

9.

**Transformación del
sistema de medios.
Impactos económicos
y sociales**

Justino Sinova



Quiero invitarles a fijar su atención en uno de los aspectos del título general de esta sesión. Concretamente, sobre los impactos sociales que la transformación de las tecnologías pueden ocasionar. Y, en especial, sobre el papel que los públicos pueden desarrollar por efecto de las nuevas tecnologías. Voy adelantar dos conclusiones de mi breve exposición, que desarrollaré posteriormente.

La primera de ellas es que las nuevas tecnologías deben aumentar la presencia de los públicos en el proceso de la comunicación, como respuesta a ese proceso de la comunicación. Es decir, las nuevas tecnologías deben facilitar la réplica de los públicos a los gestores de la comunicación.

La segunda conclusión es que las nuevas tecnologías ponen en manos de los públicos la capacidad de convertirse en gestores de medios de comunicación, de incrementar su papel, no sólo como receptores de información, sino como promotores de ella. Ocurre que el proceso de la comunicación entraña en sí mismo un gran problema, y es que es un proceso sumamente desequilibrado. Es un proceso en el cual una parte domina sobre la otra, y domina de una manera excesivamente soberana. Uno de los papeles que pueden cumplir las nuevas tecnologías es el de redimir a los receptores, que son con frecuencia invitados de piedra en el proceso de la comunicación colectiva.

¿Cuál es el secreto, o cuál es la razón de fondo de la comunicación de información?, ¿Por qué existe ese fenómeno de la comunicación de información? Por una sola razón: porque los ciudadanos tienen un derecho, derecho natural, a recibir la información. Los periodistas sólo existen como profesionales porque hay alguien que reclama su trabajo, porque hay unos ciudadanos que requieren información, lo cual lleva a afirmar que los periodistas, que los informadores, no trabajan para una empresa, sino dentro de una empresa, dentro de las normas laborales de ésta, pero su objetivo no es en esencia cumplir los, digamos, objetivos de la empresa, sino dar satisfacción a los ciudadanos que reclaman información. Si esto no fuera así, los periodistas no gozarían de unas características especiales en su tra-

bajo, ni de unas garantías, como son el secreto profesional, específico de los periodistas (distinto del secreto profesional de otros profesionales), y como es la cláusula de conciencia que protegen su trabajo frente a los poderes públicos y frente a la propia empresa, que además en nuestro caso, en España, tiene un reconocimiento constitucional.

Pues bien, si en el proceso de la comunicación los públicos son los que figuran como motores básicos de ese proceso, porque exigen información para poder ejercer un derecho fundamental –que también les reconoce la Constitución, que es el derecho a la información– resulta que, como decía antes, los públicos son los invitados de piedra del proceso. Porque son la parte débil, frente a los informadores que son los gestores de los medios, los seleccionadores de los mensajes y los controladores de todo el proceso, prescindiendo del control político que se aplica sobre el proceso de la comunicación. Así, los informadores son realmente los controladores de la comunicación frente a los verdaderos titulares de la información, que son los ciudadanos.

**Los informadores
son realmente
los controladores
del proceso de
la comunicación
frente a los
verdaderos
titulares de la
información,
que son los
ciudadanos**

Hasta ahora, la intervención en ese proceso de los públicos se realiza sólo mediante una concesión de los gestores. Las respuestas de los receptores, las respuestas de los públicos son seleccionadas por los gestores de la comunicación. Las llamadas telefónicas o las cartas que se reciben en los medios de comunicación entran en el proceso de la comunicación mediante un acto de cesión, mediante un acto de generosidad, digámoslo así, de los controladores del proceso.

La figura del *ombudsman*, que en algunos medios de comunicación se ha puesto en práctica, es también, tal como está concebido el proceso de la comunicación hoy, un acto de generosidad de los gestores de los medios. Un acto de generosidad nada frecuente (en España había dos diarios con esta figura dedicada exclusivamente a atender las quejas, las sugerencias de los lectores y ya sólo queda en en uno). En *Diario 16*, durante mi dirección, introduje el Corresponsal de los Lectores, con dos peculiaridades para que pudiera realizar mejor su labor cerca de los receptores. La primera, que la persona encargada no era un miembro de la redacción, sino alguien ajeno a la Redacción del periódico. El primer Corresponsal de los Lectores fue el sociólogo Arando de Miguel y el segundo fue el juez Xavier O'Callahan. La segunda era que el director renunciaba voluntariamente a controlar la acción del Corresponsal de los Lectores, para que él fuera más libre en la exposición de los criterios de los públicos. (Pero no soy responsable de la evolución posterior de esta figura).

Pero, en todo caso, esas son, a estos efectos, realizaciones que tratan de proteger el derecho de los públicos, que están basadas en la generosidad, en la voluntariedad de los controladores del proceso de la comunicación, que son los informadores.

En esta circunstancia, ¿qué pueden aportar las nuevas tecnologías? El Sr. Pilati nos ha ilustrado convenientemente sobre la evolución de las nuevas tecnologías, y ha citado dos características importantes de esa evolución. La primera de ellas es que las tecnologías de comunicación, de transmisión de información, abaratan los costes. La segunda es que aumentan considerablemente la capacidad de transmitir información. Pues bien, esas nuevas tecnologías con esas características van a permitir poner remedio a esta situación desequilibrada, mediante la concesión a las audiencias de recursos para intervenir en el proceso de la comunicación.

