodista que se han ido construyendo y sumando (no reemplazando) pueden ubicarse, difusamente, a partir de ciertas épocas y tipos de periodismo, como se intenta en el siguiente ejercicio:

Emergencia de imágenes del periodista en la historia peruana

Año	Innovación	Imagen del periodista
1584	Imprenta	
1715	Primera Gaceta de Lima	
1790	<i>El Diario de Lima</i>	
1791	<i>El Mercurio Peruano</i> (bisemanal)	El intelectual
1821	Libertad de prensa (San Martín); inicio de la legislación	
1828	Constitucionalización de la libertad de prensa	El escritor
1925	Primera radio (OAX)	El asalariado
1958	Primera TV (Canal 7)	El profesional liberal
1981	Primera PC	
1991	Televisión por cable Panamsat Red Científica Peruana - Internet	El comunicador

La primera definición corresponde al periodista como *intelectual*, y en esta imagen el desempeño invocado es el del periodismo de opinión: el editorialista, pero también el caricaturista, el decimista, el comentarista, etc. Los intelectuales se apoderaron rápidamente de (o, más bien, fundaron) los primeros periódicos y, como quería Bolívar, sumaron la imprenta al canon. Libro, tribuna y columna son aquí variantes de una misma melodía y oficio. Se dirá después que *El Comercio* de Lima no pagaba a sus colaboradores, puesto que éstos no realizaban un trabajo sino una mezcla de honor y deber cívico.

La libertad de prensa (institución republicana fundacional) y el desarrollo de una incipiente industria cultural, producen los primeros grandes periódicos (diarios y revistas). Ellos necesitan de “escribidores” (en el sentido irónico y con el matiz despectivo que le da a este término Mario Vargas Llosa). Para dejar de ser escritor, José Carlos Mariátegui deja *El Tiempo* en 1919 y funda *La Razón*: tarea de intelectual y de activista sindical. En *La tía Julia...*, el escritor de Mario Vargas Llosa ya pertenece a la radio(novela) de los años 50. De esta imagen del periodista como escribiendo a disponibilidad proviene, sin duda, cierta sospecha pública frente a los hombres y mujeres de prensa.

Con el avance del siglo los periodistas empiezan a asumirse como *asalariados* y, en esta condición, al lado de los trabajadores

gráficos, acompañan largamente los movimientos de obreros y empleados. Aparecen los sindicatos y federaciones de periodistas, los pliegos de reclamos y las huelgas. La radio, y, sobre todo, la televisión, se vuelven gran industria. Al hacerlo, alimentan la perspectiva sindical.

Médicos, abogados, ingenieros, y “hasta” contadores y enfermeras se organizan en colegios profesionales y bajo leyes de protección y exclusión de los demás del ejercicio profesional. Los periodistas se descubren, también ellos, “*profesionales liberales*”. Al lado de los sindicatos (estamos ya en los 70) aparecen los colegios de periodistas. Luego, la crisis de los movimientos y las protestas sociales afectan por igual a todo tipo de agremiación.

En los años 80, por último, las escuelas de periodismo dejan lugar a las facultades de comunicación social. En las tarjetas de visita aparece el neologismo: *comunicador social*. El mercado profesional se ha expandido y el concepto de periodismo no cubre bien nuevas áreas y zonas como, por ejemplo, la producción y las técnicas de radio y televisión, la publicidad, las relaciones públicas, ni menos las novísimas comunicación organizacional o “para el desarrollo”.

Ironías de la escolarización compulsiva, en los 90, los periodistas con mejor formación tendrán que volver a la universidad para que sus discípulos de ayer les entreguen los posgrados construidos gracias a sus propias investigaciones, experiencia y consejo.

Y advertencia: lo único que no ha servido para definir a los periodistas ha sido su función de servidores del interés público, carentes como hemos sido de cualquier tradición de servicio público en las comunicaciones, por una razón obvia: la historia de nuestras comunicaciones fue también la historia del desplazamiento desde la dominación europea hacia la norteamericana. Cuando llegaron la radio y la televisión ya no había más referencias que la comercial publicitaria americana. Los intelectuales habían sido cambiados por los comerciantes. Y estábamos inmersos en un modelo que, durante mucho tiempo y acaso todavía en parte, fue un modelo típico y cuasi exclusivo del hemisferio.

Cuando hablamos de legislación, y aún antes de considerar el terremoto técnico y cultural que se inaugura, todavía hay que preguntarse: legislación, ¿para quién?, ¿para el intelectual (derechos de autor), el asalariado (leyes laborales), el profesional liberal (reservas de mercado y estatutos de privilegio y protección), o este extraño y polivalente animal que se ha dado en llamar “el comunicador social”?

