

La ciudad como artefacto comunicante¹

The city as a communicating artifact

<https://doi.org/10.18566/comunicacion.48.a04>

Recibido: 28 de marzo de 2022

Aceptado: 29 de marzo de 2022

Resumen

El objetivo de este texto es reflexionar, de manera crítica, sobre la dinámica relación entre comunicación y cultura en el escenario urbano latinoamericano. El autor, un referente en el campo de la comunicología, resalta la necesidad de una visión latinoamericana de los fenómenos comunicativos que valore el diálogo Sur-Sur. La revista *Comunicación* presenta a sus lectores un texto del pensador ítalo-venezolano Antonio Pasquali como homenaje a este influyente autor latinoamericano fallecido en 2019. La reflexión que recoge este texto fue presentada por el autor en 1995 en la Facultad de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana y fue publicada entonces en esta misma revista, cuando era un medio impreso.

Abstract

This text pretends to critically think about the dynamic relationship between communication and culture in the Latin American urban setting. The author highlights the need for a Latin American vision of communicative studies that value the perspective of the South-South dialogue. *Communication journal* presents to its readers the text by the Italian-Venezuelan thinker Antonio Pasquali, as a tribute to this influential Latin American author, who died in 2019. This article was presented by the author in 1995, at the School of Social Communication and Journalism at the Universidad Pontificia Bolivariana, and this work was published in this same journal when it was a printed magazine.

48

Comunicación

número 48

Enero - junio

2023 | pp. 48-58

✉ Antonio Pasquali

Comunicólogo, exsubdirector general del Sector de Comunicaciones de la Unesco.

Palabras clave

Comunicación, Ciudad, Mediación, Comunicología, Lenguaje.

Keywords

Communication, City, Mediation, Communicology, Language.

¹ Publicado originalmente en *Comunicación UPB*, número 18, 1995, pp. 113-121.

La morosidad intelectual de nuestra época, dietéticamente proclive al moderado y homeopático pensar descriptivo más que a la vigorosa transformación de la realidad, viene postergando desde hace tiempo ciertos replanteos filosóficos impuestos por los nuevos conocimientos. Varios conceptos mayores con los que comprendemos lo real, es decir, algunas de las llamadas categorías supremas del pensamiento, piden ser reformuladas o convalidadas.

Entre tales morosidades figura una referida a la relacionalidad humana, que ya pareciera caerse de madura: aquella que consistiría en reinterpretar y reconcebir todas las funciones, modos y mediaciones de la humana relación a partir de categorías comunicacionales, tal como se han venido afinando en estos últimos decenios.

Dicho de otra manera: el tan celebrado desarrollo en artificios comunicantes e inteligencias artificiales ha dado lugar a un número creciente de eficientísimas *máquinas de estados análogos* del pensar y del comunicar naturales, las cuales nos han obligado a repensar de un todo el pensamiento y la comunicación. Nuestra hipótesis es que, en materia de comunicación, por ejemplo, nuestro saber metacomunicacional ha alcanzado una cierta masa crítica, que ya permite reinterpretar o releer en clave comunicacional todos los grandes capítulos de la relación humana.

Esta relectura global ya se ha emprendido de alguna manera, y no está lejos el día en que, al lado de las exitosas interpretaciones económico-sociales de la historia, podamos alinear en nuestros anaqueles las *historias comunicacionales* del Egipto faraónico, o del Imperio romano, o de la Revolución Industrial. La psiquiatría, por ejemplo, ya hace un feliz uso terapéutico de las categorías comunicacionales en patologías de la intersubjetividad. Simultáneamente, y por extraño que parezca, el inmenso territorio de la relación educativa todavía no ha sido iluminado por la nueva luz de la comunicología, aun siendo la educación la forma más noble e importante del comunicar. Mas, para qué asombrarnos si existen morosidades más paradójicas aún. Las mismísimas telecomunicaciones todavía no han recibido una eficaz lectura comunicacional, y no sabemos si el himno tecnolibertario con que nos son insistentemente vendidas debe tomarse al pie de la letra, o si no encubre otra merma próxima futura en nuestro ya escaso coeficiente comunicacional; si la tan cacareada *interactividad*, por ejemplo, no será un hilo más para la marioneta consumidora.

