

Agenda social y medios de comunicación

Al iniciar un análisis acerca de cualquier tema de interés público, no puedo olvidar una de las expresiones pronunciadas por Mijail Gorbachov en su visita a Chile, en 1992. En su opinión —que naturalmente comparto— la humanidad experimenta una crisis global y multifacética, es decir, afecta todas las manifestaciones de la vida cotidiana.

En este contexto, cuando se nos planteó por parte del Director del Instituto de Ciencia Política de la Universidad de Chile, Ricardo Israel, abordar la visión de un periodista sobre los medios de comunicación y la agenda social, me pareció conveniente analizar primero qué es lo que ocurre con los medios de comunicación, luego examinar la agenda social y finalmente, determinar qué es lo que los medios pueden hacer por la cuestión social.

MEDIOS INFORMATIVOS

Si recurrimos a la crisis global y multifacética de Gorbachov, tenemos que pensar que crisis no es catástrofe, sino transformación. El mundo vive hoy el proceso de transformación de la sociedad industrial a la tecnológica, a una velocidad que ni siquiera nosotros nos damos cuenta.

Por ejemplo, hace un par de meses se inauguró en Estados Unidos el primer diario electrónico. Llega a 12 millones de perso-

nas, lo manejan cuatro periodistas y se lee en la pantalla de un computador. Eso podría anunciar que de aquí a corto plazo —digamos 10, 20 ó 30 años— existirá el diario de papel prensa, en forma reducida.

Igualmente, la conexión satelital deja a las televisiones locales en un pie que difícilmente puedan competir con las decenas o centenas de posibilidades que se le ofrecen al espectador.

Pero, como no es éste el tema del panel, sólo advertiremos que los medios de comunicación se verán profundamente estremeidos, en el corto plazo, por los cambios tecnológicos que ya se introducen en la vida diaria; lo que perfeccionará los sistemas informativos, abriendo un abanico de posibilidades muy por sobre las que tiene un consumidor de noticias.

Si recogemos la idea de Marshall Mac Luhan y aceptamos que el medio es el mensaje, es probable que la aproximación de la opinión pública a los medios informativos será diametralmente opuesta a lo que es hoy, con el diario por computador o con el satélite.

Tal vez como consecuencia de éstos y otros fenómenos emergentes en el campo de la comunicación social también se está dando un cambio en la forma cómo la ciudadanía se forma una opinión.

Hablamos, entonces, de la opinión pública. Hasta hace una década, la opinión pública se formaba según la orientación de la prensa, principalmente, y de ahí que se le atribuyera el carácter de cuarto poder del Estado. Pero la publicidad nos abrió un nuevo campo de reflexión sobre el particular.

En 1982 —hace ya doce años— la Asociación Bancaria de los Estados Unidos detectó que el 75% de los negocios bancarios no se hacían por efecto de la publicidad, sino como resultado de la experiencia personal. Así, una persona se hace cliente de un banco porque alguien próximo le dice: "Mira, en tal banco me

ayudan de verdad. Me prestan dinero, sin tratarme como delincuente, a una buena tasa de interés”. Si les cabe duda, vean ustedes qué cantidad de bancos ofrecen productos determinados a través de la publicidad y observarán que la mayoría tiene avisos de carácter institucional, sólo como para que no los olviden que existen. El marketing directo, es decir, el convencimiento personal hoy, es más válido en una amplia gama de productos y servicios.

En el plano de la noticia, comienza a darse un fenómeno similar y muchas veces es más importante “el decir” de la gente, algo así como el rumor bien intencionado, para informarse.

Todos éstos son fenómenos en desarrollo, que probablemente se irán acrecentando en este continuo proceso de transformación que experimentan todas y cada una de las manifestaciones humanas.

En el plano más terreno, un estudio de 1992, de Umberto Eco, practicado sobre los 10 periódicos más importantes del mundo, señala que una parte importante de las informaciones de primera plana no recogen los hechos más importantes para el bien público, sino los más notorios.

Un ejemplo, es el del famoso “besador”. Este sujeto es un brasileño cuya principal obsesión —porque no es más que una obsesión— consiste en burlar las barreras de seguridad y estampar un beso sobre personajes ilustres. El último caso que recuerdo ocurrió cuando el Papa Juan Pablo II visitó Brasil y el dispositivo de seguridad de 200 agentes directos fue burlado por este caballero, que besó en ambas mejillas nada menos que al Sumo Pontífice. La noticia dio la vuelta al mundo, pese a que el episodio no tendría ninguna importancia para el desarrollo político, social, económico o cultural de la humanidad.

¿Es éste un problema del resto del mundo que no ocurre en Chile?; naturalmente que sí. Y también recuerdo una oportunidad en la que un diputado se atragantó con una cola de camarón, vino

otro que es médico, se lo sacó sin mayor trámite y la noticia salió profusamente en todos los medios informativos. ¿Fue un hecho importante o notorio? Obviamente que no tuvo ninguna importancia, salvo para los protagonistas que todavía deben comentar el asunto.

