



EN  
E  
R  
●  
●  
r  
S  
p  
a  
v  
c  
h

SISTEMA DE COMUNICACION EN CHILE



ción

# CENECA

ruje  
o (a  
fu... me



Otras publicaciones CENECA:

- Chile del 60 al 70, visto desde su dramaturgia (M. L. Hurtado)
- Desarrollo de expresión teatral poblacional (Carlos Ochsenius)
- Revistas e Inversión Publicitaria (Carlos Catalán y Luis Mella)
- El Público del Teatro Independiente (M. L. Hurtado y M. Elena Moreno)
- La Nueva Canción en América Latina (Eduardo Carrasco)
- Transformaciones de la Industria Musical en Chile (Anny Rivera)
- Transformaciones de la Crítica Literaria en Chile (1960-82)(Bernardo Subercaseaux)
- Transformaciones de la Prensa "Que Pasa" 1971-82 (Carlos Ruiz)
- Literatura, lenguaje y sociedad (1973-83) (Raúl Zurita)
- La Industria editorial y el Libro en Chile (1930-84) (Bernardo Subercaseaux)
- Transformaciones en la Estructura de la TV Chilena (Valerio Fuenzalida)
- La investigación en comunicación social en Chile (Giselle Munizaga y Anny Rivera)
- Métodos y Técnicas de Teatro Popular (Carlos Ochsenius y José Luis Olivari)
- Micromedios de Iglesias Cristianas en Chile (Maribel Quezada y Giovanna Riveri)
- El debate ideológico acerca de la Comunicación de masas en Chile: 1958-1973 (Alfredo Riquelme)
- La Artesanía Urbano-Marginal (Cecilia Moreno A.)
- La mujer, el vecino y el deportista en los micromedios de Gobierno (Giselle Munizaga)

Solicitar catálogos con lista completa de publicaciones. (Cine, Literatura, Música, Plástica, Teatro, Sistema Cultural, Prensa, Radio, Televisión, Sistema de comunicaciones) a Santa Beatriz 160 Fono: 43772 - Santiago-Chile.

B 1659

CENECA



SISTEMA DE COMUNICACION EN CHILE : PROPOSICIONES  
INTERPRETATIVAS Y PERSPECTIVAS DEMOCRATICAS

PAULINA GUTIÉRREZ  
GISELLE MUNIZAGA  
ALFREDO RIQUELME

SANTIAGO-CHILE

FEBRERO 1985

\*\*\*\*\*

Este trabajo recibió apoyo financiero del Centro Internacional para Investigaciones sobre el Desarrollo (IDRC) de Ottawa, Canadá. Las opiniones expresadas en él no representan necesariamente las del Centro.

\*\*\*\*\*

## I N D I C E

	Pág.
I. INTRODUCCION	1
II. PROPOSICIONES INTERPRETATIVAS DEL PERIODO	5
1. Impregnación del sistema de comu- nicación en la sociedad	5
2. Concentración y transnacionalización del sistema y reforzamiento del ca- rácter industrial de la producción de medios	8
3. Politización creciente del sistema	10
4. Cristalización de una cultura masiva	13
III. PERSPECTIVAS	17

I. INTRODUCCION.

El conjunto de proposiciones que presentamos en este trabajo expresan el producto de una investigación realizada durante el año 1983 sobre el carácter del sistema de comunicación chileno en los tres últimos períodos presidenciales democráticos (1958 a 1973). Al centrar el estudio en estos años, postulamos como hipótesis general que este período es clave para la comprensión del comportamiento histórico del sistema de comunicación y en ese sentido también clave para entender al sistema durante el autoritarismo y poder proyectar futuras dinámicas democratizadoras.

La investigación buscaba contribuir en dos direcciones. En primer término, aportar en las discusiones sobre políticas comunicativas dentro de un proceso de democratización, como un medio de revisar posiciones ideologizadas respecto al comportamiento histórico del sistema. En segundo lugar, aportar a las prácticas comunicativas de grupos sociales interesados en desarrollar espacios de comunicación democrática.