En la ancha fenomenología de la relacionalidad humana, otro sector posible para recabar grandes beneficios de un enfoque comunicacional es sin duda el de la urbanística en general, en cuanto expresión topográfica de una intersubjetividad plasmada en, y plasmable a partir de, un arreglo territorial-habitacional.

Dos grandes hechos arquetípicos deben rescatarse de una vez, a manera de premisas: (i) todas las grandes utopías fueron utopías de relación o convivencia pacificada y perfecta, luego políticas, y casi siempre incluyeron una obsesión topográfica primigenia, un afán de orden territorial-urbanístico como *ratio essendi et cognoscendi* del paraíso político en tierra que pregonaban; (ii) esa *comuni6n* perfecta entre humanos est1 asentada en formas, l1mites y rituales de la comunicaci6n, y se puede detectar en cada caso una suerte de armon1a preestablecida entre el trato interindividual y el trazado urbano de la ciudad o falansterio. Fue la manera arcaica de fijar alguna inherencia entre comunicaci6n y *polis*, esto es, el car1cter ontol6gicamente *pol1tico* de toda comunicaci6n.

Estas verdades primigenias tienen la virtud de volver un poco m1s transparentes dos l1neas de investigaci6n a1n poco explotadas: aquella (mencion6mosla apenas) que consistir1a en releer en clave comunicacional todas las grandes utop1as filos6fico-pol1tico-urban1sticas, desde Plat6n a Auro Bindo; y aquella otra, menos acad6mica y de m1s utilidad pr1ctica, que sugiere reinterpretar en t6rminos comunicacionales nuestros grandes, vivos y ya superanalizados complejos urban1sticos, para medir la carga de comunicabilidad o incomunicabilidad que excreta la sumatoria de condiciones topogr1ficas y viales, la disciplina espacial urbana, las divisiones econ6micas y t6picas del trabajo, la densidad de los medios de comunicaci6n personales y sociales, etc. Nuestra hip6tesis es que lo bueno y lo desastroso de nuestros conglomerados urbanos debe ser descifrado tambi6n con criterios comunicacionales, obviamente en su sentido global, y no solo en su aspecto *medios de comunicaci6n*.

Deteng1monos algunos instantes en esta segunda perspectiva de redescubrimiento, en la posible **lectura de la ciudad como m1quina o artefacto comunicante**, y por eso socializante y politizante. Recordemos los justificativos fundamentales de esta posibilidad. En sus pr1stinos 6timos, *t6pos* (lugar), *p6lis* (ciudad), *d6mos* (etnia) y hasta *koinon1a* (comunidad) est1n cargados de r1sticas y espaciales connotaciones topogr1ficas (el radical *po*, presente en los dos primeros t6rminos, indicaba el *d6nde*): se1alan el lugar (regi6n o pa1s, pero tambi6n fortaleza, santuario y hasta tumba) ocupado por un grupo humano coherente y con pretensiones de ejercer el *jus soli*. *End6mico*, por ejemplo, era as1 lo ind1gena, *apod6mico* lo extranjero y *pand6mico* lo que afectaba a la totalidad, mientras que su producto final, el *koin6s*, la *koinon1a* o *communitas*, lo era en virtud de una convivencia f1sica hipostasiada en espiritual que impon1a *compartir cargas* (tal es el sentido del lat1n *cum-munis*), una carga com1n de lengua, tradiciones, religiosidad, alimentaci6n, etc.

El lenguaje como origen de asentamientos

Este rastreo arcaico remite a otro aspecto capital del tema: comunicación y ciudad. Hace 25 siglos, la naciente filosofía se preguntó acerca del prerrequisito que permitió al homínido experimentar la sedentaria necesidad de escoger un *tópos* para fundar una *pólis* que acrisolara un *démos* comunitario. Lo pudo hacer porque el hombre había previamente inventado el lenguaje, contesta el gran Demócrito. Desde entonces, la razón asume que la posesión y uso de un código comunicante es la condición *sine qua non* de la *pólis* como expresión físico-topográfica de vida comunitaria. La ciudad quintaesencia del convivir es, pues, el decantado y concentrado de todos los humanos procesos de comunicación, cuyos polisémicos lenguajes y símbolos deben descifrarse para llegar a su esencia. Ahí está el axioma, pero un axioma casi sin explotar aún. Humana invención, clasificable, pues, entre los artificios, las máquinas y las *tecnicidades* de que hablaba Aristóteles para distinguir lo *puesto* por el hombre de lo naturalmente *dado*: la ciudad puede y debe ser interrogada como un artificio o aparato comunicante más. Decimos aparato, luego artificio, luego medio; máquina creadora de una disciplina espacial y territorial para la relación a escala antropológica, necesitada de códigos comunicantes siempre más eficientes.