Adicionalmente, en Chile existe una poderosa autocensura por parte de nosotros, los periodistas. Autocensura que puede explicarse por los 17 años de restricción a la información durante el Gobierno militar, razón que no me parece tan válida.

Esta autocensura se mantuvo sólidamente durante el Gobierno del presidente Aylwin, que fue claramente un gobierno de transición. En este sentido, la autocensura es más voluntaria que impuesta, porque muchas veces el periodista tiene que medir las consecuencias de su trabajo. Hubo muchas oportunidades entre 1990 y 1994, durante las cuales callamos muchas cosas, sobre todo las que se relacionaban con los conflictos cívico-militares. En tal sentido, y respondiendo a una pregunta que formuló el Director de este Instituto, debo decir que la relación entre los medios y el Gobierno es, a veces, de complicidad y, a veces, un tanto incestuosa.

En tercer lugar, el interés de los lectores en nuestro país es extremadamente localista y de ello deriva el que la información internacional es, más bien, secundaria. Trata superficialmente lo que ocurre en el resto del mundo, lo que introduce un sesgo importante, sobre todo si se considera que con la globalización no puede pensarse que Chile pudiera estar al margen de las grandes tendencias o de los grandes problemas internacionales. En un terreno muy particular, pero muy revelador, observamos que lo que ocurre en las bolsas de Tokio o de Nueva York, repercute directamente en las bolsas de valores de Santiago, como lo hemos visto en los meses recientes.

Este último fenómeno no es sólo de nuestro país, pues es sabido que la información del tercer mundo no interesa mayor-

mente en el primero, salvo que se trate de golpes de Estado, conflictos sociales graves o noticias de crónica roja.

En cuarto lugar, la prensa tiene un tirano, que es quien compra su producto. Un periódico determinado se vende en tal cantidad, porque lo que dice corresponde exactamente a lo que sus lectores quieren leer.

Así, la agenda social puede ser ignorada totalmente por un medio y tener relevancia en otros.

LA AGENDA SOCIAL

Nadie puede desconocer los avances realizados en los últimos años en materia social. Pero, de la agenda social como un programa estructurado para derrotar la pobreza es mucho lo que se ha hablado y poco lo que se ha hecho. El actual Gobierno anunció durante su campaña que, por dos años, cerca de dos mil profesionales estudiaron los problemas del país, para vaciar sus resultados en el programa Chile 2.000. Para el Presidente de la República, Eduardo Frei, la pobreza es una de las tres prioridades de su Gobierno. Sin embargo, a pocos días de asumir anunció la formación de una Comisión Nacional para la Superación de la Pobreza, la cual entregará sus conclusiones en el segundo semestre de este año. Luego se acortaron las fechas y la entrega sería el primero de julio.

Con esto sólo quiero dejar establecido que el problema de la superación de la pobreza ha sido objeto de muchos estudios, pero todavía no hay propuestas. Todo el mundo dice que hay que superar la pobreza, pero nadie todavía dice cómo hay que hacerlo.

Por eso, respecto de la agenda social, partiré por lo más concreto: hasta este momento agenda social no existe, lo cual no significa que no haya preocupación por el tema. En el hecho hay discusiones en distintas instancias y niveles, las cuales en algún momento se plasmarán en iniciativas.

La agenda social se debate en los siguientes niveles:

1. Nivel Internacional

Poco antes de concluir su mandato, el gobierno del presidente Aylwin planteó ante organismos internacionales la necesidad de convocar a un foro internacional, para debatir sobre la pobreza en el mundo. Ello se dará en la cumbre que realizará las Naciones Unidas, en Copenhague, Dinamarca, en 1995. Aylwin, junto a otras 18 personalidades mundiales, forma parte de un equipo asesor del secretario general de la ONU, para la organización de esta reunión.

2. A Nivel Nacional:

a) *Sector Público:* El actual gobierno impulsó la creación del Programa Nacional de Superación de la Pobreza (PNSP), cuya estructura operativa se consolida a partir de un Comité Interministerial Social (CIS), integrado por 14 ministerios, cuya secretaría ejecutiva corresponde a MIDEPLAN y es presidido por el Presidente de la República.

Este programa tiene como objetivos los siguientes:

- Apoyar y fomentar la microempresa
- Mejorar la calidad de vida e integrar al desarrollo a las localidades más pobres.
- Mejorar las tasas de desnutrición, mortalidad y morbilidad infantil; y la atención integral de menores.
- Mejorar la situación de las mujeres jefas de hogar.
- Racionalizar y potenciar los programas y proyectos con impacto en la pobreza de todos los ministerios sociales.

Adicionalmente, a nivel regional se está determinando cuáles son las 50 comunas más pobres del país, para focalizar en ellas una parte importante del gasto. Los recursos disponibles para este efecto son de 500 mil millones de pesos. Sobre esto también se informará al presidente Frei en las próximas semanas.

