

**Los Medios Masivos y las Transformaciones de la
Esfera Pública en Chile**
Rodrigo Cordero y Cristóbal Marin

DOCUMENTOS DE TRABAJO ICSSO
NUMERO 7 / AÑO 2 / AGOSTO 2006



facultad de ciencias
sociales e historia



Los Medios Masivos y las Transformaciones de la Esfera Pública en Chile*

Rodrigo Cordero

Escuela de Sociología, Universidad Diego Portales
rodrigo.cordero@udp.cl

y

Cristóbal Marín

Facultad de Ciencias Sociales e Historia, Universidad Diego Portales
cristobal.marin@udp.cl

Agosto 2006

Sobre los autores:

Rodrigo Cordero es Magíster en Sociología, PUC, Chile y profesor Escuela Sociología e Investigador ICSO de la Universidad Diego Portales

Cristóbal Marín es decano de la Facultad de Ciencias Sociales e Historia de la Universidad Diego Portales. PhD en Ciencias Sociales, University of Birmingham, UK.

* Este artículo fue publicado en la Revista Persona y Sociedad, vol XIX, nº 3, año 2005.

Resumen

El presente artículo busca contribuir al análisis de las principales transformaciones que los medios masivos han generado en la esfera pública en Chile. En oposición a las visiones negativas que atribuyen a los medios una desintegración del espacio público, se propone la tesis que éstos han reconfigurado la esfera pública con consecuencias más bien positivas sobre ésta y la calidad de la democracia. Se sostiene que los medios han expandido los procesos de deliberación democrática, facilitado la integración a la vida pública de actores previamente excluidos, ampliado la concepción de lo público y aumentado el escrutinio del ejercicio del poder político. Sin embargo, también se destaca que aún persisten dificultades para que los medios contribuyan al incremento de la calidad de la vida pública y la democracia.

Palabras claves: esfera pública, medios de comunicación masiva, televisión, deliberación democrática, accountability social.

Los Medios Masivos y las Transformaciones de la Esfera Pública en Chile

Introducción

En las últimas décadas se ha despertado un renovado interés académico por la discusión sobre el rol de los medios masivos en la vida pública. Ello ha sido motivado en gran parte por la recuperación y discusión del pionero texto de Jurgen Habermas sobre las transformaciones estructurales de la esfera pública (Habermas, 1989; Calhoun, 1992) y por los influyentes trabajos de algunos sociólogos y científicos políticos, especialmente anglosajones (Davis & Owen, 1998; Iyengar & Reeves, 1997; Iyengar, 1992; Neuman, 1992; Norris, 2000). En América Latina este nuevo interés ha sido liderado por historiadores y ha tendido a focalizarse en el siglo XIX (Guerra, 1998; Alonso, 2004; Jaksic, 2002). Son todavía escasos los trabajos que analizan los desarrollos más recientes (Waisbord, 2000; Peruzzoti y Smulovitz 2002a; 2002b). En Chile esta reflexión más bien ha brillado por su ausencia. Después del sugerente trabajo de Tironi y Sunkel sobre los roles que desempeñaron los medios de comunicación en el restablecimiento de la democracia y en el proceso de consolidación democrática (Tironi y Sunkel, 1993), no ha habido una reflexión sociológica sistemática y empíricamente informada sobre este asunto, a pesar de las profundas transformaciones experimentadas¹.

Este artículo busca contribuir a esa discusión analizando, a partir de evidencias empíricas, el impacto y consecuencias de los medios masivos en las transformaciones del espacio público chileno durante los últimos años. La visión acerca de las consecuencias de los medios masivos que ha tendido a prevalecer en el campo político y académico es más bien negativa. Los medios masivos, particularmente la televisión, habrían traído consigo la desintegración de la esfera pública. Ellos habrían “despolitizado” y desencantado a la población, le habrían generado crecientes grados de desconfianza

respecto a las instituciones y habrían trivializado el debate político.² En este trabajo sostenemos que esa visión dominante es unilateral. La tesis que proponemos es que los medios masivos en Chile han reconfigurado la esfera pública con consecuencias que tienden a ser más bien positivas sobre ésta y la calidad de la democracia. Sostenemos que los medios masivos han expandido los procesos de deliberación democrática, facilitado la integración a la vida pública de actores previamente excluidos, ampliado la concepción de lo público y aumentado el escrutinio del ejercicio del poder político.

El artículo se encuentra organizado en cuatro partes. En la primera, se examinan algunas características generales de la nueva forma de espacio público creada por los medios masivos en Chile, y la consolidación de la televisión como el principal actor de éste. En la segunda parte, se investiga sobre la importancia de la televisión en la expansión de los procesos de deliberación e información sobre asuntos de interés general. En la tercera, se analiza el impacto de los medios masivos en la ampliación de la idea de lo público y las percepciones de la elite política respecto a estos cambios. En la cuarta, se examinan las nuevas formas de escrutinio del poder instauradas por los medios masivos, particularmente el caso de los escándalos políticos. Se cierra con una discusión sobre los desafíos que aún enfrentan los medios de comunicación en Chile para contribuir a la existencia de una esfera pública más democrática.

1. Medios masivos y transformación de la esfera pública.

El espacio público, entendido como el lugar de discusión sobre temas de interés común y de lucha por la “visibilidad” de las propuestas y demandas de las personas y grupos, ha sido profundamente transformado por el desarrollo de los medios de comunicación. Los

¹ Una excepción interesante lo constituyen algunos capítulos de los dos últimos estudios del PNUD (2002, 2004).

² Esta visión no es fruto de una discusión sistemática de las evidencias empíricas disponibles, sino más bien se apoya en lecturas parciales de trabajos críticos, principalmente Habermas (1989), Sartori (1998) y Bourdieu

medios masivos han instaurado un nuevo tipo de espacio público -sin límites espaciales, no vinculado necesariamente a la conversación “dialógica” y accesible a un número indefinido de individuos- que tiene un gran impacto en las formas como se ejerce el poder político y en el funcionamiento de la democracia. (Dahlgren, 1995; Schudson, 1995; Thompson, 1998; 2001; 2003). Esta “mediatización” del espacio público tiene sus orígenes en Europa a fines del siglo XVII y en América Latina en el XIX, con el rol que la prensa, junto a los nuevos espacios de sociabilidad como salones y cafés, comenzaron a jugar en la estructuración de la discusión pública (Habermas, 1989; Calhoun, 1992; Thompson, 1998; Alonso, 2003).

Las consecuencias de los medios masivos en la vida pública han sido descritas por una serie de trabajos recientes. Entre éstos destacan aquellos que enfatizan los efectos positivos tales como acrecentar el conocimiento político, la confianza y la participación (Norris, 2000; Perez-Linan, 2002), constituirse en mecanismos de accountability social (Waisbord, 2000; Peruzzoti y Smulovitz 2002a; 2002b) y proporcionar recursos simbólicos para la comprensión de problemas comunes (Neuman, 1992; Alexander, 1981, 1998). En segundo lugar, se encuentran las lecturas más ambivalentes que describen la capacidad de los medios masivos de establecer agendas de discusión (Rogers & Dearing, 1997); definir los criterios de evaluación de políticos y gobiernos (Iyengar & Kinder, 1987); y atribuir responsabilidades por asuntos de interés público (Iyengar, 1992). Por último, se encuentran los trabajos que critican el rol de los medios masivos en la esfera pública pues habrían contribuido a despolitizar la sociedad, trivializar el debate público y erosionar el compromiso cívico (Bourdieu, 1997; Putnam, 2000; Sartori, 1998).

(1997) (Ver sección 1 de este artículo). En la escasa literatura sobre el caso chileno ver Bresnhan (2003) para una visión similar.

Debido a la relevancia adquirida por la visión que enfatiza los efectos negativos de los medios masivos, consideramos adecuado detenernos brevemente en sus principales argumentos. Entre estos autores destaca, en primer lugar, Sartori (1998) para quien la primacía de la imagen –y de la televisión- en el mundo contemporáneo nos ha llevado a un empobrecimiento de la capacidad de entender la realidad. El dominio de la televisión ha tenido también consecuencias negativas para la política, generando lo que Sartori llama “video-política”, cuyas principales características son la desinformación de la opinión pública, la debilitación de los partidos políticos, el peso excesivo de las opiniones incompetentes, y la emotivización de la política, que rompe el equilibrio entre pasión y racionalidad (Sartori, 1998).

Un segundo autor en esta línea es Bourdieu (1997), para quien la televisión pondría en peligro la vida política y democrática. Ello producto de su funcionamiento en base a los índices de audiencias, pues favorece el sensacionalismo y la mayor cobertura de noticias poco relevantes; la existencia de una mirada parcial al “ocultar mostrando” una serie de discursos y acciones que no ven la luz en el espacio público producto de la prueba de selección periodística; una lógica de presentación de pequeños sucesos que tiene el efecto de crear un vacío político, de despolitizar o de reducir la vida del mundo a la anécdota; y la generación de una política que se estructura en torno a la demagogia de lo espontáneo.

