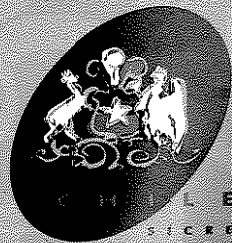
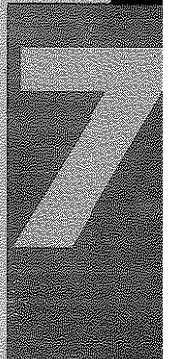


PROCESOS DE COMUNICACION EN UNA SOCIEDAD ABIERTA

DISCURSOS DEL SR. MINISTRO
SECRETARIO GENERAL DE GOBIERNO
DON JOSE JOAQUIN BRUNNER RIED

PROCESOS DE COMUNICACION EN UNA SOCIEDAD ABIERTA



L E
SECRETARIA DE
COMUNICACION
Y CULTURA
S E C C
MINISTERIO SECRETARIA
GENERAL DE GOBIERNO

SANTIAGO, SEPTIEMBRE DE 1995

EL ROL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN UN PAIS EMERGENTE

Intervención en la Inauguración del Encuentro
Anual de la Fundación Internacional de Mujeres
en los Medios de Comunicación.

SANTIAGO, 27 DE MARZO DE 1995



Es un honor saludarles en nombre del Gobierno de Chile y participar en el Encuentro Anual de la Fundación de Mujeres en los Medios de Comunicación. Es un motivo adicional de satisfacción hacerlo dentro del mismo mes en que nuestro gobierno dio a conocer –y ha puesto en ejecución– el Plan de Igualdad de Oportunidades de la Mujer, destinado a superar las discriminaciones de género en los ámbitos de la normativa legal, el mercado de trabajo, la familia, la salud, la cultura y la comunicación.

Invitado a exponer sobre “el rol de los medios en un país emergente”, deseo aprovechar este tiempo para reflexionar sobre los principales desafíos que tenemos por delante quienes trabajamos preferentemente con información.

I

Estamos al comienzo de una época que estará dominada crecientemente por el conocimiento, la educación y, en general, por formas cada vez más complejas de coordinación de las actividades simbólicas en la sociedad. Todos estos componentes tienen una característica en común: dependen del funcionamiento de la comunicación.

Solía considerarse que las naciones eran comunidades ligadas por la geografía y los ancestros. Más tarde, con la



emergencia del Estado moderno, las naciones pasaron a adquirir una organización basada en los conceptos de soberanía, administración burocrática y disposición centralizada de la fuerza. Hoy, en cambio, las comunidades nacionales pasan a ser, antes que todo, sistemas abiertos de generación e intercambio de información.

Las fronteras geográficas se difuminan. El espacio y el tiempo se reducen, reordenándose en torno a los ejes de la globalidad y la simultaneidad. Los propios Estados se transforman en dispositivos que procesan, organizan y difunden información.

II

Para los países con economías emergentes, que buscan superar la pobreza, crear oportunidades para su gente y consolidar la democracia, el desafío de las comunicaciones es crucial. Es por medio de la comunicación que la sociedad se conoce a sí misma, asume sus problemas y coordina los esfuerzos para darle solución. A través de dicho proceso las personas se constituyen como actores, expresan sus anhelos y se hacen parte de la cultura de su tiempo.

El propio desarrollo de los países está indisolublemente ligado a la aplicación del conocimiento, al nivel educacional de la población y a la coordinación entre los esfuerzos del sector privado y la acción estatal. En esta dimensión son claves la incorporación de nuevas tecnologías al proceso productivo, el incremento de las oportunidades de aprendizaje para los jóvenes y el uso oportuno de la información económica y política.

Enseguida, la democracia contemporánea es primordialmente un asunto de participación informada en la esfera pública, las decisiones colectivas y la fiscalización de los poderes estatales y privados. De allí el rol crucial de los medios de comunicación, la importancia del acceso a la información y la posibilidad de que las personas, grupos e instituciones puedan concurrir a formar la opinión pública.

III

¿Cuáles son los criterios básicos que deben orientar nuestra acción en el terreno de la comunicación social?

En el plano doctrinario dos principios aparecen como fundamentales: la libertad de comunicación, por un lado, y, por el otro, la igualdad de oportunidades de acceso a ella.

La libre expresión, transmisión y difusión de conocimientos y mensajes —esto es, la existencia de un activo mercado de ideas— es un prerequisite para el desarrollo democrático de las naciones y un complemento esencial del intercambio comercial, la transferencia de tecnologías y la actividad innovativa en general. En verdad, el funcionamiento global de nuestras sociedades está determinado hoy por la disponibilidad, orientación y calidad de la información con que cuentan las personas y los actores relevantes. De allí que corresponda al Estado consagrar la más amplia libertad de información y favorecer la autorregulación en este ámbito, eliminando los obstáculos que pudieran entorpecer su ejercicio.

