



**UNIVERSIDAD DE CHILE**

**Instituto de la Comunicación e Imagen**

**Percepción de los Políticos Respecto a su Relación con los  
Medios de Comunicación Masivos**

Tesis para optar al grado de Magíster en Comunicación Política

Cristóbal Aguiló Bascuñán  
PROFESOR GUIA: Laureano Checa

Santiago, Chile  
2010

## TABLA DE CONTENIDOS

	PÁGINA
INTRODUCCIÓN.....	1
<b>CAPÍTULO I</b>	
MARCO TEÓRICO.....	7
1.1 Percepción.....	7
1.2 Rol político.....	9
1.3 Medios.....	19
1.4 Política y medios.....	28
<b>CAPÍTULO II</b>	
DISEÑO METODOLÓGICO.....	35
<b>CAPÍTULO III</b>	
RESULTADOS INVESTIGACIÓN.....	46
<b>CAPÍTULO IV</b>	
CONCLUSIONES.....	92
BIBLIOGRAFÍA.....	97
<b>ANEXOS</b>	
ENTREVISTAS	
TABLAS ANÁLISIS	
EVALUACIONES ACADÉMICAS	

## **RESUMEN**

La investigación que sigue busca describir la percepción de los políticos de la Alianza por Chile y la Concertación respecto a su relación con los medios de comunicación masivos.

Para llegar a la descripción se entrevistó a dieciséis políticos en cargos públicos como diputados, senadores, presidentes de partidos políticos, alcaldes y ministros, quienes respondieron a una entrevista semiestructurada.

El material obtenido fue analizado cualitativamente, en base a reflexión realizada en el marco teórico, donde se utilizaron conceptos como el supuesto nuevo rol del político, que daría gran relevancia a su relación con los medios; el concepto de política espectáculo, dado por la relación con los medios; y la supuesta funcionalidad de la relación, que permitiría la comunicación entre el político y la sociedad de masas.

El análisis de los resultados fue hecho buscando dividir las respuestas en cuatro dimensiones, las que sumadas permitirían llegar a la conclusión final: definición del rol político en la actualidad; relación personal con los medios de comunicación; percepción de cómo los medios cubren la política y percepción de cómo los políticos se relacionan con los medios.

El aporte que se busca realizar con la investigación que sigue, es mirar desde otra perspectiva la relación entre los medios y la política en Chile, poniendo énfasis en la percepción de los actores, cuestión que no se realiza frecuentemente. En la idea de que entendiendo los sentidos y las valoraciones que los actores le dan a la relación, se puede llegar a enriquecer la investigación teórica del campo de la comunicación política.



## INTRODUCCIÓN

Los políticos están en constante relación con los medios de comunicación de masas. Las actividades que realizan son publicadas cada día por la prensa, los diarios, los medios electrónicos y la televisión, configurando parte importante de la imagen que se hace la ciudadanía de su actuar. Reuniones, peleas o discusiones parlamentarias son interpretadas por periodistas, que se encargan de difundirlas. En un primer acercamiento se podría pensar la relación entre ambos actores como utilitaria en dos sentidos: siguiendo a Guy Lochard y Henry Boyer, podríamos decir que los periodistas necesitarían a los políticos para llenar páginas, minutos de noticiarios o para vender más diarios, y los políticos necesitarían a los periodistas para difundir sus acciones e ideas o para 'mostrarse' ante sus distintos públicos. Asimismo, podríamos mirar la relación, siguiendo a Dominique Walton, desde un punto de vista funcional, diciendo que la actual relación entre política y medios se convierte en la única forma de completar el ideal de la democracia en nuestras sociedades de masas. Sin embargo, este primer acercamiento necesita de mayor profundización teórica y del análisis de la visión de los propios actores dentro de la relación.

La investigación que sigue busca descubrir y describir la percepción que tienen los dirigentes políticos de Alianza por Chile y la Concertación respecto a su relación con los medios de comunicación masivos.

Como hipótesis se buscará descubrir si los dirigentes políticos perciben su relación con los medios de comunicación masivos desde lógicas y valoraciones comunes. La idea sería determinar si entre los políticos de distintas ideologías y edades es posible encontrar una lógica o discurso determinado y una valoración afectiva común respecto a su relación con los medios de comunicación masivos.

El objetivo principal de la investigación es describir la percepción de los políticos respecto a su relación con los medios de comunicación masivos. Otros propósitos son describir la percepción de los políticos respecto a su rol en la sociedad actual; describir

la percepción respecto a como se comportan los medios y los políticos en la relación; y describir la percepción respecto a su propia relación con los medios.

En términos formales, la puesta en papel de esta investigación partirá con un marco teórico, en el que se discutirá respecto a los conceptos de percepción, rol político y relación entre política y medios. Luego, se explicitará un marco metodológico, en el que se explicarán y justificarán los pasos de la investigación, cuidando la coherencia de este primer capítulo y los posteriores, con especial hincapié en detallar los instrumentos del análisis. Después de esto se procederá a analizar el resultado de la aplicación de los instrumentos, tomando en consideración los objetivos del trabajo, su fondo teórico y su coherencia global.

Se usará una metodología de tipo cualitativa, pues se buscará obtener sentidos y valoraciones, que se ajustan mejor a métodos de aquella índole. El instrumento principal será la entrevista semi-estructurada, que será interpretada intentado buscar lógicas discursivas y valóricas particulares.

La idea es conocer la visión de los actores políticos respecto a una relación de vital importancia en la actualidad, que configura el modo por el cual el resto de las personas que componen el país se informa respecto a los discursos y las acciones políticas.

La investigación cobra importancia dentro del contexto social y político de nuestros días, donde se mezclan fenómenos como el manido fin de las ideologías políticas totalizadoras, el desarrollo de un neo-capitalismo o post-industrialismo consumista, los procesos de globalización económica y, lo que resulta de mayor interés para la presente investigación, la aún polémica concepción de la mediatización social y política.

Más específicamente, en el plano de la política chilena, usaremos el concepto de la matriz sociopolítica propuesto por Manuel Antonio Garretón. Una matriz sociopolítica vendría siendo la forma en que en una sociedad determinada se relacionan el Estado, el régimen de partidos políticos y la sociedad civil. Para Garretón, progresivamente, en

el periodo que va de 1925 a 1973, se va consolidando una matriz estatal democrática, nacional popular y política partidaria. Bajo este orden se producirían dos fenómenos: una concepción del Estado como motor o protagonista de la economía nacional y una imbricación entre la ciudadanía y el sistema de partidos, la cual provocaba que los movimientos sociales se vieran representados por el régimen democrático. Este funcionamiento social se vería coartado luego del golpe de estado de 1973, pues la unión de los militares con economistas liberales habría cuasi eliminado el poder del Estado, del sistema de partidos y de las formas de organización civil; a cambio de liberalizar el orden económico. Sin embargo, para Garretón este nuevo orden construido por los militares, si bien destruyó la antigua matriz, no fue capaz de construir una nueva, pues las bases del orden neoliberal no pudieron pasar más allá de la economía. En este sentido, el autor sostiene que hasta hoy se mantiene una matriz híbrida, con una economía en despegue, pero separada del sistema político, institucional y cultural, todos en crisis. La supuesta democracia de los consensos, sería una representación de la ausencia de debate, provocada por el veto de una minoría y por un miedo de la mayoría a la confrontación o el disenso. De esta forma, se evitarían discusiones pendientes en temas como la regionalización, el problema mapuche, la redistribución del ingreso, los temas ético-valóricos o el modelo constitucional.

A modo de conclusión respecto a este punto utilizaremos una definición de Manuel Antonio Garretón del régimen democrático chileno, que habría llegado a un estado particular después de todos los cambios producidos: “se caracteriza por la precariedad institucional, la presencia de poderes fácticos y la debilidad de representación debido a las tensiones entre actores políticos y sociedad. Asimismo, por la fragilidad de sus bases culturales, debido a la ausencia de consensos básicos, y a la falta de cohesión, unidad y dirección social, debido al resquebrajamiento del poder estatal”<sup>1</sup>.

Al mismo tiempo, según la información que año a año entregan distintas encuestas de opinión pública, se vive una creciente desafección de la ciudadanía hacia la actividad política. Los partidos políticos y el parlamento son las instituciones menos

---

<sup>1</sup> Garretón, Manuel Antonio, “Transformación de la matriz sociopolítica y desarrollo en Chile”, en revista “Diplomacia, Estrategia y Política”, número 9. Página 61. Brasilia, 2009.

valoradas en rankings de opinión, como el Latinobarómetro<sup>2</sup> o la Encuesta de Adimark<sup>3</sup>. Además, la mayoría de los jóvenes se niegan a participar en los procesos electorarios, envejeciendo cada vez más el padrón total de votantes.

Por otra parte, en el lado de los medios de comunicación se han presentado otros cambios que contribuyen a reconfigurar el orden social general. En la prensa escrita se ha estabilizado el monopolio de las empresas El Mercurio y Copesa, que además de poseer la mayoría de los periódicos de circulación nacional han pasado a dominar casi sin contrapeso los mercados regionales. En cuanto a la cantidad de lectores, según la última encuesta del Consejo Nacional de Televisión<sup>4</sup>, un 22% de la población lee diarios todos los días.

En la radio, por su parte, se podrían resumir los cambios con el paso del dominio de la banda AM a la FM y la creciente monopolización de las señales por parte de empresas nacionales y extranjeras, que han privilegiado la política de contenidos orientada a crear nichos de auditores con gustos especiales y únicos. En cuanto a la cantidad de oyentes, según la misma encuesta antes mencionada, un 55% de la población reconoce escuchar radio al menos una vez por día. Cabe aquí reconocer que la actual segmentación de contenidos que experimenta el formato, hace que sólo un porcentaje menor de los oyentes<sup>5</sup> se dedique a escuchar noticias o programas de conversación referidos a la actividad política.

En el caso de la televisión, hemos asistido a varios fenómenos. Desde el punto de vista de la industria se han consolidado cinco canales de televisión abierta, tres privados, uno público y otro de la iglesia católica. No obstante la propiedad de cada medio, todos funcionan bajo el mismo esquema comercial, necesitando de avisadores privados para poder subsistir, y entregando contenidos por criterios comerciales. Al

---

<sup>2</sup> En el estudio del año 2008, un 30% de los chilenos dice evaluar bien o muy bien al congreso y un 20% evalúa bien o muy bien a los partidos políticos.

<sup>3</sup> En el estudio del mes de septiembre: [http://www.adimark.cl/medios/Evaluacion\\_Gov\\_Sept09.pdf](http://www.adimark.cl/medios/Evaluacion_Gov_Sept09.pdf), un 22% de los encuestados aprueba la labor de la Cámara de Diputados y un 26% aprueba la labor del Senado.

<sup>4</sup> <http://www.cntv.cl/medios/Publicaciones/PresentacionPrensaSextaENTV2008.pdf>

<sup>5</sup> Según datos de encuesta Ipsos: <http://www.inteligenciaradial.cl/scripts/estadisticas/template.asp>, las dos radios más escuchadas estarían dedicadas a la música electrónica y la música romántica.



mismo tiempo se ha consolidado la industria de la televisión por cable, que sólo llega a algo más del 30 por ciento<sup>6</sup> de la población. Desde el punto de vista de los usuarios, la televisión ha tenido un avance exponencial, multiplicándose en 50 años, desde su llegada al país hasta hoy, cuando en cada casa hay por lo menos un televisor<sup>7</sup>. De esta forma, se podría decir que televisión es el medio de comunicación masivo más consumido por los chilenos, ya que según el estudio del CNTV, es vista diariamente por el 76% de los chilenos, en un promedio de casi tres horas al día. Al mismo tiempo, en base a la información entregada por la misma encuesta, los noticiarios de televisión son vistos diariamente por el 74,5% de la población, configurándose como el formato informativo más consumido por la población chilena.

El devenir actual de la actividad política chilena, la desafección social en torno a su práctica y sus actores; los cambios de la industria de medios, sus modos de involucrar a la actividad política en sus contenidos, el consumo mediático de parte de la población, son todas informaciones y reflexiones que motivan la investigación y forman parte de su contexto.

Otra justificación para iniciar este trabajo, es el problema teórico de la comunicación política, un campo de estudio inacabado y reciente. Dentro de la temática a la que refiere la investigación circulan conceptos o ideas como la supuesta espectacularización de la política, sostenida por Guy Lochard y Henry Boyer, la mediatización, sostenida por Eliseo Verón, y el análisis funcional de la relación entre medios, política y opinión pública, sostenido por Dominique Wolton. Aquí se afirma que todas estas elaboraciones teóricas constituyen reflexiones en torno a la materia que son dables de contrastar con el análisis de un grupo de actores partícipes de la relación.

De este contexto social y teórico nace la necesidad de interrogar a un grupo de políticos respecto a la relación que mantienen con los medios de comunicación

---

<sup>6</sup> Estadísticas 2009, Subsecretaría de Telecomunicaciones:  
[http://www.subtel.cl/prontus\\_subtel/site/artic/20090831/asocfile/20090831101057/encuesta\\_nacional\\_subtel09.pdf](http://www.subtel.cl/prontus_subtel/site/artic/20090831/asocfile/20090831101057/encuesta_nacional_subtel09.pdf)

<sup>7</sup> <http://www.cntv.cl/medios/Publicaciones/PresentacionPrensaSextaENTV2008.pdf>

masivos, en el entendido de que obteniendo una reflexión profunda de su parte, se podrá avanzar en la descripción de cómo los dirigentes políticos se sitúan en este momento histórico particular.

La idea es describir la percepción de este grupo acotado respecto a cómo estos fenómenos afectan a la sociedad, a la política y a cada uno de ellos en particular. Estas interrogantes se buscarán responder en base a las entrevistas que formarán parte del desarrollo de la investigación.