Finalmente, destaca el argumento de Putnam (1995; 2000), para quien la televisión tendría como efecto disminuir el compromiso cívico de las personas y erosionar el capital social. El arribo de la televisión habría favorecido la disminución de la confianza social, la membresía en organizaciones y la participación política. En efecto, la televisión desplazaría en importancia las actividades sociales y de tiempo libre fuera del hogar, junto con generar una visión más misantrópica del mundo.

A pesar de las contrapuestas lecturas sobre el impacto de los medios masivos, existe cada vez más consenso en destacar la importancia de éstos para el funcionamiento del sistema democrático. Los medios masivos han transformado de una manera profunda e irreversible las condiciones dentro de las cuales el poder político se ejerce, las formas en las que la mayoría de las personas experimentan lo que es público y participan de la vida pública, y los límites existentes entre la esfera pública y privada.

En Chile este proceso de “mediatización” de la esfera pública demoró en consolidarse y sólo adquiere madurez con la masificación de la televisión y su dominio de los flujos de información hacia los ciudadanos a inicios de la década de los ‘90. Si bien el espacio público tradicional de co-presencia –cuyas formas paradigmáticas eran las manifestaciones públicas en las calles, las reuniones masivas, las discusiones en los cafés, partidos y sindicatos, y los debates parlamentarios- no desaparece, poco a poco va siendo transformado y en los últimos años desplazado por el espacio creado por los medios³. Durante las últimas décadas se ha producido una significativa disminución de la identificación con los partidos políticos, una creciente desconfianza a la clase política y un importante abandono de las manifestaciones públicas y la movilización política. En este contexto, se observa una progresiva dependencia de la televisión para la información y la comprensión de hechos de interés común y para la expresión de demandas hacia el Estado y la sociedad. Incluso los partidos políticos e instituciones gremiales disminuyen notablemente su rol de intermediadores entre la vida privada y pública, y los individuos establecen crecientemente este vínculo a través de la televisión (PNUD, 2002).

³ Sin embargo, en un evento donde la televisión jugó un rol tan decisivo como el plebiscito de 1988, este rol no puede ser separado de la campaña casa a casa, reuniones políticas y sobre todo manifestaciones públicas en las calles.

La televisión en Chile se ha convertido en el principal medio de información y expresión de la deliberación pública y representación social, y ha transformado las condiciones bajo las cuales las personas participan de lo que puede ser llamado esfera pública. A continuación se intentará ilustrar empíricamente algunos de estos desarrollos.

2. Televisión, información y deliberación pública

El tema del acceso y calidad de la información en las sociedades contemporáneas se está convirtiendo en uno de los puntos más controvertidos en el debate sobre el funcionamiento de los sistemas democráticos y la creación de una esfera pública. Sin una opinión pública bien informada -se argumenta- la democracia y la deliberación política, se ven seriamente menoscabadas (Norris, 2000; Thompson, 1998).

Las evidencias señalan que el flujo de información sobre asuntos de interés común depende crecientemente de la televisión. Por tanto, la relación que las personas tienen con lo público está en una alta proporción “mediada” por la televisión, especialmente por los noticiarios, con posibles consecuencias en la formación de opiniones y actitudes, en la atención que se presta a ciertos asuntos por sobre otros, en la atribución de responsabilidades y en las posibilidades de participación en el debate público.

Se examinarán tres dimensiones centrales para comprender la relevancia de la televisión en Chile como mecanismo para la información y deliberación sobre asuntos de interés público. Primero se presentarán antecedentes sobre la presencia de la televisión. En segundo lugar, se examinarán datos sobre la oferta de información. En tercer lugar, se analizarán los hábitos informativos de la población chilena.

En Chile la masificación de la televisión es un fenómeno reciente. En efecto, la posesión de un televisor en el hogar pasó de ser una situación de excepción durante la década de

1960 a constituirse en la década del 2000 en un bien con presencia casi universal. Este fenómeno es reflejo del mejoramiento de los niveles de bienestar material en la sociedad chilena. El televisor, y otros bienes como el equipo musical y el teléfono, pierden su sentido suntuario y se convierten en elementos básicos de la vida cotidiana.

Tabla 1. Equipamiento de los Hogares con Tecnologías de Información y Comunicación.

	1982	1992	2002
Televisor a color	27,0	54,4	89,2
Televisor b/n	S/l	51,0	15,1
Equipo de música	--	32,2	69,6
VHS/DVD	--	19,3	38,4
Teléfono fijo	11,0	23,8	53,4
Teléfono celular	*	1,1	53,8
Computador	*	*	22,4
Conexión a Internet	*	*	11,0

Fuente: INE. Censos 1992 y 2002.

(*) No se preguntó por la presencia del bien en el hogar.

Tabla 2. Consumo Diario de Distintos Medios de Comunicación, 1970-2005 (% que dice consumir “todos los días” el medio)

	Televisión Abierta	Radio	TV Pagada	Diarios	Internet
1970 (a)	33,8	59,4	*	29,4	*
1972 (b)	43,1	57,4	*	**	*
1996 (c)	83,5	73,6	*	19,6	*
1999(c)	84,1	71,1	23	25,1	*
2002(c)	79,4	68,3	25,2	22,4	11,6
2005(c)	79,1	60,1	24,7	22,6	15,3

Fuente: (a) Eduardo Hamuy, Encuesta de Opinión Pública Santiago, 1970. (b) Eduardo Hamuy, Encuesta de Opinión Pública Santiago, Valparaíso y Concepción, 1972. (c) CNTV. Encuesta Nacional de Televisión. (*) No se consulta por consumo del medio (**)Dato no disponible

La masificación tecnológica de la televisión ha sido acompañada del crecimiento exponencial de su consumo. El año 1970 sólo cerca de un tercio de la población declaraba consumir televisión abierta “todos los días”, proporción que a partir de la década de los noventa se sitúa en torno al 80%. A este fenómeno hay que agregar que desde 1999, al menos uno de cada cuatro chilenos dice ver televisión pagada todos los días. Esto trae consigo además que el consumo de televisión ocupe un lugar fundamental

en el tiempo libre de los chilenos, pues es la segunda actividad a la que dedican más tiempo luego de dormir (Catalán, 2000).

La centralidad de la televisión en los flujos de información se manifiesta en primer lugar en el incremento por parte de los canales de televisión de la oferta de programas informativos. Las estadísticas disponibles muestran que, del total de minutos transmitidos durante el año 1996, el 30,4% correspondió a programas de ficción (como teleseries, series, películas, etc.), seguido por los programas infantiles (16,2%), los de tipo periodístico (14,3%), y de entretenimiento (8,8%). En los años siguientes se registró una disminución de la proporción de tiempo destinada a los programas de ficción e infantiles, pero se produjo un incremento sustantivo de la oferta de minutos de programas de entretenimiento y, especialmente, periodísticos, alcanzando el año 2004 el 20,5% y el 27,7%, respectivamente.

Así, los programas de tipo periodístico han pasado a tener un peso superior al de los demás géneros, incrementando en un 94% la cantidad de minutos transmitidos si se compara el año 1996 con el 2004. En el caso específico de los noticieros, el año 1996 se transmitieron 130.706 minutos equivalentes al 7,4% del total de la programación, porcentaje que el año 2004 se situó en 14,3%. Una situación similar se produjo con los programas de reportajes que aumentaron su importancia dentro del total de minutos transmitidos desde un 0,7% en 1996 a un 1,8% en el 2004.

Tabla 3. Oferta programática de la televisión abierta según género, 1996-2004

(% sobre el total de minutos de programación)

Género	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Ficción	30,4	32,8	35,9	32,6	29,7	28,2	29,0	23,6	27,4
Periodístico*	14,3	17,2	22,9	20,7	18,2	22,6	22,1	28,9	27,7
Entretención	8,8	11,1	12,6	16,6	17,3	22,4	22,4	21,7	20,5
Infantil	16,2	14,4	14,9	15,8	15,8	13,2	10,1	11,6	11,7
Deportivo	3,0	4,0	6,5	3,5	4,1	3,1	3,4	2,2	3,8
Juvenil	2,9	2,8	3,0	4,2	3,1	3,5	3,8	5,7	3,4
Cultural-Educativo	2,3	2,2	1,9	2,2	2,2	2,7	3,3	3,4	3,5
Otros	20,3	15,1	2,3	4,5	9,6	4,3	5,9	2,9	2,1
Sin clasificación	1,8	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Nº total de minutos	1.774.982	1.863.338	2.011.168	2.037.144	2.209.216	2.168.779	2.222.276	2.239.404	2.215.962

Fuente: Time-Ibope (Procesado con Telereport). (*) Incluye las categorías: Entrevista, Informativo, Noticiero, Político y Reportaje.