Disponemos de motivaciones universales para repensar la ciudad como una máquina comunicante. Pero diríase que es un tema para pensar principalmente en sureños, en tercermundistas, en pobres que somos. Nadie ignora que los problemas del descontrolado crecimiento demográfico y de las actuales y próximas inmanejables megalópolis son al 20 % norteños (donde hay recursos para resolverlos) y al 80 % sureños (donde no hay recursos). Salvo errores, la antiutopía topodemográfica suramericana cabe en una comparación: en unos años más, el 82 % de nuestra población estará viviendo en ciudades de más de 100.000 habitantes; el 84 % de la población alemana ya está viviendo en poblaciones de menos de 15.000. Detener la degradación de los tejidos urbanos, desconcentrar población, conseguir óptimos alcaldes, trasladar al campo todas las ventajas de la Modernidad, dar más poder de intervención a los urbanistas y equipos interdisciplinarios, disponer de recursos, ser eficaces y eficientes... Los problemas pueden hasta llamarse con idénticos nombres, pero no son los mismos en el Norte que en el Sur.

Estudiar recursos

Leer la ciudad como un artefacto comunicante no será tarea obvia ni fácil. Fuertes y contaminantes prejuicios habrán de removerse previamente. Nos limitaremos en lo sucesivo a estas remociones, señalando como obstáculos principales:

1. La poca sinceración de metas y recursos.
2. Las indefiniciones en materia de Identidad.
3. El *ruido* introducido en las nociones de *tópos* y de relación comunicante.

Acerca de metas y recursos

Muchos de ustedes recordarán la célebre silueta de la copa de champaña en la portada del *Informe del desarrollo humano* publicado por el PNUD en 1992. Allí aprendimos que el 20 % más pudiente de la población humana (digamos la parte de la champaña en la copa) disfrutaba del 82,7 % de todas las riquezas del mundo, mientras los cuatro quintos descendientes disponían, respectivamente, del 11,7, del 2,3, del 1,9 y del 1,4 % de dichas riquezas. En los últimos 30 años, la brecha ricos/pobres, brutalmente acelerada por la ola neoliberal, se ha multiplicado por cinco, y sigue ensanchándose.

El problema de la degradación de los tejidos urbanos es y será, en medida creciente, un problema de tercer mundo, de la pata, de la copa que sostiene la champaña de los ricos. Al hablar de ciudad, se impone, pues, en el Sur un sinceramiento severo acerca de dos aspectos: (i) ¿cuál es nuestra real política demográfica y de ocupación territorial (si es que tenemos alguna)? y (ii) ¿de qué recursos reales disponemos para revertir tendencias negativas? Conviene sincerar brutalmente este segundo ingrediente: desde nuestros 1000 o 2500 dólares per cápita anuales, muchas exitosas experiencias sociourbanas de países con 28.000 o 32.000 dólares per cápita se nos vuelven como las uvas del cuento del zorro: inalcanzables. Periódicos electrónicos en las calles, cortinas y ventanas antirruido gratuitas cerca de autopistas urbanas, conversión a parques públicos de barrios insalubres, inminente control satelital del tráfico urbano, y paremos de contar, son soluciones futuristas para la mayoría de nosotros. De hecho, muchos alcaldes del primer mundo ya viven en plena era postindustrial: los problemas de aguas blancas y servidas, educación, salud, energía, transporte, atención al niño y a la tercera edad, etc., fueron resueltos por la generación de sus abuelos, y los que ellos enfrentan son de tipo cultural, de tiempo libre y de prevención de vicios del bienestar. En muchas de nuestras metrópolis, por no hablar más que de servicios, el racionamiento de agua o luz aún es una realidad de todos los días. Estas realidades, que escamoteamos o sobre las que melancólicamente lloriqueamos, plantean a quien no se deja abatir retos novedosos: ¿cómo armonizar racionalidad demográfica y económica con racionalidad urbana?, ¿cómo convertir al ciudadano en contribuyente o colaborante?, ¿dónde encontrar o cómo inventar fuentes novedosas o inéditas de financiamiento?, ¿cómo intervenir en materia de convivencia ciudadana navegando con *sindéresis* entre la tentación dictatorial y el populismo demagógico? Si la pobreza agudiza la ingeniosidad, pongámosla, pues, a partido.