El trabajo resulta relevante, ya que permitirá obtener la propia visión de los políticos acerca de su relación con los medios. Se intentará llegar desde otro ángulo a la discusión tan en boga en nuestros días acerca de cómo la relación entre la política y los medios ha reconfigurado las prácticas y discursos de la actividad política, desde la visión de uno de los actores de la relación.

La pregunta central de la investigación sería: ¿Cuál es la percepción de los políticos de la Concertación y la Alianza por Chile respecto de su relación con los medios de comunicación masivos?

## **I MARCO TEÓRICO**

A fin de dar un cierto orden a este marco teórico parece necesario definir los conceptos utilizados en la hipótesis de investigación, lo que además servirá para sentar las bases desde las que parte el análisis. El concepto de la percepción individual y grupal, el rol del dirigente político y el concepto de medios de comunicación masivos serán definidos y situados en el contexto de la investigación. A la vez, se intentará observar desde qué lógicas se puede entender la relación entre los medios y la política, y desde ese punto se elaborará una discusión bibliográfica que de cuenta de la relación entre ambos actores sociales. Todo esto se utilizará para conformar un corpus teórico macizo y coherente que permita entender el diseño metodológico y su posterior aplicación al objeto de estudio.

## **1.1 Percepción**

El concepto de percepción pertenece a la psicología y ha sido revisado a través de la historia por diversos autores. En la primera etapa de la psicología como ciencia social, a finales del siglo XIX, surgió la conocida teoría conductista. Burrhus Skinner y John Watson, presentaban a un hombre alejado de la abstracción y el simbolismo, que en su aprendizaje sólo necesitaba de determinados estímulos para dar las respuestas indicadas. Según Denis Coon, el pensamiento de Skinner igualaba la percepción humana a la animal: “Estaba convencido de que las mismas leyes de la conducta se aplican a todos los organismos, entre ellos los humanos. También estaba convencido de que ‘una cultura diseñada’ basada en el reforzamiento positivo podría alentar la conducta deseada”<sup>8</sup>. Como reacción a tal visión del hombre, muchos pensadores del mundo occidental empezaron a relevar el carácter simbólico y autodeterminado que debía tener el hombre moderno. Una de estas corrientes, el cognocitvismo, empezó a preocuparse con mayor atención de la forma como los hombres percibían el mundo y la realidad.

Los cognoscitivistas, representados por autores como Jean Piaget, planteaban que el organismo humano “lejos de ser un receptor pasivo, funciona de manera activa y

---

<sup>8</sup> Coon, Denis, Fundamentos de Psicología, Página 18, ediciones Thomson, Méjico, 2005.

selectiva respecto a los estímulos ambientales, siguiendo un preciso proyecto de comportamiento<sup>9</sup>. Respecto a la materia específica de la percepción, los autores cognoscitivistas planteaban que los seres humanos nos hacemos ideas de la realidad, guiados por nuestros valores sociales y nuestros aprendizajes. Para ellos, la atención es un recurso limitado, ya que cada vez que se fija en algún fenómeno en particular, se pierde la noción de todo el resto de los fenómenos que ocurren en un mismo momento.

Para el cognocitvismo la percepción es estructurada, procura generar un orden ante estímulos desordenados y generar categorías, que nos permiten agrupar nuestro conocimiento. Dota de un sentido para interpretar y se fija más en lo invariable, que en lo común, ya que los seres humanos tendríamos un sistema de creencias coherente, y cada vez que aparece una evidencia que daña alguno de nuestros preceptos, intentaríamos evitarla, orientando selectivamente nuestra atención hacia todo lo que confirme nuestro sistema de creencias.

La percepción de los cognoscitivistas era certera al identificar las cualidades de cada individuo, pero no tomaba en cuenta sus interacciones con el resto de la sociedad. Así nace lo que se da en llamar cognoscitvismo social, representado principalmente por el autor francés Serge Moscovici, quien, para dar con el nexo entre la percepción individual y el resto de la sociedad, creó la teoría de las representaciones sociales, desarrollada en sus investigaciones a partir de su tesis doctoral. Este planteamiento pone su atención en la formación del sentido común, un conocimiento opuesto al científico, que se construye dentro de un grupo cultural y está referido a cuestiones prácticas y sistemas de valores, transmitidos a través de tradiciones y enriquecidos por miles de experiencias sancionadas por la práctica.

A grandes rasgos, según señala Moscovici en su libro *Psicología Social*<sup>10</sup>, las representaciones sociales son imágenes que condensan un conjunto de significados, y funcionan como sistemas de referencia para interpretar lo que nos sucede en nuestra vida diaria. Estas representaciones, se forman en una mixtura entre el fondo cultural

---

<sup>9</sup> Galimberti Umberto, *Diccionario de Psicología*, página 198. Alianza Editores, Buenos Aires, 2002.

<sup>10</sup> Moscovici, Serge, *Psicología Social*. Editorial Paidós, Barcelona, 1985

común y los procesos de comunicación interpersonal que sostiene cada persona, con su familia, vecinos, colegios, trabajos y hasta los medios de comunicación masiva caben en esta denominación. El autor defiende esta nueva propuesta teórica de la psicología social, planteando la imposible división entre el sujeto y lo que lo rodea: “El carácter original e incluso subversivo de su enfoque consiste en cuestionar la separación entre lo individual y lo colectivo, en contestar la partición entre psíquico y social en los campos esenciales de la vida humana”<sup>11</sup>

En la presente investigación, la percepción será entendida como la suma de los conceptos cognocitivistas y de representación social, que van desde las formas en que el ser humano percibe su realidad, hasta los modos en que el contexto social afecta a la misma percepción. La investigación deberá nutrirse de estos elementos para plantear la forma en que los grupos de políticos perciben, guiados por sus propias historias y por los grupos de los que forman parte, la relación con los medios masivos.

## **1.2 Rol Político**

Las formas de entender el liderazgo político han experimentado una progresión histórica que hace difícil conseguir una definición. Por lo mismo, resultará útil plantear tres hitos entre los cuales se han movido las formas de entender al gobernante y su rol en el mundo moderno occidental, desde la visión de la antigua Grecia, pasando por el concepto representación de la ciencia política, hasta llegar al pensamiento liberal del siglo XX.

Como punto de partida tomaremos a la antigua Grecia. La literatura que nos han dejado autores como Platón o Aristóteles, viene de una raíz teórica que no distinguía entre filosofía y ciencia política. Lo político formaba parte de la filosofía y no era dable de entenderse como un ente separado y ligado a la tradición científica que aparecería siglos más tarde. La política, como reflexión y participación en torno a los temas de la polis, era todo lo público, todo lo que no pertenecía al hogar, y por ende, era el momento en que

---

<sup>11</sup> Moscovici, Serge, Psicología Social, página 26. Editorial Paidós, Barcelona, 1985.

todos los hombres participaban como iguales, con la reflexión y la retórica como las únicas armas del debate. De todas maneras, a pesar del debate igualitario, había un hombre o un conjunto de hombres que debía tomar ciertas decisiones, gobernar.

En el caso de Platón, el gobernante debía tener una alta capacidad intelectual, ser un filósofo, y, a la vez, debía tener una clara orientación hacia el servicio, pensar en servir al bien común antes de servirse a él mismo. En el libro *La República*, el personaje Sócrates, conversando con Glaucón, plantea que los hombres buenos se ven obligados a asumir el poder: “los buenos no quieren gobernar ni por dinero ni por honores...sino como el que va a cosa necesaria y en la convicción de que no tienen otros hombre mejores ni iguales a ellos a quienes confiarlo”<sup>12</sup>.

En el caso de Aristóteles, en su libro *Política*, afirma que el gobernante de la mejor democracia debía ser un hombre ilustrado y sin necesidades económicas, aquel que pudiera dedicar su tiempo y conocimientos para gobernar en post de la felicidad común y que, a su vez, pudiera ser fiscalizado por el resto de los ciudadanos “de aquí resulta necesariamente la ventaja de que el poder es ejercido por personas ilustradas, que no comenten faltas graves, y que el pueblo no está degradado ni enfurecido”<sup>13</sup>.

La visión griega de lo político y del carácter y rol de los gobernantes fue tomada por Europa y fue hecha parte del pensamiento moderno. La preocupación por el bien común, la ilustración y la actitud de escucha ante su pueblo, son hasta hoy cualidades ideales que se les suele otorgar a los dirigentes políticos. Sin embargo, esta corriente teórica ha convivido con otras que difieren en esta materia. Se tomarán como ejemplos el concepto de representación y el liberalismo, por considerarlos como ramas de la filosofía política que se prestan a discusión con lo recién planteado, respecto al carácter y rol del dirigente político en la sociedad.

Otra visión del rol político viene del concepto de representación, que tomaremos del italiano Giovanni Sartori. El autor sostiene que el significado de la representación es

---

<sup>12</sup> Platón, *La República*, página 27. Editorial Centro Gráfico, Santiago, 2000.

<sup>13</sup> Aristoteles, *Política*, página 217. Editorial Centro Gráfico, Santiago, 2000.

“hacer presente algo o alguien que no está presente”<sup>14</sup>, en su sentido etimológico. Hablando de la teoría de la representación, afirma que ésta tiene tres significados principales: el jurídico, que vendría de la edad media con el concepto de mandato o delegación; el sociológico, que corresponde a la idea de representatividad o identidad entre el representante y el representado; y el político, que liga a la idea de responsabilidad. Estos tres significados del concepto no funcionarían separados dentro del orden social, es decir, la representación política, tendría algo de identificación sociológica y de contrato legal, pero sin perder su significado principal.

Sartori sostiene que el concepto de representación nace en la época moderna, con el auge del poder de los parlamentos de países como Inglaterra y Francia. Al adquirir mayor poder al interior de los estados, estos estamentos habrían pasado a asumir una doble representación política; primero, como representantes del pueblo, debían responder a las demandas de los ciudadanos, pero más importante que esta última era la noción de representación en nombre de la nación, que daba a los legisladores la posibilidad de responder ante su propia conciencia y no dejar todo el poder en el pueblo representado, que a menudo, según el juicio de los legisladores, no tomaba decisiones en base a las ideas de racionalidad y progreso que campeaban en esa época. De estas dos vertientes de la representación política nacería la idea de responsabilidad: “En el primer sentido el representante hace las veces de otro; en el segundo sentido se pretende un representante de una “conducta responsable”, lo que equivale a decir que su comportamiento se confía , en último término, a la propia conciencia y competencia”<sup>15</sup>.

En términos de rol político, el concepto de representación de Sartori se asemeja bastante a la idea de los pensadores clásicos, pues pone acento en la labor gobernar fomentando la participación de los gobernados, comparable a la idea de democracia griega. Pero la segunda vertiente, de tomar decisiones en base a la propia conciencia, no podría ser compatibilizada con la búsqueda del bien común de los teóricos clásicos, porque aunque las dos visiones dan al propio político la opción de tomar decisiones en base a sus propias ideas, la teoría de la representación habla solamente de la conciencia

---

<sup>14</sup> Sartori Giovanni, Elementos de Teoría Política, página 257. Editorial Alianza, Argentina, 2002.

<sup>15</sup> Sartori Giovanni, Elementos de teoría política, página 268. Editorial Alianza, Argentina, 2002.

y no le da un sentido posterior, como sería la búsqueda del bien común. Además, si la representación se entiende tomando la fuerza de sólo uno de los dos polos, de escuchar a la ciudadanía o tomar decisiones en base a la conciencia individual del representante, el concepto cambiaría y se parecería más al liberalismo, que se pasará a revisar a continuación.

Las raíces de la corriente liberal que nos interesa las encontramos en autores como John Locke, que en el siglo XVII resaltaba la importancia de la propiedad privada, o Adam Smith, que un siglo más tarde fundaba la teoría capitalista. Para esta ocasión se hará uso del pensamiento del economista y politólogo Friedrich Hayek, quien continuó el liberalismo en el siglo XX. Según este autor, históricamente se ha demostrado que las sociedades humanas son más complejas y mejores cuando funcionan espontáneamente y no bajo una organización con un fin determinado. Debería ser la concatenación de acciones de los individuos en procura de su propio bienestar, la que traería el bien común a una sociedad. En esta idea, la labor que cabe a los gobernantes es, por un lado, de carácter coercitiva, vigilando el respeto de los derechos de propiedad de cada individuo, y por otro lado, de carácter servicial, cubriendo las necesidades individuales que el mercado no satisface.

Los conceptos dentro de la definición de rol político que se quieren destacar pueden ser resumidos en tres puntos. Primero, la noción ética, en atención al bien común, que exigían los griegos a sus gobernantes, se diferencia de la propia conciencia que asigna la teoría de la representación y ambas se contradicen con la idea liberal de que cualquier idea que se quiera implantar desde el gobierno terminaría dañando a la sociedad. Segundo, en consecuencia del vacío en el sentido ético del gobierno, las capacidades intelectuales del político solicitadas por los pensadores clásicos y por la teoría de la representación, en el liberalismo van a ser reemplazadas por capacidades técnicas, que sepan de mejor forma aplicar la coerción y los servicios a los más necesitados.

La visión clásica, la teoría de la representación política y la corriente liberal han influido en la filosofía política de la modernidad y en la práctica política occidental de los



últimos siglos. Lo que se sostiene, es que ésta convivencia ha puesto en entredicho el rol de gobernante, dirigente o líder político, generando una cierta ambigüedad, que será contrastada con la propia reflexión de los políticos entrevistados al respecto.

### *Carácter político*

Luego de dejar planteada esta dicotomía en el ámbito del rol, buscaremos construir una visión acerca del carácter del dirigente político, entendido como su posición social y las características que se desprenden de aquello, dando especial atención al caso chileno. Para esto, tomaremos la teoría de clase política, del italiano Gaetano Mosca y la teoría de grupos sociales, proveniente de la psicología social.