El segundo indicador relevante se refiere al consumo efectivo de información por parte de los públicos. La evidencia empírica sugiere que la televisión ha pasado a ser el medio más importante a través del cual el público chileno conoce y entiende los principales sucesos que ocurren en el país y en el mundo. De acuerdo a la encuesta del Consejo Nacional de Televisión (CNTV), en el año 2005 cerca del 80% de las personas señaló que utilizaba la televisión abierta para informarse sobre lo que sucede en su ciudad y en Chile, proporción que es levemente inferior en el caso de información sobre el mundo⁴. A su vez, destaca la pérdida de importancia de la radio y el escaso peso que aún tienen los diarios e Internet.

⁴ En el caso de las informaciones sobre el mundo, destaca el impacto que ha tenido la penetración de la televisión pagada, pues en 1996 sólo el 4,8% de los entrevistados sostuvo que utilizaba este medio para conocer lo que sucedía en el extranjero (CNTV, 1996), mientras que el año 2005 dicho porcentaje alcanza el 11,3% (CNTV, 2005).

Tabla 4. Fuentes de información más utilizada por los chilenos para saber lo que sucede en la ciudad, el país y el mundo. 1996-2005 (%).

	Ciudad				Chile				Mundo			
	1996	1999	2002	2005	1996	1999	2002	2005	1996	1999	2002	2005
TV abierta	68,3	77,9	78,2	80,8	76,7	84,8	82,3	83,8	77,0	79,1	76,1	74,9
Radio	16,3	10,7	12,4	8,0	13,0	6,3	8,2	5,9	10,0	3,9	4,8	4,0
Diarios	11,1	7,8	6,0	4,9	7,3	5,7	5,2	5,2	6,8	4,7	4,5	4,3
TV cable	2,0	1,7	1,3	0,8	1,7	2,5	2,4	1,9	4,8	10,8	11,1	11,3
Internet	*	*	0,7	1,4	*	*	0,8	1,6	*	*	2,0	3,6
Otras	2,0	1,0	0,9	3,3	1,3	0,7	0,6	1,0	1,4	1,0	0,5	1,0

Fuente: CNTV. Encuestas Nacionales de Televisión 1996, 1999, 2002 y 2005.

(*) No se preguntó por el medio de comunicación.

La preferencia por la televisión como principal mecanismo de información no sólo se manifiesta en un mayor consumo de ésta, sino que, en comparación con la radio y la prensa escrita, concita mayor credibilidad. En 1987 sólo un 14,4% de las personas consideraba que la televisión era el medio más creíble, 18,1% mencionaba los periódicos y el 41,4% a las radios (CENECA/FLACSO, 1988). Durante la década de 1990, la opinión sobre la televisión mejora su imagen en la opinión pública, siendo considerada como el medio con mayor credibilidad en las diversas mediciones realizadas de la encuesta del Consejo Nacional de Televisión desde 1996.

**Tabla 5. Medio informativo de mayor credibilidad:
1987-2005 (%)**

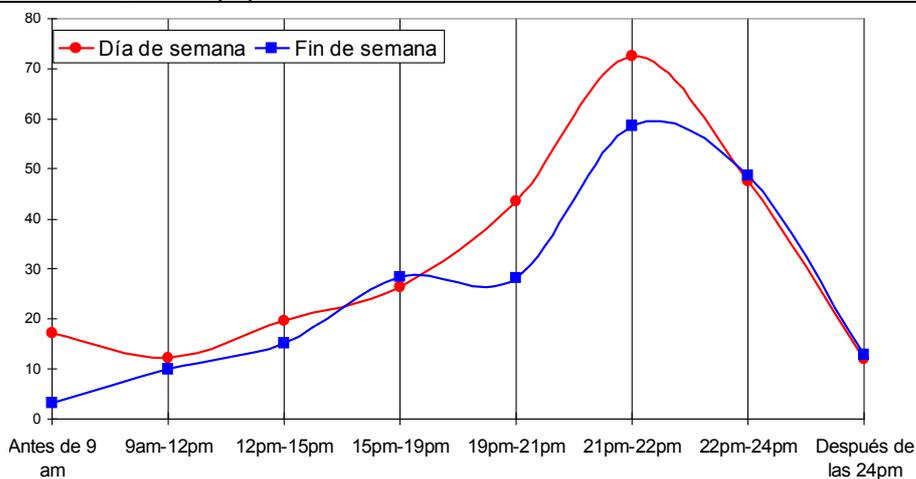
	1987 *	1996 **	1999 **	2002 **	2005**
Televisión	14,4	58,7	61	55,7	58,9
Radio	41,4	25,2	17	25,6	22,8
Periódicos	18,1	11,7	10	9,1	9,4
Ninguno	-	4,4	12	9,4	8,4

Fuente: * CENECA/FLACSO, 1988; ** CNTV. Encuesta Nacional de Televisión.

En la centralidad de la televisión para el acceso a información y la estructuración de la experiencia y contacto con lo público, los noticieros ocupan una posición privilegiada. Este género televisivo cuenta con el mayor consumo promedio. Esto se ve claramente reflejado si consideramos los horarios en los que los chilenos dicen consumir televisión, pues una amplia mayoría, el 72,5%, declara consumir televisión entre las 21.00 y las 22.00 horas el día de semana, franja en la que se emiten los noticieros en la televisión abierta (CNTV, 2005). A su vez, el consumo de noticieros se ha instalado como una rutina de la vida cotidiana, lo que se refleja en que desde 1999 sobre el 70% de los chilenos declara que ve los noticieros todos los días de la semana⁵.

⁵ Junto al carácter cotidiano, los noticieros son el principal programa de televisión que las personas dicen ver en familia, 56,8% (CNTV, 2005).

Gráfico 1. Horarios de Consumo de Televisión Abierta entre los Chilenos, 2005 (%).



Fuente: CNTV. Encuesta Nacional de Televisión 2005

Esta dinámica se ve también reflejada en los datos sobre el rating promedio de los noticiarios en Chile. Estos indican que entre los años 1999 y 2004 el encendido de televisores en hogares de la ciudad de Santiago, en el horario entre 21.00-22.00 horas de lunes a domingo y considerando los canales 7, 11, 9 y 13, se sitúa sobre los 60 puntos, lo que equivale a casi tres millones de personas viendo algún noticiario simultáneamente.

Tabla 6. Frecuencia Semanal de Consumo de Noticiarios de TV Abierta. 1996-2005 (%)

	1996	1999	2002	2005
Todos los días	68,8	79,0	74,3	73,3
4-6 días	12,6	10,9	17,8	18,5
1-3 días	13,3	7,9	5,4	4,7
Nunca	4,4	2,2	2,3	3,0

Fuente: CNTV. Encuesta Nacional de Televisión.

Tabla 7. Rating Noticiarios Centrales. 1999-2004 (%)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004
24 Horas (7)	22,6	25,8	26,6	23,2	20,6	19,4
Teletrece (13)	19,4	19,3	18,3	15,0	22,5	18,4
Meganoticias (9)	11,2	9,0	9,3	15,0	11,6	14,4
Chilevisión Noticias (11)	7,2	6,5	7,9	9,3	9,5	11,1

Fuente: Time-Ibope. (Procesado con Telereport) (*) Cada punto de rating equivale a 11.534 hogares y a 46.325 personas (en Santiago).

Además, la centralidad del noticiario se expresa en la positiva evaluación en relación a otros géneros televisivos como lo muestra la encuesta CNTV de los años 2002 y 2005, donde alrededor del 70% los evalúa con una nota 6 y 7.

Tabla 8. Evaluación de Programas de Televisión Abierta.

Solo los 5 mejor evaluados (% notas 6 y 7).

	2002	2005
Culturales, documentales, educativos	73,7	78,0
Noticiarios	69,3	72,1
Recreaciones / reportajes de la vida real	61,9	55,7
Telenovelas chilenas	57,1	52,2
Programas de servicio	57,9	46,7

Fuente: CNTV. Encuesta Nacional de Televisión.

La evidencia proporcionada permite sostener que ver los noticieros del horario prime se ha transformado en una actividad masiva entre los chilenos, adquiriendo incluso rasgos de carácter ritual. Los noticiarios han permitido que las personas establezcan una

conexión individual no presencial con la vida pública, y al mismo tiempo un vínculo simbólico entre los televidentes en tanto ven simultáneamente algún noticiario⁶.

