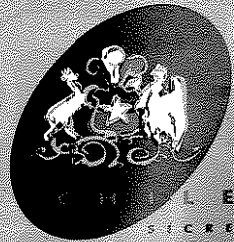
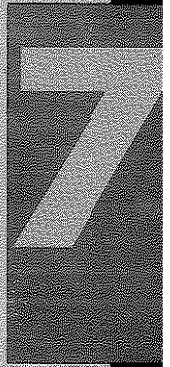


PROCESOS DE COMUNICACION EN UNA SOCIEDAD ABIERTA

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 SISTEMA DE COMUNICACIONES FRENTE A LOS DESAFIOS DE LA GLOBALIZACION

Intervención en la sesión inaugural del Seminario  
"Comunicación y Medios Regionales".

**VIÑA DEL MAR, 1 DE JUNIO DE 1995**



Es un honor inaugurar este Seminario, junto con expresar a ustedes el apoyo y el aliento del gobierno. Hemos patrocinado este importante encuentro por la trascendencia de los temas que ustedes tratarán. Los medios regionales de comunicación dan cuenta de la diversidad de nuestra cultura nacional; crean lazos que unen a la comunidad, y son parte sustancial de nuestra democracia y convivencia.

## I

Permítanme, en primer lugar, reflexionar sobre la evolución más reciente de los sistemas de comunicación.

Somos parte de un mundo que avanza rápidamente hacia la globalización de sus soportes culturales e instrumentos de transmisión de informaciones, imágenes y datos. Una verdadera mutación tecnológica está en la base de este fenómeno. Igual como ocurrió en épocas anteriores en que las comunicaciones dieron un salto, hay ahora un mayor volumen de equipos e información disponibles; los costos de la industria caen vertiginosamente y aparecen nuevas “lógicas” en el sistema comunicacional.

Durante los últimos veinte años, los receptores de televisión se han multiplicado por tres a escala mundial, acercándose a la cifra de mil millones. Hay dos veces el número de



radiorreceptores que en 1970: dos mil millones. Diariamente circulan por las ciudades del mundo 10 mil periódicos, con una tirada cotidiana de 600 millones de ejemplares. Anualmente se publican 900 mil libros; se producen cerca de 5 mil películas, y la publicidad invertida por los veinte primeros países, medidos según volumen de gasto, alcanza a 190 mil millones de dólares.

Hay, por otra parte, tres razones que explican la disminución de costos de la nueva generación de medios tecnológicos de producción, almacenamiento, transmisión y recepción de contenidos comunicacionales. Primero, la parte física de los equipos, el *hardware*, usa materiales abundantes y baratos. Segundo, el proceso básico de manufactura usa una técnica principal —la impresión del chip micro-electrónico— que una vez investigada y diseñada no resulta cara y se aplica masivamente. Y, tercero, las nuevas tecnologías hacen posible un uso más eficiente de los sistemas de comunicación, al permitir que un mayor volumen de información pase por un canal dado, reduciéndose el costo por mensaje. Así, por ejemplo, un estudio muestra que, en los Estados Unidos, el costo de transmitir tres minutos de telefonía local disminuyó a la quinta parte entre 1920 y 1970; el de computar multiplicaciones por un millón se redujo a casi cero en quince años; y el de almacenar 1k de memoria cayó de 25 dólares a menos de cinco a mediados de los años setenta. Menciono sólo las cifras críticas de proceso que luego siguieron su curso a la baja.

Con todo, no es ni el descenso de los costos ni son los volúmenes envueltos —de emisores y receptores, de medios y productos, de mensajes y canales— lo que define el ingreso a un tipo diferente de civilización. Son, más bien, las nuevas “lógicas” que subyacen a los procesos de globalización. Señalaré brevemente dos.

En primer lugar, la que ha dado en llamarse la “lógica de la integración electrónica”. Las nuevas tecnologías de comunicación —los computadores, las tecnologías mejoradas de telecomunicaciones, las comunicaciones satelitales, el video interactivo—, se mueven todas en el sentido de la interconectividad. De allí que cada día hablemos más de “redes” y no de instrumentos; de “conexiones” y no de puntos; de “interactividad” y no de emisores; de “multimedia” y no de medios a secas.

