

¿TODAS LAS VOCES?

EL PLURALISMO DE LOS MEDIOS CHILENOS EN LA COBERTURA
DEL PROCESO CONSTITUYENTE

JUAN CRISTÓBAL PORTALES – MANUEL DÉLANO
BÁRBARA FUENTES – JUAN LUIS OSSA
MAURICIO RODRÍGUEZ – SEBASTIÁN SIERRALTA



uqbar
EDITORES

Capítulo 1

EL PROYECTO: LA REFORMA CONSTITUCIONAL Y LOS MEDIOS

Este capítulo presenta de forma sintética y simplificada el proyecto de investigación sobre el sistema de medios frente a la reforma constitucional. Se describen, en primer lugar, los objetivos y las hipótesis que se buscan corroborar o refutar en la investigación. En segundo término, se examinan los factores que llevaron a emprender el trabajo. Finalmente, se incluye de manera resumida la metodología de este estudio sobre el pluralismo en la cobertura mediática del proceso constituyente.

1.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Esta publicación reúne toda la conceptualización, metodología y evidencia respecto a un estudio que como equipo de la Escuela de Periodismo de la Universidad Adolfo Ibáñez desarrollamos con el fin de examinar cómo participa el sistema de medios informativos nacionales en la discusión de un «Proceso Constituyente abierto a la ciudadanía que deberá desembocar en una Nueva Carta Fundamental» (www.gob.cl). Este fue anunciado por la presidenta Michelle Bachelet en cadena nacional el 28 de abril de 2015 y se inició con otro discurso de la mandataria por cadena nacional casi seis meses después, el 13 de octubre del mismo año.

El mayor desafío del proceso es lograr que crecientes segmentos ciudadanos que hasta ahora participan como espectadores de la vida cívica, desideologizados y al margen del debate, se interesen, informen y tomen parte en la

discusión sobre el devenir de las instituciones, liderazgos y medios tradicionales¹.

El propósito fundamental del estudio fue determinar a través de un análisis de contenido del material editorial e informativo publicado durante cinco meses y medio, entre el 13 de octubre de 2015 y el 31 de marzo de 2016, si los medios de comunicación social (diarios, revistas, radioemisoras, canales de televisión y medios *online*, tanto de alcance nacional como regional) orientados a segmentos socioeconómicos específicos se interesan por igual en este proceso de participación política. En otros términos, establecer si aquellos medios dirigidos a audiencias de mayor poder adquisitivo, educadas y con más posibilidades de acceso y tiempo para informarse, le asignan un mayor espacio al proceso constituyente y lo valoran de forma distinta de aquellos medios que apuntan a estratos de ingresos medios y bajos. También se buscó analizar la diversidad de fuentes y opiniones que coexisten en la sociedad sobre este tema, estableciendo de este modo en qué medida los medios son pluralistas al informar al público al que se dirigen (véanse los objetivos del proyecto en el recuadro 1.1).

¹ McCombs, M. (1997). «Building consensus: the news media's agenda-setting roles». *Political Communication*, Vol. 14 Issue 4, pp. 433-443. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1080/105846097199236>

Recuadro 1.1

LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo general:

Establecer si la focalización comercial de los medios de comunicación en distintos grupos socioeconómicos se correlaciona con la cobertura y tratamiento que estos dan al proceso constituyente, con el eventual propósito de elaborar una estrategia comunicacional a nivel de gobierno que asegure la equidad informativa en caso de existir sesgos derivados del tipo de correlación establecida.

Objetivos específicos:

1. Realizar el levantamiento de ediciones y notas de medios informativos nacionales y regionales escritos, radiales, televisivos y *online* relativos a la discusión del proceso constituyente anunciado por el Poder Ejecutivo en ejercicio para el período 2015-2016.
2. Analizar y describir a partir de un análisis de contenido de la cobertura del proceso constituyente realizada por medios informativos nacionales y regionales escritos, radiales, televisivos y *online*, el espacio asignado a la discusión de la reforma.
3. Analizar y describir a partir de un análisis de contenido de la cobertura del proceso constituyente realizada por medios informativos el tratamiento-diversidad de fuentes involucradas aplicado por los mismos e identificar diferencias en los niveles de pluralismo informativo.
4. Identificar si existe una correlación entre la orientación socioeconómica de los medios informativos analizados y el espacio que asignan y el tratamiento-diversidad de fuentes que utilizan en la cobertura del proceso constituyente.

5. Proponer estrategias comunicacionales educativas que avancen hacia una equidad informativa del proceso constituyente.
6. Otorgar evidencia empírica y estrategias que permitan a los organismos públicos a cargo del proceso constituyente implementar, elaborar y revisar una estrategia política-comunicacional dirigida a reforzar y posicionar el tema en aquellos públicos y canales informativos mediáticos que aparezcan más desafectados de la discusión y evitar ampliar las brechas informativas y participativas respecto de la discusión de asuntos públicos².

De esta manera, buscamos demostrar o refutar una matriz de ocho hipótesis, en las que se plantea la existencia de una correlación según cada tipo de medio, entre una cobertura caracterizada por un mayor espacio y mejor tratamiento (más plural en su dimensión de diversidad) del proceso de reforma constitucional, en aquellos medios informativos orientados a los segmentos de público de mayor nivel socioeconómico, que en los orientados a los segmentos socioeconómicos medio y bajo (véase el recuadro 1.2).

El punto de partida fue resolver qué queríamos decir con «pluralismo». Tomando algunos de los estudios más recientes en esta materia³ acotamos en términos operativos que el concepto de «pluralismo» se refiere tanto a un valor democrático irrenunciable (la tolerancia), como

² Objetivos 5 y 6 no fueron abordados en este libro, pero sí en el informe entregado a Conicyt por parte del equipo investigador.

³ Karppinen, K. (2013). «Rethinking media pluralism». New York: Fordham University Press.

Recuadro 1.2 LAS OCHO HIPÓTESIS

- H1:** Hay una correlación entre aquellos medios de prensa escrita orientados comercialmente a estratos socioeconómicos altos y un mayor interés-cobertura en términos de espacio y tratamiento (diversidad de fuentes) asignado al proceso constituyente.
- H2:** Hay una correlación entre aquellos medios de prensa digitales (*online*) orientados comercialmente a estratos socioeconómicos altos y un mayor interés-cobertura en términos de espacio y tratamiento (diversidad de fuentes) asignado al proceso constituyente.
- H3:** Hay una correlación entre aquellos medios informativos radiales orientados comercialmente a estratos socioeconómicos altos y un mayor interés-cobertura en términos de espacio y tratamiento (diversidad de fuentes) asignado al proceso constituyente.
- H4:** Hay una correlación entre aquellos medios informativos televisivos orientados comercialmente a estratos socioeconómicos altos y un mayor interés-cobertura en términos de espacio y tratamiento (diversidad de fuentes) asignado al proceso constituyente.
- H5:** Hay una correlación entre aquellos medios de prensa escrita orientados comercialmente a estratos socioeconómicos medios y bajos y un menor interés-cobertura en términos de espacio y tratamiento (diversidad de fuentes) asignado al proceso constituyente.
- H6:** Hay una correlación entre aquellos medios de prensa digitales (*online*) orientados comercialmente a estratos socioeconómicos

medios y bajos y un menor interés-cobertura en términos de espacio y tratamiento (diversidad de fuentes) asignado al proceso constituyente.