LA REVOLUCIÓN CULTURAL NÚMERO CINCO

“Antes de considerar el terremoto”, acabo de decir. ¿Qué terremoto? ¿Por qué hablar de una “quinta” transformacional en la técnica de las comunicaciones, capaz de producir una nueva revolución cultural? Parafraseando y prolongando a Marshall McLuhan más allá de su biografía y su obra, tales revoluciones culturales serían:

1. La aparición del hombre y, con él, de la galaxia original del lenguaje oral.
2. Hace 5.000 años, el surgimiento de la galaxia de la escritura que da reflejo, estabilidad y permanencia a las lenguas, permitiendo el tránsito de la prehistoria a la historia y el florecimiento de las literaturas. El impacto de la escritura se ilustra jocosamente en la anécdota final de *Comentarios reales* del Inca Garcilaso de la Vega.
3. Hace sólo 500 años, la invención de la imprenta, que es, a la vez, y entre muchas otras cosas:
 - a) El inicio de la alfabetización y educación masivas (recién empezó a valer la pena, para el “vulgo”, saber leer y escribir).
 - b) La fundación del objeto libro, tal como lo conocemos hoy día (y lo recordaba Italo Calvino) y el re-emplazo de los derechos del tenedor por los derechos de autor, aquéllos bien ilustrados en *El nombre de la rosa* de Eco; y los últimos, punto de partida de la propiedad intelectual y la posible (y eventual) primacía futura de la renta del autor sobre los componentes de la “fricción” de la distribución de bienes culturales (Bill Gates, en *Camino al futuro*, pp. 118 y 119).
 - c) El antecedente remoto de la primera revolución industrial (que, como las posteriores empieza en las comunicaciones).
4. Hace exactamente 100 años la aparición simultánea de la radio y el cine (telecomunicaciones y audiovisual), fin aparente del predominio de la galaxia de Gutenberg, promesa de la “aldea mundial” (= supermercado mundial) y antecedente de la constitución, a mediados de siglo, de la TV como “escuela paralela” y “hermana enemiga”.
5. En 1980, el lanzamiento al mercado de la primera IBM-PC y el inicio del consumo masivo de productos ya no sólo electrodomésticos, sino específicamente informáticos, potenciados por su conversión en telemáticos, a través de tres momentos sucesivos

(satélites de comunicación, cable e Internet). Según Gates, una década después, en 1990, con Internet y la promesa de la mal llamada *information highway*, “los beneficios y problemas que surgirán de esta próxima revolución de la comunicación serán mucho mayores que los que produjo la revolución de la PC” (p. XIII).

Cada una de estas cinco revoluciones en la tecnología comunicacional, encadenadas en una ley de incesante aceleramiento histórico que impone la acumulación (y no el mero reemplazo), marcó deslumbramientos, encandilamientos y maniqueísmos que forman parte de las historias de las civilizaciones, las familias y las personas.

La quinta revolución cultural altera de raíz las condiciones de ejercicio del periodismo y la vida cultural entera. Los estudiantes de comunicaciones debieran prepararse para ese futuro y no para repetir los conocimientos correspondientes a lo que a nosotros nos ha tocado ser: la prehistoria profesional de los futuros comunicadores.

LOS CAMBIOS TECNOLÓGICOS

El libro más relevante que he leído en el último año, no ha sido una pieza narrativa ni un producto académico, sino la reflexión de un hombre de empresa, fundador y dueño de una de las grandes corporaciones de nuestra época, Microsoft. El hecho de que se trate de un *best-seller* popular, cuyas ediciones piratas las venden los ambulantes en Lima, no lo vuelve despreciable. *Camino al futuro*, de Bill Gates, pone en blanco y negro multimediáticos lo que será el paisaje tecnológico (es decir, cultural) de Estados Unidos, en el año 2005. Estos cambios tecnológicos se seguirán acelerando, por lo que los actuales estudiantes de comunicación deberían prepararse para ese mundo y no para el que ahora agoniza. De aquéllos, quisiera destacar lo siguiente:

1. La ley de aceleramiento histórico

El nuevo sector de la información y las comunicaciones se caracteriza porque los precios de venta de los productos finales disminuyen a un ritmo sin precedente ni correlato en el resto de la economía mundial: el precio del poder de cómputo se divide por dos cada año (ley de Moore). Además, los equipos se miniaturizan y adquieren cada vez mayor transparencia tecnológica. Por estas peculiaridades, el proceso es *imparable* (pese a todo lo que advertimos y condenamos de la dominación tecnológica en los años 70, por ejemplo en el libro precursor de