Para lograr lo anterior, veíamos la necesidad de realizar una elaboración de conocimientos en tres líneas:

- 1) Acerca de la estructura y funcionamiento del sistema comunicacional en el pasado democrático.
- 2) Sobre la relación existente entre el sistema comunicacional y el contexto histórico (político, social, económico y cultural), en especial respecto a la relación Estado-Sociedad Civil.
- 3) En lo que se refiere a los actores políticos y sociales que fueron fundamentales en la delimitación de las políticas comunicativas operantes en el país.

En relación al sistema de comunicación (1) fue necesario hacer una reducción (o precisión) del objeto de estudio. El trabajo se centró en una sola área, que podría denominarse el subsistema de información-entretención (2) y, dentro de él, solamente en el aspecto de la producción de mensajes a través de medios tecnológicos de producción en serie. Por último, no estudiamos todo el sistema de producción de mensajes tecnológicos, sino aquellos orientados a un mercado de mensajes, ya sea con fines comerciales o ideológicos, vale decir, aquellos que habitualmente se denominan Medios de Comunicación de Masas.

Tres son los criterios que guiaron la elección del período histórico de la investigación:

En primer lugar, en él se desplegaron tres proyectos políticos bien diferentes: conservador, reformador y transformador, respectivamente. De allí la importancia de revisar el papel de los medios, tanto como instrumentos de un proyecto político como de una concepción del sistema de comunicaciones en la sociedad.

---

(1) Entendemos al sistema de comunicación como el sistema de producción, circulación y consumo de mensajes a través de los cuales cristalizan en discursos los sentidos y símbolos que se producen en las prácticas materiales y simbólicas de la sociedad. Cualquier producto cultural —sea una obra material o una conducta— conlleva un sentido y puede operar como símbolo. De allí que toda producción cultural podría verse como producción comunicativa. Sin embargo —y como primera delimitación teórica— entendemos como comunicación sólo a las prácticas culturales cuya finalidad es explícitamente la producción de mensajes, vale decir, como productos materiales y simbólicos cuyo propósito es portar sentidos dentro de configuraciones lingüísticas.

(2) La institucionalización del sistema de comunicaciones (inclusión en un universo de normas específicas y en un orden político y cultural) se manifiesta como organización de aparatos y subsistemas (artístico, informativo, recreativo) que tienen a su vez una forma institucionalizada de producción, distribución y consumo, así como una normatividad legal y un ámbito simbólico que le son propias.

En segundo lugar, en este período se desencadena una crisis política que cuestiona y rompe finalmente con los márgenes y capacidad de manejo de conflicto de la sociedad al interior de una crisis mayor, que ha sido conceptualizada como crisis hegemónica. En ese sentido era interesante ubicar los cambios en el sistema de comunicaciones que estarían vinculados a esos procesos.

Finalmente, durante la totalidad del período estudiado se desarrollan --en distinto grado-- procesos de modernización y de democratización creciente de la sociedad, que se relacionan a dinámicas presentes en el ámbito comunicativo de la sociedad.

En el transcurso de la investigación se vió que los elementos más significativos se ubicaban en la línea de la modernización y la democratización, ya que los cambios operados desde la política no afectaron la definición del sistema. Ninguno de los dos gobiernos de cambio social de estos años ni el demócratacristiano ni el de la Unidad Popular --lo graron modificar sustancialmente o desviar el carácter y la inserción que el sistema de comunicaciones tenía hasta entonces. Tal como se acrecienta la centralidad de las comunicaciones como campo de lucha hegemónica, las distintas concepciones político-ideológicas sobre el sistema terminan por reducirse finalmente en una lucha por aumentar la presencia o el control sobre los medios de cada grupo en pugna.

Las características generales del período que dicen relación directa con nuestro objeto de estudio se refieren a:

A) Las transformaciones sociales y políticas operadas en estos años.