H7: Hay una correlación entre aquellos medios informativos radiales orientados comercialmente a estratos socioeconómicos medios y bajos y un menor interés-cobertura en términos de espacio y tratamiento (diversidad de fuentes) asignado al proceso constituyente.

H8: Hay una correlación entre aquellos medios informativos televisivos orientados comercialmente a estratos socioeconómicos medios y bajos y un menor interés-cobertura en términos de espacio y tratamiento (diversidad de fuentes) asignado al proceso constituyente.

a un hecho que puede ser constatado y medido (la diversidad). De acuerdo con estos estudios, el pluralismo requiere que haya heterogeneidad en cuanto a los contenidos, pero también en relación con las posturas que están disponibles en el sistema de medios y la propiedad de los mismos.

Además, adoptamos el criterio de «diversidad abierta» (frente al concepto de «diversidad reflejada») que propuso Van Cuilenburg⁴ el cual supone la necesidad de que se expongan todos los puntos de vista, más allá de

⁴ Van Cuilenburg, J. (2000). «On measuring media competition and media Diversity: Concepts, Theories and Methods». Picard, R. G. (ed.) «Measuring media content, quality, and diversity». Turku: Turku School of Economics and Business Administration, pp. 51-80.

su nivel de representatividad. Vale decir, todas las opiniones cuentan —o deberían contar—, aunque algunas de ellas sean minoritarias o no representativas. Esta es, por lo demás, la perspectiva amplia con la que se está realizando la educación cívica y política y el debate sobre el proceso constituyente.

Sin embargo, el modelo de negocios de los medios de comunicación que incluye una segmentación hacia determinados públicos (algunos más masivos que otros), se traduce en que el pluralismo informativo y su expresión, la diversidad, se verían restringidos en el largo plazo⁵. Esto se manifiesta en lo que hoy se puede observar en los medios: una homogeneización hacia contenidos superficiales y de interés masivo. Como indicó uno de los grandes teóricos de la comunicación hace más de un cuarto de siglo, Jürgen Habermas⁶, este proceso tiende a generar una esfera pública desinformada y atomizada, desafecta de la política. Esta es una de las razones de por qué, entre otros factores, desde la recuperación de la democracia en 1990, la política ha tendido a ser cada vez más «mediática» —a desarrollarse a través de los medios—, lo que ha sido también una forma de llegar a esa audiencia que se aleja.

⁵ Freedman, D. (2005). «Promoting diversity and pluralism in contemporary communication policies in the United States and the United Kingdom». *The International journal on Media Management*, 7(1-2), pp.16-23.

⁶ Habermas, J. (1989). «The structural transformation of the public sphere: An Inquiry into a category of bourgeois society». Original de 1962, traducido al inglés en 1989. Cambridge: Polity.

De forma paradójica, más allá de la mediatización de la política y de una progresiva apatía hacia lo público incentivada en parte por el sistema de medios⁷ la evidencia indica que las principales vías de información política que tiene la ciudadanía chilena continúan siendo la televisión y la prensa escrita, por sobre la conversación con amigos, familia o los canales políticos y partidistas, situación que se ve reflejada en la encuesta de opinión del Centro de Estudios Públicos (CEP)⁸.

Junto con ello, la radio, televisión y diarios registran un nivel de credibilidad importante frente a las instituciones del Gobierno. En abril de 2015, la encuesta del mismo centro de estudios arrojó que los radios eran el medio más creíble de todos (y la institución mejor ubicada después de las fuerzas armadas y la PDI). Le seguían, después de la Iglesia católica, el movimiento estudiantil y la Iglesia evangélica, los diarios y la televisión. Recién en ese lugar aparecían los municipios, seguidos por los sindicatos y el Gobierno central⁹. En esa misma encuesta, el 47% de los consultados aseguró que no tenía «ninguna confianza»

⁷ Navia, P. (2009). «El díscolo. Conversaciones con Marco Enríquez-Ominami». Santiago: Debate.

Tironi, E. (2010). «Radiografía de una derrota: O cómo Chile cambió sin que la Concertación se diera cuenta». Santiago: Uqbar Editores.

⁸ Un 11% de los encuestados dijo que leía noticias políticas y un 33% respondió que lo hacía a veces; un 9% respondió que miraba programas de TV políticos. Un 10%, que conversaba el tema con amigos o familia. Disponible en: http://www.cepchile.cl/cep/site/artic/20160128/asocfile/20160128092217/encuestacep_noviembre2015.pdf

⁹ El 47% muestra mucha o bastante confianza en los radios, en contraste con un 17% que piensa lo mismo del Gobierno.

en la actividad política. Por otro lado, la participación activa se concentra de forma creciente en internet y en las movilizaciones de distinta naturaleza según los sondeos de opinión del CEP de 2005 y 2014. Ambas expresiones de participación son las únicas que crecen exponencialmente (entre 2005 y 2014 la expresión de la opinión política de las personas en internet crece un 600% y la participación en marchas o manifestaciones aumenta un 46,6%), junto con el boicot de productos comerciales por razones políticas y éticas (entre los mismos años aumenta un 80%)¹⁰.

Determinar qué medios, cuánto y cómo difunden el proceso constituyente también resulta importante para que los organismos públicos a cargo de realizarlo puedan elaborar y revisar una estrategia política y comunicacional que permita reforzar y posicionar el tema en aquellos públicos y canales informativos mediáticos que aparezcan más desafectados de la discusión. De esta forma, podrían contribuir a evitar que se amplíen las brechas informativas entre clases sociales, en especial en cuanto al nivel de acceso a la información, el interés por

Disponible en: http://www.cepchile.cl/cep/site/artic/20160304/asocfile/20160304101227/EncuestaCEP_Abril2015.pdf

¹⁰ CEP. Estudio de Opinión Pública N°72. Disponible en www.cepchile.cl/cep/site/artic/20160304/asocfile/20160304100954/EncuestaCEP_Noviembre2014.pdf. Véase también Scherman, A.; Arriagada, A.; Valenzuela, S. (2013). «La protesta en la era de las redes sociales: el caso chileno». En A. Arriagada y P. Navia (eds.) *Intermedios: medios de comunicación y democracia en Chile*. Santiago: Ediciones de la Universidad Diego Portales, pp. 179-198.

informarse sobre los asuntos públicos y la capacidad de involucrarse en procesos tan relevantes como una reforma constitucional¹¹.

1.2 ¿POR QUÉ HACER ESTA INVESTIGACIÓN?

Tres motivaciones fueron las que nos alentaron a emprender esta investigación titulada «El sistema de medios de comunicación frente a la reforma constitucional: quiénes, cuánto y cómo contribuyen en el proceso de información cívica y discusión de una nueva Carta Fundamental»¹². En primer lugar, está la importancia del proceso constituyente que inició la presidenta Michelle Bachelet en 2015 (véase recuadro 1.3). No obstante los quiebres democráticos, guerras civiles y los conflictos bélicos que ha tenido en su historia, Chile ha disfrutado de una estabilidad constitucional relativa en comparación con dos de sus tres

¹¹ Putnam, R.D. (1995). «Bowling alone: America's declining social capital». *Journal of Democracy* 6, pp. 65-78; Scherman, A.; Arriagada, A.; Valenzuela, S. (2013), Op. Cit.