3. Los medios masivos y la ampliación de la idea de lo público.

Como se señaló, nuestra hipótesis es que los medios masivos no despolitizan la vida pública, sino más bien contribuyen a una politización de carácter distinto y, por lo tanto, a una ampliación de la idea de lo público. Lo público ya no dice relación únicamente con el ejercicio del poder por parte de las instituciones y elites gobernantes, sino que también se vincula a los problemas y situaciones de la vida cotidiana y privada de personas comunes. Esto implica que cuando un asunto se politiza y se hace visible no es producto de su naturaleza política, sino debido a que se transforma en objeto de discusión pública y a que tiene consecuencias en la forma en que se organiza la vida en común.

Los medios masivos en Chile, principalmente la televisión, amplían el sentido de lo público al facilitar la transformación del discurso político en algo más cercano a las normas de la conversación cotidiana, al ayudar a que ciertos grupos previamente excluidos sean “visibles”, y al ampliar los temas considerados como de interés público.

En este contexto, los medios cada vez más han adquirido un rol de verdaderos aliados de los públicos, especialmente al hacer visibles ante las elites las preocupaciones e intereses de los ciudadanos y ser un mecanismo de presión sobre quienes detentan poder. Ello se refleja en que el 78% de los chilenos identifica a los medios de comunicación, junto a Carabineros, como la institución que más ayuda a las personas contra abusos y maltratos (PNUD, 2004). A su vez, los medios son vistos como formas efectivas para incidir en las decisiones que toman las autoridades políticas del país. Luego de las opiniones de los

⁶ Además, los noticieros han adquirido un rol socializador en cuanto se constituyen en un recurso para las conversaciones sociales. De acuerdo a la encuesta PNUD 2001 del 34,4% de la muestra que dice preferir

empresarios, los chilenos reconocen que quienes más influyen son las noticias de la televisión y de los diarios (ICSO/UDP, 2005).

Tabla 9. Los Factores que más Influyen en las Decisiones que Toman las Autoridades Políticas en Chile (%)

	%
Opiniones de grandes empresarios	56,4
Noticias de la televisión	54,5
Noticias de los diarios	48,7
Opiniones de los partidos políticos	45,2
Encuestas de opinión	30,3
Manifestaciones o marchas ciudadanas	25,5
Contacto directo de las autoridades con ciudadanos	25,3
Opiniones de personas como usted	16,0

Fuente: Encuesta Nacional de Opinión Pública ICSO/UDP, Agosto de 2005.

Tabla 10. Las instituciones que más ayudan a las personas a defenderse contra abusos, maltratos o arbitrariedades (%)

	%
Medios de comunicación	77,6
Carabineros	71,3
Iglesia	68,4
Oficinas públicas (SERNAC; SERVIU)	65,4
Organizaciones sociales	57,9
Municipalidad	56,1
Sindicato o colegio profesional	52,4
Gobierno	52,3
Jueces	50,0
Senadores y Diputados	32,2

Fuente: Encuesta PNUD, 2004.

Es posible identificar al menos tres indicadores que ilustran empíricamente la forma en que los medios han contribuido a esta ampliación de lo público. Primero, la mayor presencia en la agenda medial de temas vinculados a lo social y la vida cotidiana. Segundo, la presencia de actores antes “invisibles” en la esfera pública. Tercero, la emergencia de nuevos códigos de comunicación conectados con el *mundo de la vida* de las audiencias.

La nueva agenda

La cobertura del ámbito público realizada por los medios hasta hace poco estaba hegemonizada por las ideologías, partidos y el Estado. Los medios, especialmente la

noticiarios, un 87,6% declara que los comenta con otras personas (PNUD, 2002).

televisión, han otorgado visibilidad a temas y problemas que hasta hace algunos años no eran parte de la esfera pública, y eran considerados como pertenecientes al ámbito privado. Esta nueva agenda, más cercana a la vida cotidiana, ha sido negativamente evaluada por parte de las elites, considerando que este cambio ha llevado al extremo el proceso de trivialización del debate público. Sin embargo, si se realiza un análisis más atento, se obtiene que la nueva agenda medial más que producir una decadencia de la esfera pública está posibilitando nuevas formas de participación en la vida ciudadana y ampliando el registro de lo público. Los medios están de alguna manera “politizando” la vida cotidiana en formas que antes no eran posibles.

En el caso de la televisión se han hecho mucho más frecuentes programas y noticias que reflejan esta dinámica. En esta línea se encuentran programas que, por ejemplo, han cubierto temas como los problemas de la educación, seguridad o salud de una comuna; los abusos en los créditos de las multitiendas; la actividad de ciertas industrias que afectan el medioambiente local (caso basurales o antenas de celulares); los nuevos métodos anticonceptivos disponibles; los ancianos encadenados en asilos clandestinos; las carnes y quesos podridos en las cadenas de supermercados; los sacerdotes involucrados en casos de pedofilia; las deficiencias en la construcción de casas y departamentos; y la discriminación producto de la orientación sexual. Estos temas han generado un alto interés por parte de las audiencias y muchas veces producido un gran debate en la sociedad chilena, obligando a las elites políticas a tomarlos en cuenta.

En el caso específico de los noticiarios, cabe destacar la mayor proporción de temas sociales incorporados en su pauta. Por ejemplo, datos disponibles para el año 2002 indican que los temas sociales, deportivos y de seguridad ciudadana concentran la preocupación de los noticiarios centrales. Los temas políticos vinculados al Estado y los

partidos, sólo alcanzan el sexto lugar de importancia dentro del total del tiempo de transmisión.

Tabla 11. Agenda de Temas Noticiarios Centrales (21.00 hrs) meses Abril, Julio y Noviembre de 2002 (% sobre el total de tiempo en todos los canales).

	Abr il	Juli o	Noviem bre
Sociales	24,2	23,0	24,4
Deportes	28,8	20,6	20,4
Seguridad Ciudadana	9,4	17,2	18,1
Cultura/Comunicaciones	5,9	8,4	7,3
Relaciones Exteriores	1,6	6,2	7,0
Política	5,6	4,9	6,0
Economía	5,8	4,8	4,8
Misceláneo	4,9	3,8	4,3
Instituciones FFAA	2,0	2,3	2,0
Mujer y Familia	3,6	2,3	1,3
Otras noticias	4,1	4,0	2,3

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Gerencia de Investigación y Desarrollo TVN.

En el caso de la publicidad televisiva fue paradigmática la campaña realizada el año 2005 por una compañía de telefonía celular que presentaba a dos mujeres besándose, sugiriendo la idea de la libertad de elegir. A pesar de la posterior limitación de su exhibición, dicho aviso publicitario puso en la retina de los públicos una imagen escasamente vista en la televisión abierta y con una interpelación tan directa a la homosexualidad (Ver imagen 1).

En la prensa escrita, por su parte, se encuentra el caso del diario Las Últimas Noticias, el que hace un par de años ha alternado en sus portadas su preocupación por el mundo de

la farándula con temas de la vida privada y cotidiana, con gran éxito de lectoría⁷. Un ejemplo es la portada correspondiente al 2 de Julio de 2002, la que a propósito del desnudo colectivo de 4000 chilenos en el vía pública ante el fotógrafo norteamericano Spencer Tunick, pone el acento en tres conceptos con poca visibilidad en el espacio público: la desnudez de personas comunes, la rebelión de los ciudadanos y la liberalización de los tabúes colectivos (Ver imagen 2).

Imagen 1. Publicidad en TV de Telefonía Celular: “La Libertad es Tuya, Ok.” (2005).



Cuadro de campaña publicitaria de una compañía de telefonía móvil que promueve el concepto de la libertad individual de elegir. La publicidad fue difundida y luego censurada por algunos canales de televisión.

Imagen 2. Portada Diario Las Últimas Noticias. (Martes 2 de Julio de 2002)



Portada que informa como un “hito histórico” el desnudo masivo de más de 4000 chilenos en la vía pública ante el fotógrafo norteamericano Spencer Tunnick

Los nuevos actores y las luchas por la visibilidad

Uno de los fenómenos centrales de la esfera pública creada por los medios masivos es, como sostiene Thompson (1998, 2003), las “luchas por la visibilidad”. Esto quiere decir que cualquier grupo social que busca que sus demandas sean escuchadas, reconocidas y

⁷ De acuerdo a los datos de la Asociación de Verificación de Circulación y Lectoría, AVCL (2004), las Últimas Noticias durante los últimos 3 años ha sido el diario con mayores niveles de lectoría promedio en la semana, superando los 400 mil lectores.

que influyan en la toma de decisiones debe estar presente en los medios, especialmente en la pantalla televisiva.