Tan decisivo como lo anterior es asegurar una amplia distribución de las oportunidades de acceso a la comunicación. Para ello es esencial aumentar y mejorar los niveles edu-



cacionales de la población, asegurar la circulación sin impedimentos de los conocimientos y mensajes, y, en general, garantizar el acceso a las fuentes generadoras de información. Las sociedades democráticas, igual que las economías de mercado, son redes de oportunidades; su creatividad y vitalidad dependen por eso de la diversidad de esas oportunidades y de su eficaz aprovechamiento.

IV

Los principios de libertad e igualdad informativas sólo pueden materializarse allí donde concurren simultáneamente tres condiciones: un compromiso de la sociedad con la permanente expansión de la infraestructura comunicacional; un orden de regulaciones públicas que promueva el pluralismo, y el desarrollo dinámico de la industria de los medios.

Permítanme referirme brevemente a esos tres aspectos.

A. INFRAESTRUCTURA

El acceso a la información y su libre circulación dependen de la existencia de una amplia, sofisticada y flexible estructura de canales de comunicación. Los cambios tecnológicos en las áreas de las telecomunicaciones, de la comunicación electrónica y de la digitalización de señales están abriendo un nuevo mundo de oportunidades. Nuestros países no pueden restarse a esta revolución. Necesitan crear un ambiente propicio para las inversiones privadas, el ingreso de capital extranjero y la incorporación de las nuevas tecnologías. De no hacerlo, su infraestructura comunicacional se quedaría atrás y aumentaría su dependencia de los centros desarrollados. Pero,

además, se incrementarían los desequilibrios internos de nuestras sociedades, puesto que hoy es una condición del desarrollo, justamente, el acceso de las personas y grupos al conocimiento y su participación en los flujos de comunicación.

B. REGULACIONES

Un desarrollo plural de las comunicaciones supone, adicionalmente, que se establezca un orden público de regulaciones que facilite la creación de nuevos medios y estimule la competencia en los mercados de mensajes. Es un hecho que estos mercados tienden a la concentración. La constitución de grandes conglomerados multimedia, y la tendencia hacia un control oligopólico y "cruzado" en tales mercados, obligan a la autoridad pública a establecer condiciones adecuadas de operación. El principal desaffo es cómo asegurar condiciones favorables de mercado para la industria de medios, al mismo tiempo que se garantiza un marco propicio para el desarrollo del pluralismo. Si éste llegara a limitarse, o se viera amagado por causa de la posición oligopólica de unos pocos agentes en los mercados, se debilitarían también la libertad e igualdad informativas, con grave daño para la democracia.

C. INDUSTRIA DE MEDIOS

La sociedad democrática necesita una fuerte competencia en la industria de medios. De lo contrario no podría desplegarse una cultura pluralista. Hoy día, ésta suele estar más amenazada por el mercado que por el Estado. Lo que interesa, en consecuencia, es encontrar un terreno donde se compatibilicen los intereses de la industria con el derecho de las personas y de la sociedad a contar con una información oportuna, de calidad y diversificada. Sólo bajo esa condición



es posible promover el pluralismo. La dificultad estriba aquí en que el Estado debe cumplir esa misión reconociendo el hecho de que una desconcentración excesiva de las empresas, o su sujeción a múltiples regulaciones, podrían llevar a la postre a inhibir su desarrollo o/y a restarles competitividad a nivel internacional.

V

De lo dicho hasta aquí resultan también los nuevos desafíos que enfrentan las y los profesionales de la comunicación. No sólo su papel se vuelve más y más relevante a medida que ingresamos en una sociedad centrada en el conocimiento sino que, además, cambian las formas de organización y división del trabajo que ellos desempeñan.

En efecto, quienes participamos en el mundo de las comunicaciones estamos viendo transformarse, casi ininterrumpidamente, las condiciones en que desenvolvemos nuestra actividad. Así ocurre entre periodistas, editores, productores y procesadores de información; gente que interviene en la transmisión de imágenes; personal de marketing y relaciones públicas; analistas de los sistemas de comunicación; formuladores de políticas comunicacionales a nivel de gobierno y, en general, con todos quienes ocupan posiciones en la industria de medios.

Los desafíos más significativos provienen del rápido cambio tecnológico, de los mercados y la información.

A. INTERACTIVIDAD

Avanzamos aceleradamente hacia un mundo donde los comunicadores deberán abandonar su función de emisores unilaterales de mensajes. La nueva era estará marcada, en cambio, por el surgimiento de una cultura de la interactividad. Este movimiento puede interpretarse de distintas maneras. Al fondo, sin embargo, su significado es claro: representará un desplazamiento tan drástico de las fuentes de control social como el que se produjo con la difusión de la imprenta o con el advenimiento de los medios electrónicos de comunicación. En efecto, la interactividad multimedial abrirá el cauce hacia nuevas modalidades de participación en la cultura, la información y los conocimientos. Las comunidades de base puramente local serán complementadas por nuevas comunidades a-la-distancia, como ya existen en el campo académico, en el comercio y las finanzas. Las antiguas estructuras profesionales, basadas en un monopolio de saberes especializados, serán sustituidas por una programación más accesible y una distribución más flexible del conocimiento. La educación, ligada por siglos al proceso escolar y al papel dominante del profesor, se convertirá en una actividad de múltiples actores y lugares, con variados puntos de entrada y salida. Los propios medios masivos, que controlan a sus mercados desde la oferta, serán gradualmente reemplazados por una generación de medios determinados desde la demanda, o sea, por el público.