Ellas se resumen en:

- a) puesta en marcha de políticas desarrollistas y de reforma social vinculadas a los programas de la Alianza para el Progreso;
- b) emergencia de nuevos sectores sociales (campesinos y



pobladores marginales);

- c) auge de las ideologías de cambio social, con efectos importantes en las instituciones de la cultura y especialmente en el ámbito universitario (reforma universitaria);
- d) recomposición del cuadro político, que oscila hacia el centro y hacia la izquierda, perdiendo la derecha la posición de hegemónica que había mantenido en momentos históricos previos y
- e) relacionado a lo anterior, crisis de lo que se ha llamado el Estado de Compromiso, vale decir del marco y procedimientos en que se resolvían los conflictos sociales.

B) Las transformaciones dentro del sistema de comunicación.

Nos referimos al desarrollo que los mismos medios alcanzan en estos años y a la inclusión de un nuevo medio: la televisión. En este período se concentra el desarrollo del medio radial, y su desplazamiento y replanteo ante la llegada de la televisión. Esta última, por su parte, se va a ubicar en el ámbito universitario para, desde allí, desarrollarse como televisión comercial, mientras una ley específica de televisión aparecerá recién diez años después de que ésta se encuentre operando en el país.

## II. PROPOSICIONES INTERPRETATIVAS DEL PERIODO.(3)

Cuatro proposiciones interpretativas expresan sintéticamente los logros de la investigación en torno a las características del sistema de comunicación y su relación con el Estado y la Sociedad Civil en el período que va de 1958 a 1973. Ellas se expresan como:

1. Mayor y más profunda impregnación del sistema en la sociedad.
2. Concentración y transnacionalización del sistema y reforzamiento del carácter industrial de la producción de los medios.
3. Creciente politización del sistema.
4. Cristalización de una cultura masiva.

### 1. Impregnación del sistema de comunicación en la sociedad.

Existen transformaciones en las redes comunicativas que constituyen los medios de comunicación de masas. Ellas se expresan en distintos niveles.

#### 1.1. A nivel de la emisión.

- a) Extensión y aumento de la densidad de la red.

---

(3) Las hipótesis se basan en resultados expuestos en los siguientes artículos: El Sistema radial, El ámbito comunicativo de las revistas, El Sistema de Televisión, La prensa en el período, Radio y cultura de masas y El debate ideológico acerca de la comunicación de masas en Chile, todos producidos durante la investigación Sistema de Comunicación, Estado y Sociedad Civil en Chile, hecho en CENECA durante 1983 con el apoyo de IDRC.

En el caso de la radio se establecen emisoras en localidades que anteriormente carecían de ellas. Esto ocurre sobre todo en provincias agrarias y/o de baja densidad poblacional. Se aumenta el número y la potencia transmisora de las radioemisoras de ciudades grandes y medianas, reforzándose el sistema de "cadenas" entre las radios de las grandes compañías y las radios particulares de localidades pequeñas.

En cuanto a la prensa, se constata una cierta contracción de la red, por cuanto el crecimiento de la prensa no es proporcional al aumento de la población en el período.

Aumenta el peso de las grandes empresas periodísticas y se debilita la emisión de prensa local.

Con respecto a la televisión, la extensión geográfica se realiza sólo a final de la década del sesenta y el Estado guardará para sí el monopolio de emisión en la red nacional.

#### b) Extensión social de la red.

Se produce una creciente modulación social de la emisión: diferentes programas --en radio y TV--, diferentes órganos de prensa y revistas que tienen contenidos y formatos lingüísticos específicos para grupos y sectores sociales diferenciados.

En radio, por ejemplo, se perfilan con nitidez diferentes modelos de producción según el tipo de música, el tipo de locución, la presencia o ausencia de radio teatros, e incluso, el tipo de informativo noticioso y los comentarios políticos nacionales e internacionales.

En la prensa, aumentan su peso relativo los diarios de corte sensacionalista --a menudo acompañados de una orientación populista-- y en revistas destaca el tipo de revista con alto contenido gráfico.