Para el caso de la televisión, es posible identificar dos indicadores que dan cuenta de la visibilidad otorgada a diversos actores sociales. Primero, la presencia de actores sociales en la agenda noticiosa medida en minutos de pantalla. Segundo, la percepción de la opinión pública sobre la cantidad de tiempo que la televisión le otorga a ciertos actores.

En cuanto al primer indicador, la representación de actores sociales, la evidencia sugiere que la televisión en Chile efectivamente está otorgando mayor espacio a actores sociales no públicos, que antes tenían escasa presencia. El año 2002, del total de minutos correspondientes a las transmisiones de todos los noticieros de televisión abierta, en promedio el 65% correspondió a noticias en las que se presentaban actores no públicos, es decir, personas comunes, proporción que para el año 1996 se situó en torno al 44% (SECC, 1996). Por su parte, los actores relacionados con el gobierno y el parlamento tuvieron una presencia en promedio inferior al 10%.

Tabla 12. Presencia de actores sociales en Noticiarios Centrales (21.00 hrs) meses Abril, Julio y Noviembre de 2002 (% sobre el total de tiempo en todos los canales).

		Abril	Julio	Noviembre
Actores públicos	no	53,5	71,3	71,5
Otros actores		23,8	16,3	15,8
Gobierno y Parlamento	y	12,2	5,9	6,2
Organizaciones sociales		4,0	2,1	2,0
FFAA		2,3	1,5	1,1
Municipios		1,3	0,8	0,6
Poder Judicial		0,8	0,8	0,9
Dirigentes partidos		1,0	0,4	0,7
Iglesia		0,5	0,4	0,9
Otras instituciones		0,8	0,6	0,4

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Gerencia de Investigación y Desarrollo TVN.

A pesar del mayor espacio que la televisión hoy le otorga a actores sociales antes no representados, la opinión pública considera que sigue proporcionándole un tiempo exagerado a los actores políticos, como lo muestra nuestro segundo indicador. De acuerdo a los datos de la encuesta CNTV 2005, los actores sociales que se percibe como menos representados son los adultos mayores, los indígenas, las personas con discapacidad y los trabajadores y sectores populares. A su vez, las personas perciben que estos grupos son desfavorecidos por la forma en que la televisión los presenta.

Entre los grupos que se percibe que reciben demasiado tiempo en la televisión se encuentran los partidos políticos, los personajes del espectáculo y las autoridades de gobierno, quienes, al mismo tiempo, son considerados favorecidos por la televisión.

**Tabla 13. Percepción del tiempo dedicado en la televisión distintos actores sociales
(%, máximo 3 menciones)**

Reciben demasiado tiempo		Reciben poco tiempo	
Partidos políticos	74,0	Personas de la tercera edad	42,5
Personajes de la TV y espectáculo	59,4	Indígenas	34,0
Autoridades de gobierno	47,4	Personas con discapacidad	30,8
Empresarios y sectores acomodados	24,0	Trabajadores y sectores populares	27,9
Iglesia católica	12,3	Intelectuales y artistas nacionales	26,7
Homosexuales	10,5	Jóvenes y adolescentes	21,7
Jóvenes y adolescentes	10,2	Mujeres	15,2
Fuerzas armadas	8,9	Niños/as hasta 13 años	14,5
Mujeres	6,5	Evangélicos	14,4
Extranjeros de países vecinos	5,9	Iglesia católica	12,7
Trabajadores y sectores populares	4,5	Homosexuales	9,3
Evangélicos	3,8	Otras iglesias	7,0
Intelectuales y artistas nacionales	3,6	Extranjeros de países vecinos	6,3

Fuente: CNTV. Encuesta Nacional de Televisión 2005.

Tabla 14. Percepción del tratamiento dado en la televisión distintos actores sociales (% , máximo 3 menciones)

Favorecidos (mostrados mejor de lo que son)		Desfavorecidos (mostrados peor de lo que son)	
Partidos políticos	56,3	Indígenas	34,1
Personajes de la TV y espectáculo	46,7	Personas de la tercera edad	33,3
Autoridades de gobierno	42,3	Trabajadores y sectores populares	24,8
Empresarios y sectores acomodados	35,4	Jóvenes y adolescentes	23,2
Iglesia católica	15,5	Personas con discapacidad	22,2
Fuerzas armadas	14,3	Homosexuales	21,8
Homosexuales	8,1	Extranjeros de países vecinos	16,5
Jóvenes y adolescentes	8,0	Intelectuales y artistas nacionales	15,5
Extranjeros de países vecinos	7,2	Mujeres	14,0
Mujeres	6,5	Niños/as hasta 13 años	10,5
Intelectuales y artistas nacionales	5,1	Evangélicos	10,2
Trabajadores y sectores populares	4,4	Iglesia católica	6,8
Evangélicos	2,9	Fuerzas armadas	5,6

Fuente: CNTV. Encuesta Nacional de Televisión 2005.

No obstante la percepción de que existen grupos sociales no institucionales subrepresentados, se observa una mayor disposición de los medios masivos a establecer un diálogo más directo con sus públicos. Esto se manifiesta en la apertura de vías donde las personas puedan expresarse y hacer manifiesta su voz, es decir, darle visibilidad y reconocimiento a sus opiniones, experiencias, problemas, preocupaciones e intereses. Este es el caso de los programas de radio y televisión que abren línea directa al aire para

que los públicos se manifiesten. Ello es percibido positivamente por las personas, quienes destacan que su opinión es más escuchada que antes (PNUD, 2004).

Nuevos estilos periodísticos

Un último aspecto que contribuye a la ampliación del sentido de lo público, se refiere a los códigos que utilizan los medios para conectarse con las audiencias. En primer lugar, la incorporación de un lenguaje más coloquial, menos formal y más cercano a los modos de habla de las personas en la vida cotidiana. Esto se refleja en la televisión en programas de conversación y teleseries, en la prensa escrita en diarios como La Cuarta, Las Últimas Noticias y The Clinic, y en las radios orientadas a un público más juvenil como Rock & Pop.

En segundo lugar, ha cobrado mayor importancia la valoración por parte del público del humor y la ironía, cuestión que permite desacralizar el poder y mostrar la ambivalencia del mundo social. Los medios de comunicación están recurriendo con mayor frecuencia que antes al registro irónico. En este sentido, el periódico The Clinic es el principal exponente de esta forma. En este periódico de circulación quincenal se combina una mirada irónica de la clase política y la actualidad del país, junto a entrevistas, reportajes, denuncia y espacios de expresión de los lectores (Ver imagen 3).

Imagen 3. Portada Periódico Quincenal “The Clinic”. (Edición Septiembre de 2004)



Portada que alude a la situación de enriquecimiento ilícito por parte del ex general Augusto Pinochet y su familia.

En tercer lugar, en los últimos años se aprecia la emergencia de un periodismo de investigación y más inquisitivo con la autoridades. Periódicos como La Nación Domingo, Plan B, The Clinic, Diario Siete, Reportajes de La Tercera y de El Mercurio; y programas de televisión como Contacto, Informe Especial y En la Mira han realizado esfuerzos en esa dirección.

El malestar de las elites

Las transformaciones recién descritas han sido percibidas de manera más bien negativa por parte de la elite política. Si bien, por un lado, ella valora el rol e importancia de los medios masivos para la democracia⁸, por otro, tiene una actitud crítica con el cambio en la agenda y estilo de los medios de comunicación. Se argumenta que los medios están contribuyendo a trivializar el debate político, mostrar una imagen negativa de la política a los ciudadanos y manipular los temas de la agenda. Además, los políticos observan la

⁸ En especial, la contribución que hacen a una mayor transparencia en el ejercicio del poder y a informar más a los ciudadanos sobre los asuntos públicos (ICSO/UDP, 2004).

existencia de un periodismo más sensacionalista (60,2%), que, si bien, ha abierto espacio para nuevos temas (52,4%), sus preocupaciones son más banales y con escasa importancia para el país (47,6%) (ICSO/UDP, 2004).

Tabla 15. Consecuencias Positivas y Negativas de los Medios Masivos para la Política en Chile (%)

Consecuencias positivas	%	Consecuencias negativas	%
Permiten transparentar el ejercicio del poder político	53,4	Han contribuido a trivializar la política	50,5
Mantienen informados a los ciudadanos de los asuntos públicos	49,5	Muestran una imagen negativa de la política	43,7
Ponen en la agenda los nuevos temas que a la gente le interesa	33,0	Manipulan los temas de la agenda desde intereses particulares	35,9
Permiten un mayor contacto de los políticos con la gente	21,4	Imponen temas en la agenda política que no siempre son importantes	32,0
Han favorecido un mayor pluralismo en la sociedad chilena	15,5	Han contribuido a que los ciudadanos se alejen de la política	17,5
Permiten que los ciudadanos tengan mayor control sobre la política	13,6	Han afectado negativamente la reputación de los políticos	15,5
Ninguna	4,9	Ninguna	1,0

Fuente: Instituto de Investigación en Ciencias Sociales (ICSO/UDP). *Encuesta Medios Masivos y Elite Política*, 2004.