Gaetano Mosca, filósofo político de las primeras décadas del siglo veinte, parte de una idea básica. En cualquier estado de desarrollo, las sociedades humanas se van a dividir en dos clases: la de los gobernantes y la de los gobernados. “La primera, que siempre es la menos numerosa, desempeña todas las funciones políticas, monopoliza el poder y disfruta de las ventajas que van unidas a él. La segunda, más numerosa, es dirigida y regulada por la primera de una manera más o menos legal, o bien de un modo más o menos arbitrario y violento, y recibe de ella, al menos aparentemente, los medios materiales de subsistencia”<sup>16</sup>. Luego de esta primera cita, es posible situar a Mosca dentro de una corriente de filosofía política de tipo ‘naturalista’, que sigue los pasos de autores como Maquiavelo o Hobbes, al situarse como descriptor de una cierta realidad más que como proponente de un orden social distinto. Sin embargo, la base teórica de Mosca presenta diferencias respecto a la de los autores mencionados. A diferencia de Hobbes, por ejemplo, para Mosca la función de la política es asegurar medios de subsistencia a los gobernados, no evitar la violencia colectiva natural.

Por otro lado, tenemos en la idea de grupo social, tomada del autor Henry Tajfel, otra forma de entender a los dirigentes políticos. El autor parte su teorización desde el concepto de identidad social. Según él, en la sociedad en que vivimos, todos

---

<sup>16</sup> Mosca, Gaetano, “La Clase Política”, en “Diez Textos Básicos de Ciencia Política”, página 25, editorial Ariel, 2000.

los individuos se esfuerzan por construir una imagen satisfactoria de sí mismos. Dentro de este concepto, que se podría asimilar al de auto-imagen, Tajfel se centra en la identidad social, que abarcaría sólo una parte del concepto anterior. “Entenderemos como identidad social aquella parte del auto-concepto de un individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo (o grupos) social junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia”<sup>17</sup>.

Para el autor, un grupo, para constituirse como tal, debe, primero denotar “una entidad cognitiva que es significativa para el individuo en un momento determinado”<sup>18</sup>. Asimismo, los miembros de un grupo actuarán juntos como grupo cuando sus metas individuales converjan y sólo puedan alcanzarse por medio de la acción común como grupo, y permanecerá cohesionado mientras sus metas sigan siendo comunes.

Al pertenecer a un grupo, el individuo encontraría un sentido emocional, valorativo y racional necesario para su desenvolvimiento en una sociedad determinada. De esta forma, pasaría a auto calificar a su propio grupo de acuerdo a las calificaciones que hace del resto de los grupos identificables con los que se relaciona permanentemente.

Aquí encontramos los dos factores necesarios para el reconocimiento de un grupo social. Primero, la entidad cognitiva, concepto amplio que puede referirse tanto al gusto por un tipo determinado de ropa como al desempeño de una profesión en particular, pero que tiene como requisito representar un sentimiento significativo para el individuo. Luego, de existir esta entidad cognitiva significativa, todo grupo necesitaría definir su propia identidad contrastándola con la identidad del resto de los grupos sociales con los que se relaciona simbólica o prácticamente. Este sería el proceso de categorización social.

Basándonos en las ideas de Henry Tajfel, cada individuo y cada grupo, juzga a los otros individuos y grupos siguiendo ciertos preceptos. A este proceso, el autor lo llama Categorización Social, que puede considerarse como un sistema de orientación que ayuda a crear y definir el puesto del individuo en la sociedad. “La categorización social

---

<sup>17</sup> Tajfel, Henry, Grupos Humanos y Categorías Sociales, página 292, Editorial Herder, 1984.

<sup>18</sup> Ibid., página 291

es un proceso de unificación de objetos y acontecimientos sociales en grupos que resultan equivalentes con respecto a las acciones, intenciones y sistemas de creencias de un individuo”<sup>19</sup>.

Un factor fundamental para el establecimiento de un grupo determinado, es su diferenciación con el resto de los grupos percibidos. El grupo, para definirse como tal, debe crear una identidad propia y, al mismo tiempo, definir las características de los otros grupos, siempre diferentes a las propias. “La adquisición de diferencias de valor entre el propio grupo de uno y otros grupos forma parte inseparable de los procesos generales de socialización”<sup>20</sup>, indica Tajfel.

Cabe aquí establecer una primera diferencia entre los conceptos de clase política y grupo social. Habría que decir que no existe una contradicción entre las dos ideas, es más, se podría afirmar que en la relación, un concepto general, el de grupo, contiene dentro de su significación al de clase política, desde luego más específico. Es desde este punto de vista, que la investigación, en este punto, no busca tanto la discusión entre ambas ideas, sino que busca descubrir cuál de las dos resulta más conveniente para analizar el carácter del grupo de entrevistados.

Volviendo al concepto de clase política, Mosca explica el dominio de la mayoría por la minoría, debido a la organización de la segunda. “Es forzoso el predominio de una minoría organizada, que obedece a un único impulso, sobre la mayoría desorganizada. La fuerza de cualquier minoría es irresistible frente a cada individuo de la mayoría, que se encuentra sólo ante la totalidad de la minoría organizada”<sup>21</sup>. Hasta este punto, la teoría de Mosca coincidiría con la explicación de la matriz socio-política chilena, planteada por Manuel Antonio Garretón, quien en su análisis histórico destaca la importancia que durante el siglo veinte tuvieron las funciones del Estado chileno y su sistema de partidos. El régimen político habría cooptado la organización de la sociedad civil, y si bien en los últimos años la influencia se ha aminorado, por la falta de otra matriz definida, igual continúa existiendo en algún grado.

---

<sup>19</sup> Ibid., página 291

<sup>20</sup> Ibid., página 292

<sup>21</sup> Mosca, Gaetano, “La Clase Política”, en “Diez Textos Básicos de Ciencia Política”, página 25, Editorial Ariel, 2000.

Haciendo un análisis de los distintos estadios de desarrollo social, Mosca dice que las sociedades pueden tener clases penetradas por el mundo militar, por el mundo religioso, o en el caso de las sociedades modernas, por los mundos científico y económico. En este punto, resulta sostenible afirmar que a lo largo de su historia, la dirigencia política nacional ha sido en algún sentido determinada por los mundos militar, económico y religioso, tanto por las rutinas, ideologías y actores que han representado a tales mundos.

La clase política de Mosca se debate entre la estabilidad y la inestabilidad, por los continuos cambios sociales. “Si en una sociedad aparece una nueva fuente de riqueza, si aumenta la importancia del saber, si la antigua religión declina o nace una nueva, si se difunde una nueva corriente de ideas, al mismo tiempo tienen lugar importantes cambios en la clase dirigente”<sup>22</sup> (p.34). Vista desde este punto de vista, la historia de la civilización humana sería la lucha entre la clase dominante por extender su poder mediante la herencia legal y simbólica contra las fuerzas de la inestabilidad y el cambio social, que batallarían por establecer una nueva fuerza de dominio, una nueva y duradera costumbre.

¿Conforma la dirigencia política de hoy una clase o conforma un grupo social? La posibilidad de ver a los dirigentes políticos chilenos como una clase ha sido discutida por varios científicos políticos. Una forma de obtener una respuesta, en base a las ideas de Getano Mosca, se puede empezar a configurar utilizando ciertos datos estadísticos. En el caso de la permanencia en el poder, se puede citar como ejemplo la tasa de recambio de la cámara de diputados, definida por distintos autores como la puerta de entrada a la dirigencia política. En cada elección de 1990 a la fecha, el recambio baja el 40%, una tasa menor a la existente antes del golpe de estado de 1973. En cada elección se presenta nuevamente cerca del 80% de la cámara, y de ese porcentaje, otro 80% sale nuevamente elegido. Asimismo, más del 85% de los parlamentarios son hombres; cerca del 90% tiene estudios universitarios, casi el 60% entre la Universidad de Chile y la

---

<sup>22</sup> Ibid., página 34

Universidad Católica<sup>23</sup>. Respecto al carácter hereditario, casi un 56% de los parlamentarios reconoce haber tenido un familiar cercano dedicado a la política.

Aunque todavía no existe coincidencia teórica el respecto, resulta creíble plantear dos quiebres en nuestra dirigencia política, similares a los presentados por Mosca, en los últimos cuarenta años de nuestra historia. Primero, desde los años cincuenta en adelante se habría producido un lento ingreso de ciertos sectores de la clase media y la clase popular al sistema de partidos, sobre todo en los partidos de la izquierda política, el PS y el PC. Este proceso de renovación de la dirigencia política habría sido coartado con el golpe militar y su largo paréntesis de la práctica política democrática. Luego, con la llegada de la democracia, en la mayoría de los partidos el poder fue retomado por quienes lo ejercían hasta antes de la interrupción. Pero un aporte importante a cierta renovación de la dirigencia vendría de la recién creada UDI, cuya mayoría dirigenal había sido instruida políticamente durante el gobierno militar.

Luego de diecinueve años de práctica política, en el contexto de la democracia representativa, es posible observar en nuestra dirigencia algunas características que podrían llevarla a configurar una clase política, en la idea de Mosca. La baja militancia en todos los partidos políticos, el continuo encarecimiento de las campañas para competir genuinamente en las elecciones, la medianamente baja tasa de renovación de nuestro parlamento y de las figuras de la coalición de gobierno que toman parte en el poder ejecutivo; todos estos son factores que contribuyen a la formación de una cierta clase. Sin embargo, porque todos estos factores aún no alcanzan un grado de madurez, en el estado actual de nuestro sistema de partidos y de dirigentes, no es posible afirmar que estemos ante una clase política formada y con un mínimo de estabilidad.

En cambio, parece más factible aplicar el concepto de grupo social a los dirigentes políticos chilenos, ya que cumplen los dos factores necesarios. Primero, tendrían una entidad cognitiva común, dada por detentar un cargo público y militar en un partido político. Luego, dentro de sus distintas funciones compartirían rutinas profesionales

---

<sup>23</sup> Rodrigo Cordero La Composición Social de la Nueva Cámara de Diputados: Cambios y continuidades en perspectiva histórica (1961-2010), DOCUMENTOS DE TRABAJO ICSO, Universidad Diego Portales

determinadas, ya sea dentro de su propio partido, en el poder ejecutivo o en el legislativo, los políticos comparten ciertas rutinas de comportamiento comunes, ajenas a otros grupos sociales. Quedará por observar, luego del desarrollo de la investigación, si los políticos de distintas coaliciones y experiencia categorizan con las mismas ideas a los medios de comunicación, que en este caso podrían constituirse en un grupo ajeno y en constante relación.

Después de identificar algunos factores que podrían identificar a los políticos como grupo particular, conviene decir que dentro de esta lógica existirían diferencias entre actores del grupo político, tanto en la división entre dirigente y militante de base, como en la división ideológica y rutinaria de coaliciones y partidos políticos que existe en las democracias representativas. A través de la investigación, centrada en un grupo de políticos en cargos de poder, se buscará encontrar una percepción común desde la perspectiva de grupo social, respecto a la relación con los medios masivos.

De esta forma, si los políticos forman parte de un grupo social determinado, deberían suscribir una conclusión común respecto a su rol en la sociedad, respecto a los medios que consumen, al comportamiento de los medios cuando hacen referencia a su labor y a su propia relación con estos. Esto debería verse reflejado en sus respuestas

En este sentido, antes que hablar de clase, se preferirá la visión de los políticos con un grupo determinado, esto desde el punto de vista de la psicología social. De la teoría de grupos de la psicología social, tomaremos algunos conceptos que nos ayudarán a entender a los políticos en general y a cada partido como grupos determinados.

Como se ve, el término grupo resulta más relevante para esta investigación, pues lo que interesa es buscar posibles identidades y visiones comunes entre los políticos respecto a su relación con los medios masivos.

### **1.3 Medios**

Otro término que aparece implicado en la investigación es el de 'medios de

comunicación masiva'. Utilizando la visión de Guy Lochard y Henry Boyer<sup>24</sup>, se podría decir que un medio de comunicación es un cierto dispositivo que permite la comunicación entre dos o más personas. De esta forma, un medio masivo va a ser el dispositivo que permitirá la comunicación entre cientos o miles de personas a la vez. Cuando hablamos de dispositivo, hacemos mención a una técnica dada y a las implicancias sociales que tal técnica trae inevitablemente aparejadas.

Una perspectiva diferente es la propuesta por la teoría sistémica, que entiende a la sociedad como un sistema complejo. La visión de esta teoría respecto a los medios masivos es incorporada por Mikel Alsina. El autor considera a los medios como un sistema que funciona con unos inputs, los acontecimientos, y que produce unos outputs que transmiten: las noticias. Alsina sostiene que además se da la retroalimentación, ya que estas noticias son recibidas como acontecimientos por los individuos receptores de la información. Se establece, por consiguiente, una relación dialéctica entre el sistema y el ecosistema, en la que cada uno pretende establecer su predominio. Es decir, los mass media utilizan como materia prima los acontecimientos sociales y, a su vez, son productores de noticias que se van a convertir en acontecimientos sociales.

Siguiendo la teoría sistémica de Berger y Luckman, Alsina plantea que los medios contribuyen en la creación de la realidad social “podemos establecer que los periodistas tienen un rol socialmente legitimado e institucionalizado para construir la realidad social como realidad pública y socialmente relevante”<sup>25</sup>.

En este caso parece plausible tomar dos conceptos mencionados para construir una posible definición de medio de comunicación masivo. Primero, la idea de dispositivo, que permite la comunicación entre dos o más personas. Luego, que este dispositivo tiene implicancias técnicas y sociales, que lo vendrían a constituir como un constructor de realidad social.

---

<sup>24</sup> Louchard Guy, Boyer Henry, La Comunicación Mediática. Editorial Gedisa, Barcelona, 2004.

<sup>25</sup> Alsina, Mikel, La Construcción de la Noticia, página 30, Editorial Paidós, Barcelona, 1989.

Como medios de comunicación masiva vamos a considerar a la prensa escrita, la radio, la televisión y la Internet, los cuales que pasaremos a describir en cuanto a su estado actual en el país y a los sentidos de sus lenguajes.