¹² Esta investigación (PLU150013) postuló al Séptimo Concurso del Fondo de Pluralismo en el Sistema Informativo Nacional, convocatoria 2015, de la Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica (Conicyt) y el Ministerio Secretaría General de Gobierno. El Consejo Asesor de este Fondo seleccionó el proyecto como uno de los cuatro que recibieron apoyo para llevarse a cabo. Los autores agradecen este apoyo así como el que brindaron la Escuela de Periodismo y la Escuela de Gobierno de la Universidad Adolfo Ibáñez (UAI). Por cierto, este apoyo no comprometió el contenido de la investigación, cuya responsabilidad recae por completo en los autores.

países vecinos, durante sus más de dos siglos de vida independiente. En efecto, tanto Perú, que ha tenido doce constituciones en su historia desde que dejó ser colonia de España¹³, como Bolivia, que llega a diecisiete constituciones desde su independencia –aunque estas han consistido en reformas más o menos profundas a un texto constitucional¹⁴– superan con creces a Chile en número de cartas fundamentales. En cambio, Argentina registra tres constituciones desde 1810, menos que en Chile, aunque la actualmente vigente, de 1853, aprobada en una asamblea constituyente realizada en Santa Fe, ha tenido varias reformas significativas¹⁵.

¹³ A las once constituciones que menciona Domingo García Belaúnde en su obra de 1992 –para este capítulo se usó la edición 2005 de su libro «Las constituciones del Perú»–, debe agregarse la Constitución Política del Perú de 1993, redactada a inicios de la dictadura de Alberto Fujimori, después que este disolvió el Congreso, y aprobada en un plebiscito cuya validez fue cuestionada por la oposición. Esta constitución ha experimentado reformas importantes y es la que hoy rige en el Perú. García Belaúnde, D. (2005). «Las constituciones del Perú». Disponible en: <http://www.garciabelaunde.com/Biblioteca/LasConstitucionesdelPeru.pdf>

¹⁴ Laserna, R. et al. «Constitución y poder político. Propuestas de reformas para Bolivia». La Paz: Usaid, Iniciativas Democráticas Bolivia, Ceres, Plural Editores.
Konrad-Adenauer-Stiftung. (2009). «Reflexión crítica a la nueva Constitución Política del Estado». La Paz: Fundación Konrad Adenauer, Oficina Bolivia.

¹⁵ Corte Suprema de Justicia, Biblioteca del Congreso, Biblioteca de la Nación. (2010). «Constitución de la nación Argentina». Publicación del Bicentenario. Disponible en: <http://bibliotecadigital.csjn.gov.ar/Constitucion-de-la-Nacion-Argentina-Publicacion-del-Bicent.pdf>

Recuadro 1.3**PRESIDENTA BACHELET: «LO QUE NOS UNE COMO NACIÓN»**

A diferencia del origen de las constituciones de 1980, 1925 y 1833, la gestación del actual proceso constituyente busca ser transparente al establecer un período de debate para la participación ciudadana y un Consejo Ciudadano de Observadores, integrado por diecisiete personas que fueron designadas como representantes de diferentes sectores. Tras la renuncia de dos miembros quedó con un total de quince. Estas características se reconocen como necesarias por el Gobierno desde el momento en que la presidenta Michelle Bachelet, cuando anunció el proceso, aseguró que la «Constitución es la madre de las leyes de un país; es la que define los valores que nos rigen; lo que nos une como nación; el carácter de nuestra democracia; las reglas básicas de nuestra convivencia política y la que crea las bases jurídicas para hacer posible el progreso. Por eso la Constitución debe ser el techo común de nuestra patria, que nos albergue a todos, nos proteja a todos y nos permita avanzar juntos» (Gobierno de Chile, 2015).

Entre octubre de 2015 y marzo de 2016 se realizó la primera etapa dedicada a la educación cívica y constitucional, destinada a que la ciudadanía contara con información sobre el proceso. Posteriormente, se efectuaron los diálogos ciudadanos, primero a nivel comunal, y después en provincias y regiones para culminar con una síntesis nacional. De ahí emergerán las «Bases Ciudadanas para la Nueva Constitución», que se entregarán a la presidenta en octubre de 2016. Estas «bases ciudadanas» serán el proyecto de nueva Constitución, que se presentará al Congreso en el segundo semestre de 2017 (Gobierno de Chile, 2015).

Previamente, como la actual Constitución no incluye mecanismos para elaborar una nueva Carta Fundamental, a fines de 2016 el Gobierno enviará una reforma al Congreso para que este resuelva el mecanismo de discusión del proyecto de cambio constitucional entre cuatro opciones: comisión bicameral de diputados y senadores; convención constituyente mixta con parlamentarios y ciudadanos; asamblea constituyente; plebiscito para que la ciudadanía resuelva entre las tres anteriores. La reforma incluirá la propuesta de que el parlamento que será electo en 2017 resuelva sobre el mecanismo constituyente y debata el proyecto de nueva Constitución. Una vez aprobado el proyecto de nueva Constitución, será sometido a plebiscito para su aprobación o rechazo (Gobierno de Chile, 2015). (Véase el texto completo del discurso en el anexo I).

En un estudio reciente del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) que analiza 95 nuevas constituciones de las 239 redactadas en el mundo desde 1947 a 2015, se concluye que existen diversos mecanismos para efectuar procesos de cambio constitucional, cuyo uso dependerá de las circunstancias. Los regímenes autoritarios han empleado preferentemente el mecanismo de «comisiones de expertos» (45% del total analizado), mientras que en las democracias completas (aquellas que reúnen los requisitos ideales de este régimen político), el 31% ha optado por una asamblea constituyente y en un porcentaje similar por el congreso o un congreso constituyente (PNUD, 2015).

Según el estudio referido, «la experiencia internacional muestra que es posible redactar un nuevo texto constitucional en democracia de manera participativa y dando garantías a todos los sectores de ser debidamente incluidos» (PNUD, 2015).

Si se descartan los ensayos constitucionales previos a la Carta de 1828¹⁶, la República de Chile ha tenido cuatro constituciones desde sus comienzos hasta el presente: la de 1828, conocida como la «constitución liberal»; la de 1833, impuesta tras el triunfo conservador en la guerra civil y llamada después la «constitución autoritaria»; la de 1925, aprobada en un plebiscito ese mismo año y que rigió hasta 1981, año en que entró en vigencia la Constitución de 1980, elaborada por la dictadura militar y aprobada en un plebiscito criticado como fraudulento por los opositores debido a que se efectuó sin registros electorales, tribunal calificador ni recuento de votos en las mesas con observadores. Con importantes cambios¹⁷ —ha sido reformada 31 veces—, no obstante su ilegitimidad de origen esta ley es la que determina hasta el presente las características fundamentales de los poderes del Estado, sus atribuciones y de las principales instituciones, así como los derechos y deberes de los ciudadanos. De aquí deriva la importancia de que el Gobierno haya iniciado este proceso constituyente y es probable que este tema

¹⁶ El primer reglamento constitucional es de 1812. Después el director supremo Bernardo O'Higgins publicó dos constituciones (1818 y 1822); luego Juan Egaña hizo lo propio con la de 1823 (Ossa, 2012); y posteriormente hay un reglamento federal de 1826. Tanto por su breve duración como porque algunas de sus ideas fueron usadas después, estas iniciativas pueden considerarse como ensayos constitucionales.