1.2. A nivel de la recepción.

Se amplía, diversifica y segmenta el público y las audiencias, debido a:

- a) Aumento de la capacidad de decodificación, en relación al crecimiento de las tasas de escolaridad logradas. Lo anterior, que tiene una incidencia directa en el caso de los medios escritos, influye también en la decodificación de los lenguajes audiovisuales.
- b) Aumento del interés de exposición a los medios, debido tanto a la politización que provocan los proyectos políticos en disputa, como a los cambios culturales originados por las políticas de integración de nuevos sectores sociales.
- c) Homogenización y segmentación de los públicos, lo que trae como consecuencia que la recepción se realice al interior de una categorización social definida desde el polo emisor.

1.3. A nivel de la distribución.

- a) Desarrollo tecnológico al interior de los medios. Los cambios de mayor impacto en el período estudiado, son los que se refieren a los receptores transistorizados de radio, al establecimiento de una red de micro ondas para la televisión y a los sistemas de impresión rápida de prensa.

- b) Desarrollo de infraestructuras de comunicación que inciden en la recepción de los medios. Importantes adelantos se realizan en estos años en la red de electrificación del país (la que queda prácticamente completa), la red de caminos y el tráfico aéreo y terrestre.

2. Concentración y transnacionalización del sistema y reforzamiento del carácter industrial de la producción de medios.

En este período aumenta la brecha existente entre los medios --de grandes y de pequeñas empresas, de la capital y de provincia-- producto de un fenómeno de concentración de la capacidad emisora originado en las ventajas financieras, tecnológicas, profesionales y administrativas de unos sobre otros. Vinculado a lo anterior, las grandes empresas aumentan su dependencia frente a las empresas transnacionales.

2.1. Concentración creciente de los polos de emisión.

Diarios y radios operan en cadenas y los grandes diarios que no asumen esta forma logran implementar una distribución que cubre todo el territorio nacional. La puesta en marcha de la televisión nacional, con estaciones repetidoras a lo largo del país, no hace sino reforzar la misma tendencia.

2.2. Transnacionalización de la producción de medios.

Tanto el modelo tecnológico como el noticioso imponen una fuerte dependencia de los recursos de las agencias transnacionales. La transnacionalización va a empapar al conjunto de la producción, abarcando desde los estándares publicitarios a los formatos y contenidos de los mismos.

2.3. Consolidación del modelo de producción comercial financiado fundamentalmente por la venta de publicidad.

Siguiendo la tendencia de los países capitalistas de sarrollados, la factibilidad y estabilidad de un medio dependerá en adelante de las ventajas que tenga en la movilización de publicidad, en un campo que --por la generalización de estilos de vida y de consumo-- se hace cada vez más competitivo.

Los medios pertenecientes a partidos políticos --especialmente las revistas-- se verán relativamente libres de esta presión, sacrificando en cambio la llegada masiva de sus mensajes.

2.4. Especialización de funciones e importancia creciente del aparato técnico y administrativo.

Producto de las permanentes modernizaciones tecnológicas que exige el modelo comercial y dado la incorporación de un nuevo medio como la televisión, los requisitos técnicos y profesionales de producción se hacen cada vez más sofisticados. El "saber" requerido para producir deviene asunto de elites y la especialización convierte al trabajo de producción de medios en algo enigmático para el resto de la sociedad.

2.5. Nuevas profesiones asumen las funciones de comunicación.

Con la especialización y la complejidad del sistema comunicativo, viejas y nuevas funciones buscan legitimidad en el sistema educacional. A diferencia del "aprendizaje en el medio" que operaba hasta entonces, el periodista es formado solamente en la universidad a partir de 1957 (creación de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Chile y más tarde, 1961, crea

ción de la Escuela de Periodismo de la Universidad Católica). Paralelo a ello, las funciones creativas y técnicas que requiere la televisión son avaladas institucionalmente con la creación de la Escuela de Artes de la Comunicación (Universidad Católica, 1969) pionera en una formación que más tarde asumirá una variedad de instituciones educativas extra universitarias.