### *Prensa escrita*

En sus inicios, si seguimos la historiografía de Jurgen Habermas, la prensa escrita europea era considerada un instrumento esencial de organización del “espacio público”, entendido como el espacio simbólico intermedio entre sociedad civil y el Estado, que permitía el intercambio de argumentos y la generación de una opinión pública enfrentada al poder. En Chile podríamos decir que sucedió algo similar, años después, ya que los primeros diarios y revistas del siglo XIX se dedicaron, sobre todo, a debatir respecto a temáticas políticas, muchas veces sin buscar la actual ‘objetividad’.

Sin embargo, según Guy Lochard y Henry Boyer, con el paso de los años y el advenimiento de la democracia liberal, a partir del siglo XIX en Europa y en el caso de Chile en el siglo XX, el periódico empezó a regirse por lógicas de rentabilidad y por imperativos de eficacia que diferencian fuertemente al escrito periodístico de los escritos literarios.

Como un fenómeno paralelo, vemos que los autores señalan que el concepto de información ha quedado en entredicho en el caso de la prensa escrita, por el protagonismo de otros medios, como la televisión, radio e Internet, que transformarían al diario en un informador de segunda mano. Según Lochard y Boyer, lentamente, la prensa ha tomado un lugar distinto, poniendo énfasis en el análisis y el comentario de los hechos noticiosos, que permite el paso del tiempo. Sin embargo, otros autores como Maxwell Mc Combs, señalan que la prensa escrita continúa manteniendo protagonismo, pues manejaría la agenda, al entregar a los otros medios los temas más relevantes de cada día.

En otro sentido, analizando el lenguaje del periódico en términos semióticos, se



podría señalar que da preponderancia a lo verbal, a las palabras, y coloca en términos secundarios al lenguaje visual de las fotografías. Usando los códigos lingüísticos de Charles Peirce, el lenguaje del periódico sería principalmente simbólico y, por ende, requeriría del lector un proceso de abstracción y significación del contenido enunciado.

En el texto periodístico existiría un “estricto respeto de normas y códigos, en particular en lo que se refiere a la puesta en discurso y al material lingüístico utilizado”<sup>26</sup>, las notas de corte informativo deben seguir una cierta línea narrativa que casi excluye la creatividad del periodista. Algo diferente ocurre con otros contenidos como la editorial, el reportaje o la columna de opinión que otorgan mayor libertad a quienes las ejecutan.

Asimismo, dado el su soporte escrito y su formato, el periódico entrega una libertad de lectura singular. “Se caracteriza entonces por una irreductible libertad del lector, que efectúa singulares recorridos de descubrimiento y que constituye, mediante juegos de asociaciones entre las unidades informativas, imprevisibles redes de significación”<sup>27</sup>.

El autor Héctor Borrat agrega a lo anterior una reflexión respecto al rol particular del periódico en el sistema político, “el periódico, como parte del sistema político, es un actor social puesto en situaciones de conflicto con otros actores, especializado en la producción y comunicación masiva de relatos y comentarios acerca de los conflictos existentes”<sup>28</sup>. Es decir, el periódico es, al mismo tiempo, actor de conflictos y relator de estos.

Según Borrat, cuando el periódico quiere conservar o reforzar las relaciones de fuerza existentes utiliza el consenso como supuesto básico. Al contrario, cuando quiere modificarlas, utiliza el conflicto. Asimismo, el periódico opta por el consenso cuando informa o comenta sobre grupos cercanos y por el conflicto al referirse a sus antagonistas.

---

<sup>26</sup> Louchard Guy, Boyer Henry, La Comunicación Mediática, página 94, Editorial Gedisa, Barcelona, 2004.

<sup>27</sup> Ibid., página 96

<sup>28</sup> Borrat, Héctor, El periódico como actor político, Pág. 47, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1989.

## *Radio*

La radio parte en Chile en la década de los 40, llega desde Europa y Estados Unidos. Primero la toman las universidades, con un fin científico, para descubrir las particularidades técnicas del medio, y un fin social, ya que permitía llegar a gran cantidad de gente con información. Luego, será la política y la entretención las que tomen parte del soporte, la primera con espacios comprados por gobernantes u opositores para difundir sus ideas o con espacios independientes de discusión. También se descubre su potencial de recreación, se transmiten radio teatros y cada vez más música de gusto popular.

Hoy, el sistema de radio chileno combina algunas emisoras de contenidos generalistas, con otras de contenidos específicos para ciertas edades o grupos sociales determinados. Asimismo, en los últimos años existe un auge de los programas de conversación o debate, donde periodistas y los propios políticos conversan sobre diversas temáticas.

Siguiendo a Lochard y Boyer, diremos que la radio nos introduce en la era de la instantaneidad, establece una “relación de contemporaneidad entre la instancia de producción y la de recepción”<sup>29</sup>, que a su vez genera una relación directa entre el locutor y sus radioescuchas.

Respecto a su lenguaje, a diferencia del periódico, la radio se apoyaría en conjunto de materiales significantes que pertenecen al universo sonoro, como el lenguaje oral, la música y los ruidos. Siguiendo con los signos de Pierce, en el sistema oral de la radio, distinto al gráfico, prevalecería el orden indicial, dada la principal importancia del contacto entre el locutor y sus oyentes.

## *Televisión*

---

<sup>29</sup> Louchard Guy, Boyer Henry, *La Comunicación Mediática*, página 117, Editorial Gedisa, Barcelona, 2004.

La televisión fue inventada en Estados Unidos entre las dos guerras mundiales, pero sólo se desarrolló como medio público a fines de la década de 1940. A Chile llegó una década después, tal como la radio, a las universidades, que también se dedicaron a descubrir sus características técnicas y relevar su carácter de transmisor educativo. Sin embargo, en los años venideros, sobretudo después del golpe militar, el mercado fue influyendo en los contenidos del formato, primero con el auto financiamiento de los canales, que los obliga a vender sus contenidos a empresas a cambio de publicidad, y luego, en los años 90, con la aparición de canales privados y el auge de la conexión por cable.

En la actualidad es el medio de comunicación más consumido por la población chilena. Como planteamos en la introducción, un 76% de los chilenos ve televisión, en un promedio de tres horas por día. Estos datos lo configuran como el formato de preferencia por el cuál la población se informaría de la actividad política y, por lo tanto, se buscará con especial atención la evaluación al respecto de parte de los políticos entrevistados.

Respecto al lenguaje de la televisión, citando a Lochard y Boyer, diremos que, respecto al cine, inaugura otra forma de relación comunicativa, que se basa en dos propiedades:

Una técnica, la transmisión directa de imágenes y sonidos “que condensa una misma operación el rodaje, el montaje y la difusión, que son etapas distintas y sucesivas en el cine”<sup>30</sup>. Coloca al auditor en una relación de contemporaneidad, copresencia con el acontecimiento.

Y otra propiedad enunciativa, entendida como la mirada directa a la cámara de los conductores/animadores, que los pone en contacto directo con el espectador, y que tal como la radio, nos reenviaría al signo indicial de Pierce.

---

<sup>30</sup> Ibid., página 134

La imagen registrada estaría basada en la subjetividad de quien la crea; primero mediante el encuadre, que significa la elección de una parte de la realidad a mostrar por sobre otras que son dejadas fuera. Luego, por el montaje o la edición, que se genera simultáneamente en el caso del directo y en una sala de edición en el caso de emisiones grabadas. “al articular los diferentes planos, mediante esta operación se establecen relaciones semánticas en estas unidades. Las relaciones pueden ser de simple sucesión, pero también de causalidad, lo cual no resulta indiferente para la futura interpretación”<sup>31</sup>.

### *Internet*

La Internet nace hace treinta años en los círculos académicos de Estados Unidos, pero no es hasta fines de los años noventa, cuando empieza su expansión. Hoy, en nuestro país, cerca del 30%<sup>32</sup> de los hogares posee una conexión a este medio y muchas otras personas se conectan a través de las escuelas o comercios que ofrecen el servicio (cibercafés).

Por su corta existencia y por su complejidad, aún no se elabora una teoría de su lenguaje que sirva de obligada referencia para quienes estudian el tema. Lo más aceptado es la unión de los conceptos hipermedia e hipertexto. El primero indica la facultad de juntar en un mismo soporte el lenguaje simbólico del texto escrito, con el sonoro de la radio, la imagen estática de la fotografía y la imagen en movimiento de la televisión. En cuanto al segundo, se refiere a la pérdida de la linealidad en la lectura, dada por el orden y los distintos soportes de las páginas web, como también por la posibilidad que dan los hipervínculos de saltar de una información a otra sin perder un cierto sentido lógico.

El autor francés Jean Pierre Balpe, explica las características que posee el concepto de hipertexto en la actualidad: “el ‘texto’, conjunto de lo que es dado a leer, ya no se

---

<sup>31</sup> Ibid., página 136

<sup>32</sup> Estadísticas de Subsecretaría de Telecomunicaciones,  
[http://www.subtel.cl/prontus\\_subtel/site/artic/20090831/asocfile/20090831101057/encuesta\\_nacional\\_subtel09.pdf](http://www.subtel.cl/prontus_subtel/site/artic/20090831/asocfile/20090831101057/encuesta_nacional_subtel09.pdf)

considera como un bloque previamente construido...sino como una reunión de fragmentos relativamente independientes que pueden seguir lógicas de orden diferentes...En consecuencia, la no-linealidad de estos fragmentos autoriza lecturas múltiples<sup>33</sup> que se despliegan sobre un espacio único, que en este caso vendría a ser la pantalla del computador. Sin embargo, Balpe afirma que la construcción actual del hipertexto computacional es limitada, ya que presentaría una capacidad baja de conceptualización, que derivaría en una corta variedad de caminos de lectura predeterminados.

La mayoría de los medios de comunicación chilenos poseen sitios o páginas de Internet, donde la posibilidad de alternar textos escritos, sonidos, imágenes estáticas y en movimiento, le otorga un sentido distinto a la información entregada. Por otra parte, los medios informativos de internet aspiran a una contemporaneidad entre el acontecimiento y su difusión, igual o mayor a la de la televisión o la radio.

### *Información*

Conviene hacer un breve paso por cómo los medios se relacionan con la información, pues es la forma por la cual la mayor parte del tiempo hablan sobre la actividad política.

Diremos primero que en términos ideales, la información mediática debiera responder a criterios pedagógicos, de ayuda a la comunidad o de debate público de ideas. Pero para cumplir ese ideal se enfrenta con distintos obstáculos. Primero, porque debe seleccionar los hechos a comunicar. Y segundo, porque debe seducir al destinatario para conseguir su atención.

La política editorial muestra los criterios que rigen en cada medio para la selección de las noticias. De todas maneras, podría ser común que existan acuerdos implícitos entre las distintas empresas de medios, ya que con frecuencia coinciden en las noticias

---

<sup>33</sup> Balpe, Jean-Pierre, "Hipertextualizaciones", en Revista Comunicación y Medios ICEI, nº 14, año 2003, <http://www.icei.uchile.cl/comunicacionymedios/14pbalpe.html>

que eligen. Además de copiarse unos a otros, los medios eligen los acontecimientos que transforman en noticia en base a ciertos criterios, que Lochard y Boyer resumen en tres: la actualidad, referido a la cercanía temporal del hecho; la proximidad, referida a la cercanía espacial y los psico afectivos; referidos a la cercanía psicológica.

Luego, en cada formato existe una jerarquización de los acontecimientos, en el diario, por el número de páginas y tamaño de la nota, en radio y televisión, por sus lugar en el noticiario y su duración.

Otro autor que investiga el establecimiento de la pauta diaria de noticias es el estadounidense Maxwell McCombs. En su libro "Estableciendo la agenda"<sup>34</sup> sostiene que la creación de la agenda de los medios puede ser representada por una cebolla, con las capas de influencia: las fuentes informativas, los otros medios de comunicación y las normas de presentación informativa, estos tres factores confluían en crear la agenda diaria.

Asimismo, en el caso de las fuentes informativas, en la sociedad democrática habría distintas agendas, la de los políticos, la de la iglesia, la de las empresas o la de las ong's, todas tratando de influir en la agenda mediática. La labor de los medios sería configurar el listado de temas a tratar considerando lo que proponen las fuentes, lo que hacen el resto de los medios, y las reglas que deben seguir en cada uno de los formatos.

Otra particularidad de la noticia es la contradicción implícita que necesariamente trae a colación: los hechos a comunicar deben significar una novedad al destinatario, pero a la vez, para ser entendibles, deben reproducir un modelo preexistente.

Según Patrick Charadeau, la puesta en discurso de la información da lugar a dos tipos de estrategias discursivas:

- Las de credibilidad: obligación de veracidad que necesita de pruebas para

---

<sup>34</sup> McCombs, Maxwell "Estableciendo la agenda". Editorial Paidós, Barcelona, 2004.

comprobar los hechos narrados, como imágenes o comentarios de sujetos presenciales.

- Las de seducción: apelan al aspecto emocional del destinatario, a su condición de consumidor de espectáculo. Se traducen en efectos de dramatización, como la “incorporación de los hechos referidos en esquemas narrativos que apelan al imaginario ficcional del destinatario”<sup>35</sup>, que pueden ser relatos con algunos principios dramáticos arquetípicos, como la búsqueda o el enfrentamiento. Este último tratamiento dramático, el conflicto o enfrentamiento, resulta común en la forma que los medios dan conocer acontecimientos de la actividad política.

El noticiario televisivo responde a un propósito de información inmediata. Tiene “una función ritual dentro del ritmo de la vida cotidiana. Por esta circunstancia, su función comercial es decisiva para la economía de las cadenas”<sup>36</sup>. Representaría, según el pensamiento expresado por Eliseo Verón<sup>37</sup> en diversos textos, una relación de complicidad entre el conductor y el espectador, ya que se miran a los ojos rutinariamente, todos los días a la misma hora, durante la presentación de las noticias.