¹⁷ En particular, dos: las reformas consensuadas con posterioridad al triunfo del No en el plebiscito de 1988 entre la opositora Alianza Democrática y la dictadura, aprobadas en el plebiscito de julio de 1989, y las de 2005 (ley 20.050), que fueron promulgadas por el presidente Ricardo Lagos.

siga presente en la agenda de la política durante las campañas para la elección presidencial de 2017, más allá de si finalmente culmina o no con una nueva Constitución, en reformas a la actual o si no se concretan cambios. Y esta importancia es independiente de la opinión de la ciudadanía que, según la encuesta CEP de agosto de 2016, y frente a la pregunta de «¿cuáles son los tres problemas a los que debería dedicar el mayor esfuerzo en solucionar el Gobierno?», le asignó a la reforma constitucional el lugar número quince entre diecisiete menciones¹⁸.

A priori, cabría esperar que un proceso de esta naturaleza concitara una amplia repercusión en los medios de comunicación como una noticia importante del período, motivando una cobertura diversa y pluralista para que la ciudadanía pueda resolver de manera informada. Pero hay varias razones que explican por qué no es así. Desde luego, en primer término, no todos los medios tienen entre sus funciones primordiales la de entregar noticias y algunos solo procuran captar público y publicidad (informar lo que la audiencia pide). En seguida, los medios se orientan hacia públicos distintos, tanto en términos socioeconómicos como geográficos y etarios. Además, influye la naturaleza del medio: es muy diferente, por ejemplo, transmitir información desde una radio que desde una revista. A todo lo anterior, es necesario agregar la

¹⁸ Centro de Estudios Públicos (CEP). Encuesta Nacional de Opinión Pública n°77. Julio-agosto 2016. Disponible en http://www.cepchile.cl/cep/site/artic/20160818/asocfile/20160818165239/encuestacep_julio_agosto2016pdf

orientación política junto con la línea editorial de cada medio, que entrega el punto de vista o los límites o parámetros con los cuales se abordan temas políticos o de alto interés público.

Para estos propósitos, los resultados de circulación y lectoría que se utilizan en la prensa escrita y las mediciones de *rating* que se emplean en la televisión y la radio, así como los de visitas únicas de direcciones IP (ordenadores) a las página *web* informativas que se usan como indicadores de audiencia en internet, no son adecuados ni suficientes para conocer cómo es la cobertura del proceso constituyente. Todos estos indicadores pueden, hasta cierto punto, reflejar el alcance e impacto que tuvieron los medios con el tema en estudio, en un cierto período, pero no captan un fenómeno más influyente para la formación de opinión pública, el grado de diversidad y pluralismo que tiene la cobertura.

Este fue el segundo factor que nos motivó a efectuar esta investigación: conocer cómo se comportaba frente al proceso constituyente el ecosistema de medios de acuerdo a los públicos a los que se dirige cada medio. En rigor, para determinar cuánta repercusión tiene este tema en los medios de comunicación que progresivamente se segmentan más en función de aspectos comerciales antes que político-ideológicos¹⁹ y cuán diversa y pluralista es su

cobertura, se requiere un estudio específico de los mensajes durante un período acotado, analizando indicadores como los siguientes: la extensión en centímetros cuadrados que se publicó en diarios, revistas o portales *web*, o en minutos que se transmitieron en radio o televisión; el número de noticias al respecto; la cantidad de fuentes que se usaron en estas noticias; la diversidad de temas relacionados con el proceso constituyente que se abordaron en los medios; la diversidad de fuentes y su naturaleza. Al mismo tiempo, se requiere determinar a cuál(es) grupo(s) socioeconómico(s) se dirige de manera preferente cada medio estudiado —aunque no siempre lo logre— y examinar las correlaciones entre ambos tipos de factores.

Estos aspectos definitorios del carácter plural de un sistema de medios cobran mayor relevancia al observar la percepción diferente que los ciudadanos (que son los llamados a dar vida y sentido a un proceso constituyente participativo) tienen, por ejemplo, respecto de la forma en que los canales de televisión realizan su tarea²⁰. Dicha percepción se puede medir en el contenido de las denuncias que las personas realizan respecto de la actuación o cobertura que los medios otorgan a ciertos eventos críticos. Los temas que figuran en primera prioridad sobre la

¹⁹ Portales, J.C. (2015). «La comunicación transmedia y su rol en la personalización del discurso político en Chile». Comunicación, redes y poder. Santiago: RIL Editores.

²⁰ Consejo Nacional de Televisión Chile (2008). «VI encuesta nacional de televisión». Disponible en: www.cntv.cl/medios/Publicaciones/2009/VI_Encuesta_Nacional_TV.pdf. Véase también Consejo Nacional de Televisión (2010). «Cobertura televisiva del terremoto. La catástrofe vista a través de la pantalla, la audiencia y la industria». Disponible en: www.cntv.cl/medios/Publicaciones/TerremotoInformeCoberturaTelevisiva.pdf

base del total de denuncias tramitadas durante 2014 por el Consejo Nacional de Televisión (CNTV) en los programas informativos (que encabezan la lista de denuncias) están relacionados mayoritariamente con el manejo de la información (36,9% de las denuncias), ítem que dice relación, en gran medida, con la parcialidad de la información. Luego figuran las denuncias que se catalogan bajo el título de valores nacionales y relacionados, principalmente, con noticias en las que se descuida la dignidad de personas vulnerables (26,9% de las denuncias), en especial en escenarios de catástrofes. Las denuncias en contra de la falta de pluralismo se ubican en el sexto lugar de la tabla (2,2% del total ese año), aunque el informe especifica que se entiende como una dimensión política.

En Chile, las investigaciones sobre el pluralismo se han orientado especialmente hacia la variable de la propiedad de los medios, sus contenidos semánticos y la naturaleza de la industria²¹. Los más recientes se refieren a

²¹ En el primer caso figuran los estudios de: Portales, C. (1999). «La concentración de los medios y la libertad de expresión en Chile». Documento de Trabajo. Santiago: Universidad de Chile; Mönckeberg, M.O. (2010). «Los magnates de la prensa: concentración de los medios de comunicación». Santiago: Random House Mondadori.

El tema de los contenidos semánticos puede buscarse en: Dorfman, A. y Mattelart, A. (1972). «Para leer al Pato Donald». Trigésimoctava edición, 2005. México, D.F.: Siglo XXI Editores. Mientras que la naturaleza de la industria se examina en: Portales, D. (1981). «Poder económico y libertad de expresión. La industria de la comunicación chilena en la democracia y el autoritarismo». México, D.F.: Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET) y Editorial Nueva Imagen.

las audiencias y el impacto de los nuevos medios²², antes que la relación que se produce entre la orientación de estos en términos de su público objetivo por estrato socioeconómico y el espacio y valoración que le dan a un proceso político relevante para la definición del tipo de democracia que se quiere construir como país. Sin embargo, se ha analizado poco la contribución y posición que toman los medios frente a un tema político de envergadura a partir de las fuentes empleadas, un asunto de extrema relevancia para responder una interrogante clave: ¿a qué fuente acude cada medio en materias políticas y, sobre todo, en aquellos temas que afectan sus intereses? De allí que se pueda argüir que este estudio incursiona en un territorio anteriormente no explorado.

El tercer factor que alentó esta investigación es poder entender y contextualizar una determinada cobertura (o no cobertura del proceso constituyente por los medios), en un escenario posmoderno de creciente complejidad. Y por tanto, lograr describirlo y relacionarlo al retrato de la vida política y social que hace el sistema de medios informativo nacional, un escenario de profunda mutación alimentado por la revolución tecnológica, particularmente intensa en el campo de las comunicaciones²³.