En segundo lugar, la “lógica de la convergencia de funciones y empresas” que gobierna al nuevo mundo de la interconectividad o de las “redes-mercado”, como suele denominárseles. En este ámbito, el fenómeno más visible es el surgimiento de grandes conglomerados multimedia con presencia en distintos mercados y naciones. Así como ayer las principales firmas de automóviles —Ford, Fiat, Volkswagen u otras— representaban el paradigma de la empresa transnacional, hoy, en cambio, se habla de grupos como el de Murdoch, o Bertelsman, o ATT, o IBM, o Microsoft, o Telefónica de España, como de los nuevos jugadores en la frontera de la economía de redes.

Esto no debería sorprender a nadie. Sólo el mercado de las telecomunicaciones alcanzó en 1993 un total de 510 mil millones de dólares a nivel mundial. En los EEUU, más del 60 por ciento de los hogares cuenta con televisión por cable y existen 34 ordenadores personales por cada 100 habitantes. De acuerdo a un reciente estudio de la OECD, el negocio de las telecomunicaciones genera en Europa más utilidades que cualquier otro sector industrial.



La lógica de la convergencia facilita que las empresas se expandan hacia otros medios de comunicación del mismo tipo, o hacia diferentes tipos de medios, o hacia otros países, o hacia diferentes eslabones en la cadena de producción y distribución. Estamos, efectivamente, en el umbral de un encuentro entre las telecomunicaciones, la informática y la industria del entretenimiento, traspasado el cual el mundo entrará en un espacio desconocido.

De la convergencia empresarial suelen resultar procesos de concentración de mercado, que afectan principalmente a las unidades pequeñas o de tamaño mediano, como ilustra el hecho de que entre 1923 y 1981, el número de ciudades de los Estados Unidos con dos o más diarios haya descendido de 502 a sólo 30. O bien, pueden emerger procesos de diversificación, como sucede cuando por el tamaño alcanzado, una empresa está en condiciones “de escala” para lanzar nuevos medios en mercados con fuertes posiciones dominantes, a la manera de lo que ha estado ocurriendo, por ejemplo, con los servicios privados de televisión en casi todo el mundo.

A consecuencia de estos cambios —de volumen, costo y “lógicas” de producción, transmisión y recepción— el mundo se halla expuesto, por primera vez, al reto de una cultura global.

Este reto constituye una encrucijada. Permítanme ilustrarlo con algunos ejemplos, que contrastan las luces y sombras del proceso de formación de una cultura global.

Mientras cada año el mercado de servicios de telecomunicaciones crece y se expande, únicamente seis países concentran más de las tres cuartas partes del negocio. Y, apenas

cuatro de esos seis, controlan también las tres cuartas partes de las tecnologías y la producción industrial del sector.

Mientras un par de miles de millones de personas nos sentamos a ver un mismo evento televisado —la inauguración de los últimos Juegos Olímpicos para citar un caso— teniendo la impresión de estar cómodamente instalados en la “aldea global”; dejamos de percibir, sin embargo, que en el mundo se hablan actualmente entre 3 y 5 mil lenguajes, según cómo se contabilicen, y que un porcentaje de ellos desaparece anualmente bajo el influjo de la “americanización” u “occidentalización” del mundo.

Mientras los occidentales apenas miramos más allá de nuestro maravilloso alfabeto —que con menos de 30 letras nos permite asomarnos al universo entero—, la mayoría de la humanidad, en cambio, escribe de maneras diferentes y nosotros somos, en sus culturas, verdaderos iletrados.

Mientras en los países desarrollados hay entre 50 y 75 teléfonos por cada 100 habitantes; en Uganda, Tanzania y Haití tal proporción es de uno o menos; en Perú de 3 y en Chile de 13.

Mientras el flujo de comunicación electrónica se incrementa a una tasa anual compuesta de un 8 por ciento durante las últimas dos a tres décadas, aún existen en el mundo alrededor de mil millones de adultos analfabetos.

Mientras en los países industrializados el promedio de televisores y radiorreceptores es de 54 y 113 por cada cien habitantes, respectivamente; en los países en desarrollo las cifras correspondientes apenas alcanzan a 6 y 18. La misma



brecha se observa en cuanto a la escolaridad promedio de la población mayor de 25 años: en el primer grupo de países asciende a diez años; en el segundo a cuatro. En uno hay en promedio 85 científicos y técnicos por cada mil habitantes; en el otro, nueve.