B. MERCADOS

La noción misma de públicos –ligada en la actualidad a lo masivo, la pasividad y el consumo– tenderá necesariamente a redefinirse en una cultura centrada en la comunicación interactiva. Las personas adquirirán por primera vez el dere-



VI

cho a intervenir en la esfera de la comunicación social, librándose de las programaciones estandarizadas y pudiendo hacer valer sus preferencias e intereses individuales. Es posible que nos cueste aceptar esta imagen liberadora. Vivimos en un mundo donde apenas venimos saliendo del mercado uniformador y masivo, y recién empezamos a habituarnos a las posibilidades de la segmentación de los mensajes que ofrecen la especialización y diversificación de las tecnologías comunicacionales. Lo cierto, sin embargo, es que estamos apenas al comienzo de una transición hacia modalidades más personalizadas de programación y uso de los medios de comunicación, que será el rasgo más característico de una cultura interactiva.

C. INFORMACION

Quizá sea en el plano cuantitativo donde nos hallamos más cerca de apreciar los efectos de esa transición. Tenemos la sensación, en efecto, de haber pasado de un mundo de información escasa a un mundo de la abundancia, si no de la saturación, de nuevos contenidos informativos. El volumen disponible de accesos, archivos y conexiones se multiplica tan vertiginosamente que es imposible, siquiera, mantener un registro de los conocimientos, aun en áreas altamente especializadas del saber. El entorno natural en que nos movemos se vuelve crecientemente artificial, informatizado, simbólico. Las fuentes de información, y los informadores, así como los canales de transmisión, se diversifican al infinito, sin que sepamos en realidad si nuestra capacidad de absorber, procesar y usar los nuevos conocimientos aumenta coetáneamente.

La cuestión político-cultural más decisiva del futuro reside, a mi juicio, en saber si estos cambios en los ámbitos de la tecnología, los mercados, la información y su uso se convertirán en una palanca para el desarrollo de las economías emergentes y en un instrumento al servicio de una mayor equidad social, o si en cambio servirán para que sólo unos pocos disfruten las nuevas oportunidades de poder y control que, sin duda, creará la revolución en marcha de las comunicaciones.

Orwell prefiguró a mediados de este siglo una utopía negativa donde el mundo pasaba a ser controlado por unos pocos señores de la información y la propaganda. Hoy día hay muchos que comparten su escepticismo. Ellos apuntan, antes que todo, a los movimientos de concentración y aglomeración de los medios que están ocurriendo en los países desarrollados y al poder creciente de esas corporaciones para determinar las imágenes, la publicidad y el consumo de interpretaciones a nivel mundial.

Frente a Orwell se levantan los intelectuales utópicos que sueñan con una suerte de emancipación tecnológica de la humanidad, promovida por la abundancia de medios, canales y recursos de información. Ellos ven venir, en las próximas décadas, una sociedad hecha transparente por la comunicación, democratizada en sus fuentes de saber y potenciada al máximo en sus capacidades productivas, gracias al conocimiento y la informatización distribuidos a lo largo de todos los sectores de la economía.

VII

Entre unos y otros cultivadores de utopías, los habitantes de nuestra región estamos obligados a soñar, a pensar y a actuar con realismo. Nuestra obligación, casi diría nuestra obsesión, debe ser el desarrollo económico-social y cultural y el arraigo y extensión de las instituciones democráticas. Enfrentados a esas dos tareas, tenemos que convertir las comunicaciones en una pieza vital para incrementar nuestras capacidades nacionales y asegurar mejores oportunidades de vida para todos. Sólo lograremos hacerlo si garantizamos, y ampliamos continuamente, dos condiciones básicas: la libertad de comunicación y la igualdad de oportunidades de acceso a la información. Los medios masivos, esto es sus propietarios y personal profesional y técnico, tienen la responsabilidad de contribuir a esa misión. Para estó necesitan un clima propicio facilitado mediante una normativa que compatibilice el máximo de autorregulación con la máxima diversidad y pluralismo.

En tales condiciones sería posible, entonces, llegar a tener una industria competitiva de medios que se adapte a las condiciones y desafíos emergentes; profesionalizar adecuadamente las nuevas funciones y roles que surgen con el paso hacia una sociedad centrada en los conocimientos, y aprovechar el potencial de la información en beneficio de la sociedad en su conjunto, evitando su control por parte de aquéllos que preferirían monopolizar su acceso, uso y explotación.