Acerca de una mejor definición en materia de identidad

El concepto de *identidad cultural* no es, obviamente, de los que pueden alegremente desecharse; pero es a la vez un clásico de la mitificación y de la más peligrosa y resbaladiza polivalencia. La recuperación de idiomas en peligro de extinguirse y la infibulación de las mujeres africanas, el retorno al país de origen de los bienes culturales mal habidos y los sacrificios humanos que se siguen practicando en el Sureste asiático: todo ello se inspira en una misma defensa de las identidades culturales.

Nuestra percepción de la ciudad parece necesitar una desmitificación en materia de identidad. Probablemente, ni el buen aldeano atrapado por los tentáculos de la urbe degradante que destruirá su bucólica inocencia ni el provinciano masoquista que busca ardiente los abalorios de la civilización urbana, desechando deliberada y despectivamente su vieja felicidad rural, existen en estado puro. Las concepciones parmenídeas de la identidad hipostasian una inmodificable cuan inexistente esencialidad a preservar por los siglos de los siglos, para luego mitificar la pureza originaria y los ciclos de un eterno retorno a la misma, dando así origen a los diferentes aislacionismos y fundamentalismos. Bastaría un poco más de sensatez heraclitiana para comprender que las *identidades* no son inmutables y que fluyen como todo lo que vive. La comunicología, obviamente, conforta la tesis heraclitiana. Por un lado, ayuda a comprender que la lentitud o la velocidad en el devenir de las identidades *démicas* o políticas está en función de los cierres o aperturas a la comunicación con otros. Por el otro, permite aclarar que, si las identidades fueran parmenídeas, ellas solo podrían sustentarse en la incomunicación que tal vez las caracterizó en su cuna, *in illo tempore*. En una visión parmenídea de la identidad, toda fase de apertura al otro y al mundo desencadena un proceso de degradación por alejamiento del paraíso inicial, es una traición a la prístina identidad. Son las concepciones agorafóbicas, antievolutivas y fundamentalistas de la historia, que obligan a una peligrosa y falsa equivalencia final **identidad = incomunicación**. De allí a pensar en la comunicación como factor intrínsecamente negativo y disolvente de identidades no hay más que un paso; es así como mucha comunicación ha sido demonizada, y la ciudad-máquina-comunicante considerada el infierno de relaciones otrora paradisiacas. La necesidad de salvaguardar en todos sus aspectos la *fecunda diversidad de las culturas* se ha convertido en uno de los más caros axiomas para quienes desconfiamos profundamente de la taumaturgia de las leyes de mercado, del *laissez-faire* y de las globalizaciones no espontáneas. Propongo el ejemplo del Special Broadcasting System (SBS), australiano, como un modelo insigne de identidad en el pluralismo y de comunicación éticamente irreprochable. Australia decidió hace años que la aceptación en la región de su liderazgo

sobre Oceanía pasaba por una apertura de sus fronteras a todas las etnias del Pacífico. Entre otras decisiones, hubo la de crear un tercer canal público de televisión, justamente el SBS, dirigido a las minorías étnicas, el cual transmite hoy en 41 idiomas. Su mensaje de base reza poco más o menos así: “Sean buenos ciudadanos de su nuevo país, obedezcan sus leyes, pero no abandonen su idioma ni sus costumbres de vida originarias. Australia quiere hacerlas propias y enriquecerse con ellas”. Les dejo este ejemplo vigorizante y riesgoso para meditar en relación con el tema de las identidades.