Mattelart y Schmucler). Ya, en Estados Unidos, el 50% de las computadoras dispone de un módem, aunque todavía los usuarios de servicios *on line* son menos del 10%. Pero hay 80 millones de usuarios de Internet en el mundo, ¡y esta cifra crece en 20 cada mes! En Estados Unidos, para una población de 264 millones de habitantes, existen 126 millones de teléfonos, 400 millones de computadoras y 40 millones de usuarios de Internet. La industria de la computación ha logrado, en 15 años, más que toda la inversión mundial (estatal y pública) en teléfonos a lo largo del siglo. En el Perú, por cada 1.000 habitantes tenemos 23 teléfonos y 251 radios (este fue el primer “desplazamiento” tecnológico). Las computadoras aumentan aun más rápido que la radio. Ya existen, cierto que aisladamente, cabinas públicas de acceso a Internet. No podemos parar este proceso. Lo que sí podemos y debemos hacer es controlar su signo, propósito social y utilidad democrática.

2. *El acceso global*

El nuevo paisaje comunicacional terminará en un cable de fibra óptica, por donde recibiremos la televisión, la música, las llamadas telefónicas y videotelefónicas y la información, incluyendo diarios diseñados para cada lector, noticieros de televisión a la hora en que deseemos y toda la información interactiva que queramos, desde el estado del tráfico en la carretera que vamos a tomar, hasta la confirmación de las reservas del teatro. El Minitel francés, al lado de este servicio (*softer software*), será un burro de carga.

3. *El consumo “a la carta”*

El consumo de bienes culturales, y específicamente de medios masivos, pasará del menú fijo al consumo a la carta, se fortalecerá la fragmentación de mercados, hasta llegar a la personalización. Por lo tanto, los periodistas tendrán relaciones interactivas con sus audiencias y no unidireccionales como en la actualidad. Las cabinas públicas de cómputo para la conexión a Internet, se multiplicarán como (y junto) a los teléfonos públicos. Desaparecerá totalmente el costo económico de la distancia.

4. *Disminución de la fricción*

La fricción (Gates) de la distribución disminuirá y los derechos de autor pasarán a ser un componente principal y no

secundario del precio que se pague por los bienes culturales. Más aún, la producción editorial (en realidad, multimediática como el último libro de Laura Esquivel y los WWW más recientes) podrá adaptarse exactamente a la demanda. No habrá riesgo de inversión ni *stocks* invendibles. Biblioteca, videoteca, VHF y hasta CD-ROM no tendrán que ocupar espacio domiciliar, pues todos los bienes culturales que se requieran en un momento dado estarán disponibles para usar y desechar (o guardar) su soporte físico. Disminuirá, todavía más, la importancia del papel. Toda la Biblioteca del Congreso de Estados Unidos ya cabe en una memoria holográfica del tamaño de un puño.

5. *El periodista como autoagente mercantil*

Se disolverá el abismo entre industria y artesanía. Seguirá habiendo libros, diarios, radio, TV, cine y escuelas, pero sus dinámicas serán sustantivamente diferentes. El concepto de "documento" y el acto de leer serán mucho más versátiles. Cualquiera podrá producir periodismo y cada uno armará su consumo tomando elementos de uno u otro diario, radio o TV. Esto significa también que cada periodista tendrá que conquistar su lugar en el mercado y que, eventualmente, su salario podrá fijarse en relación con el consumo real de su producción.

6. *Disolución de la concepción bancaria de la educación*

En los años 60 la crítica radical a la escuela, "vaca gorda y sagrada" para Ivan Illich, fue alimentada por la propuesta de Paulo Freire, a favor de una educación (alfabetización) liberadora y contra la concepción bancaria consistente en "colocar" conocimientos en la mente del alumno. De ahí partieron todos los intentos de "comunicación alternativa" o "alterativa". Finalmente ahora, la educación, y en particular la educación universitaria, será quizás lo que más cambie. Desaparecerá el valor instrumental de la información, como consecuencia de su superabundancia. Ya no interesará, en absoluto, los datos que uno pueda memorizar, sino la capacidad de procesar inteligentemente la información para fines específicos.

No se trata de una mera apología de la técnica ni, mucho menos, de hacer de la tecnología panacea para los males sociales. Pero sí de la impostergable necesidad de pensar el futuro, y en particular en la formación, en el marco real en que van a desempeñarse los profesionales de la comunicación. Y

también, se trata de la necesidad perentoria de que el pensamiento crítico sea capaz de domesticar la innovación técnica y no pasmarse frente a ella, como lo sugieren las aproximaciones maniqueas (apologéticas o satanizadoras, integradoras o apocalípticas).

En estos tiempos de cambio tecnológico y social se interroga, muy oportunamente, sobre el derecho y las políticas de comunicación. Empecemos a pensar y elaborar las normas jurídicas y políticas para este nuevo mundo y no para el de ayer.