En el hecho, las primeras acciones están orientadas a solicitar a todos los ministerios del CIS, los proyectos contemplados para el segundo semestre del año, para reordenar el gasto público, y fijar las prioridades sociales en función de los más pobres. De acuerdo a ello, también se determinarán los criterios para la elaboración del presupuesto social de 1995.

Junto a estos organismos colaborará el Consejo Nacional para la Superación de la Pobreza, integrado por 14 representantes del mundo empresarial, laboral, de las iglesias, de los trabajadores y profesionales independientes. Este organismo es presidido por Alberto Etchegaray y, sin ser gubernamental, trabajará junto al Jefe de Estado por los próximos seis años. De acuerdo a lo señalado por su presidente, el primer informe será entregado en los primeros días de agosto al Jefe de Estado.

b) *Sector Privado*: Las organizaciones empresariales privadas tienen en su estructura departamentos o corporaciones de desarrollo social, pero me parece que el que mayor trabajo efectivo realiza es el de la Sociedad de Fomento Fabril, que encabeza el presidente de las Empresas CMPC, Ernesto Ayala. Opera con comisiones de vivienda, salud, capacitación y educación, inserción laboral de los discapacitados y rehabilitación de reos, fomento al deporte y recreación y estímulo a los microempresarios.

Este Consejo de Área de Desarrollo Social ha construido ya 13 mil viviendas en los últimos 6 años. Espera concluir en 1994 el estudio de factibilidad para trasladar 30 mil trabajadores desde el FONASA al sistema privado de las ISAPRES. Ha generado empleo para 400 discapacitados y este año espera sumar otros mil. Administra 19 liceos industriales y tiene para su aprobación un proyecto por dos y medio millones de dólares para la adquisición de equipos y maquinarias. La Corporación de Promoción de la Pequeña Empresa cuenta con dos millones de dólares en cartera y 3.500 clientes.

En el sector privado hay muchos otros esfuerzos de carácter

individual y empresarios, como Roberto y Angel Fantuzzi, que han sido realmente pioneros en desarrollo social de sus empresas.

c) *ONGs*: Por último, existe una multiplicidad de organizaciones no gubernamentales que están trabajando directamente en bolsones de pobreza, realizando una labor muy efectiva que es difícil cuantificar en esta oportunidad.

Tampoco debe dejarse de lado el enorme apoyo de las iglesias y otras organizaciones sociales.

De esta rápida mirada a la agenda social pública y privada podemos deducir que en los próximos meses el tema tendrá mucha importancia en los medios de comunicación, pues este sector será uno de los que generará mayor información y, probablemente, mayor debate.

EL ROL DE LOS MEDIOS EN LA CUESTIÓN SOCIAL

Si algo distinto existe hoy respecto de los medios en la cuestión social, es que desde el Gobierno militar el tema se viene debatiendo en forma pública con mayor intensidad que en el pasado. Y cada vez este debate es creciente.

Durante el gobierno militar, el antiguo ministerio ODEPLAN hoy MIDEPLAN se ocupó de mejorar los indicadores sociales, lo que nos situó en el segundo lugar de Latinoamérica, a pocos pasos de Cuba.

El ex presidente Aylwin estableció que el crecimiento económico debía ser con equidad. No deja de ser importante consignar que durante el gobierno del presidente Aylwin un millón 200 mil personas dejaron de ser pobres y los especialistas destacan que el crecimiento de la economía entre 1990-1994, corresponde exactamente al aumento del empleo.

El actual Gobierno no ha seguido este slogan y autoridades, desde el Presidente de la República, rescatan que la forma de poder combatir la pobreza es a través del crecimiento de la economía. También plantea la focalización del gasto social (en la extrema pobreza y las 50 comunas más pobres).

Lo concreto es que, virtualmente superados los esquemas de izquierda, centro y derecha —por la convergencia hacia la economía social de mercado— todos los partidos políticos están de acuerdo en que la agenda social no debe descuidarse. Ello deriva de la convicción que la existencia de una clase media fuerte y vigorosa constituye un colchón de estabilidad política, social y económica; y, en ese entendido, nadie puede pretender ignorar la necesidad de mejorar los equilibrios sociales.

Sin embargo, continúa la controversia acerca de la forma cómo debe abordarse el problema de la pobreza. Algunos sectores sostienen que deben aumentarse los impuestos para que exista —por esta vía— una redistribución de la prosperidad. Otros, piensan que debe mejorarse la eficiencia del gasto social, por cuanto en el sector salud, por ejemplo, más que se duplicó el presupuesto, pero ello no ha tenido su equivalencia en una mejoría en la atención.

Lo concreto es que hoy, al igual que en 1990, el quintil más rico del país recibe el 56% de los ingresos; en tanto el quintil más pobre sólo accede al 4,5% del mismo. En el hecho, hay menos pobres, pero los más ricos disponen también de mayores ingresos.

Los medios de comunicación tendrán un rol protagónico en el futuro inmediato respecto de la agenda social, poniendo en el debate la mejor fórmula para combatirlo, considerando que hoy la pobreza es un asunto de Estado y que las tendencias políticas tratarán de demostrar que SU formula es la mejor.