Esta palabra informativa, sólo adquiere su eficacia plena porque mantiene un vínculo permanente con el exterior, mediante secuencias de imágenes comentadas por el presentador, informes de corresponsales en directo y reportajes previamente grabados. Estos últimos, hoy se caracterizan por su extrema brevedad, que afecta también a las notas referidas a la actividad política.

#### **1.4 Política y medios**

---

<sup>35</sup> Louchard Guy, Boyer Henry, La Comunicación Mediática, página 66, Editorial Gedisa, Barcelona, 2004.

<sup>36</sup> Ibid., página 143

Los políticos que serán entrevistados en la investigación en curso, se referirán a la relación particular que mantienen con los medios de comunicación masivos y más específicamente, a la forma en que evalúan el comportamiento de los políticos frente a los medios y vice-versa. Esta reflexión que se espera desarrollen, debería circular en torno a dos cuestionamientos distintos, que sin embargo pertenecen a la misma temática. La primera interrogante corresponde al sentido y la valoración de la relación entre políticos y medios en la sociedad contemporánea, la importancia que tiene para la sociedad en su conjunto y para los políticos como grupo. La segunda, despejado el tema de la relación general, busca reflexionar en torno a la relación particular que tiene cada político con los medios, desde un punto de vista práctico y simbólico, la relevancia, el sentido y la valoración que cada político da a su contacto con los medios. Claramente, a pesar de ser útil y posible la separación, la unión o el cruce de ambas temáticas en la reflexión es inevitable, ya que su origen es el mismo.

Para reflexionar en torno a estas dos interrogantes planteadas, y obtener el material con que serán analizadas las entrevistas, revisaremos las ideas de distintos autores que han puesto atención a esta temática.

Un autor que se refiera a la relevancia de la relación entre política y medios es el argentino-francés Eliseo Verón. Según su visión, nuestras sociedades están en vías de mediatización, esto entendido como que todas las prácticas sociales están cambiando debido a la presencia de los medios de comunicación. Este proceso sería diferente en cada sector de la sociedad, la economía, la cultura o la política, se mediatizan en distintos niveles y ritmos.

Para Verón, uno de los sectores del funcionamiento social que ha sufrido una importante transformación por el hecho de que existen los medios, es precisamente la política, afectada, sobre todo por la presencia de la televisión. El autor habla de democracia audiovisual, y la define de este modo: “la pantalla chica se convierte en el sitio por excelencia de producción de acontecimientos que conciernen a la maquinaria estatal, a su administración, y muy especialmente a uno de los mecanismos básicos del funcionamiento de la democracia: los procesos electorales, lugar en que se



construye el vínculo entre el ciudadano y la ciudad”<sup>38</sup>.

Respecto al lenguaje que predomina en la televisión, Verón utiliza la clasificación de los signos de Pierce, que, recordemos, los divide en símbolos, íconos e índices. Plantea a lo indicial, entendido como aquello que es índice de otra cosa, como lo más relevante del lenguaje televisivo. La pura imagen no sería lo más relevante, sino el cuerpo y la mirada como significantes, la relación entre el individuo de la pantalla y el que lo mira desde su sillón. Poniendo como ejemplo el noticiario de televisión, el autor sostiene que más importante que las imágenes sería el rostro del periodista leyendo todos los días el noticiario, el hecho de que esté todos los días, a la misma hora, mirándonos a los ojos. También esto podría aplicarse al caso de los políticos, que en televisión buscarían una relación de contigüidad con los espectadores.

Una visión complementaria tienen los autores Guy Lochard y Henry Boyer, plasmada en el libro *La Comunicación Mediática*. Para ellos, existe una diferencia respecto al tratamiento que deben dar los medios a realidades naturales y realidades sociales. Las primeras, asociadas a catástrofes de la naturaleza, sólo pueden ser abordadas por el periodista o animador desde un punto de vista constatativo. En el caso de las segundas, se construyen desde ‘autorepresentaciones’, de individuos y grupos, “que son concientes de la mirada de los demás y actúan en consecuencia”<sup>39</sup>. Este mostrar a los demás nuestros actos buscando la seducción, representaría el concepto de espectáculo, que está presente en la actividad política mediática, en contraposición a las visiones tradicionales que ligaban la política a la coerción o al logro de adhesiones racionales.

Conviene aquí consignar que el concepto de espectáculo es obtenido del francés Guy Debord, quien en los años 60 identificó a Francia con la idea de una sociedad del espectáculo. Esta sociedad representaría una visión de mundo dominante en la que reina la apariencia y las imágenes, que reemplazarían al mundo real de la propia

---

<sup>38</sup> Veron, Eliseo, “Interfaces. Sobre la democracia audiovisual avanzada”, en “El nuevo espacio público”; página 125, Editorial Gedisa, Barcelona, 1995.

<sup>39</sup> Lochard, Guy, Boyer, Henry, “La Comunicación Mediática”; página 170; Editorial Gedisa, Barcelona, 2004.

experiencia y lo volverían a constituir, permitiendo al poder perpetuar su dominación. “Bajo todas sus formas particulares, información o propaganda, publicidad o consumo directo de diversiones, el espectáculo constituye el *modelo* presente de la vida socialmente dominante”<sup>40</sup>, señala Debord.

Es claro que según señalaba Debord el espectáculo no se encierra en la realidad producida por los medios de comunicación de masas, pero para Lochard y Boyer, su presencia ha adquirido una nueva dimensión luego de lo que ellos señalan como la subordinación de la vida política a la ley de los grandes medios de masas.

Los políticos, por un lado, construirían ‘imágenes públicas’, tratando de esconder sus verdaderas personalidades y conductas, siempre asistidos por asesores comunicacionales. Los medios masivos, por otro lado, impondrían sus propios tiempos, siempre más urgentes que los de la política. Los medios, “al presentarse como intermediarios de la opinión pública que se conoce mediante encuestas, someten a los políticos a ley de la urgencia”<sup>41</sup>.

En este contexto, para los autores, entre los políticos y los medios masivos se genera una relación de mutua dependencia e instrumentalización, transformando profundamente las condiciones de ejercicio del poder.

Desde una perspectiva teórica distinta, respecto al problema actual de la relación entre la política y los medios, se plantea el autor francés Dominique Wolton. De él tomaremos su reflexión sobre el concepto de comunicación política y la influencia de los medios de comunicación en su configuración. En un breve texto, “La comunicación política: construcción de un modelo”, el autor analiza el actual escenario desde una perspectiva sistémica, asignando funciones a cada actor de la comunicación política: medios masivos, opinión pública y políticos.

---

<sup>40</sup> Debord Guy, La sociedad del espectáculo, página 3. Revista Observaciones Filosóficas, <http://www.observacionesfilosoficas.net/download/sociedadDebord.pdf>

<sup>41</sup> Lochard, Guy, Boyer, Henry, “La Comunicación Mediática”; página 171; Editorial Gedisa, Barcelona, 2004.

La base del modelo de Wolton es su definición de la comunicación política actual: “el espacio en que se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política, y que son los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos”<sup>42</sup>. Estos tres actores harían posible a la política en la sociedad de masas

Al poner su acento en el conflicto entre políticos, medios de comunicación y opinión pública, el autor rechaza otras líneas teóricas bastante comunes en el estudio de medios y política: que el público es frágil, manejable y se deja influir por los medios, o que el actual papel preponderante de los medios implica la caricaturización de la política, o el triunfo de la forma sobre el fondo. “La comunicación política exactamente se nos revela, pues, como lo contrario a una degradación de la política, pero como la condición del funcionamiento de nuestro espacio público ensanchado”<sup>43</sup>. Y agrega: “No lleva a suprimir la política ni a subordinarla a la comunicación sino, por el contrario, a hacerla posible en la democracia masiva”<sup>44</sup>, ya que los medios de comunicación y las encuestas constituirían una condición esencial para el funcionamiento de la comunicación política en la actualidad. Se deja ver la valoración que hace Wolton de los medios en la actualidad, en su rol funcional de permitir la discusión política en las sociedades de masas.

En la democracia masiva de Wolton los medios tienen distintas funciones. Son el canal a través del cual los políticos ‘bajan’ a la opinión pública las cuestiones que desean comunicar, pero también son los medios mismos quienes producen información y acción política, sobre todo en los periodos de normalidad política, cuando imponen los temas que se deben discutir.

Dentro de los autores revisados existe un consenso en torno a la importancia creciente de los medios de comunicación en la actividad política. Sin embargo, al describir y valorar la relación se ingresa en una contradicción. Por un lado la

---

<sup>42</sup> Wolton, Dominique, “La comunicación política: construcción de un modelo”, en “El nuevo espacio público”; página 31; Editorial Gedisa, Barcelona, 1995.

<sup>43</sup> Ibid., página 31

<sup>44</sup> Ibid., página 31

masificación y consolidación de los medios, especialmente de la televisión, estarían exacerbando la condición de espectáculo de la actividad, por sobre otros fundamentos de corte racional elevados por la modernidad.

Por otro lado, la importancia ganada por los medios masivos en los procesos políticos, los haría participar como un actor más en la toma de decisiones, en supuesta representación de la 'opinión pública', conformando una relación de mutua instrumentalización con los políticos. Esta relación instrumental, podría interpretarse también desde un punto de vista funcional, entendiéndola como un pilar importante para el funcionamiento de las democracias modernas, por el papel de los medios de proporcionar información de temas públicos a la masa de población que no tendría otra forma de informarse, y por la continua fiscalización que realizarían a la actividad política.

Considerando la discusión planteada, el trabajo buscará definir dónde está la percepción de los políticos. Si le entregan relevancia a la práctica de los medios en la sociedad en general y en el rol político en particular, como hacen todos los autores consultados; de qué forma valoran la acción de los medios en torno a la actividad política y de qué forma valoran el actuar de los propios políticos frente a los medios, si piensan que la actuación de ambos configura un espectáculo que daña a la sociedad o si al contrario, piensan una relación en términos funcionales, que contribuiría a tener una sociedad más informada.

### *Rol y relación particular*

La relación general entre la política y los medios, debería tener consecuencias en la relación particular que cada político establece con los medios de comunicación. Como hemos revisado anteriormente, hay una visión, representada en este caso por Lochard y Boyer, que liga la relevancia actual de los medios con la producción de espectáculos en el campo de la política. Esto es, que los políticos de nuestras sociedades se verían obligados a estar planeando 'acciones comunicacionales' representadas a través de los medios, para que éstas seduzcan a los espectadores. Por otra parte, los medios de

comunicación, asehados por la urgencia de producir noticias y de conquistar a la mayor cantidad de consumidores, obligarían a los políticos a seguir sus tiempos y sus guiones preestablecidos.

Otro autor que reflexiona respecto al político en los medios de comunicación es el francés Régis Debray, quien en su libro *El Estado Seductor* de 1995, hace un análisis de las formas en que la televisión ha cambiado al político.

Debray indica que históricamente la figura del presidente fue reconocida por sus gobernados en dos planos: el físico, común al resto de los seres humanos y el místico, que lo designaba como el representante legal de su pueblo. Para el autor, la televisión tiende a confundir el individuo físico y el símbolo místico. El verbo y su encarnación se harían uno sólo, haciendo que la personalización física arruiné a la personificación mística.

Asimismo, agrega que la televisión fortalece las figuras unipersonales en vez de los grupos políticos. Esto genera que pierdan fuerza los partidos políticos y los parlamentos, porque no entran en el cuadro de la cámara y, por ende no pueden formar imagen “en la era del primer plano, una Asamblea, incluso nacional, es demasiado colectiva para entrar en el cuadro y formar imagen. La televisión desplaza la función representativa de encarnación hacia la cumbre del Estado: Presidente y Primer ministro”<sup>45</sup>.

Bajo este contexto, el personal político debe cambiar su comportamiento tradicional, enfocado a sus propias ideas, por otro enfocado a la gente. “El nuevo personal político se pretende a la escucha, al acecho. Se moldea sobre y quiere añadirse el elector máximo, ‘la gente’”<sup>46</sup>. Siguiendo con la lógica del autor, el mejor profesional de la video-política será el que tenga un rostro telegénico (agradable a la vista) y un hablar claro y entretenido, todo a la vez.

---

<sup>45</sup> Debray, Régis, “*El Estado Seductor*”, página 21, Editorial Manantial, Buenos Aires, 1995.

<sup>46</sup> *Ibid.*, página 30

Este supuesto nuevo personal político, del que habla Debray, puede ser contrastado con la visión de rol político expresada al inicio de este marco teórico. Aquí vamos a sostener que el político integrado a los beneficios de la relación, que la ve como una forma de comunicarse con los ciudadanos o como una técnica para hacer una mejor carrera individual o grupal, correspondería al sentido del político liberal o al que solamente se interesa en la representación, ya que los medios pueden ser entendidos como un canal de comunicación o porque las facultades necesarias para ser 'mediático' formarían parte del conjunto de las cualidades técnicas del político entendido desde el liberalismo. Desde el otro punto de vista, el político desintegrado de las bondades de la relación o con un discurso crítico respecto a la relevancia desmedida de ésta, podría asimilarse al rol clásico o de la teoría de la representación, en el sentido de estar más preocupado del bien común o de la propia conciencia más que sólo preocuparse de las demandas de la ciudadanía, su carrera personal o las facultades técnicas para desempeñarse en cargos específicos que necesitarían de la aprobación pública.

## **II DISEÑO METODOLÓGICO**

La investigación busca ser descriptiva, porque intenta describir las percepciones de este grupo humano particular, sin pretender señalar posibles generalizaciones al amplio conjunto de los políticos chilenos.

La idea es medir la percepción respecto a la relación entre políticos y medios, utilizando como instrumento entrevistas semi-estructuradas a dieciséis políticos de la Concertación y la Alianza por Chile.