### 3. Politización creciente del sistema.

Afirmábamos más atrás que en estos años se realiza una recomposición del cuadro político nacional, caracterizado por el debilitamiento hegemónico de la derecha y el auge de las ideologías de reforma y de revolución social. Este proceso trae como consecuencia, entre otras, un aumento en el interés y en la presión que viejos y nuevos grupos sociales y políticos ejercen sobre el sistema de comunicación.

El interés de los nuevos actores se va a centrar, en último término, en el poder que se atribuye a los medios en las definiciones electorales y, en menor grado, en cuanto portadores de formas culturales y por tanto herramientas potenciales de cambio social.

La confrontación y polarización ocurrida en el campo político se vierte en los medios de comunicación, expresándose como:

#### 3.1. Cambios legales.

- a) Ley de abusos de publicidad, que puede ser vista como una defensa de los sectores tradicionales e ilustrados frente a un sistema que, al masificarse, cambia las formas anteriores de operar y el signo de sus contenidos. La prensa roja se ha multiplicado en estos años y, con ella, los contenidos sensacionalistas. Pero también --y de mo-

do importante-- ha surgido la denuncia frente a las debilidades de una moral pública basada más en la apariencia de honorabilidad (económica, política, personal) que en la virtud misma.

- b) Ley de propaganda electoral, que tiene como finalidad regular el comportamiento del sistema de comunicaciones en tiempo de elecciones. Tiende a producir, por primera vez, un distanciamiento entre propiedad y acceso a la emisión y en ese sentido se la puede entender como una ley democratizadora.
  
- c) Ley de televisión, que sanciona el esquema de televisión universitaria que operaba de hecho en el país y que a la vez modifica el modelo, al crear una televisión estatal que monopoliza la emisión a todo el territorio nacional. El control estatal que esta ley --elaborada hacia fines del gobierno demócrata cristiano-- otorga a la televisión nacional, se aleja de la tradicional concepción liberal de los medios. El control deviene, sin embargo, y por la lógica de la confrontación en curso, en un asunto de gobierno y por tanto de control político, abandonándose de paso su potencial democratizador.

### 3.2. Cambios en la propiedad.

Si bien las formas de acceso a la propiedad de los medios de prensa y radio han seguido las mismas --libertad empresarial-- los actores sociales que acceden a ella se han diversificado. Esta ampliación se realiza en la misma dirección que la ampliación del campo político.

La propiedad de los medios --y no el desarrollo de nuevas formas de acceso al campo de las comunicaciones-- sigue siendo valorado como una herramienta fundamental en la disputa hegemónica. Junto a las grandes empresas de propiedad de la derecha, que continúan siendo



mayoría, aparecen grupos empresariales demócrata cristianos y, en menor grado, empresarios de izquierda que se enfrentan a través de sus medios de prensa, radio y revistas y que disputan por influir en los canales de televisión, especialmente los universitarios.

### 3.3. Cambios en las formas de lucha ideológica.

Pese a que la propiedad es el elemento clave, el carácter agudo de la confrontación política influye en las estrategias de comunicación que desarrollan los distintos grupos y en el tipo de discursos que se elaboran en los medios.

La derecha abandona el discurso de aparente neutralidad y extraterritorialidad partidaria con que anteriormente había manejado sus medios, para comenzar a elaborar discursos directamente partidarios y comprometidos con campañas de presión psicológica que cuentan con asesoría técnica calificada ("campaña del terror" y campaña de desestabilización). Paralelo a esto, mantiene revistas de enfrentamiento que se encuentran en la frontera entre las revistas doctrinarias y las de mercado y que elaboran un pensamiento que será central en el posterior gobierno militar (integrismo católico, neoliberalismo y autoritarismo).

La democracia cristiana comienza realizando una importante elaboración doctrinaria y de diagnóstico a través de revistas de su propiedad y, sobre todo, a partir de los medios de iglesia, donde mantiene una considerable influencia. Sin embargo, cuando la polarización de fuerzas pone en peligro el peso político de este grupo, cobran una importancia mayor los medios masivos, como la radio y la prensa. El discurso partidario se concentra en adelante en mantener un precario equilibrio que lo distinga de la derecha y de la izquierda.