## II

Dentro de este cuadro de luces y sombras, Chile, a su escala y con sus propios y dispares ritmos internos, se encuentra empujado por las mismas corrientes globales y experimenta similares procesos de mutación tecnológica y económica en la base de su sistema de comunicaciones.

La economía nacional ha crecido a un promedio anual de 7,4 por ciento durante los últimos siete años. El sector de telecomunicaciones, en tanto, se ha desarrollado a una tasa anual de 20 por ciento durante el mismo período. Actualmente nuestra red telefónica tiene una cobertura tres veces mayor que hace seis años. Se espera que en el año 2000, la densidad de líneas telefónicas alcance a 20 por cada 100 habitantes. Los hogares abonados a la televisión por cable suman más de 300 mil, según estimaciones recientes. La telefonía celular cubre prácticamente todo el país con más de 110 mil suscriptores. Chile cuenta con varios miles de kilómetros de fibra óptica. En el país están presentes algunos de los principales operadores mundiales de comunicaciones: tres de las Baby-Bell, Telefónica, Samsung, Motorola, Siemens, Italcable, TCI, Televisa. En poco más de veinte años, las horas totales de transmisión de los servicios televisivos de distinto tipo se han multiplicado por 100, al tiempo que las señales que se ofrecen en el mercado —en número superior a cien— provienen de quince o más países.

En medida importante, estos avances se deben a la existencia de un adecuado marco regulatorio para el desarrollo del sector, cuyos principios pueden resumirse así:

- pleno reconocimiento a la libre circulación de ideas, información, datos e imágenes;
- efectivo respeto a la libertad de expresión, el derecho de acceso a la información y la libertad para crear, establecer y operar medios y servicios;
- promoción a la competencia en el mercado de servicios e infraestructura de comunicaciones, buscando asegurar el principio de acceso universal;
- creación de incentivos para ampliar la cobertura y penetración de los servicios allí donde el interés social lo justifica, y
- apertura económica, y reglas claras y estables, de manera de atraer capitales privados, tecnologías y capacidad de gestión al sector.

Este marco regulatorio se complementa con políticas de gobierno que persiguen cinco objetivos básicos y comunes para las industrias del sistema de comunicaciones:

- aumentar la inversión privada en el sector;
- ampliar la cobertura;
- facilitar la entrada de nuevas tecnologías;
- incorporar nuevos servicios con valor agregado, y
- asegurar la transparencia y competencia en los mercados mediante adecuados dispositivos de fiscalización.

A ese marco y a los objetivos de política enunciados responde la legislación del sector, contenida en la ley de telecomunicaciones, la ley que crea el Consejo Nacional de Tele-



visión y el proyecto de ley de libertad de expresión e información que se tramita en el Congreso Nacional.

### III

Los progresos alcanzados no son suficientes, sin embargo, si queremos convertirnos en una sociedad desarrollada e integrada con mayor equidad, cuya democracia amplíe sus componentes pluralistas y cuyo desempeño global sea competitivo a nivel internacional.

En conexión con esto deseo referirme ahora, para terminar, a las tensiones que existen entre las "lógicas" del sistema de comunicaciones emergente y el pluralismo democrático; en particular, en relación a los medios regionales.

Por de pronto, no debiera existir duda alguna de que Chile es hoy un país mejor comunicado e informado que antes. Y no me refiero sólo al hecho de que hasta hace pocos años atrás existía un régimen de control sobre los medios y de censura de las opiniones político-intelectuales y las expresiones del arte y la cultura.

La población está ahora más agrupada en zonas urbanas; la gente tiene un mayor nivel educacional; existe una diversidad mucho más grande de medios y canales para comunicarse; la telefonía se extiende con velocidad; hay una ventana abierta al mundo por donde entra información y entretenimiento; nuestras universidades, bancos, laboratorios y profesionales están integrándose rápidamente a las redes globales; la infraestructura de comunicaciones se ha modernizado y expandido.