Por entrevistas semi-estructuradas se entiende la aplicación de un cuestionario de preguntas abiertas, previamente definido, aplicado presencialmente. La idea de este tipo de entrevistas es permitir la mayor libertad posible al entrevistado y la posibilidad de hacer contra-preguntas cuando queden dudas de sus planteamientos, siguiendo un cuestionario de preguntas, que luego permita efectuar comparaciones entre cada material.

Las preguntas estándar, reseñadas a continuación, están divididas en cinco temáticas, de las que luego saldrá el análisis:

La primera se refiere al rol del político en la sociedad actual y la percepción del cumplimiento de tal rol.

¿Cuál cree que debiera ser el rol del político en nuestra sociedad? ¿Este rol se cumple en general?

La segunda considera los medios que consumen los entrevistados y la evaluación que hacen, como consumidores, de la información política que entregan.

¿Consume usted medios de comunicación? ¿Cuáles?

¿Cómo evalúa la calidad de la información respecto a la política entregada por la radio, los diarios, la televisión o Internet?<sup>47</sup>

La tercera se refiere a la relación particular del político con los medios, en torno a la

---

<sup>47</sup> Según los medios que consuma el entrevistado

importancia que le da y a los motivos por los que se relaciona.

¿Qué importancia tiene para usted la relación que establece con los medios en su quehacer político?

¿Cuál es el motivo por el que usted se relaciona con los medios de comunicación?

La cuarta tiene que ver con la percepción en torno a la actitud general de los políticos frente a los medios, y de los medios frente a los políticos.

¿Cree que existen políticos que exageran su relación con los medios para obtener mayor éxito en su carrera profesional? ¿Qué le parece?

¿Cree que el actual funcionamiento de la relación afecta a la actividad política? ¿En qué sentido?

Por último, la quinta temática tiene que ver con la visión normativa del entrevistado, en torno a las soluciones que ve como necesarias para los problemas planteados por el mismo en la relación entre política y medios.

¿Ve posibles soluciones al problema planteado<sup>48</sup>?

En general, la conformación de las preguntas busca ser objetiva, dejando al entrevistado dar su opinión sin influir previamente. Esto se hace en todas las preguntas, salvo en las correspondientes a la cuarta dimensión, donde se pretende contrastar la visión de los entrevistados con la obtenida dentro del marco teórico, a fin de lograr que los entrevistados ahonden en la temática que se intenta tratar.

La elección de la muestra de entrevistados no busca abarcar la percepción del universo de los políticos chilenos, pero sí pretende que la profundidad del análisis pueda hacerse en base a actores políticos de la mayor diversidad posible. Para la elección de los entrevistados se utilizaron dos criterios: el ordenamiento político actual del país, considerando únicamente a la Concertación y la Alianza por Chile, las dos coaliciones principales, que en las últimas cinco elecciones se llevan más del 90 por ciento de los votos validamente emitidos. Existía la posibilidad de ampliar el estudio a los partidos de la 'izquierda extraparlamentaria', y a los políticos que en los últimos tres

---

<sup>48</sup> De acuerdo a respuestas previas del entrevistado



años han abandonado las dos coaliciones principales, pero se descartó por motivos de factibilidad y porque resultaría más compleja la comparación.

El segundo criterio de selección fueron los años de experiencia en la actividad política, para lo que se he definido como corte los diez años en cargos de relevancia política del poder ejecutivo (ministros o subsecretarios), legislativo (diputados o senadores), las jefatura comunales (alcaldes) y como miembros de directivas de partidos políticos.

En total son dieciséis entrevistados, catorce hombres y dos mujeres, ocho militantes de partidos políticos de la Concertación (tres PS, dos PPD, un PRSD y dos DC) y ocho militantes de la Alianza Por Chile (cuatro RN y cuatro UDI). En cuanto a sus funciones, dentro de la muestra hay cuatro senadores (dos presidentes de partido), siete diputados, dos presidentes de partido sin otro cargo de relevancia, un ministro y un alcalde. El sexo de los entrevistados se determino por las cuotas de participación actuales en los cargos de relevancia, ya que las mujeres alcanzan menos de un veinte por ciento de participación en las dos cámaras del parlamento. Por último, en cuanto al tiempo en cargos de relevancia, se entrevistó a ocho políticos con más de diez años de experiencia y a ocho políticos con menos de diez años de experiencia.

Los políticos que componen la muestra son:

Concertación – 10 años:

1.- Carolina Goic: Diputada DC por Magallanes. Es asistente social, antes de entrar al parlamento el año 2005 por la región de Magallanes, tuvo distintos cargos en el gobierno regional.

2.-Tucapel Jimenez: Diputado PPD por El Bosque, La Cisterna y San Ramón. Antes de entrar al parlamento el año 2005 por el distrito de la Cisterna, estudió ingeniera en ejecución eléctrica y adquirió relevancia pública siendo el vocero de su familia en el juicio por el asesinato de su padre.

3.-Pepe Auth: Presidente del Partido por la Democracia desde el año 2008. Antes adquirió relevancia pública representando a su partido como experto electoral en diversos medios de comunicación.

4.-Marcelo Diaz: Diputado PS por La Serena. Antes de ingresar al parlamento el año 2005 como diputado por La Serena, estudio abogacía y fue gobernador de la Provincia de Elqui.

Concertación + 10 años:

5.-Mariano Ruiz Esquide: Senador Demócratacristiano por la Región del Bio-Bio área sur desde el año 1990. Es diputado desde 1965 por la misma región; en 1973 fue parte del grupo de demócratacristianos que se opuso al golpe de estado y luego del reestablecimiento de la democracia se ha mantenido en el parlamento. Dentro de su partido, ha pertenecido mayormente al grupo de los *chascones*, de tendencia liberal.

6.-José Antonio Gomez: Senador del Partido Radical Socialdemócrata por la región de Antofagasta. Subsecretario de justicia nombrado en 1996, ministro de la misma cartera en 1999. Luego de realizar la entrevista, fue pre candidato presidencial de la Concertación en las elecciones presidenciales del año 2009.

7.-Carlos Ominami: Senador Independiente (al momento de realizar la entrevista militaba en el Partido Socialista) por la Región de Valparaíso Cordillera. Durante el gobierno de la Unidad Popular fue un joven militante del Movimiento de Izquierda Revolucionaria, luego colaboró en la oposición política a la dictadura militar; en 1990 fue nombrado ministro de economía y cuatro años después pasó al parlamento.

8.-José Antonio Viera Gallo: Ministro Secretario General de Gobierno. Subsecretario de Justicia durante la presidencia de Salvador Allende, participó en la oposición política durante la dictadura militar y durante los años 90 fue senador por la octava región.

Alianza – 10 años:

9.-Francisco Chahuán: diputado de Renovación Nacional por el distrito n° 14, correspondiente a Viña del Mar, desde 2005. Estudió derecho en la quinta región, represento a diversas ONG's y es activo participante de la colonia palestina en Chile.

10.-Nicolás Monckeberg: diputado de Renovación Nacional por el distrito n° 42, correspondiente a San Carlos, desde 2001. Antes fue Presidente de la Juventud de su partido y concejal por la municipalidad de Santiago.

11.-Felipe Salaberry: Diputado por distrito de Macul, La Granja y San Joaquín desde 2001. Antes se tituló de ingeniero comercial y fue concejal por la comuna de Ñuñoa.

12.-Marcelo Forni: Diputado UDI por distrito n° 11, compuesto, entre otras comunas, por Los Andes y San Felipe, desde 2001. Se tituló de abogado y participó en la directiva de la Juventud de su partido.

Alianza + 10 años:

13.-Juan Antonio Coloma: Senador por región del Maule Norte. Abogado de la Universidad Católica, participó en la fundación de la UDI, y con la vuelta de la democracia fue elegido diputado por distrito 31, correspondiente a Melipilla.

14.- Cristián Labbe: Alcalde UDI por comuna de Providencia desde 1996. Hizo carrera en el ejército chileno, en sus inicios fue encargado de seguridad de Augusto Pinochet, llegó al grado de coronel, fue Subsecretario General de Gobierno de 1989 a 1990 y actualmente es militar en retiro.

15.-Carlos Larraín: Presidente de Renovación Nacional desde 2006. Es abogado, partió su trayectoria política siendo concejal por Las Condes y llegó a ser alcalde suplente por la misma comuna el año 1999, reemplazando a Joaquín Lavín.

16.-Lily Perez (pendiente): Senadora de Renovación Nacional por la Quinta Región Cordillera. Abogada, partió su carrera política como concejala en la comuna de la Florida , y en el distrito equivalente fue diputada desde 1998.

El análisis de los datos se realizará a través un análisis de contenido temático, construido a través de la recopilación de textos sobre la materia y el diseño de un modelo que cumpla los objetivos de la investigación.

Uno de los teóricos clásicos del análisis de contenido es Klaus Krippendorf, quien lo plantea como en método de análisis de un cierto material que combina las lecturas cuantitativas y cualitativas. Operativamente, el autor define el análisis de contenido como “una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto”<sup>49</sup>.

De esta definición se desprenden varias ideas. Primero, se deja instalado el concepto del análisis de contenido como un instrumento de investigación. Luego, el autor sugiere una lectura cualitativa de los datos, dada por las inferencias y el contexto, pero rigiéndose por el método científico, mostrado por la forzosa reproducción y validez que deben tener las inferencias.

Siguiendo en una línea similar, Pablo Navarro y Capitolina Diaz<sup>50</sup> hablan del análisis de contenido cualitativo. Afirman que el material de esta herramienta es el lenguaje, entendido aquí como un sistema de formas expresivas que utilizan los seres humanos para comunicarse. El individuo, al expresarse a través del lenguaje, generaría un objeto fuera de él, que sería dable de analizar mediante ciertas técnicas previamente concebidas.

De esta forma, el análisis de contenido vendría a ser una técnica que investiga un cierto producto del lenguaje humano, que podría ser un texto escrito, un discurso oral, fotografías, imágenes o cualquier otra forma de lenguaje humano. El material al que

---

<sup>49</sup> Krippendorf, Klaus, “Metodología del análisis de contenido”, página 28. Editorial Paidós, 1990.

<sup>50</sup> Navarro Pablo, Capitolina Diaz, “Análisis de contenido”, en “Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales”, editorial Sintesis, Madrid, 1995.

tradicionalmente se aplica el análisis de contenido y que también utilizaremos en la presente investigación, es el texto escrito, el cuál tiene sus propias particularidades.

Otro tipo de interpretación de textos, que guarda semejanzas con el análisis de contenido temático, es el análisis de discurso, pero para los objetivos de la investigación el primer método parece más adecuado. La diferencia clave sería la siguiente: uno de los teóricos principales del análisis de discurso, el holandés Teun Van Dijk, sugiere que este tipo de análisis debe fijarse preferentemente en el meta-texto, por sobre lo escrito, en lo que no se dice, por sobre lo que se dice, a fin de buscar la ideología escondida en el texto. En una reciente conferencia, Van Dijk señala que “el objetivo central del análisis del discurso es saber cómo el discurso contribuye a la reproducción de la desigualdad y la injusticia social, determinando quienes tienen acceso a estructuras discursivas y de comunicación, aceptables y legitimadas por la sociedad”<sup>51</sup>.

En cambio, el análisis de contenido temático que se busca aplicar, se centra preferentemente en el texto más que en el meta-texto, busca analizar lo que dice cada párrafo, intenta encontrar el sentido de lo planteado por el entrevistado, asociándolo a determinadas temáticas.

Volviendo a las características del instrumento elegido, el análisis de contenido poseería tres niveles: sintáctico, semántico y pragmático. Cuando se habla de nivel sintáctico en textos escritos, incluye el plano alfabético, morfológico y propiamente sintáctico, que conformarían la forma o superficie del texto. Luego, el nivel semántico se refiere al sentido o significado del texto completo o de sus partes. Por último, lo pragmático estaría dado por las dimensiones comunicacionales involucradas en el texto, representadas por descripciones o evaluaciones; y por las dinámicas del fenómeno comunicativo, que vendría a ser su contexto relacional. Los tres niveles juntos darían forma y fondo al contenido del texto. Cualquier análisis de contenido debe tomar en cuenta estos tres niveles, pero es dable situarse en uno solo, dependiendo de

---

<sup>51</sup> Van Dijk, Teun, “Análisis Crítico del Discurso”. Página 2, Cátedra UNESCO, [www.bachillerato.uchile.cl/.../analisis%20crítico%20del%20discurso.doc](http://www.bachillerato.uchile.cl/.../analisis%20crítico%20del%20discurso.doc), 1994

lo que se busque en el trabajo. Para la presente investigación, se privilegiara el nivel semántico y para ello se buscara construir un análisis de contenido temático, que ponga en un papel preponderante al sentido o los significados presentes en las entrevistas. De todas maneras, para buscar ese sentido, se deberá hacer uso de palabras, frases o párrafos, pertenecientes a la sintaxis del texto, tal como se deberá poner atención a las descripciones y valoraciones de los entrevistados, así como al contenido relacional de las entrevistas.

Para hacer el análisis temático, Díaz y Navarro recomiendan empezar definiendo las unidades registro a utilizar. Este concepto se refiere a la unidad básica de relevancia que se extrae del corpus de investigación como material para el análisis, que puede ser desde palabras, hasta párrafos o conceptos determinados. Como segundo paso, vendría la categorización, que se trata de clasificar las unidades de acuerdo a algún criterio común, en este caso, de carácter cualitativo. Por último, los resultados obtenidos de la categorización de las unidades permitirían realizar comparaciones entre las categorías y empezar la interpretación de los resultados, según los objetivos y el marco teórico de cada investigación.

En el caso de la presente investigación, el contenido a analizar serán las entrevistas cara a cara realizadas a dieciséis políticos, expresadas a través de texto escrito. Además, se tomará en cuenta el contexto de factura de cada material, no obstante considerar que todas las entrevistas realizaron frente a frente, en espacios cerrados, en una dinámica de entrevistador-entrevistado y se explicitó su sentido académico.