Espacio-comunicación

Acerca del ruido en las nociones de espacio y de relación comunicante

Intentemos otras respuestas, aún modestas, al tema de este seminario. Traduzcamos la pareja conceptual *comunicación* y *ciudad* a esta otra pregunta: ¿qué vinculación puede haber entre espacio, una forma de la pura sensibilidad según lo definió Kant, y ciertas categorías supremas del entendimiento como *relación*, *comunidad* o *comunicar*? Si ante esta pregunta alguien me señalara que estoy llevando las cosas a una dimensión metafísica tal que ya no podremos regresar a tierra, contestaría que lo hago a propósito. No cultivo el pensamiento cosmético, creo en la necesidad de replantear en profundidad los grandes temas. Conozco mucha gente que carga en el bolsillo soluciones al problema de la comunicación en la ciudad (ninguno, afortunadamente, invitado a este seminario) financiando un periódico de barrio por aquí, abriendo una emisorcita de radio por allá, llevando un bibliobús o un proyector de cine a las barriadas populares. Pienso de ellos que son víctimas del sofisma *pars pro toto*.

La plena recuperación y reapropiación conceptual del **tópos**, con todo su espesor histórico y arquetípico, me parece condición previa para innovar en materia de ciudad, de ciudadanía y de comunicación.

Durante milenios sedimentó la humanidad arquetipos hoy reprimidos, pero no eliminados, en relación con la elección y la fundación de un lugar, y la intervención sobre este, en lo que jugaron papel fundamental concepciones sacrales del espacio y del tiempo. Aún antes del sedentarismo, hubo sacralización de espacios privilegiados por haber resultado más propicios que otros a la manifestación o apófansis de lo divino. Los astrólogos hicieron lo mismo con el tiempo: el devenir de este era rítmico y organizado, con momentos más significativos y hierofánticos que otros. ¿Qué puede añadir la comunicología a estos hechos ya conocidos? Algo de la mayor relevancia y aún más olvidado: que la doble capacidad humana de expresión (palabra y

representación icónica) fue objeto de un proceso paralelo de sacralización. En el comienzo, hablar fue un ejercicio parco y de importancia; nombrar era evocar el doble o fantasma de lo real significado, era revivirlo y hasta crearlo *ex nihilo*. Pintar, moldear en arcilla o esculpir (¿quién no recuerda las inolvidables páginas que André Bazin consagró al tema?) fue en los comienzos rito funerario o propiciatorio, manera de retener en vida o de perpetuar la presencia de una ausencia, de facilitar el tránsito al más allá, o de auspiciar la posesión o control de lo representado, donde la pulsión o la *lectura* estéticas estaban totalmente ausentes. Desde nuestro actual océano de palabras y de imágenes inflacionadas, recordemos con fuerza que en los comienzos no se habló ni se representó impunemente. Aquella supersemantización ancestral de espacio, tiempo, palabra e imagen sigue latente en nuestro inconsciente colectivo, en el cerebro primario, y sobrevivirá al inminente diluvio de 500 canales televisivos. Aprendamos a resucitarla, con precaución. El carácter *tolemaico* de nuestras concepciones primarias y prerreflexivas de espacio y tiempo nos confirma a cada instante dicha latencia. El espacio, por antonomasia, es la parcela de madre tierra sobre la que estamos instalados. El único tiempo realmente significativo para nosotros es aquel que nos ha tocado vivir: todo lo que sucedió desde un día antes de nosotros nacer es prehistoria. El hombre renueva constantemente, actualizándola, su ancestral arrogancia topocéntrica, cronocéntrica y antropocéntrica. Aun diluida homeopáticamente, algo de la vieja sacralidad sobrevive en nuestra noción de espacio.

De los ritos de fundación topográfica, espacio-ciudad, espacio-templo, espacio-campamento o espacio-morada personal, recuperemos otros dos derivados de importancia: (i) la noción de umbral, puerta o lugar/momento de ingreso a un espacio/tiempo sagrado, un entre-dos-mundos con sus respectivos introitos, incorporaciones o *ritos de tránsito*, y (ii) la atribución de profanidad al espacio o tiempo exteriores, así como a la palabra o imagen no sagrados, exotéricos. Estas nociones parecieran capitales para renovar ***ex profundis*** nuestras claves comprensivas de la *pólis*, pues nos recuerdan que, durante milenios, la humanidad distinguió y clasificó entre comportamientos sagrados y comportamientos profanos. De allí salió, por ejemplo, uno de los principales binomios comprensivos de lo ético: la licitud de los comportamientos competitivos en espacios-tiempo sagrados. Hubo, pues, una sacralidad inherente tanto al lugar o morada grande del *démos*, la ciudad, como a la individual del ciudadano, el *oikós*.