En la estrategia comunicativa y el discurso de la izquierda no operan cambios significativos ni existe una clara bifurcación entre medios masivos y doctrinarios. Se mantiene fundamentalmente como un discurso de denuncia, ya sea del orden imperante, ya sea de los grupos y factores que se oponen al cambio. Descuida la información de acontecimientos nacionales e internacionales que no tengan vinculación directa a ese discurso y los temas que tradicionalmente son propios de la sociedad civil. La sobre-politización del pensamiento de izquierda, tal como se manifiesta en sus medios de comunicación, indican una debilidad del potencial hegemónico de ese grupo.

#### 4. Cristalización de una cultura masiva.

La presencia cada vez mayor de los medios en la sociedad alteran las formas previas de formación de identidades sociales, modificando también la relación entre los ámbitos público y privado de la sociedad.

##### 4.1. Especialización de los ámbitos instrumental y expresivo de la cultura.

A nivel nacional, se consolida la separación entre una racionalidad instrumental, entregada fundamentalmente al sistema de educación, y una racionalidad expresiva liderada por los medios de comunicación.

Esta separación tendría su origen en los procesos de democratización y ampliación del mercado llevados a cabo por los gobiernos del Frente Popular en la década del cuarenta. El Estado frentista amplió y privilegió el sistema educacional como resorte democratizador, dejando a los medios --prensa y radio hasta entonces-- entregados a la lógica del mercado. Los medios movilizarán fundamentalmente su capacidad expresiva como una forma de aprendizaje social más acorde a las necesidades de expansión del mercado.

El desarrollo posterior de la red comunicativa va a acentuar aún más la especialización entre estas dos formas de aprendizaje e incorporación social.

#### 4.2. Incidencia de los medios en el discurso público.

La disponibilidad de una red de recepción masiva que se logra en estos años, constituye un mecanismo importante en la elaboración y difusión del discurso público y en la redefinición que va operando en el ámbito privado.

- a) Aumento proporcional de la entretención vs. la información en el discurso de los medios. Ello debido a la concepción de los medios y al crecimiento que ocurre en estos años. Nos referimos fundamentalmente a la radio, las revistas, la prensa sensacionalista y la televisión. Pero incluso la prensa "seria", que se reserva al campo de la información de opinión, recurre en estos años a la edición de suplementos, además de ampliar las secciones habituales destinadas a la entretención.
- b) Segmentación, sectorialización y homogenización del discurso de los medios. A partir del fenómeno de transnacionalización, pero adaptado y conjugado con las necesidades del mercado nacional por una parte y con las demandas del gobierno y los grupos políticos por otra, los medios generalizan un discurso que pretende representar a la sociedad en su conjunto.

Este discurso sobre la sociedad contendrá elementos de segmentación (clases sociales), de sectorialización (la mujer, el trabajador, el joven, el campesino, etc.) y elementos de homogenización cultural (lo nacional, la moda, el deporte, la decoración, etc.). Sobre estos tres niveles o tipos de discursos se va a asentar un discurso general y masificable.

c) Ampliación del campo del juicio público. Son más los temas que en este período pertenecen al dominio de lo público, tanto es así que la ley de Abusos de Publicidad tuvo como objetivo limitar y regular en ese sentido. La disponibilidad de información se da, sin embargo, al interior de una crisis política, que en materia de información va a oscilar entre el partidismo explícito (periodismo comprometido) y su encubrimiento tras el discurso de la objetividad.

#### 4.3. Los medios ponen en marcha formas de integración no procesadaa por el sistema político.

Los cambios sociales y la confrontación política --que caracterizan a este época-- generan inseguridad y procesos de recomposición de las identidades individuales y grupales.