En cuanto a las etapas del análisis, las unidades de registro serán definidas semánticamente. Serán de dos tipos, primero se buscará ideas presentes en las respuestas, que pueden alcanzar el tamaño de una oración, un párrafo y hasta dos en algunas ocasiones; segundo, se tomarán las palabras con las que el entrevistado caracterice a los medios o a los políticos. Estas unidades se categorizarán en cinco áreas temáticas, que se desprenden de las entrevistas, cuya materia, a su vez, se basa en los objetivos de la investigación y en su marco teórico. La suma de las áreas permitirá llegar a una conclusión respecto a la percepción de la relación entre política y

medios.

Las dimensiones de investigación son las siguientes:

1-rol del político: aquí se buscará determinar cuál es la percepción del rol que deben cumplir los políticos en la actualidad y cuál es la evaluación en cuanto al cumplimiento de ese rol determinado. Como base para el análisis tendremos la reflexión en torno al tema, trazada en el marco teórico, donde definimos las formas en que diversos autores entenderían el rol del político. Para el análisis se tomarán como tópicos o variables los conceptos desprendidos de los textos reseñados: la noción del político como actor conciente e ilustrado en busca del bien común, la noción del político que escucha a la población para tomar decisiones y la noción del político como un funcionario que ejecuta eficientemente premisas técnicas ya construidas, sin permitirse dar un sentido o interpretación de sus acciones.

2-percepción de los medios: Aquí se observará en términos valorativos y de sentido, la percepción de los políticos en cuanto a la forma en que cada uno de los medios de comunicación identificados trata a la actividad política. Se describirá los medios que consumen los entrevistados y esto se comparará con el consumo de medios de la población general, con el fin de colaborar en la definición de los políticos como grupo social determinado. Además, se buscará construir una escala valorativa con la evaluación del comportamiento de cada medio e identificar los argumentos que sustentan estas valoraciones para observar cuan cerca está la percepción de dos vertientes explicadas anteriormente: ver a los medios como generadores de espectáculo político o como mediadores funcionales entre la política y la población. .

3-relación particular con los medios: En esta dimensión se analizará cómo los políticos evalúan su propia relación con los medios, el nivel de importancia que le otorgan y los motivos por los que acuden a ellos. Se buscará analizar si el político da el mismo nivel de alta relevancia que otorgan los autores a la relación político-medio y, además, se pondrán dos extremos de concepción de la relación para dar un cause al análisis: si se acercan a los medios para utilizarlos como un canal de comunicación con

la ciudadanía o como una forma de realzar su carrera política personal.

4-El político frente a los medios: En este apartado se intentará determinar la percepción de los políticos entrevistados en cuanto a la actitud general del político frente al medio. La idea es analizar cómo se relaciona esta percepción con las lógicas, por un lado, de los analistas críticos, que ven una serie de prejuicios en la relación actual, en la actuación del político, más preocupado de su imagen personal que de su función pública y de los medios de comunicación, que tenderían a presentar como un espectáculo a la actividad política. Por otro lado, también se comparará con los análisis más funcionales, que ven la relación actual como necesaria para la convivencia política en las sociedades de masas. Asimismo, se buscará descubrir que argumentos se dan para llegar a las respuestas.

5-Posibles soluciones a problemas planteados: analizar, de acuerdo a los problemas planteados previamente por cada entrevistado, que caminos de solución ven como posibles. Se buscará evaluar en base a cuatro variables: si aseguran que la relación actual está bien, si creen que el cambio debiera venir de los actores políticos, de los medios o de la sociedad en su conjunto. Además, se buscará descubrir los argumentos que sustentan tal evaluación.

En base a estas cinco dimensiones planteadas, se construirán tablas que separarán los cuatro grupos de análisis: una para los políticos de la Concertación con menos de 10 años de experiencia, otra para los con más de 10 años de experiencia, la tercera para los políticos de la Alianza por Chile menos experimentados y la cuarta para los más experimentados. En las tablas se analizará, en base a citas escogidas de las entrevistas, la reflexión de cada uno de los entrevistados en cuanto a cada una de las dimensiones planteadas. Luego de realizado este trabajo, se procederá a comparar los análisis realizados para cada grupo de la muestra y posteriormente se unirán las dimensiones para buscar la percepción del político respecto a la relación entre la política y los medios de comunicación.

Para finalizar, una vez terminada la comparación, se buscará una conclusión final,



aunando todas las dimensiones, que determine la percepción de los políticos entrevistados en torno a la relación entre política y medios.

### **III RESULTADOS INVESTIGACIÓN**

En este capítulo se procederá al análisis de las dieciséis entrevistas practicadas a

políticos chilenos. El método, ya explicitado anteriormente, separará a los entrevistados en dos divisiones que posibiliten la comparación posterior. Esto es: políticos de la Alianza Por Chile, frente a políticos de la Concertación; y políticos con menos de 10 años de experiencia en cargos de relevancia nacional, frente a políticos con más de 10 años de experiencia en los mismos cargos. Cada uno de estos grupos será sometido a un análisis de contenido temático, dividido en cinco grandes dimensiones: rol político, evaluación de medios frente a política, evaluación de políticos frente a medios, relación personal con medios y posibles soluciones a los problemas planteados. Para cada dimensión se realizarán las comparaciones entre grupo y una conclusión general.

Los textos completos de las entrevistas y las tablas de análisis, donde se analiza la percepción de cada político en particular, están disponibles en los anexos de la investigación. A continuación sigue la revisión de cada grupo de estudio de acuerdo a las dimensiones planteadas.

<p><b>Concertación – 10 años:</b>            Tucapel Jiménez            Carolina Goic            Marcelo Díaz            Pepe Auth</p>	<p><b>Alianza – 10 años:</b>            Felipe Salaberry            Marcelo Forni            Francisco Chahuán            Nicolás Monckeberg</p>
<p><b>Concertación + 10 años:</b>            Mariano Ruiz Esquide            José Antonio Gómez            José Antonio Viera Gallo            Carlos Ominami</p>	<p><b>Alianza + 10 años:</b>            Juan Antonio Coloma            Cristián Labbe            Carlos Larraín            Lily Pérez</p>

#### Dimensión 1: Rol político

En esta dimensión se analizará y describirá la percepción del grupo de políticos entrevistados respecto al rol que debiera tener el político en la sociedad actual y

respecto a cuan cerca están los políticos de cumplir este rol. Como guías para el análisis tenemos tres conceptos entre los cuales debiera estar la percepción del rol político: la idea de la representación de la ciudadanía; la idea de actuar en base a la propia conciencia del político o a su noción del bien común y, por último, la idea de ser un buen técnico en las distintas áreas de la política.

Análisis Alianza – 10 años:

Respecto al rol que debiera tener el político en nuestra sociedad, Felipe Salaberry y Marcelo Forni señalan que solamente debe estar en la representación o mediación entre el estado y los ciudadanos. Francisco Chahuán dice que deben buscar el bien común y la representación de ciudadanos y Nicolás Monckeberg dice que el político debe liderar el país, pero primero debe abocarse a representar a los ciudadanos: “en primer lugar, un político tiene que profundizar en su obligación de representar el interés ciudadano en las distintas esferas en que el político participa, si es en el partido político, en la idea política, si es en el poder legislativo, en la legislación y en la fiscalización”

Respecto al cumplimiento del rol mencionado, Monckeberg dice que se cumple bien la función de representar pero mal la de liderar; Felipe Salaberry y Marcelo Forni dicen que se representa mal, el primero por falta de adaptación a los cambios culturales y el segundo porque otros actores, como los medios de comunicación, han tomado el lugar de los políticos: “hoy día son muchas las instancias que han reemplazado el rol que cumplen los políticos como intermediarios entre la ciudadanía y el estado. Hoy día tu tienes ONG, grupos de presión, hoy día tienes medios, incluso tecnología”. Por último, Francisco Chahuán dice que el rol no se cumple por un problema de comunicación con la ciudadanía.

Análisis Alianza + 10 años:

En este caso, Juan Antonio Coloma y Carlos Larraín afirman que el rol del político debe ser representar la ciudadanía y gobernar o liderar el país. Lily Pérez habla del rol

solamente desde la representación y Cristián Labbe habla sólo de gobernar o conducir al país: “los políticos son las personas que han optado por el camino de dirigir a una sociedad, de conducir a una nación, en el caso de un país como el nuestro, hacia su futuro”.

Respecto al cumplimiento del rol en la actualidad, Cristián Labbe y Carlos Larraín plantean un cierto equilibrio entre la aceptación y el rechazo; Juan Antonio Coloma acepta el rol actual y Lily Pérez lo rechaza. Al aceptar la labor política actual Coloma, destaca la pérdida de importancia del rol y su sano cambio hacia la cotidianidad: “hace cuarenta o cincuenta años atrás, el mundo se debatía entre dos grandes mundos antagónicos, la idea socialista y la idea más vinculada a la libertad... Entonces los políticos eran los grandes salvadores de la sociedad, para un lado o para otro... Hoy día esa realidad casi no existe... la política no asume ese rol como de vida o muerte, es una cuestión más o menos dentro de lo cotidiano”. Cristián Labbe y Carlos Larraín hablan de que políticos poseen conciencia de sus obligaciones o de que simplemente cumplen su rol. Respecto al rechazo, Labbe lo atribuye a la obsesión de los políticos por la ‘cosa chica’, que podríamos definir como discusiones irrelevantes y Larraín, habla de mala calidad del político actual, enfocado hacia su carácter técnico: “hay algunos síntomas de cansancio del material en la política, eso yo creo que son evidentes, pero ese material es muy parecido al del resto de la población chilena”. Por último, Lily Pérez se queja de un enfoque determinista de los políticos hacia el interior de sus partidos.

#### Análisis Concertación – 10 años:

En esta oportunidad, Tucapel Jiménez y Carolina Goic señalan que el rol del político es representar a la ciudadanía, sus visiones e intereses. Por ejemplo, Jiménez, haciendo referencia a su rol legislativo, dice: “el rol principal de los diputados es representar a la gente. Yo siempre lo he visto así, incluso me han criticado que yo voto de acuerdo a lo que dice algunas organizaciones, pero yo lo encuentro lo más legítimo”. Marcelo Díaz dice que rol debiera ser transmitir ideas de sociedad y

representar visiones de los ciudadanos y Pepe Auth afirma que el político debe orientar a la ciudadanía y promover debates.

Todos los entrevistados de este grupo piensan que rol político no se cumple de buena manera. Tucapel Jiménez, Carolina Goic y Pepe Auth hablan de fallas en la representación, porque la gente se siente lejana de los políticos, los ve preocupados de temas personales, o porque la tecnología ha superado el poder de información del político. Por ejemplo, Carolina Goic, señala que la ciudadanía tiene mala percepción del trabajo político: “Son gente lejana, que está preocupada más bien de sus temas personales, de su propio espacio, de defenderlo, cercanos a la corrupción”. Uno sólo, Marcelo Diaz, habla de falta de rol propositivo de deas, pero afirma que se está recuperando: “hemos perdido el sentido de los proyectos, de las ideas. Como que la caída del muro nos mato eso y hoy día estamos recién recuperando la función de los políticos como portado de visiones más globales”.

Análisis Concertación + 10 años:

En este caso, Carlos Ominami y José Antonio Gómez dicen que rol del político es representar a la gente y proponer medidas desde una posición o ideología determinada. Como ejemplo tenemos a Ominami, quien afirma: “los políticos debiéramos ser los vehículos a través de los cuales se canalizan las distintas demandas de la gente y a su vez, encabezan también distintas opciones de solución de esas demandas...yo creo mucho que existe una respuesta progresista, existe una respuesta de izquierda, una respuesta de derecha, existen soluciones más colectivas, soluciones más individuales”. Mariano Ruiz Esquide dice que los políticos deben pensar y transmitir ideas de sociedad y recibir ideas de la gente; y José Antonio Viera Gallo dice que el político se interesa en el bien común de la sociedad e intenta realizar sus ideas.

Las opiniones se inclinan ante el no cumplimiento del rol político en la actualidad, José Antonio Gómez, por ejemplo, dice que esto se da por la relación entre los medios

y la política, que dificulta opiniones serias “el político hoy día es muy raro que hable responsablemente, sino que habla en función de cómo logra que lo que diga tenga impacto”. Carlos Ominami dice que el incumplimiento se da por el menor poder del Parlamento frente al Ejecutivo y Mariano Ruiz Esquide lo achaca a la falta de reflexión y de acción proselitista. Sólo José Antonio Viera Gallo afirma tener buena opinión del funcionamiento de la política, pero agrega que esta observación dista de la percepción ciudadana.

#### Comparación Alianza – Concertación:

En los políticos de la Alianza por Chile, tres hablan del rol solamente como representación de la ciudadanía; otros tres dicen que se debe representar al ciudadano y gobernar o liderar el país. Uno dice que se debe representar y buscar el bien común y el último dice que se debe gobernar o conducir al país.

En los políticos de la concertación, se repite cinco veces la idea de representar a la gente y, a la vez, proponer medidas desde una idea determinada. Otros dos mencionan que político solamente debe representar a la ciudadanía y el último dice que se debe pensar y buscar aplicar el bien común.

Queda clara una diferencia en cuanto a la aplicación de la propia conciencia del político en su rol. Los políticos de la Concertación la ven como una fuente de la cual proponer ideas o ideologías de sociedad y los políticos de la Alianza la utilizan para gobernar o liderar, casi sin hacer mención a las ideas de sociedad.

Respecto al cumplimiento del rol, en los políticos de la Alianza cuatro lo evalúan mal, tres piensan que se cumple a medias y uno cree que se cumple bien. Las opiniones negativas respecto al rol político se refieren, sobre todo, a problemas de representación por la falta de comunicación con la ciudadanía a problemas 'técnicos' por la mala calidad de algunos políticos.

En cuanto a los políticos de la Concertación, seis piensan que rol no se cumple, uno señala que a medias y otro se manifiesta conforme con el cumplimiento. Respecto a las opiniones negativas, resaltan las críticas a problemas de representación de la política actual y las que se quejan de falta de seriedad o de reflexión de parte de los políticos.