Hay un caso, el último del que podemos tener noticias, de la aplicación de las nuevas tecnologías por un medio de comunicación, que ilustra perfectamente cuál puede ser el camino del futuro. El periódico *San José Mercury News* de California se transmite, como otro grupo muy pequeño todavía de periódicos americanos, a través de la línea telefónica. Con un ordenador y un módem, un usuario, mediante suscripción, puede recibir a cualquier hora del día el periódico en su propio domicilio, lo cual quiere decir que, mediante una impresora doméstica, puede disponer del periódico impreso en su propia casa. Ese proceso abre la puerta a la respuesta del receptor y de hecho, en el caso del *San José Mercury News*, el receptor que se suscribe a ese servicio puede, por un lado, conectar con la Redacción y mantener diálogo, conversaciones, diálogo electrónico con los redactores para solicitarles más información o nuevas versiones de la información que ha recibido, o protestar simplemente sobre lo que el periódico le ofrece. Y, por otro lado, puede emitir mensajes acerca de las cuestiones que plantea el periódico, mensajes que no son reelaborados ni limitados por el periódico. De tal manera que el lector suscrito a ese servicio se puede convertir en determinados momentos del día en un transmisor de mensajes, mensajes que inmediatamente empiezan a circular por ese sistema de transmisión.

De alguna manera, el lector ha recuperado algo de su soberanía para replicar o para intervenir en ese proceso de la comunicación. Es un nuevo papel que el lector de periódico encuentra, apoyado en las nuevas tecnologías.

Pero es que el abaratamiento de las nuevas tecnologías va a permitir también que individuos, o grupos de individuos, participen como gestores de información en esta nueva ordenación de las comunicaciones que estamos experimentando.

Cada vez es más fácil disponer de los instrumentos técnicos para comunicar por radio. Los instrumentos técnicos se pueden encontrar, muchos de ellos, en el comercio público, y la instalación de emisoras de radio y también de televisión está cada vez poniéndose más al alcance de grupos sociales, no necesariamente económicamente fuertes. Desde luego, la comunicación en grandes redes y la comunicación *multimedia* requiere grandes inversiones, como ha dicho también el Sr. Pilati. Pero, al mismo tiempo, la comunicación por radio y por televisión se está abara-

Las nuevas tecnologías permiten la concesión de recursos a las audiencias para que puedan intervenir en el proceso de comunicación

tando y está posibilitando que pequeños grupos sociales participen de esa manera en el proceso.

Cuando antes el profesor Bustamante planteaba qué hacer ante el fenómeno de la concentración, y citaba un caso de una ciudad española en la que se reciben siete emisoras de radio, todas ellas dependientes del mismo grupo empresarial, y apuntaba que el poder político debería actuar para mantener el pluralismo, yo pensaba, por un lado, en el riesgo que entraña que el poder político intervenga en este problema, pero al mismo tiempo pensaba en la falta de vocación social que el poder político está teniendo hoy en España para facilitar a los públicos el acceso a los medios de comunicación. Me refiero, por ejemplo, a que en estos momentos, la televisión local está, de hecho, prohibida en España. ¿Por qué?, porque está fuera de la ley, porque la ley de la televisión privada solamente contempla la posibilidad de tres grandes emisoras de ámbito estatal, pero no la posibilidad de que un pequeño

grupo de personas constituya una empresa de comunicación y emita por televisión en un ámbito local. Lo cual no impide que en España existan 400 emisoras locales de televisión, en números redondos –naturalmente el censo aquí no puede ser exacto– funcionando de manera precaria, al margen de la ley.

Pero, mediante una decisión política que permitiera a los ciudadanos la libre participación como gestores en el proceso de la comunicación, mediante la televisión local, mediante las radios locales, se podría

incrementar el poder de los públicos, el poder de las audiencias de manera notable, y sería una manera de favorecer el pluralismo que, evidentemente, la concentración está perjudicando.

Esta irrupción de las nuevas tecnologías con las posibilidades que ofrecen a los públicos se está desarrollando coincidiendo felizmente con un fenómeno nuevo, que es la toma de conciencia de las audiencias. Cada vez más, los públicos están reclamando ser oídos, tener su espacio en los medios de comunicación. Y, mi experiencia como director de un medio de comunicación es que ese proceso de petición de audiencia de los públicos es cada vez más fuerte. Al mismo tiempo proliferan las asociaciones de telespectadores, los clubes de oyentes, de lectores, que a su manera están realizando verdaderas auditorías éticas de los medios. Están juzgando a los medios y están respondiendo a los medios, de una manera no suficientemente eficaz, por el momento, por falta de canales, pero estas asociaciones se aprovecharán sin duda de los avances tecnológicos, y reclamarán la puesta de las nuevas tecnologías a su servicio.

¿Qué consecuencias tiene todo esto para los actuales gestores de la comunicación?: Va a tener consecuencias muy importantes. Desde luego, si se hace una historia de la comunicación desde el papel de los gestores de la comunicación, se verá que ha evolucionado de manera extraordinaria el concepto de sí mismos y el concepto

**Cada vez más,
los públicos
están reclamando
ser oídos,
tener su espacio
en los medios
de comunicación**

que la sociedad tenía de ellos. Hubo una época de la historia en que se pensaba que la libertad de expresión era la libertad de los empresarios de la información, y los propios empresarios reclamaban para ellos libertad sin preocuparse de la libertad de los receptores. Pues bien, las nuevas tecnologías van a acabar con ese tipo de periodismo arrogante, si quieren ustedes, con los periodistas arrogantes y con los medios soberanos, que se apoyan en los receptores; porque los medios van a tener que contar con los receptores. Yo preveo que se avecina una época de recuperación de soberanía de los públicos, gracias a la intervención de las nuevas tecnologías. Y desde luego, o las nuevas tecnologías acrecientan el poder de los públicos o habrán fracasado lamentablemente en este aspecto.