La elite política chilena se siente sumamente perjudicada con esta apertura de los medios masivos a representar nuevos actores y temas. En primer lugar, experimentan con impotencia que el control de la agenda del debate público lo tengan los medios. De acuerdo a la encuesta ICSO/UDP (2004), el 62,1% de los líderes políticos sostuvo que los

medios de comunicación son los que más influyen en la definición de la agenda del debate público en Chile. A su vez, observan con preocupación que éstos han lesionado su imagen ante los ciudadanos, ya que los presentarían sistemáticamente asociados a atributos negativos como “lejos de la gente”, “no confiables” e “ineficientes”.

Tabla 16. La imagen que los medios de comunicación presentan de los políticos ante los ciudadanos (%)

Imagen Negativa	1-3	4	5-7	Imagen Positiva
Lejos de la gente	76,7	13,6	5,9	Cerca de la gente
No confiables	72,8	17,5	4,9	Confiables
Ineficientes	72,8	19,9	3,9	Eficientes
Discutiendo	69,9	14,3	0	Llegando a acuerdo
Poco preparados	51,5	31,1	13,6	Muy preparados
Corruptos	48,5	33,0	13,6	Honestos

Fuente: Instituto de Investigación en Ciencias Social (ICSO/UDP). *Encuesta Medios Masivos y Elite Política*, 2004.

Esta incomodidad que la elite manifiesta ante una actividad política mediatizada, por cierto, no implica un rechazo hacia el uso de los medios de comunicación. De hecho, la elite política utiliza cotidianamente los medios masivos para transmitir sus mensajes. Las herramientas más utilizadas son las radios con cobertura nacional y local, los noticieros de televisión y los diarios de circulación nacional⁹. Sin embargo, sus hábitos de consumo

⁹ Escaso peso tienen la comunicación a través de revistas, programas de televisión en horario prime e Internet⁹. Sin embargo, en un escenario ideal donde no tuvieran restricciones para acceder a la visibilidad que entregan los medios, la televisión es el medio que concentra las mayores preferencias: noticieros (67%), programas matinales (35,9%) y programas de entretención en horario prime (21,4%) (ICSO/UDP, 2004).

de medios masivos reflejan un conocimiento de la realidad del país que es bastante parcial y distanciado de los modos a través de los cuales los ciudadanos se vinculan con la vida pública. La elite política chilena se informan mayoritariamente a través de la prensa escrita, ocupando la televisión un lugar secundario. Además, manifiesta desconocimiento e incompreensión de los medios que los públicos masivos consumen, lo que se expresa en la mala evaluación y bajo consumo de medios que han logrado sintonizar con las audiencias masivas, especialmente, periódicos como Las Últimas Noticias y The Clinic.

Tabla 17. Medios de Comunicación que Consume la Élite Política Chilena (%).

	% que consume "Nunca" (*)	% que consume "Siempre" (**)
El Mercurio	2,9	76,7
La Segunda	5,0	54,4
Televisión Nacional de Chile	2,9	49,5
La Tercera	12,6	48,5
Chilevisión	14,5	37,9
Canal 13	8,7	34,0
The Clinic	41,8	26,2
La Nación	45,6	17,5
Megavisión	35,9	15,5
Las Últimas Noticias	48,5	12,6

Fuente: Instituto de Investigación en Ciencias Social (ICSO/UDP). *Encuesta Medios Masivos y Elite Política*, 2004. (*) Suma notas 1-2 en escala 1 a 7. (**) Suma notas 6-7 en escala 1 a 7.

4. La nueva visibilidad del poder político: accountability social y escándalos políticos.

La centralidad de los medios masivos en la esfera pública ha permitido el despliegue de nuevas formas de visibilidad del poder. Esto implica un arma de doble filo para la actividad política y los políticos, puesto que, por un lado, permite que éstos alcancen grandes audiencias y manejen su imagen ante ellas, pero por otro, los medios modernos los someten a niveles de control y exposición inéditos (Thompson, 2001).

La mayor visibilidad del poder transforma a los medios masivos en agentes de escrutinio del poder político, generando mecanismos alternativos de control y fiscalización de las elites gobernantes. Autores como Peruzzotti y Smulovitz (2002) y Waisbord (2000) sostienen que los medios masivos, especialmente producto del trabajo periodístico, actuarían como formas de *accountability social*, es decir, un mecanismo de control vertical no institucional, basado acciones de “visibilización” de ciertos hechos y conductas, así como también en acciones de un variado grupo de asociaciones y movimientos sociales¹⁰.

Con las nuevas formas de visibilidad del poder político que instalan los medios de comunicación, un fenómeno de creciente importancia son los escándalos políticos. El escándalo político denota aquellas acciones o acontecimientos que implican ciertos tipos de trasgresión que envuelven a dirigentes políticos o personalidades públicas y que son reveladas a través de los medios de comunicación como actividades moralmente criticables que previamente se habían mantenido ocultas (Thompson, 2001). Los escándalos tienen la capacidad de hacer que los involucrados rindan cuentas y poner en juego su reputación.

El escándalo político mediático no es un fenómeno nuevo. Si bien sus orígenes se remontan a los panfletos antimonárquicos de los siglos XVII y XVIII en Inglaterra y Francia, es sólo a partir de mediados del siglo XIX –con el cambio de las bases económicas y tecnológicas de la prensa y el surgimiento del periodismo como profesión– que este fenómeno comienza a tener un mayor impacto en la esfera pública. Sin embargo, este fenómeno adquiere un impulso decisivo a comienzos de la década de 1960

¹⁰ El rol de los medios de comunicación como verdaderas formas de escrutinio y control del poder político complementa a las formas institucionales de control que en los sistemas democráticos existen como las elecciones y los electores, y las disposiciones legales (Peruzzotti y Smulovitz, 2002). Estas formas cobran especial importancia en contextos democráticos como el latinoamericano donde los mecanismos institucionales de control suelen presentar deficiencias. En efecto, los medios actuarían como mecanismos que permiten fortalecer la democracia en vez de debilitarla. Para un debate más profundo sobre estos aspectos revisar: Peruzzotti, Enrique y Catalina Smulovitz. 2002. *Controlando la política*. Buenos Aires: Temas.

en Inglaterra con el caso *Profumo* y a principios de la década de 1970 en Estados Unidos con el caso *Watergate* (Thompson, 2001; Schudson, 1995)

Las causas que explican el incremento en número y relevancia del escándalo político mediático son variadas. La literatura ha destacado cuatro factores como los más relevantes (Thompson, 2001; Lull, 1998): i) cambios en las tecnologías de comunicación y vigilancia: hoy existen nuevas tecnologías de registro, procesamiento y transmisión de información que pueden hacer más visibles las conductas de los personajes públicos; ii) transformaciones en la cultura y práctica del periodismo: se consolida el periodismo investigativo y de búsqueda y revelación de secretos de personajes públicos como el paradigma del buen periodismo, cuestión que se favorece por la disminución de las barreras legales al trabajo de la prensa; iii) cambios en la cultura política: decadencia gradual de la política basada en ideologías y creciente importancia de la política basada en la confianza, credibilidad y carácter de los líderes políticos; iv) la creciente presencia de mecanismo legales en la vida política o lo que se ha denominado la judicialización de la política.

En Chile desde el retorno a la democracia es posible reconocer la presencia de escándalos políticos en la agenda de los medios de comunicación y el debate público. Durante “la transición” a la democracia tuvieron particular importancia el conocimiento público de los casos de violación a los derechos humanos que involucraban a agentes del estado. Otros casos de escándalo político que también tuvieron relevancia fueron el denominado caso *Pinocheques* en 1990 -que comprometía al hijo del General Augusto Pinochet en pagos irregulares por más de tres millones de dólares-; el caso de espionaje político que involucró a los militantes del partido Renovación Nacional Evelyn Matthei y Sebastián Piñera conocido como *Piñeragate* en 1993; el *Caso Dávila* que implicó un desfalco financiero de grandes proporciones a la principal empresa del Estado,

CODELCO, en 1994; y la denuncia de consumo y tráfico de drogas en el parlamento realizada por el ex ministro del régimen militar Francisco Javier Cuadra en 1994 (Cavallo, 1998).