En la sociedad chilena con una tradición de asociaciones intermedias de perfil inestable --podrían actuar como instancias de socialización e integración grupal-- son los medios de comunicación de masas los que van a asumir parte importante de esta función. La debilidad o inestabilidad de organización de la sociedad civil, tiene su correlato en la fuerza relativa de los organismos políticos, de allí que habitualmente era a través de la acción partidaria (en el partido, en el sindicato) que se realizaba una función socializadora para un sector importante de la población, pero adecuada a la lógica de acción de esos organismos.

La socialización e integración que se realiza a través de los medios, cobra de este modo una importante clave en cuanto lugar de aprendizaje y pertenencia simbólica. Los medios de comunicación --en especial radios y revistas en los sesenta y televisión en los setenta (y la prensa populista de antes y después)-- realizan la integración, pero de un modo que se funcional a las necesidades del mercado.

El lenguaje coloquial de la radio, la ampliación temática hacia aspectos que antes eran propios de la esfera privada, (pensemos en las revistas femeninas) la generalización del deporte (central en la prensa populista), son algunos de los elementos que impulsan o desencadenan un despliegue de subjetividad que no encuentra cabida en la actividad política formalizada.

La integración producida por los medios, se realiza de manera paralela a la integración institucional del sistema político y no opera necesariamente en la misma dirección (lógica de mercado y lógica política). Estos procesos se apoyan en lo que antes designábamos como capacidad expresiva de los medios, esto es de constituir ámbitos de familia ridad a partir de los cuales los individuos se reconozcan como parte de un colectivo mayor.

### III. PERSPECTIVAS.

A partir del estudio realizado es posible definir algunas cuestiones básicas referidas a la democratización del sistema de comunicaciones. Ellas dicen relación con:

- A. Las condiciones que el desarrollo histórico de las últimas décadas ha imprimido al campo de las comunicaciones.
- B. Las posibilidades de democratización del sistema político que inciden directamente en la democratización del sistema de comunicaciones.
- C. La identificación de problemas específicos del sistema histórico de comunicaciones, tomando en cuenta algunos elementos posteriores a 1973.

A continuación, enunciaremos sintéticamente las proposiciones referidas a cada una de estas áreas.

- A. En relación a las condiciones que el desarrollo histórico impone en el campo.
  - 1. Existe de hecho en el país una cultura masiva, extensa y arraigada en los distintos sectores de la sociedad. Por tanto, cualquier proceso de democratización tiene que tomar en cuenta esta realidad. Negar su existencia o su importancia, intentar operar fuera de ella, llevaría a no tocar un espacio clave en la producción hegemónica. Creemos que en esta materia no hay alternatividad posible, salvo que se quiera optar por un modelo elitario o francamente impositivo, lo que quedaría, en ambos casos, fuera de los objetivos democratizadores.

2. Ni los medios de comunicación de masas, ni el más amplio sistema de comunicación, son los únicos productores de sentido y elaboradores de un discurso social. La democratización debe abarcar todos los ámbitos comunicativos de la sociedad. Esta afirmación tan obvia tiene consecuencias que no lo son, pues implica situar a la comunicación de masas al interior de un sistema de producción más amplio y con características históricas propias.

La democratización del sistema de comunicaciones en Chile tiene que considerar tanto al macro sistema como a los sistemas intermedios y locales, a la vez que considerar la producción simbólica y discursiva que generan otras áreas del campo cultural (el sistema educacional y el artístico, por ejemplo).

Por otra parte, se debe tomar en cuenta y articular la producción en torno al sistema político. Este último punto es de importancia crucial, pues la tendencia general --en distintas y a veces contrapuestas concepciones sociales-- es a divorciar un ámbito productivo del otro. Habrá que tener en cuenta dificultades en estas articulaciones, ya que aparecen muchas de ellas organizadas alrededor de lógicas diferentes.

3. En lo que se refiere específicamente a los medios de comunicación:
  - 3.1. Existe una red extensa, que opera con alta tecnología. La consecuencia de esto es que no es posible una democratización que proponga una vuelta a lo artesanal y a los circuitos locales como única alternativa.
  - 3.2. Existen gustos, hábitos y preferencias operando en materia de recepción, que si bien son modificables, no habría que partir de su desvalorización. La legitimación del campo de la entretención implica también por el lado de la democratización revisar la orientación al mercado que ha tenido hasta ahora.