Enseguida, la oferta comunicacional e informativa se ha multiplicado. Hoy existen en Chile más de 700 concesiones de radio, de las cuales 550 aproximadamente están en operación; hay cinco cadenas nacionales de televisión abierta, tres cadenas regionales y alrededor de 70 emisores de televisión por cable; existen 46 revistas asociadas a la ANP que cubren los mercados de información-opinión, de género, de jóvenes y niños, de computación, y otros segmentos especializados; y se publican a lo largo del país 44 periódicos registrados con la ANP. Las horas de transmisión sonora y televisiva, y el volumen de páginas escritas, son todavía mayores, pues allí donde la televisión abierta, por ejemplo, transmitía hace diez años menos de 4 mil horas hoy su oferta es diez veces superior; mientras las publicaciones escritas han tenido que responder a la segmentación de los públicos ofreciendo una mayor variedad de información especializada.

Tampoco escapa Chile a los efectos de la lógica de la convergencia y a sus efectos. De hecho, las cifras e indicadores chilenos sobre distribución de los medios y su participación en el mercado no se apartan, en general, de las tendencias observadas en los demás países democráticos a nivel internacional. Como en ellos, hay aquí grupos de "propiedad cruzada", fenómenos de integración horizontal y multimedia, y presencia de capitales extranjeros. Igual como sucede en otras partes, también aquí la participación de mercado de los mayores grupos ha tendido a crecer durante los últimos quince años.

Quizá sólo en el caso de la prensa diaria muestre Chile una estructura más concentrada, por la presencia dominante de dos cadenas o conglomerados de cobertura nacional. Cabe hacer notar, sin embargo, que en varios países europeos — como Austria, Bélgica, Gran Bretaña e Irlanda— los dos ma-



yores grupos editores de diarios ocupan una cuota de mercado superior al 50 por ciento.

Asimismo, suele señalarse que el número de diarios independientes estaría disminuyendo; especialmente en regiones y ciudades de provincia. En realidad estamos aquí frente a un fenómeno de alcance universal. En los Estados Unidos, al final de la 2ª Guerra, un 80 por ciento de los diarios estaba en manos de propietarios independientes; a fines de la década pasada, un 80 por ciento de los periódicos pertenecía a cadenas o conglomerados. En la Alemania Federal anterior a la unificación, el número de periódicos pasó de 225 redacciones independientes en 1954 a sólo 116 en 1976. En Francia, el número de diarios disminuyó a la cuarta parte, de 400 a 100, en una sola década; mientras el grupo Hersant llegaba a controlar el 40% de los diarios nacionales y el 20% de la prensa regional.

Algo similar sucede en mercados pequeños como el nuestro. Tómese el ejemplo de Finlandia. Entre 1950 y 1990, el número de ciudades con un solo diario aumentó de 19 a 51; mientras que las ciudades con más de tres diarios caía de 15 a 7. En Bélgica, el número de títulos disminuyó de 53 en 1945 a 30 en 1990; en tanto que el número de editores independientes o cadenas descendió de 43 a 11 durante el mismo período.

A propósito de esto, durante el transcurso de los últimos meses he tenido oportunidad de reunirme en Iquique, La Serena, Valparaíso, Concepción, Coyhaique y Punta Arenas con los directores de medios regionales y con representantes de medios nacionales que operan localmente. En todas partes me he impuesto de las dificultades que enfrenta el sector: una ardua competencia de parte de las cadenas y medios de tama-

ño mayor; escasa sensibilidad regional del mercado de avisaje; baja participación de los medios regionales en las campañas y publicidad contratadas por las reparticiones y empresas del Estado; limitado acceso a nuevas tecnologías y al crédito; y una falta de estímulos, en general, para desarrollar sus actividades. Frecuentemente, autoridades locales y regionales, parlamentarios y personeros de la comunidad hacen valer similares argumentos.

¿Qué se puede hacer?

Primero que todo, necesitamos diagnósticos más finos. Una más cuidadosa caracterización de los mercados regionales, de sus dinámicas, de la participación de los distintos medios y sus ofertas. Estamos dispuestos, en conjunto con los organismos representativos de los medios, a impulsar esos estudios.

Enseguida, es imperioso desarrollar estrategias de adaptación al nuevo entorno competitivo, como ya están haciendo algunos medios regionales de radio, prensa y televisión.

Hay que explorar nuevas formas de alianza e integración, con el propósito de obtener ganancias de escala y un nuevo tipo de conexión con los avisadores.

