

Nuevos públicos en una libertad concreta

La democracia naciente, asentada en el pluralismo político, toma para sí la bandera de la libertad de expresión.

La opinión pública, como fenómeno social aparecido en torno a la información que genera la Cosa Pública, información actual, candente y de importancia social, ha conseguido un grado de desarrollo en sus perspectivas que, hoy, no sólo abarca espacios de esta esfera o actividades privadas, vinculadas o, que puedan afectar a lo público. Su desarrollo se manifiesta también en la aparición de nuevos públicos y por tanto, de enfoques novedosos en el campo de la información y la comunicación. La presencia tradicional de los medios de comunicación social ha sido renovada por medios alternativos y comunitarios.

Génesis de libertad y Opinión Pública.-

Tal vez, el origen más próximo de la expresión y comprensión de este fenómeno, se encuentra en el triunfo de la Revolución Francesa y la Revolución Industrial. Ambas, marcan las libertades políticas y económicas de la pequeña burguesía que asciende al poder y acaban con el régimen de servidumbre. Indudablemente, la Revolución Industrial lleva consigo los gérmenes de lo que más después sería una sóli-

da economía de mercado basada en el capital y la propiedad privada sobre los medios de producción. Lo expuesto está expresado en la libertad de empresa, libertad de comercio y la propiedad privada. Son todas ellas libertades defendidas férreamente con el nacimiento de las sociedades actuales que gozan de un régimen político basado en la igualdad y la libertad.

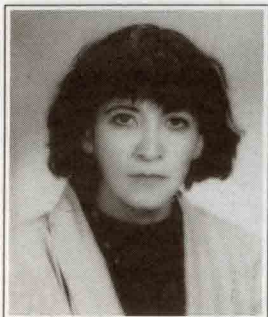
La democracia naciente, asentada en el pluralismo político, toma para sí la bandera de la libertad de expresión. Al mismo tiempo, el ingreso del ciudadano al debate de la Cosa Pública y el reconocimiento de sus derechos y obligaciones, se constituyen en factores determinantes para el reemplazo, en forma pensante, a la masa sometida, subordinada y pasiva, al esquema vetical que le imponía el poder monárquico y el poder clerical. Acababa con la Opinión No Pública, establecida e impuesta por las élites gobernantes que desconocían en el pueblo los poderes que a éste les son conferidos en el régimen democrático.

Este nuevo contexto político y económico - democracia que en un capitalismo incipiente reconocía libertades civiles (libertad a seguridad o protección contra arrestos,

habeas corpus, inviolabilidad de domicilio, libertad de correspondencia, etc.), libertades públicas (libertad de prensa, de espectáculos, de reunión y manifestación, de asociación) y la igualdad (la autoridad es resultado de un acuerdo de los ciudadanos), pluralismo político, separación de los poderes, la libertad de empresa, libertad de comercio, la libre competencia - no tendría la fuerza motriz de cambio, sin la participación de un público, conformado primero (Monzon C. 1989) por los burgueses, propietarios e ilustrados. Evidentemente, este público al asumir su condición de ciudadano, demanda un papel dinámico, participativo y responsable de los medios para su reacción inmediata en los acontecimientos que afectan a la Cosa Pública. Sin embargo, como resultado de estos procesos hoy consolidados, sintetizados en un sistema económico capitalista, en su forma neoliberal, con régimen político asentado en la democracia representativa (1) y toques de pluralismo político, la pinión pública, causa y efecto de estos procesos, en su relación con los medios y su propia conformación, se ha diversificado y



Kathya Jemio A., Ph. D.
Periodista
Docente de la UPSA



2
27
X 129 7
912
258
3.492 hp moj

43
3
129

universalizado. Similar fenómeno se ha dado con los escenarios, los protagonistas de la información y frente a todo esto, las expectativas de nuevos públicos.

Si bien es cierto que los primeros componentes han sido burgueses, propietarios e ilustrados, esto cambia radicalmente, cuando la información se inserta hoy también a factores de desarrollo, transformación, educación, orientación y formación. Se sostiene que quien tiene la información, tiene el poder. Indudablemente, el elemento integrador, movilizador y organizador es la información que busca su viabilización a través de nuevos recursos.

Nuevos medios para un público nuevo.-

De acuerdo a la particularización de los medios a partir de sus objetivos, funciones y público, se pueden esbozar algunas consideraciones en cuanto a su conformación.

Un rasgo conocido es el desarrollo acelerado de medios de comunicación social, en los centros urbanos. El carácter es preponderantemente comercial y actúa bajo los parámetros en que se desenvuelve el hombre urbano, en su relación con la naturaleza, el pensamiento y los hombres en sociedad. Dispone de grandes recursos económicos, cuadros profesionales y tecnología de punta. La libertad de empresa es el respaldo de creación, principios, funciones y objetivos en detrimento de otros valores de la prensa sustentados ya en los albores de la Revolución Francesa y posteriormente introducidos a las constituciones políticas de cada estado moderno actual.

La libertad de expresión, la responsabilidad social, la formación de la opinión pública, referidas a la práctica social y a los actores sociales urbanos, se desliza hacia nuevas formas, bajo la exigencia de un público no sólo racionante (2), sino

amplio, disperso, heterogéneo, ciudadano, político, masivo y participativo.

Medios Alternativos.-

Los medios alternativos aparecen, se instalan y realizan prácticas de comunicación que, sin entrar a niveles de competitividad, se convierten en posibilidades con diferente estructuración, para las necesidades de determinados grupos en materia de comunicación y, en determinados contextos sociopolíticos, se convierten en una fuente de información principal.

Estas formas alternativas de informar y comunicar se han abierto como abanico. Recursos técnicos, financiamiento, periodistas y público realizan una simbiosis, donde fundamentalmente el criterio es decir "por que pasa". Es que el público de hoy ya no espera una prensa que le diga lo que pasa, sino principalmente por qué pasa (3), coincidiendo con Reyes Matta, Director de ILET.

Comunidad y alternativas.-

Otros son los medios comunitarios. Responden a la aparición de nuevos públicos. Son considerados una compensación a las limitantes de los medios tradicionales y nuevo modelo de participación a la gestión y producción.

Los medios comunitarios están representados por su vocación educativa y cultural. Los movimientos populares hacen uso de este recurso. Obtienen ingresos por concepto de publicidad y salen a la opinión pública con la utilización de un mínimo de equipamiento y personal. Son medios también financiados por organismos internacionales, fundaciones europeas de carácter confesional y otras.

Los procesos señalados, sólo son un reflejo de los cambios y las actuales condiciones de la libertad de expresión, como fenómeno concreto, resultado del pluralismo político exis-

tente en regiones del mundo que bajo un régimen democrático, tienen diversos intereses, necesidades así como expectativas en cuanto a su protagonismo en la información social actual. ■

(1) Ver Constitución Política del Estado, art. 1, 1967.

(2) Op. cit. Monzon Cándido.

(3) Reyes Matta F. *Redes y periodismo nuevas vías para el cambio*, Chile, 1987.

Fuentes Bibliográficas.-

Gomez Luís A. *Opinión Pública y Medios de difusión.*, CIESPAL, Quito, 1976.

Monzon Cándido, *Opinión Pública*, Ed. Paidós, España, 1987.

Reyes Matta F., *Redes y Periodismo nuevas vías para el cambio*, ILET, Chile, 1987.

UNESCO, *Rapport sur la communication dans le monde*, 1990, Paris.