Hoy, la antropología cultural, y hasta los historiadores de las religiones, nos aclaran que hemos derivado lentamente hacia un mundo siempre más desacralizado y profano. Muchas de estas profanaciones se produjeron espontáneamente, por obra del progreso científico; otras, por inducción y cálculo, según nos han enseñado los historiadores de la cultura. Una cosa son

los procesos de transculturación lentos y espontáneos, sin padrinos ni *sponsors*, y otra los compulsivos o piloteados por intereses políticos o mercantiles.

Una hipótesis novedosa por verificar sería, pues, la que afirmara que la degradación de la urbe moderna guarda una relación directa tanto con la profanación de sus espacios otrora sagrados o emblemáticos como con la de sus principales formas topográficas, corpóreas y expresivas de comunicación. Se desprendería de allí, como terapia posible, la necesidad de una especie de resacralización laica, si así puede decirse, de ciertos espacios ciudadanos y formas de comunicación, o la conveniencia de reintroducir en la ciudad de hoy ambientes, situaciones, momentos y canales participativos de comportamiento y comunicación que estimulen el ejercicio de una ética complementaria y solidaria de la convivencia, más que una moral eterna y obsesivamente competitiva del costo-beneficio.

¿Qué estamos enunciando con esto? Que tal vez sea posible rescatar un sentido de ciudad, esa mezcla de copresencia, de convivencia y de comunicación, restaurando en ella algún equilibrio **sagrado/profano** en la versión que mejor convenga, aunque la más conveniente en absoluto pudiera consistir en leicizar dicho binomio y convertirlo en el de **público/privado**.

Relación comunicante

Pero nuestros revisitados conceptos de *tópos*, *démos*, *pólis* y *koinós* nos reservan una última deducción. Hemos recordado que (i) palabra e imagen quedaron sometidas con el tiempo a procesos de profanación e inflación análogos a los que afectaron los prístinos usos de espacio y tiempo, y (ii) que recuperar de alguna manera la *sacralidad* de espacios y tiempos ciudadanos pudiera hoy interpretarse como una necesidad de restablecer un mínimo de equilibrio entre lo público y lo privado. En buena lógica, hemos de aplicar entonces la misma sugerencia terapéutica a las comunicaciones ciudadanas; en ellas también la prevalencia de lo privado, competitivo y mercantil debiera temperarse con una recuperación de espacios públicos de comunicación, complementarios, participativos y no manipuladores.

Al ciudadano de hoy, la ciudad ofrece cada día más abundancia de comunicaciones vicariales, pseudocomunicaciones o *ersatz* de comunicación tanto físicas como sociales. Muchas redes viales son ejemplos cotidianos de esclerosis, embolias y colapsos circulatorios; mucha comunicación social es unidireccional, paternalista y monopolizada por vendedores de algo. Cada día, el ciudadano es *des-adultizado* y *des-madurado* un poco más por exceso de información sobreprotectora y atrofia de verdadera comunicación como diálogo sin patrocinantes.

De las tres formas manualísticas de la comunicación, la intersubjetiva, la institucional o corporativa y la de masas, podemos tranquilamente afirmar, en relación con nuestra realidad continental:

- **De la primera**, que el auge de la privacidad, el trazado dispersivo y desestructurado de muchas urbes, la desaparición o degrado progresivos de los lugares públicos y la disociación familiar engendrada por la TV terminarán por dejar sin vida la comunicación intersubjetiva, manera de decir que estamos asesinando el compañerismo, la solidaridad y hasta el amor y la democracia.
- **De la segunda**, que la *comunicación corporativa*, o información al público interesadamente emanada de la propia institución objeto de la información, debe denunciarse y erradicarse profilácticamente como una lepra comunicacional de este final de siglo. En Venezuela, doy un ejemplo que conozco a fondo, la información dada al público sobre cuestiones de la compañía telefónica nacional privatizada (informaciones delicadas y de alta reactividad ciudadana) emana en su casi totalidad de la oficina de relaciones públicas de la propia empresa, lo que crea un fenómeno macroscópico de desinformación manipuladora.
- **De la tercera**, que no gastaremos palabras en repetir lo mal atendidas que están nuestras poblaciones por unos medios, sobre todo los electrónicos, en que solo impera el afán de lucrar.