Sin embargo, las transformaciones de la cultura política y de la industria de los medios de comunicación en Chile han creado condiciones para que los escándalos político mediáticos adquieran un nuevo protagonismo, caracterizado por una mayor frecuencia e impacto en el debate público nacional. Entre los escándalos políticos más significativos de los últimos cinco años, existen tres que han impactado en mayor medida a la opinión pública. En primer lugar, se encuentra el caso de abuso de menores y pedofilia en el que se involucró a parlamentarios, conocido como el caso Spiniak. En segundo lugar, se ubica el caso de abuso sexual en el que fue considerado culpable el senador de la Democracia Cristiana Jorge Lavanderos. En tercer lugar, se ubica el descubrimiento de millonarias cuentas que el ex General Pinochet mantenía ocultas en el extranjero. Cada de uno de estos casos ha sido un evento mediático con consecuencias políticas decisivas, que la propia clase política no ha podido controlar ni darle dirección. A estos casos también se agregan los denominados MOP (GATE, CIADE y GESCAM), CORFO-Inverlink

Tabla 18. El escándalo político más impactante en los últimos años
(%, respuesta múltiple)

El caso Spiniak donde se vinculó a políticos con actos de pedofilia	56,6
Las acusaciones de abuso sexual contra el Senador Lavandero	48,1
Las cuentas secretas del General Pinochet en el Banco RIGGS	42,7
Los contratos del cuñado del Presidente Lagos con CODELCO	17,3
Las denuncias de irregularidades financieras en el MOP	16,6
El robo de dineros desde la CORFO (CORFO-INVERLINK)	11,9
Ninguno	3,6
NS/NR	3,2

Fuente: Encuesta Nacional de Opinión Pública ICSO/UDP, Agosto 2005.

La mayor presencia de escándalos político-mediáticos en los últimos años en Chile está relacionada con una variedad de factores. En primer lugar, el tránsito hacia una cultura política basada menos en los partidos de clase y fuertes ideologías y más en aspectos como la confianza y la credibilidad de los líderes políticos. Ello ha estado acompañado por un creciente distanciamiento de los chilenos hacia el sistema político, una baja identificación con los partidos políticos y la disminución de la confianza en las instituciones políticas (Huneeus, 2003; Huneeus y Maldonado, 2003; Lechner, 2002; PNUD, 2000, 2002; Tironi & Agüero, 1999). En este contexto, es muy probable que las personas evalúen a los líderes políticos a partir de su carácter individual, credibilidad y cercanía, por lo que no es extraño que el escándalo medial se convierta en una suerte de prueba de credibilidad para los personajes públicos.

En segundo lugar, si bien en Chile persiste aún una importante concentración de la propiedad de los medios de comunicación, especialmente en la prensa escrita, durante los últimos años la industria de los medios comienza a presentar ciertos signos de maduración. Por un lado, cada vez más la competencia por los públicos en base a criterios de mercado se convierte en el principal criterio orientador¹¹. Los medios se ven obligados a sintonizar con los gustos e intereses de sus públicos, quienes crecientemente demandan que éstos hagan más “visible” el ejercicio del poder y que no sigan ocultando los problemas ni los conflictos¹². Por otro lado, se han experimentado algunos lentos pero sostenidos cambios en la profesión periodística hacia su vertiente más inquisitiva y de investigación. Ello contribuye a hacer más borrosa la distinción entre lo público y lo privado de quienes detentan posiciones de poder y a quebrar la histórica obsecuencia de los medios masivos con las elites.

Este nuevo contexto ha agudizado la percepción de la elite política chilena sobre las negativas consecuencias que los medios de comunicación han tenido sobre la actividad política. Si bien una parte de los políticos reconoce que los escándalos mediales han contribuido a hacer más transparente la política y son una presión para el buen comportamiento, lo que mayor consenso genera es que los escándalos han profundizado el juicio negativo y distanciamiento de los ciudadanos de la política, han perjudicado la reputación de los políticos y se han transformado en una herramienta de lucha electoral.

¹¹ Este fenómeno responde a la consolidación de una industria de medios masivos estructurada en base a un mercado libre operado por agentes privados (Sunkel y Tironi, 1993). Ello ha implicado que la competencia ha quedado definida por la producción de contenidos informativos y de entretenimiento que logren captar la atención y fidelidad de las audiencias. El estímulo radica en que el apoyo de los públicos se traduce en una fuente de financiamiento y de ganancias económicas. Así, la publicidad ha adquirido un papel determinante. Las cifras indican que la inversión publicitaria ha crecido de manera explosiva en los últimos veinte años. El año 1980 la inversión fue de 37 mil millones de pesos, situación que se mantuvo con escasa variación durante la década. A partir de 1989 la inversión inicia un incremento permanente superando en 1996 los 300 mil millones de pesos, siendo la televisión la principal receptora de esa inversión.

¹² De acuerdo al último estudio del Programa de Desarrollo Humano de la Naciones Unidas (PNUD), mientras en el 2001 un 70% estaba a favor de tratar de evitar los conflictos para que las cosas no pasen a mayores, en el 2004 sólo el 56% lo estaba.

Tabla 19. Consecuencias de los escándalos políticos difundidos por los medios de comunicación para la actividad política. (% “muy de acuerdo” y “de acuerdo”)

Ha profundizado el descontento y desconfianza de los ciudadanos hacia la política	86,4
Ha afectado negativamente la reputación de los políticos	85,4
Algunos sectores políticos han intentado sacar provecho electoral producto de los escándalos	84,5
Son una presión para el buen comportamiento de las figuras pública	54,4
Han contribuido a hacer más transparente el ejercicio del poder político	48,5
Han generado en los políticos reacciones contra la libertad de expresión	46,6

Fuente: Instituto de Investigación en Ciencias Social (ICSO/UDP). *Encuesta Medios Masivos y Elite Política*, 2004.

Desde el sistema político se han generado distintas reacciones. Por ejemplo, cabe destacar la aprobación a fines del 2003 por la casi unanimidad de la Cámara de Diputados del proyecto de ley de protección civil al honor y la privacidad, normativa que restringe fuertemente la libertad de informar y opinar¹³. Otro hecho reciente que va en una dirección similar es la errada interpretación que se está dando a la Ley de Probidad Administrativa en el sentido de aumentar las restricciones de acceso a la información a fuentes públicas.

Más allá de las restricciones que la elite política pueda generar para el trabajo inquisitivo de la prensa, la mayor presencia de los escándalos políticos no es una cuestión pasajera esperable en el contexto de una transición a la democracia luego de un prolongado régimen militar, o debido al aumento de los niveles de corrupción o una disminución de la calidad moral de la elite gobernante. Tiene que ver más bien con transformaciones

¹³ De acuerdo a los resultados de la encuesta a elites políticas realizada por el ICSO/UDP el 50,5% de los entrevistados considera que esta ley es positiva para la democracia, el 37,9% señaló que tenía tanto cosas positivas como negativas y sólo el 6,8% declaró que era negativa.

culturales en los públicos, que exigen mayor transparencia, y en el modo menos obsecuente en que la prensa se relaciona con el poder político.

5. Obstáculos para una esfera pública democrática

Las tendencias recién descritas que dan cuenta del impacto más bien positivo de los medios masivos en la esfera pública chilena, se enfrentan todavía a una serie de obstáculos que dificultan su consolidación. Entre ellos es posible destacar cuatro:

En primer lugar, la concentración de la propiedad de los medios, particularmente en la prensa escrita, tiene importantes riesgos para la diversidad, pluralismo e independencia en el escrutinio del poder. Estos riesgos aumentan en la medida que los medios en Chile están recién empezando, con avances y retrocesos, a funcionar en base a una lógica de competencia en un mercado de públicos. Por una parte, muchas veces subordinan los intereses de los públicos a los intereses corporativos de sus avisadores o propietarios y, por otra, han tendido a ser bastante menos inquisitivos con el poder económico que con el poder político.

En segundo lugar, aún persisten disposiciones legales y actitudes de la elite política que restringen la libertad de opinión e información y dificultan la realización de un periodismo más inquisitivo. Ejemplos paradigmáticos son el proyecto de ley de protección al honor y la intimidad de las personas aprobado por la Cámara de Diputados, que establece restricciones y sanciones al trabajo de la prensa; la dificultades de la prensa para acceder a información desde instituciones públicas; y el permanente descrédito de la élite hacia los contenidos informativos de los medios masivos.

En tercer lugar, si bien el escándalo político implica un mayor escrutinio del poder, puede constituirse en un estrategia de lucha política partidista, lo que podría tener consecuencias negativas para la calidad de la vida pública. Entre otras cosas un uso

partidista intensivo del escándalo podría profundizar el desencanto ciudadano hacia la actividad política, incrementar el desprestigio de instituciones y personas, y erosionar las relaciones de confianza sobre las cuales se basa la acción política democrática. Sin embargo, como se señaló, este riesgo no es razón suficiente para las negativas reacciones generadas desde la elite política.