²² Este tema se encuentra desarrollado en el siguiente estudio: ICSO-UDP (2009). Estudio «La relación de los chilenos con la tv e internet». Disponible en: www.udp.cl/funciones/descargaArchivos.asp?seccion=documentos

²³ Arriagada, A. y Navia, P. (2013). «Intermedios: medios de comunicación y democracia en Chile». Santiago: Ediciones de la Universidad Diego Portales; Castells, M. (2009). «Comunicación y poder». Madrid: Alianza Editorial.

Las transformaciones que se observan a escala planetaria en los medios de comunicación social, y que con menor intensidad y cierto atraso se registran también en Chile, tales como la expansión de internet y las redes sociales, el retroceso de la prensa escrita en su formato impreso –no así en el electrónico–, el crecimiento de la televisión pagada a costa de los canales abiertos, la penetración de la radio en el terreno multimedial y, sobre todo, el vertiginoso aumento del uso del celular como plataforma para contenidos mediales, entre otras, hacen más valioso disponer de antecedentes basados en datos empíricos actuales respecto de cómo dichas transformaciones de carácter sistémico-comercial impactan sobre el grado de pluralismo con el que un gran número de medios de comunicación informa y opina sobre hechos noticiosos fundamentales para el devenir institucional de un país.

Existe creciente consenso en el ejercicio periodístico y la comunicación de temas de interés público, determinantes para el desarrollo del sistema democrático, se ven dificultados por la crisis de credibilidad en las instituciones, un fenómeno especialmente nítido en estratos de población más vulnerables en términos socioeconómicos, cuyas posibilidades de desarrollo material y humano se postergan, mientras otros sectores prosperan²⁴. Dicha erosión va generando un proceso de desideologización ascendente y

²⁴ CERC-MORI. «Barómetro de la política CERC-MORI Chile, 2014». Disponible en: <http://morichile.cl/barometro-de-la-politica-cerc-mori-octubre-2014-2>

una progresiva volatilidad de la opinión de la ciudadanía, sobre todo en las capas de menores ingresos²⁵.

En este escenario, el individuo se convierte en el centro de los cambios, y las relaciones sociales y políticas se sustentan sobre términos transaccionales de intercambios individualistas, materialistas, ya no colectivos y sostenidos en ideologías, como ocurrió en el pasado democrático e incluso en la dictadura. Se observa la creciente presencia de un despliegue de la individuación, que constituye una «fuerza muy disruptiva de las formas de convivencia y gobernabilidad en un país como el nuestro»²⁶.

A nivel global se puede plantear que en dicho comportamiento político-participativo cada vez más desideologizado y volátil tendría gran responsabilidad un sistema de medios de comunicación que debe lidiar con la necesidad de atraer a audiencias fragmentadas en un contexto de crecientes presiones comerciales como consecuencia de la disminución de la publicidad que sostenía el modelo de negocios tradicional²⁷. Esto es lo que se conoce como

CEP. Encuesta Nacional de Opinión Pública N° 77. Julio-agosto 2016 Disponible en: http://www.cepchile.cl/cep/site/artic/20160818/asocfile/20160818165239/encuestacep_julio_agosto2016.pdf

²⁵ Beck, U.; Lash, S. y Giddens, A. (1997). «Modernización reflexiva: política, tradición y estética en el orden social moderno». Madrid: Alianza Editorial.; Caprara, G.V. (2007). «The Personalization of modern politics». *European Review*, Vol. 15, No. 2, pp. 151–164.

²⁶ Guell, P. (2007). «La sociedad chilena ha cambiado de escala: ¿Y ahora qué?». Informe de desarrollo humano en Chile. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), *Temas de Desarrollo Sustentable* N° 13.

²⁷ Mazzoleni, G. y Schulz, W. (1999). «Mediatization of politics: a challenge for democracy?» *Political Communication*. Vol. 16 Issue 3, pp. 247-261.

una «mediatización» de la política y que operaría como antesala de un proceso reciente de «PRización», concepto acuñado por Erik Louw que remite al fenómeno de captura de la política por las relaciones públicas²⁸. Más específicamente, la mediatización de la política se entiende como la entrega de información y la búsqueda de formatos que vuelquen la atención de la opinión pública hacia la política y sus procesos y figuras más emblemáticas²⁹.

Esta mediatización se desarrolla en varias etapas: en primer lugar, los medios se convierten en la principal fuente de información y en el canal número uno para la comunicación política (política mediada). En segundo término, los medios se hacen independientes de los grupos políticos y el Gobierno, y los actores políticos son dominados por la lógica de los medios (acá surgen, por ejemplo, los profesionales de las relaciones públicas (PR) llamados a «fabricar un consentimiento general». En seguida, los actores sociales y políticos consideran a los medios como otro actor válido en el juego político y, en consecuencia, incorporan la lógica de los medios en su acción cotidiana. En este contexto se asume que los medios cumplen funciones propias de las instituciones democráticas relacionadas con la definición de los temas de discusión pública, o incluso el papel del Poder Ejecutivo, Legislativo o

partidos políticos en la agregación de intereses o el establecimiento de una agenda de políticas públicas³⁰.

De acuerdo a numerosos autores³¹, la mediatización de la política habría llevado a una degradación del debate político. Aquí subyace el supuesto de que son factores dentro de los medios (sus estructuras, dinámicas, valores de los periodistas y su lógica de qué es noticia), lo que determinaría un declive del discurso público³². Por tanto, en el proceso de construcción de una agenda pública (*agenda building*), los medios llevarían la voz cantante. En cuanto «variable independiente», estos definirían unas condiciones de debate público en clave comercial, poco pluralista, cercana a un retrato de la política centrada en aquellos líderes más polémicos, «vendedores» y exteriorizando valores cercanos al entretenimiento y el escándalo.

No obstante, hay quienes discuten la centralidad de los medios en la configuración de una agenda pública, en un declive del proceso político o en la falta de interés hacia un proceso constituyente como el propiciado por el actual

²⁸ Louw, E. (2005). «The media and political process». Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

²⁹ Scammell, M. (1998). «The wisdom of the War Room: U.S. campaigning and americanization». *Media, Culture and Society*. Vol. 20, N°2, pp. 251-275.

³⁰ Strömback, J. y Kaid, L. (2008). «The handbook of election news coverage around the world». New York: Routledge.

³¹ Thompson, J.B. (1995). «The Media and modernity: a social theory of the media». Cambridge: Polity Press; Patterson, T.E. (2000). «Doing well and doing good: how soft news and critical journalism are shrinking the news audience and weakening democracy – and what news outlets can do about it». Cambridge: Harvard University; Entman, R.M. (2008). «Theorizing mediated public diplomacy: The U.S. Case». *International Journal of Press/Politics* 13(2), pp. 87-102.