En resumen, los comunicólogos queremos decir a los urbanistas y planificadores que quisieran escucharnos que la ciudad de hoy está degradada también por enfermedad comunicacional (en sentido territorial y social), y que esa patología requiere valientes y eficaces terapias.

En materia de comunicación interpersonal, los comunicólogos humildemente sugerimos a los urbanistas que, por favor, reinventen la plaza y demás lugares de confluencia, que recuperen los centros históricos sin fosilizaciones museísticas, que repiensen la viabilidad y el ornato público en grande, que redescubran con infinito respeto al peatón y lo estimulen en sus andanzas, que resacralicen y conviertan en lugares de belleza y solidaridad todos los espacios públicos que puedan, y que luchen por reintroducir la lectura en todos aquellos lugares públicos de donde ha sido desplazada por la televisión.

En materia de la mal llamada comunicación corporativa, conocemos los apremios económicos de muchos de nuestros editores, a los que la TV está dejando sin el oxígeno publicitario para sobrevivir. Sin embargo, siempre cabe un llamado a que desechen esta forma sutilmente degenerada de la corrupción periodística y reasuman a plenitud la responsabilidad de informar, sin admitir el predominio flagrante de opiniones interesadas.

En materia de medios masivos de comunicación, el panorama latinoamericano en este cuadrante es el más distorsionado del mundo, por obra de una TV que (i) acapara un exceso de inversión publicitaria (de los 10 países de la tierra que gastan porcentualmente más en TV que en cualquier otro medio, nueve son latinoamericanos); (ii) que es en casi todas partes de la región monopolio privado, y ha ubicado a los Mariño, los Azcárraga y los Cisneros en la lista de los hombres más ricos del globo, y (iii) que ha hecho de Latinoamérica la única zona del globo radicalmente desprovista de experiencias significativas y positivas en servicios radiotelevisivos públicos.

Coherentemente con lo hasta aquí expresado, parece evidente la urgencia de resacralizar una parte siquiera de este medio, esto es, de sustraerlo a la profanación total de que ha sido objeto, de acercarlo a la esfera pública y garantizar a la ciudadanía (junto con la comercial) otra televisión, concebida como un verdadero y auténtico servicio público. Pareciera obvia la necesidad que tenemos en América Latina de descubrir las ventajas de unos verdaderos servicios radiotelevisivos públicos, ni comerciales ni gubernamentales, con amplia participación ciudadana en los niveles decisorios. Todas las instancias correctivas, los intentos de diálogo, las obras de persuasión para que la empresa privada hiciera mejor TV han fracasado. En nuestras ciudades, ¡qué duda cabe!, se respirará otro aire republicano, habrá ciudadanos mejor informados y alertados, con otros gustos, el día que una radiotelevisión de servicio público de alta calidad rompa las barreras de la oposición comercial y de las suspicacias públicas, y llegará a acaparar una parte importante de las audiencias. La radio y la TV públicas pueden, obviamente, ser nacionales, provinciales o ciudadanas: bastaría recordar lo que significaron en el Uruguay de los años 50 las emisiones del SODRE, o citar el magnífico ejemplo actual de la TV pública de la Alcaldía de São Paulo, en Brasil.

Hace 10 o 15 años, hubo un intento por liquidar los grandes servicios radiotelevisivos públicos del mundo. Ellos representaban para el globalizante sistema comercial un peligroso escándalo, ya que demostraban a diario que en su programación, lejos de las obligaciones mercantiles, había más calidad, más objetividad informativa y más libertad. Esos servicios resistieron con decoro los ataques recibidos, y hoy tienen aseguradas, en todos los grandes países donde funcionan, cuotas mayoritarias de la audiencia. América Latina necesita pasar por una larga experiencia de esa naturaleza.

Muchas gracias.