

21-1-94

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION

ARCHIVO

CON LOS ATENTOS SALUDOS DE
JOSE JOAQUIN BRUNNER RIED
PRESIDENTE

REPUBLICA DE CHILE
CORPORACION NACIONAL DE TELEVISION
ARCHIVO

REG. NR. 94/1418

A: 21 EN 94

P.A.A.	<input type="checkbox"/>	R.C.A.	<input type="checkbox"/>
C.B.E.	<input checked="" type="checkbox"/>	M.L.P.	<input type="checkbox"/>
M.T.O.	<input type="checkbox"/>	EDEC	<input type="checkbox"/>
M.Z.C.	<input type="checkbox"/>		

Estimado Carlos:

para informacion de
SE y luego te hago
lugar este informe de

MONEDA 1020 - PISO 4º
SANTIAGO - CHILE

TELEFONOS 6982306-7
FAX (56-2) 6990031

En un momento
favor transmite te al
Presidente mis respetos
y si te parece, la
posibilidad cobinua para
hablar el proximo
jueves en la segunda
parte de la serie bajo
la inspiracion y frente
a los "criticos" para
la aparicion.

Carabante, J.J.

CONSEJO NACIONAL
DE TELEVISION

Santiago de Chile, enero 20 de 1994.

129.

Señor
Patricio Aylwin Azócar
Presidente de la República
Palacio de La Moneda
Presente

Estimado Sr. Presidente:

Adjunto Informe de Avance de la **Encuesta Sobre la Televisión Chilena**, realizada por este Consejo en el mes de diciembre de 1993.

Esta Encuesta es parte de un conjunto de estudios que la División de Estudios, Supervisión y Fomento del Consejo Nacional de Televisión realizó durante 1993, centrado principalmente en temas de programación y audiencia televisiva. El objetivo primordial de estos estudios es entregar a la opinión pública y profesionales especializados antecedentes que contribuyan a un debate informado sobre el campo televisivo chileno y sus dinámicas.

En el mes de abril de 1994, el Consejo pondrá a su disposición los resultados totales de esta Encuesta.

Atentamente,



JOSÉ JOAQUÍN BRUNNER RIED
Presidente
Consejo Nacional de Televisión

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION
DIVISION DE ESTUDIOS, SUPERVISION Y FOMENTO

ENCUESTA SOBRE LA TELEVISIÓN CHILENA

Informe de Avance

Diciembre 1993

ESTUDIOS

1993

MERCADO Y CRUELDAD
José Joaquín Brunner

Mientras que sobre el Estado y sus limitaciones, incluidas sus deformaciones totalitarias o autoritarias, se discute actualmēte con cierta serenidad de espíritu y objetividad, no ocurre lo mismo, en cambio, con el mercado y sus limitaciones, incluidos sus efectos crueles sobre un apreciable número de personas.

Es como si el mercado --cuyas cualidades coordinativas, de invención y manejo de grandes masas de información gozan hoy de generalizado reconocimiento-- no pudiera ser sometido a un análisis sociológico imparcial y a una auténtica crítica ético-social. Como a un ídolo, sólo cabría rendirle tributo. En efecto, cualquier intento por desmitificarlo y mostrar sus lados ambiguos o negativos (su creatividad destructiva, diría Schumpeter), de inmediato acarrea una condena y hace aparecer al censor como separado del reino de los true believers.

Con todo, la crítica del mercado tiene una larga y sobresaliente tradición intelectual, cuyos exponentes más significativos son, precisamente, aquellos que aceptan su necesidad económica y su indisoluble relación con el desarrollo de la modernidad.

Entre ellos, Max Weber, uno de los fundadores de la sociología clásica, proporcionó una de las más tempranas versiones críticas del mecanismo del mercado. Entregado a su propia legalidad, argumenta Weber, el mercado "no repara más que en la cosa, no en la persona; no conoce ninguna obligación de

28 fraternidad ni de piedad; ninguna de las relaciones humanas
29 originarias constitutivas de las comunidades de carácter
30 personal". Y concluye: "la comunidad de mercado, en cuanto tal,
31 es la relación práctica de vida más impersonal en que los hombres
32 pueden entrar".

33 Desde un ángulo distinto, la Encíclica Centesimus Annus,
34 del Papa Juan Pablo II, formula críticas semejantes al mercado.
35 Junto con señalar que éste parece ser el mecanismo más eficaz
36 "para colocar recursos y responder eficazmente a las necesida-
37 des", acota en seguida que "sin embargo, esto vale sólo para
38 aquellas necesidades que son solventables, con poder adquisitivo,
39 y para aquellos recursos que son vendibles, esto es, capaces de
40 alcanzar un precio conveniente". Y agrega luego: "pero existen
41 numerosas necesidades humanas que no tienen salida en el mercado.
42 Es un estricto deber de justicia y de verdad impedir que queden
43 sin satisfacer las necesidades humanas fundamentales y que
44 perezcan los hombres oprimidos por ellas".

45 El mercado, sin duda, es cruel y bajo su peso implacable,
46 impersonal, hay numerosos seres humanos que perecen aplastados,
47 como denuncia Juan Pablo II.

48 Es uno de los secretos --éticos y sociológicos-- de la
49 historia, que ésta avanza sin eliminar la crueldad de su camino.
50 Quizá por eso mismo lo que separe a los hombres hoy sea menos su
51 creencia en la imperiosa necesidad del mercado que su sensibili-
52 dad, postura ética y voluntad de reparación frente a esa dureza
53 e inhumanidad.



94/1418
ARCHIVO

Carlos Bascuñán Edwards, Jefe de Gabinete de S. E. el Presidente de la República, saluda atentamente al señor José Joaquín Brunner, Presidente del Consejo Nacional de Televisión, y le agradece muy especialmente el envío del Avance de la *Encuesta Sobre la Televisión Chilena*, elaborado por ese Consejo en el mes de diciembre de 1993.

BASCUÑAN EDWARDS hace propicia la ocasión para manifestarle los sentimientos de su mayor consideración y personal estima.

Santiago, Enero de 1994