Se requiere despertar, adicionalmente, el apoyo de las comunidades regionales y locales, tanto a nivel de las empresas que compran publicidad como de las instituciones universitarias y culturales que pueden contribuir a desarrollar nuevas experiencias de comunicación local.



Por último, es imprescindible incorporar nuevas tecnologías, apropiadas para cada contexto regional, pues de lo contrario el subsector podría quedarse fuera del escenario comunicacional emergente.

Y el gobierno, ¿qué puede hacer para favorecer esos procesos?

En general, pienso que el marco regulatorio establecido y las políticas impulsadas por el gobierno proporcionan adecuados incentivos para ayudar a que se desarrollen dichos procesos.

Por el contrario, cualquier intervención directa, amparada en la idea de proteger al subsector de la competencia o destinada a fijar arbitrariamente cuotas de participación en el mercado, sólo conduciría a restringir la oferta informativa y, por esa vía, reduciría la libre expresión. Por eso el gobierno no se mueve en esa dirección.

Me hago cargo de que algunos países con economía de mercado y gobiernos democráticos han ensayado medidas de corrección e intervención, tales como subsidios a la oferta de diarios locales o por ingresos publicitarios en el caso de los medios de menor tamaño; subvenciones para atenuar los costos de transporte y distribución, o para compensar los efectos competitivos del mercado en el sector de los medios audiovisuales. En otras partes se subvenciona a la prensa de los partidos políticos, o a los medios que transmiten hacia el exterior del país o en lenguas diferentes de la oficial. También se han empleado estímulos indirectos, como exenciones tributarias, tarifas especiales y préstamos preferenciales.

Ninguna de esas medidas, sin embargo, ha impedido que se produzca una reestructuración de la industria de medios; como tampoco ha podido evitarse, incluso con las más detalladas y frondosas legislaciones regulatorias, que se impongan finalmente las nuevas "lógicas" del sistema emergente de comunicaciones.

No se puede alterar el curso de los hechos mediante expedientes administrativos; especialmente si él viene determinado por cambios en los soportes técnicos de la comunicación y por sus efectos en los mercados.

Lo que podemos y debemos hacer, en cambio, es velar porque esas fuerzas emergentes no se lleven por delante la libertad de expresión e información, la diversidad y el pluralismo, que son parte esencial de la democracia y del orden constitucional.

En tal sentido el gobierno está realizando un leal esfuerzo para que se legisle sobre estas materias, en el marco de los principios antes señalados. Queremos que se reconozca el valor del pluralismo como valor-eje de nuestra convivencia y, en seguida, que se refuerce la transparencia y el carácter competitivo de los mercados de medios, creando dispositivos eficaces para evitar la conformación de monopolios o una excesiva concentración propietaria.

También las tendencias más recientes de la legislación y las políticas públicas, tanto en Europa como en los Estados Unidos, apuntan en esa dirección, según puede concluirse de los últimos dictámenes de la FCC en los Estados Unidos y del Informe Bangemann sobre "Europa y la Sociedad Global de la Información", de mayo de 1994. Señala éste que "la indus-

tria audiovisual europea padece ... el lastre de una reglamentación excesiva. Parte de esta reglamentación quedará obsoleta ante el desarrollo de las nuevas tecnologías y se convertirá en una traba para el desarrollo de un mercado europeo dinámico”.

El desafío que tenemos por delante no consiste, entonces, en tratar de controlar el futuro mediante reglas y reglamentos sino en conducir los procesos de cambio en curso; aprovechando sus luces y despejando sus sombras.

Por mi parte –y para concluir– puedo decir que el gobierno hará lo necesario para afirmar la vigencia del pluralismo en el orden democrático y para impulsar la diversidad, la competencia y la innovación en el sistema de comunicaciones.

Desde ya me adelanto a comprometer, asimismo, el interés del Ministerio Secretaría General de Gobierno en orden a analizar, en conjunto con ustedes, las sugerencias que surjan de este encuentro, con el objeto de colaborar a su puesta en práctica. Tienen abiertas las puertas del ministerio, y nuestro leal deseo de trabajar en bien de Chile, su democracia y el desarrollo de los medios de comunicación.

EDICION  
DEPARTAMENTO DE DIFUSION DE LA SECC.  
IMPRESION  
ALFABETA

---

Santiago de Chile  
Septiembre de 1995