³² McCombs, M. (1997). «Building consensus: the news media's agenda-setting roles». *Political Communication*, Vol. 14 Issue 4, pp. 433-443. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1080/105846097199236>

Gobierno. Se plantea que el poder de los medios puede estar limitado ya sea por la cultura y estructura política de un país, pero sobre todo por la relación de los medios con los centros de poder de la sociedad³³. En esa línea se releva la primacía de una «PRización» de la política. Si bien se reconoce una primera etapa de mediatización política, hoy la propia fisonomía y dinámica ultracompetitiva del escenario medial determinaría la irrupción de lo que Herman y Chomsky (1988) denominan el «modelo de propaganda». Tanto estos autores como Louw suscriben que la elite política y económica estaría avanzando hacia una «captura de los medios». Dichos autores establecen que la cobertura de los mismos estaría guiada por cinco factores: 1) el tamaño, la propiedad y la rentabilidad del medio; 2) los contratos de avisaje; 3) la necesidad de dar un golpe noticioso o pautear al resto de los medios (para sobrevivir financieramente); 4) prevenir la crítica de la elite influyente (aquella que pueda mermar su viabilidad comercial), y 5) la ideología (aunque como un factor cada vez más difuso). Bajo estas premisas, la necesidad de sobrevivir financieramente en el concierto multimedia, la dependencia del avisaje y la regulación positiva apuntarían a un sometimiento del sistema de medios a los intereses de una elite ilustrada y con recursos. Incluso un autor como Hallin³⁴, quien señala que los medios no son

³³ Semetko, H. (1991). «The formation of campaign agendas». Hillsdale, N.J.: L. Erlbaum Associates.

³⁴ Hallin, D. (1994). «We keep America on top of the world». London: Routledge.

simples instrumentos de una elite y propone una perspectiva hegemónica como antítesis del modelo de propaganda de Herman y Chomsky, también limita la función de los medios de masas tradicionales a proveer información para que las elites tomen decisiones o servir de foro de debate de esas elites con quienes no pertenecen a ese segmento. Es decir, el papel de los medios se conceptualiza bajo una mirada funcionalista a favor de ciertas elites políticas o comerciales que se instalan como fuentes y «directoras de orquesta».

El hecho de que tanto los administradores de los medios como los comunicadores recurran a las cifras de *ratings*, lectorías y popularidad expresadas en encuestas como mecanismos de validación de sus mensajes, indica el creciente nivel de dependencia de ciertos recursos que los favorezcan frente al escrutinio atento de las elites financieras. Más aún, y en un contexto político-electoral, dicha dependencia puede determinar el predominio en la cobertura noticiosa de ciertas historias y personajes que otorguen mayores audiencias, rating y a la postre, avisaje³⁵. Esta situación va en directo detrimento del pluralismo informativo político conceptualizado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) y el Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC) a través de

³⁵ Lees-Marshment, J. (2004). «The political marketing revolution. Transforming the Government of the UK». Manchester: Manchester University Press.

ciertos indicadores de medición concreta. Esto es, «códigos mediáticos» establecidos o autogestionados que procuran reglas para que cada partido político o posición que busque ser representada en un proceso democrático como el constituyente, pueda obtener una cobertura equitativa por parte de los medios de comunicación durante todo el proceso. Más aún, un pluralismo político que cobija «el respeto de los principios de justicia, equilibrio e imparcialidad durante las elecciones, por ejemplo, la asignación de tiempo aire a los candidatos, reportajes sobre los sondeos de opinión, las cuotas para la publicidad política, las emisiones para las elecciones partidistas, la prevención de una cobertura indebida a las autoridades públicas de conformidad con el código electoral nacional»³⁶.

Al analizar este fenómeno en Chile, si durante la discusión en las reformas constitucionales anteriores a 1990, e incluso una vez retomada la senda democrática, el eje de los discursos y la cobertura política parecía discurrir por canales ideológicos, a fines de los años noventa ya era posible observar una mediatización del proceso político³⁷.

³⁶ Unesco. (2008). «Indicadores de desarrollo mediático: marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social. Aprobado por el Consejo Intergubernamental del Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC) en su sesión XXVI (26-28 marzo 2008)». París: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco).

³⁷ Tironi, E. (2010). «Radiografía de una derrota: O cómo Chile cambió sin que la Concertación se diera cuenta». Santiago: Uqbar Editores.; Navia, P. (2009). «El discolo. Conversaciones con Marco Enríquez-Ominami». Santiago: Debate.

Este patrón podría observarse con mayor claridad en las elecciones presidenciales de 1999³⁸ y en las sucesivas contiendas de 2005 y 2009³⁹.

Dicha mediatización fue alentada por el cambio en la propiedad de los medios de comunicación ocurrido en la dictadura⁴⁰ e intensificado después. Desde un sistema de medios fuertemente involucrado con los partidos políticos e ideologizado en la democracia previa a la dictadura, con el golpe de Estado de 1973 y tras la desaparición de casi un tercio de los medios que eran de propiedad o influidos por los partidos de izquierda, se pasó abruptamente a un sistema en que solo se permitían los medios partidarios del régimen o desideologizados. En forma paulatina la dictadura debió permitir la actuación de medios contrarios al régimen autoritario, en especial en el campo de las radioemisoras, los semanarios y finalmente de los diarios. Con el reinicio de la democracia, la gran mayoría de los medios que fueron opositores a la dictadura no pudieron acomodarse a las nuevas condiciones de la transición, ni recibieron el nivel de apoyo estatal que esperaban, a diferencia de los grupos empresariales que controlan los diarios de mayor tamaño que lograron capturar la creciente

³⁸ Huneus, C. (1998). «Malestar y desencanto en Chile. Legados del autoritarismo y costos de la transición». Manuscript, Valparaíso.

³⁹ Portales, C. (1999). «La concentración de los medios y la libertad de expresión en Chile». Documento de Trabajo. Santiago: Universidad de Chile.

⁴⁰ Moke, M. (2006). «Political advertising in Chile». En L. Lee y C. Holtz-Bacha, «The sage book of political advertising» (1st ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications, pp. 145-159.

publicidad de la época (estatal y privada). Esto se tradujo en los años noventa en la extinción de revistas y diarios que habían sido opositores al régimen militar, contribuyendo a la generación de un escenario de bajo pluralismo ideológico, notorio en especial en la prensa escrita.

En la actualidad, los medios de comunicación de masas —dependientes de los avisadores— privilegian un retrato de la política más digerible y atractivo para las nuevas audiencias desideologizadas, donde la polémica y la intimidad parecen prevalecer por sobre el debate de ideas⁴¹, sin prejuicio de sus preferencias ideológicas. A su vez, otros autores, como Patricio Silva⁴², critican que sea la lógica de los medios la que fija las condiciones de un debate público en clave mediatizada (a través de su estructura, dinámica, valores y definiciones editoriales) y un eventual declive del interés de la ciudadanía ya no solo en la actividad política, sino en el interés de estos medios frente a las nuevas plataformas informativas.

Alfredo García Luarte⁴³ da los primeros indicios en el caso chileno del tránsito de un contexto de «mediatización política» a otro de «PRización». Plantea que los medios

chilenos al competir por la noticia «vendedora» o por el show con mayor sintonía, dejaron de desarrollar un trabajo de calidad. Su objetivo ahora solo estaría radicado en satisfacer a una serie de avisadores que se dirigen a destinatarios y audiencias concebidos como consumidores de productos informativos y de entretenimiento. Esta realidad se vería exacerbada ante la competencia y ventajas comparativas que presentan otros medios emergentes como la televisión por cable o internet, sintetizadas en el atractivo que implican para los avisadores por su alcance y el menor costo de contacto por persona que tienen⁴⁴.