En último lugar, los responsables de los medios no han avanzado lo suficiente en la comprensión de los intereses y demandas de las audiencias masivas, especialmente, en lo referido a sus necesidades de información y temas de interés. Comprender las demandas e intereses de los públicos no es algo fácil y la industria de los medios no hace muchos esfuerzos en esa dirección. En el caso de la televisión, es evidente que el people-meter es necesario pero no basta. Se hace urgente implementar mecanismos complementarios y más sofisticados de evaluación de los intereses y la satisfacción de las audiencias. Por otro lado, la definición de la agenda noticiosa ha estado estructurada fundamentalmente por criterios que reflejan más bien los intereses de la elite periodística que los intereses y necesidades de los públicos masivos.

Consideraciones Finales

En la sociedad chilena en un periodo relativamente breve los medios masivos, especialmente la televisión, se han convertido en el principal mecanismo de información y de expresión de la deliberación pública y representación social. Esta consolidación ha alterado las condiciones bajo las cuales el debate público toma lugar y la manera en que las personas se vinculan y experimentan la vida pública.

Las consecuencias de la mayor centralidad de los medios masivos en la estructuración de la esfera pública, como las evidencias presentadas sugieren, tienden a ser más bien positivas para la calidad de la vida pública y la democracia en el país. Los medios han

ayudado a que los ciudadanos manejen mayor información sobre los asuntos públicos, principalmente a través de la significativa presencia del noticiario en la rutina diaria de los chilenos. A su vez, han contribuido a una ampliación de los temas relevantes de ser discutidos en la esfera pública, incorporando a ésta asuntos vinculados a la vida cotidiana del ciudadano común. Además, los medios han facilitado el reconocimiento y la incorporación a la vida pública de distintos actores sociales antes excluidos al hacer “visible” sus demandas, experiencias y formas de vida. Por último, los medios han incrementado el escrutinio del ejercicio del poder político, a través de formas más inquisitivas de periodismo y de los escándalos políticos.

Sin embargo, todavía existen importantes obstáculos y riesgos para la consolidación del aporte de los medios masivos para una esfera pública más democrática.

Referencias Bibliográficas.

Alexander, Jeffrey. 1981. "The Mass News Media in Systemic, Historical and Comparative Perspective", en Katz, Elihu (Ed.). 1981. *Mass Media and Social Change*. London: Sage.

Alexander, Jeffrey & Ronald Jacobs. 1998. "Mass communication, ritual and civil society", en Liebes, Tamar and James Curran (Eds.). 1998. *Media, Ritual and Identity*. New York: Rutledge.

Alonso, Paula (Comp.). 2004. *Construcciones impresas*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Bourdieu, Pierre. 1987. *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.

Bresnahan, Rosalind. 2003. "The Media and Neoliberal Transition in Chile", *Latin American Perspectives*, 30, 6:39-68.

Calhoun, Craig. (ed.). 1992. *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge Mass.: The MIT Press.

Catalán, Carlos. 2000. *Informe final Fondecyt "Usos del Tiempo, Medios y Teconologías de Información y Comunicación"*. Mimeo.

Cavallo, Ascanio. 1998. *La Historia Oculta de la Transición. Memoria de una época, 1990-1998*. Santiago: Grijalbo.

CENECA/FLACSO. 1988. *Encuesta Consumo Cultural*. Santiago.

Consejo Nacional de Televisión (CNTV). 2001. *Informe sobre Televisión de Pago en Chile 2000*.

Consejo Nacional de Televisión (CNTV). 1996. *Encuesta Nacional de Televisión 1996*.

Consejo Nacional de Televisión (CNTV). 1999. *Encuesta Nacional de Televisión 1999*.

Consejo Nacional de Televisión (CNTV). 2002. *Encuesta Nacional de Televisión 2002*.

Consejo Nacional de Televisión (CNTV). 2005. *Encuesta Nacional de Televisión 2005*.

Calhoun, Craig. (ed.). 1992. *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge Mass.: The MIT Press.

Dahlgren, Peter. 1995. *Television and the public sphere*. London: Sange.

Davis, Richard & Diana Owen. 1998. *New media and American politics*. New York: Oxford University Press.

Guerra, Francois-Xavier et al. 1998. *Los Espacios Públicos en Iberoamérica*. México: Fondo de Cultura Económica.

Hamuy, Eduardo. 1970. *Encuesta de Opinión Pública Santiago*. Mimeo.

Hamuy, Eduardo. 1972. *Encuesta de Opinión Pública Santiago, Valparaíso y Concepción*. Mimeo.

Huges, Sallie & Chappel Lawson. 2005. "The Barriers to Media Opening in Latin America", *Political Communication*, 22: 9-25.

Hunneus, Carlos. 2003. *Chile un país dividido*. Santiago: Catalonia.

Hunneus, Carlos & Maldonado, Luís. 2003. "Demócratas y Nostálgicos de Antiguo Régimen. Los apoyos a la democracia en Chile", *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 103: 9-49.

Instituto de Investigación en Ciencias Sociales (ICSO/UDP). 2005. *Encuesta Nacional de Opinión Pública ICSO-UDP*, Agosto 2005, Universidad Diego Portales.

Instituto de Investigación en Ciencias Sociales (ICSO/UDP). 2004. *Encuesta Medios Masivos y Elites Políticas*, Universidad Diego Portales.

Iyengar, Shanto. 1991. *Is anyone responsible?* Chicago: University of Chicago Press.

Iyengar, Shanto & Donald Kinders. 1989. *News That Matters: Television and American Opinion*. Chicago: University of Chicago Press.

Iyengar, S. & Reeves, R. (eds.). 1997. *Do the Media Govern?*. Thousand Oaks: Sage.

Jaksic, Iván (Ed.). 2002. *The political power of the World*. London. Institute of Latin American Studies.

Lechner, Norbert. 2002. *Las sombras del mañana. La dimensión subjetiva de la política*. Santiago: Lom.

Lull, James. & Stephen Hinerman. 1998. *Media scandals*. New York: Columbia University Press.

Neuman, Russell. 1992. *Common Knowledge : News and the Construction of Political Meaning*. Chicago: University of Chicago Press.

Norris, Pippa. 2000. *A Virtuous Circle. Political Communications in Postindustrial Societies*. Cambridge: Cambridge University Press.

Norris, Pippa. 1996. "Does Television Erode Social Capital? A Reply to Putnam". *Political Science and Politics*, 29, 3: 474-480.

Pérez-Linan, Anibal. 2002. "Television News and Political Partisanship in Latin America", *Political Research Quarterly*, 55, 3: 571-588.

Peruzzoti, Enrique y Catalina Smulovitz. 2002a. *Controlando la política*. Buenos Aires: Temas.

Peruzzoti, Enrique y Catalina Smulovitz. 2002b. *Civil society, the media and internet as tools for creating accountability to poor and disadvantaged groups*. Human Development Report Office, Occasional Paper, 2002, 13.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). 2000. *Informe de Desarrollo Humano. Más sociedad para gobernar el futuro*. Santiago: PNUD.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). 2002. *Informe de Desarrollo Humano. Nosotros los chilenos: un desafío cultural*. Santiago: PNUD.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). 2004. *Informe de Desarrollo Humano en Chile 2004. El Poder: ¿para qué y para quién?*, Santiago: PNUD.

Putnam, Robert. 2000. *Bowling Alone*. New York: Simon & Schuster.

Putnam, Robert. 1995. "Tuning In, Tuning Out: The Strange Disappearance of Social Capital in America". *Political Science and Politics*, 27, 4: 664-683.

Rogers, Everett; W. Hart; J. W. Dearing. 1997. "A paradigmatic history of Agenda-Setting research?". In Iyengar, S. & Reeves, R. (eds.). *Do the Media Govern?*. Thousand Oaks: Sage.

Sartori, Giovanni. 1998. *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.

SECC. 1996. *Tele-visiones 1996*. Santiago: SECC.

Schudson, Michael. 1995. *The Power of News*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.

Tironi, Eugenio y Guillermo Sunkel. 1993. "Modernización de las Comunicaciones y Democratización de la Política", *Estudios Públicos*, 52: 215-246.

Tironi, Eugenio y Agüero, Felipe. 1999. "¿Sobrevivirá el nuevo paisaje político chileno?", *Estudios Públicos*, 74: 151-168.

Thompson, John. 2003. "La transformación de la visibilidad", *Estudios Públicos*, 90: 273-296.

Thompson, John. 2001. *El escándalo político*. Barcelona: Paidós.

Thompson, John. 1998. *Los media y la modernidad*. Barcelona: Paidós.

Waisbord, Silvio. 2000. *Watchdog Journalism in Latin America. News, Accountability, and Democracy*. New York: Columbia University Press.