3.3. La recepción no es pasiva --como se ha visto en estos once años de régimen autoritario-- sino que en ella se conjugan elementos que provienen de otros espacios de significación.

B. Sobre la sincronicidad de la democratización del sistema político y del comunicativo. (4)

1. El carácter y la profundidad de la democratización del sistema político define el campo de la democratización del sistema de comunicaciones.

Es necesario superar una concepción que se limite a la regulación y/o al control de los medios de comunicación de masas, pues establece un nexo meramente formal que no incide en la democratización real de las comunicaciones de la sociedad.

2. La dominación en la comunicación no está referida sólo a la distribución y transmisión de pensamiento, sino a la posibilidad misma que los distintos grupos sociales tienen de elaborar un discurso sobre sí y sobre la sociedad.

Un proceso político que solamente asegure la libertad de expresión es condición necesaria pero no suficiente de la democratización comunicativa de la sociedad.

3. El sistema político deberá asegurar.

3.1. Que cada uno de los sectores sociales tengan --y desarrollen-- la capacidad de articular su visión de mundo y sus necesidades en discursos, que, junto a otros, vayan constituyendo los sentidos y significados de la sociedad. Se trata de superar la situación existente hasta ahora, donde los sectores socialmente dominados son nombrados y definidos desde otros grupos.

---

(4) Cf. Giselle Munizaga: Comunicación y Democracia, CENECA, Stgo., Chile, Junio 1983.



3.2. Que los medios de comunicación de masas operen como canales difusores de los discursos representativos de todos los sectores sociales. Este es el campo tradicional del pluralismo democrático, que requiere sin embargo, para tener una real incidencia, del desarrollo paralelo de la capacidad expresiva y discursiva de los distintos sectores.

C. En relación a los problemas que habrá que resolver.

Aunque son muchas las cuestiones problemáticas que se perfilan, hemos identificado agrupado aquellas que nos parecen más importantes, en dos tipos o categorías.

1. Problemas que tienen que ver con la forma del sistema.

En este punto, los problemas principales dicen relación con: i) la concentración de la propiedad, agudizada en los últimos once años, ii) la transnacionalización del sistema, iii) el centralismo de la producción y iv) el sistema de financiamiento.

A partir de estos problemas, se abren opciones que dicen relación a él o los sistemas de propiedades que se dé la sociedad, a la relación que tenga con el sistema internacional, a la diversidad que adquiera la constitución de "lo nacional" y al peso de los grupos de poder en la sociedad.

Este tipo de problemas se manejan básicamente a nivel político-institucional. Creemos que el imperativo de democratizador tendrá que asumir la reorientación del sistema social en su conjunto; hacia formas de producción que no estén atadas centralmente a la lógica mercantil.

2. Problemas que se refieren a los modelos de producción de mensajes.

En este ámbito destacan entre otros: i) la constitución actual de la noticia, ii) la desconfianza de ciertos sectores con la cultura de masas, ya sea haciéndola equivalente a "baja cultura" o, de otro lado, a cultura alienada. En todo caso, un rechazo o trabajar con la cultura masiva, iii) la no emergencia, en los últimos años, de un modelo distinto de producción de medios masivos o, dicho de otro modo, la confusión que se ha dado entre medio alternativo y medio de oposición y, finalmente, iv) la sobrepolitización que históricamente tuvieron los medios masivos progresistas, que los llevó a desvincularse de los intereses de la sociedad civil.

Vemos que estas opciones pertenecen más que nada al ámbito de la sociedad civil y de los medios mismos. En este caso el propósito democratizador deberá tender a concebir una comunicación que acerque política y sociedad, al tiempo que democratice todos los espacios de su propia producción. Y, sobre todo, deberá asumir el enorme desafío de trabajar y democratizar la cultura de masas.