En la misma línea de argumentación, Corrales y Sandoval⁴⁵ apuntan a que si bien en una primera etapa de comercialización de los medios en Chile estos presentaban un alto nivel de concentración y poder en la construcción de la agenda pública ante la ausencia de formatos alternativos, ahora las diversas plataformas disponibles y la diversificación en intereses de la audiencia chilena, determinan que el propietario, editor o periodista —en su práctica del día a día— definan sus criterios editoriales al alero de aquellos intereses comerciales de sus avisadores e indirectamente de aquellos segmentos sociodemográficos que busca

⁴¹ Tironi, E. y Agüero, F. (1999). «¿Sobrevivirá el nuevo paisaje político chileno?». *Centro De Estudios Públicos*, 74. Disponible en PDF en: <http://goo.gl/MZTKYK>

⁴² Silva, P. (2004). «Doing politics in a depoliticized society: social change and political deactivation in Chile». *Bulletin of Latin American Research*. Vol. 23, N° 1, pp. 63-78.

⁴³ García Luarte, A. (2002). «Desafíos del periodismo televisivo en la era digital». Universidad Católica de la Santísima Concepción. Disponible en PDF en: <http://goo.gl/LhGTci>

⁴⁴ Mönckeberg, M.O. (2010). «Los magnates de la prensa: concentración de los medios de comunicación». Santiago: Random House Mondadori. p. 419

⁴⁵ Corrales, O. y Sandoval, J. (2014). «Concentración del mercado de los medios, pluralismo y libertad de expresión». Santiago: Instituto de la Comunicación y la Imagen. Centro de Estudios de la Comunicación. Universidad de Chile. Disponible en PDF en: <http://goo.gl/5gwl4d>

conquistar y mantener. En ese contexto, el compromiso ético y responsabilidad social de los periodistas hacia valores como el pluralismo informativo, y de forma específica a una cobertura equitativa en períodos electorales⁴⁶ correrían grave peligro al estar supeditados a criterios comerciales.

Más aún, en un escenario en donde los actores políticos locales –en especial los representantes del llamado «duopolio político»: las coaliciones que reúnen a la oposición (Chile Vamos) y el oficialismo (Nueva Mayoría)– han modernizado sus herramientas y recursos para procurar influir y conducir las expectativas y aspectos personales y políticos con el fin de retratarse de la mejor manera posible a través de los medios⁴⁷. Esto implica desde el uso de asesores de prensa privados, «lobbistas» y agencias de comunicación estratégica orientados a la negociación de ciertos intereses corporativos y representaciones deseadas por líderes políticos, que la mayor de las veces se plantean en disputa con los valores liberales, de línea editorial y autonomía propios de los medios y la actividad periodística⁴⁸.

⁴⁶ Unesco. (2008). «Indicadores de desarrollo mediático: marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social. Aprobado por el Consejo Intergubernamental del Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC) en su sesión XXVI (26-28 marzo 2008)». París: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco).

⁴⁷ Moke, M. (2006). «Political advertising in Chile». En L. Lee y C. Holtz-Bacha, «The sage book of political advertising» (1st ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications, pp. 145-159.

⁴⁸ Santander, P. (2010). «Medios y elite: ¿quién usa a quién?: El rol político de la comunicación estratégica en la relación medios-poder». *Cuadernos de Información PUC* N° 26, pp.7-18.

A estos elementos se suman otras señales como la influencia que se puede alcanzar en las salas de prensa a través de la publicidad política pagada y que parecen ir consolidando un proceso de «PRización» de la política chilena. Respecto de este problema, a nivel local solo ha sido abordado por estudios recientes de Portales⁴⁹, donde se comienza a conceptualizar y profundizar en la ocurrencia y dinámica de este fenómeno. Dicha ocurrencia es estudiada a través de un análisis del espacio y tratamiento que la prensa chilena otorgó a los candidatos durante las elecciones presidenciales de 2009. Se compara esta cobertura con el monto invertido en esta publicidad por cada candidatura para determinar si los medios conceden un mayor espacio y tratamiento positivo a quién invierte más. Los resultados demuestran que hubo mejor cobertura de aquellos candidatos que presentaron un nivel de inversión más alto. No obstante, no se observa el mismo patrón al evaluar la relación entre espacio asignado e inversión por las candidaturas. Tal evidencia, sin embargo, no implica necesariamente que los medios estén actuando de forma pluralista. Como se propone en dicho estudio exploratorio, las presiones comerciales a las que están expuestos podrían explicar un sesgo editorial hacia aquellos

⁴⁹ Portales, J.C. (2016). «Media pluralism and electoral publicity: the influence of candidates' paid-for political advertising in the news coverage of the 2009 Chilean elections». Paper presentado en 74th annual MPSA Conference. Chicago, Estados Unidos, 10 de abril de 2016. Disponible en: www.MPSAnet.org

candidatos y coaliciones que dan mayores garantías de controversia y lectoría.

Este estudio exploratorio viene a complejizar aproximaciones iniciales donde, o bien se abordaba el concepto de pluralismo desde el punto de vista de los efectos de la concentración de la propiedad de los medios en Chile⁵⁰, o desde su vertiente de diversidad, pero bajo un enfoque generalista —en cuanto atributo del pluralismo medido en la cobertura de los medios de una gran variedad de temas y posiciones respecto a dichos temas (posturas) y formatos para comunicarlos—. Otra arista profundizaba la relación entre pluralismo informativo y publicidad corporativa, identificando los posibles riesgos que conlleva para el medio su dependencia de la inversión publicitaria privada⁵¹. En este último caso, se logró identificar en la cobertura noticiosa que realizan los medios impresos que cuentan con alta inversión publicitaria (*El Mercurio* y *La Tercera*), una menor apertura a debatir casos de notoriedad pública que afectan a los avisadores propios en una situación de crisis. Sobre un total de setenta y siete noticias relacionadas con estos casos, llama la atención que un 55% de ellas fueron cubiertas por *La Nación*. Este medio, a diferencia de los buques insignia de los *holdings* El Mercurio SAP y Copesa, además de sustentar su modelo de negocios en un subsidio estatal, mostró una clara

línea editorial dirigida a «considerar cualitativamente la presencia de distintos actores como fuentes articuladoras de una discusión pública»⁵².

A la postre, el fenómeno retratado pone en evidencia un efecto inverso al buscado por la industria informativa, es decir, se generaría una mayor distancia de la ciudadanía con los asuntos políticos que definen una democracia. Mientras crecientes segmentos ciudadanos acentúan su apatía hacia la vida cívica propuesta por el sistema político y de medios en general, y se van reafirmando en un estatus de simples espectadores (*onlookers*) desideologizados, la elite más educada, que sí está políticamente interesada, dotada de mayor poder adquisitivo y que es consciente del poder de la información, accede de forma intensiva y continua a diversos medios y fuentes que operan como nichos informativos donde obtener contenidos relevantes y aumentar su esfera de influencia⁵³.

Al considerar la característica sociodemográfica de la clase social como una de las dimensiones que define el nivel de participación e información política⁵⁴, la evidencia indica que a mayor nivel socioeconómico, mejor es el acceso a información, mayor el interés en informarse sobre

⁵² Ibid. P. 65

⁵³ Este tema ha sido tratado por varios autores: Louw, E. (2005), Op.Cit; Mönckeberg, O. (2010) Op.Cit; Portales, J.C. (2015), Op.Cit.

⁵⁴ Verba, S. y Nie, N.H. (1972). «Participation in America: political democracy and social equality». New York: Harper and Row.
Verba, S.; Nie, N.H. y Kim, J.O. (1978). «Participation and political equality: a seven-nation comparison». Cambridge University Press.

⁵⁰ Mönckeberg, M.O. (2010). Op.Cit.

⁵¹ Vergara, E.; Santibáñez, A.; Garrido, C. y Vera, P. (2013). «Inversión publicitaria y pluralismo informativo: una aproximación comparada al caso de la prensa en Chile». *Comunicación y Medios* 25. pp. 57-70.

asuntos públicos y mayor el tiempo para involucrarse en actividades políticas⁵⁵.

1.3 ¿CÓMO SE REALIZÓ LA INVESTIGACIÓN?

La metodología que utilizamos buscó verificar si existía una correlación entre la cobertura que brindaron los medios de comunicación en la etapa inicial del proceso constituyente, entre el 13 de octubre de 2015 y el 31 de marzo de 2016, y el público objetivo al que se dirige cada medio.

Para ello realizamos, en primer lugar, el levantamiento de información y codificación de los contenidos periodísticos relativos al proceso publicados o transmitidos en el período indicado en una muestra de 41 medios de diverso tipo y segmentación (diarios de circulación nacional y regional; revistas de circulación nacional; canales de televisión; radios y sitios de noticias *online*). La selección de medios fue intencionada y se basó en los más consumidos o de mayor alcance en su categoría.

Como unidad de análisis nos centramos en el artículo periodístico, incluyendo bajo esta denominación a piezas de diferente tamaño y profundidad, transmitidos por señales de radio y televisión, así como de diarios y revistas de cobertura nacional o regional, en formato impreso o

⁵⁵ Putnam, R.D. (1995). Op.Cit. Este fenómeno también se observa en encuestas de opinión como CERC-MORI. (2014). «Barómetro de la política CERC-MORI Chile, 2014». Disponible en: <http://morichile.cl/barometro-de-la-politica-cerc-mori-octubre-2014-2>

digital, referidos al proceso en estudio. Se trata de un universo ampliamente representativo, tanto a nivel nacional, como respecto de las regiones, y de los tipos de medios, en especial de diarios y canales de televisión, bastante menos en el caso de las radios, revistas y medios *online*. Por el número total de medios considerados, 41, es uno de los estudios sobre el sistema mediático que mayor número de estos ha abarcado en las investigaciones realizadas en el país. Se incluyeron diez medios (nueve diarios y un semanario) de la prensa metropolitana, trece diarios de la prensa regional, cinco noticieros de televisión, seis radios, cuatro revistas e igual número de medios *online*.

La identificación y codificación de los artículos periodísticos sobre el proceso constituyente la realizó la empresa consultora especializada en estudios sobre medios de comunicación Conecta Media Research. Para abordar este trabajo utilizamos una definición de la unidad de información que permitiera incluir una gran variedad de piezas periodísticas, de diferente extensión y profundidad: breves, crónicas, reportajes, entrevistas, opiniones, editoriales y cartas al director. En conjunto con la empresa asesora se elaboró un diccionario de variables y un manual de codificación que ordenó el proceso de levantamiento de la información y el posterior análisis.

El diccionario de variables especificó la forma de codificar, entre otras variables aplicadas a cada unidad periodística, el espacio que el medio dedicaba al tema, su importancia relativa según la ubicación y el tipo de formato o pieza periodística.

Para clasificar la narrativa de cada unidad periodística se determinaron cuatro temas sobre el proceso constituyente que el equipo investigador identificó: alcance del mismo; mecanismo de cambio constitucional; instancias de participación ciudadana (desde las autoridades) y manifestaciones ciudadanas y sociales.

Igualmente, se identificó qué actores aparecían, de qué forma, la filiación de cada cual, el cargo y el sexo. Esto permitió obtener un completo registro de las fuentes presentes en cada una de las unidades informativas examinadas.

Además del análisis individual de estas variables, se construyó un indicador que permitió establecer una medición resumida común para los distintos medios estudiados, al que denominamos «índice de pluralismo», en el que se incluye un valor único construido según la cobertura y el tratamiento que cada medio dio al proceso constituyente en el período analizado. El indicador consideró la cantidad de noticias y el porcentaje de temas según su ubicación relevante dentro del medio. En la dimensión del tratamiento del proceso constituyente se incluyeron el número total de fuentes presentes, la diversidad de temas abordados, la diversidad de fuentes y la naturaleza de las mismas según si eran fuentes oficiales, gremiales o ciudadanas.

Esta metodología permitió construir una extensa base de datos de todas las noticias sobre el proceso constituyente de cada uno de los medios analizados y codificadas en las variables indicadas, además del índice de pluralismo de cada medio.

En paralelo, fue necesario establecer los segmentos socioeconómicos a los cuales se dirigen preferentemente los 41 medios estudiados. Para hacerlo se recorrieron tres caminos, complementarios entre sí y que después se consolidaron en un indicador único. En primer lugar, se emplearon los indicadores de audiencia por nivel socioeconómico disponible en cada industria. En segundo término, se pidió a altos ejecutivos de los medios de comunicación, a través de un cuestionario, que identificaran la importancia que tiene cada segmento socioeconómico en relación a los objetivos tanto editoriales como comerciales del medio. Por último, se pidió a un grupo que denominamos como «informantes clave», provenientes de la academia y la industria, que respondieran un cuestionario sobre la importancia que de acuerdo con su experiencia tenía para cada uno de los 41 medios cada grupo socioeconómico, diferenciando igualmente entre la importancia comercial y editorial (estos informantes respondieron la encuesta en calidad de expertos en la industria).

Con estas tres caracterizaciones del nivel de importancia o alcance de los medios en cada grupo socioeconómico se construyó, primero, un indicador único por cada fuente de información (ejecutivos de medios, expertos e indicadores de audiencia) y luego uno conjunto, al que denominamos índice de GSE preferente.

Agregado este índice a la base de datos ya construida fue posible comparar y relacionar de manera estadística las distintas variables de caracterización periodística de la cobertura del proceso constituyente de cada medio, con

una medida común respecto de su orientación hacia un grupo de público de determinado perfil socioeconómico. A la descripción del resultado de este trabajo se dedican los siguientes capítulos de este libro.

Capítulo 2

PRENSA Y PROCESO CONSTITUYENTE EN CHILE: UNA REFLEXIÓN HISTÓRICA¹

En este capítulo se hace un recorrido de la historia constitucional chilena y de los principales argumentos de los sectores involucrados en la discusión constitucional actual. Se estudia de qué forma eventos concretos –la abolición de la Constitución de 1925 por parte de la junta militar encabezada por Augusto Pinochet, la promulgación de la Carta de 1980 y las reformas introducidas en 2005– han sido vistos y analizados por quienes participan del proceso constituyente liderado por el gobierno de Michelle Bachelet. Esto permite llegar al debate que se ha dado en la prensa entre quienes postulan que la Constitución vigente debe mantenerse como está, aquellos que creen que se debe redactar una Constitución desde la «hoja en blanco» y quienes sostienen que retomar como base la Carta de 1925 puede ser un antídoto tanto ante el inmovilismo constitucional como ante las posturas refundacionales.

¹ Este capítulo es de autoría de Juan Luis Ossa Santa Cruz, profesor del Centro de Estudios de Historia Política de la Universidad Adolfo Ibáñez. Fue solicitado especialmente para esta investigación por el aporte que una mirada histórica entrega en la discusión del papel de los medios en el nuevo proceso constituyente.