En la comparación, destaca la menor conformidad con el cumplimiento del rol político que muestra la Concertación, por sobre la alianza, aún cuando las dos evaluaciones son bajas. Además, siguiendo con la idea de rol planteada, destaca que los políticos de la Concertación se quejen de falta de reflexión en la labor y los de la Alianza de la mala calidad de algunos de los representantes.

Comparación: + 10 años / - 10 años

La mitad de los políticos de menos experiencia de la Alianza y la Concertación hablan del rol político solamente como representación de la ciudadanía. Otros tres combinan la representación con la búsqueda del bien común, liderar a los ciudadanos y transmitir ideas de sociedad. El octavo dice que se debe orientar a la ciudadanía y



promover debates.

Tres entrevistados de los políticos de más experiencia dicen que rol es representar a la gente y proponer medidas desde una posición o ideología determinada. Otros dos dicen que rol es representar y gobernar o liderar al país. Uno habla de solamente representar, otro de sólo liderar y el último de buscar el bien común y la realización de las ideas.

Se observa que entre los políticos más jóvenes está más presente la idea de representar a la ciudadanía representación, dando menos lugar a la conciencia del político o a la búsqueda del bien común. Por parte de los políticos más experimentados, la mayoría comparte la idea de representar con la idea alternativa de proponer ideas de sociedad o de gobernar.

Respecto a si el rol se cumple, todos los entrevistados con menos experiencia opinan que no. Seis dicen que no se cumple bien la representación, porque falta adaptación a cambios culturales o porque otros actores como los medios de comunicación han tomado el rol de representar a la ciudadanía. Dos dicen que existe un problema de comunicación con la ciudadanía; porque los políticos se preocupan por temas personales o porque la tecnología ha superado el poder de información del político. Otro dice que no se cumple bien función de liderar y el último dice que ha menguado la proposición de ideas de sociedad.

En cuanto a los entrevistados de más experiencia, hay cuatro que afirman que el rol político no se cumple bien; por privilegiar al trabajo al interior de los partidos; por la excesiva importancia de la relación con los medios, que precarizaría el debate; por el menor poder del parlamento ante el ejecutivo y por la falta de reflexión y acción proselitista. Otros dos afirman que no se cumple a cabalidad, ya que si bien habría buenos políticos, otros se fijarían en discusiones irrelevantes; o porque habría políticos de buena y mala calidad técnica. Por último dos se ven satisfechos por cumplimiento del rol; uno dice que político se ha adaptado a cambios de sociedad que exige soluciones en temas de la cotidianeidad y otro dice que se cumple rol de buscar el bien

común, pero que la gente no lo percibe.

Queda claro que los políticos de menos experiencia están más descontentos con el cumplimiento del rol de parte del político. En cuanto a su causa, la mayoría habla de problema de representación por falta de comunicación con la ciudadanía, producto de cambios culturales, como la mayor importancia de los medios o porque el propio político se habría alejado. En cuanto a los de más experiencia, existe en balance mayor entre las opiniones de rechazo o aceptación del rol político actual.

#### Conclusión rol político:

Como se señala en el marco teórico, la idea que recogemos en esta dimensión de análisis es observar cuán cerca están los entrevistados de tres conceptos en torno al rol que debe asumir un político en la sociedad: la idea de la representación de la ciudadanía; la idea de actuar en base a la propia conciencia del político o a su noción

del bien común y, por último, la idea de ser un buen técnico en las distintas áreas de la política.

De acuerdo a lo expresado por los cuatro grupos de entrevistados, se muestra que entre los políticos de menos experiencia, tanto de la Alianza por Chile como de la Concertación, existe mayor acuerdo en torno a ver al político únicamente como representante de la ciudadanía. Sólo entrevistados minoritarios de ambos grupos, combinan la idea de representación con otra: en el caso del aliancista, liderar, y en el caso del concertacionista, presentar propuestas de país.

Esto hace a los menos experimentados, diferenciarse de los más experimentados, pues estos últimos combinan la idea de representación con otros dos conceptos: entre los representantes de la Concertación está presente la idea de combinar representación de la ciudadanía con propuestas de ideologías que involucren a la sociedad en su conjunto; y entre los experimentados de la Alianza hay acuerdo de combinar la representación antes mencionada con la idea de liderazgo o gobierno.

Respecto al cumplimiento del rol, la mayoría de los entrevistados, sin mayores diferencias en cuanto al grupo al que pertenecen, tienen una consideración negativa en este aspecto. De todas maneras, los políticos menos experimentados dicen que se representa mal a la población, y los más experimentados dicen que no se lidera o se debate de buena forma.

## Dimensión 2: Consumo y evaluación de medios de comunicación:

En esta dimensión se describirá que medios consumen los políticos entrevistados y cuál es la evaluación de la información política que estos entregan. En el caso del primer cuestionamiento, se comparará con el consumo de medios de la población chilena, explicitado en nuestro marco teórico; y el caso del segundo se evaluará cuan

cerca está la percepción de dos vertientes explicadas anteriormente: ver a los medios como generadores de espectáculo político o como mediadores funcionales entre la política y la población.

Consumo:

Análisis Alianza – 10 años:

Respecto del consumo de medios, todos los entrevistados de este grupo leen diarios, incluso manifiestan que los hacen con gusto; televisión ven todos pero con menos frecuencia, Nicolás Monckeberg dice que sólo en tiempos de campaña; radio para informarse dicen escuchar Marcelo Forni y Francisco Chahuán, otro sólo música; Internet lo menciona sólo Chahuán.

Análisis Alianza + 10 años:

En el caso de este grupo, todos reconocen leer diarios; todos escuchan radio; todos menos Nicolás Monckeberg ven televisión y uno de ellos, Carlos Larraín reconoce ver poca: "televisión veo poca porque me aburre excesivamente". Internet revisan todos menos Carlos Larraín.

Análisis Concertación – 10 años:

Todos leen diarios, Marcelo Diaz a través de resúmenes; todos ven televisión, pero tres reconocen ver poca, Diaz y Tucapel Jiménez en la noche, por falta de tiempo y el tercero, Pepe Auth, dice que le gustaría ver más porque es la forma en que se informa la mayoría "y televisión veo muy poco, mucho menos de lo que quisiera, porque a mi me gusta estar enterado del mismo modo en que está la gente común y corriente". Respecto a la radio, Tucapel Jiménez y Pepe Auth escuchan poca; y los diarios electrónicos son mencionados sólo por Marcelo Diaz.

#### Análisis Concertación + 10 años:

En este grupo todos los entrevistados leen diarios, tres mencionan revistas; televisión ven todos, preferentemente noticiarios nocturnos, Carlos Ominami dice que es para informarse de la misma forma que la mayoría: “trato de verlos cuando tengo tiempo...me parece a mi importante hacerlo, porque se que esa es la manera a través de la cual se informa la mayoría de la gente”. Radio escuchan José Antonio Gómez y José Antonio Viera Gallo, cuando viajan; los diarios electrónicos son mencionados por Carlos Ominami y José Antonio Gómez.

#### Comparación Consumo:

##### Alianza / Concertación

Las diferencias entre Alianza y Concertación no resultan significativas, todos ven televisión, pero la mayoría reconocer hacerlo con poca frecuencia, todos leen diarios, solamente uno más de la Alianza escucha radio, y cuatro de cada grupo reconoce leer

medios electrónicos.

-10 años / + 10 años:

Todos los políticos entrevistados dicen leer los diarios, televisión reconocen ver todos, pero en general en menos cantidad. Un experimentado y un inexperimentado dicen que les gustaría ver más televisión porque es la forma en que se informa la mayoría. Los políticos con más de 10 años de experiencia escuchan más radio y mencionan en mayor cantidad de ocasiones el consumo de medios electrónicos.

Evaluación de medios:

Análisis Alianza – 10 años:

En general todos los entrevistados analizan negativamente la información política de los medios de comunicación. Para Felipe Salaberry, Marcelo Forni y Nicolás Monckeberg, los grandes acuerdos o las noticias positivas de la política no venden y

por eso no aparecen. Un ejemplo es Forni, quien se queja de la falta de interés de los medios en esta materia “En general los medios de comunicación muestran bastante poco interés por la actividad política, salvo por el aspecto farandulero de la política o el conflicto”. Y Nicolás Monckeberg abunda frente al argumento: “en el medio de comunicación, lo que no es escándalo, lo que no es controversia, lo que no es disputa, pareciera que no está dentro de la esfera política”. Por su parte, Francisco Chahuán dice que los medios tienen poca capacidad analítica al referirse al tema.

En cuanto a cada medio en particular, la prensa escrita es criticada por su falta de objetividad, por su interés desmedido por sus ventas; y es destacada por su espacio y análisis. Respecto a la televisión, y en especial a los noticiarios, todos muestran críticas, Felipe Salaberry y Francisco Chahuán dicen que malinterpretan al usar las cuñas, Marcelo Forni y Nicolás Monckeberg dicen que está limitada por su interés en el rating, y el último agrega que exagera el nivel de ‘conflictividad’ en la política, a costa de transmitir buenos contenidos. Un ejemplo de valorar positivamente la información de los diarios y negativamente la de la televisión, es la opinión de Francisco Chahuán: “Obviamente, los medios escritos tienen una diferencia sustantiva en cuanto al análisis de los acontecimientos, tienen más espacios, hay más pausas, en cambio lo que privilegia el noticiero es la cuña que muchas veces contribuye a distorsionar la información más que a informar verazmente”. Sólo Marcelo Forni destaca a la radio, diciendo que muestra más interés en la política.

#### Análisis Alianza + 10 años:

En este grupo de entrevistados, la evaluación de la información política de los medios es en general negativa. Todos critican el tratamiento de la política que hacen los medios, porque tienen agendas propias o por potenciar noticias negativas o conflictivas. Un ejemplo de la evaluación general es la que hace Juan Antonio Coloma, quien se queja de la mala calidad de los medios: “Todos tienen cada vez de menos calidad, lo digo sin ningún problema, se lo digo a cualquiera. Hoy día es sólo cuña... No hay ningún espacio en los medios de prensa para poder hablar en serio”.

En cuanto al análisis de cada formato en particular, Los diarios son los más respetados, Juan Antonio Coloma y Carlos Larraín dicen que en ese formato hay más espacio para hablar en serio o que permite un análisis más a fondo y Cristián Labbe y Lily Pérez se quejan, de que actúan por motivos comerciales o de que han ido perdiendo credibilidad porque son utilizados por los políticos. La información televisiva es mal evaluada; Coloma dice que sólo importan las cuñas; Cristián Labbe agrega “Lo noticioso va a ser lo perverso, lo farandulero, lo dramático, el morbo, lo emocional... mientras más pechugas, mientras más drogas, mientras más drama, esto es como más vendedor”; Carlos Larraín dice que se basa en la facilidad, la rapidez y la entretención y Lily Pérez se queja de que importa más la imagen que el tema tratado. Sólo Larraín y Lily Pérez hablan de la radio, los dos en forma positiva, porque permite desarrollar argumentos o conversaciones más largas, como lo dice esta última: “yo creo que la radio es el medio más creíble, porque es el medio en el cual tú puedes desarrollar bien tus argumentos, tienes más tiempo, hay más espacio”.

#### Análisis Concertación – 10 años:

En general se evalúa negativamente la cobertura a la política, por dar mayor relevancia al conflicto o por dejar de lado los temas más relevantes. Una entrevistada, Carolina Goic, dice que la cobertura política es superficial, concentrada en lo negativo y se queja del desinterés: “Creo que si hay una cosa que cruza en general en los medios. No hay un interés en mostrar la mejor cara de la política, me imagino que eso tiene que ver también de que eso es menos atractivo para quien consume medios también. Hoy día vende mucho más un conflicto que temas más duros, temas de construcción de debate”.

En cuanto a la valoración de la información de cada medio en particular, la prensa escrita es criticada por Tucapel Jiménez, Pepe Auth y Marcelo Díaz, se habla de su sesgo político, su disfraz de neutralidad y un supuesto dominio de su relación con el político. Al respecto, Auth señala: “La prensa escrita juega un rol político mucho más activo, en el sentido de que ellos definen quién sale y quién no sale, qué temas se discuten y cuáles no”. La información televisiva es criticada por todos los entrevistados,



se habla del peso de los auspicios, del rating o de las imágenes en el contenido final, se dice que da poca importancia a los debates públicos o que los canales definen lo que el político dice a través de las cuñas. Por último, de la información política entregada por la radio todos hablan positivamente, dicen que es más objetiva para transmitir noticias; es más cercana; más auténtica, donde hay más información y más variedad de programas, periodistas y entrevistados.

#### Análisis Concertación + 10 años:

En general hay mala opinión de la forma en que los medios informan respecto a la política. José Antonio Viera Gallo y Carlos Ominami aseguran que resaltan lo farandulero o negativo frente al trabajo diario de los políticos; Mariano Ruiz Esquide se queja de que manejan la imagen de cada político; y José Antonio Gómez dice que los medios han perdido el respeto a los políticos: "la historia demuestra que cuando pasaba un político antiguo era ¡un político!...era un tipo quien opinaba, que tenía peso, que tenía un fundamento, hoy día da la impresión de que no. Hoy día en la medida que yo sea popular voy a ser político".

En cuanto a la evaluación de cada medio en particular, de la televisión, y sobre todo de los noticieros, se dice que los pocos minutos de política los dedican a información 'ridícula', sin contexto; o que está demasiado influenciada por el rating y que la política no lo genera; o que son muy largos, y por eso tienen que hablar de anécdotas; o que entrega información de 'segundo nivel' y deja a la política en segundo orden. Mariano Ruiz Esquide toca varios de estos puntos en su análisis: "si tu sacas la cuenta de la información política en un noticiero, los 4 o 5 canales tradicionales no dan más allá de un 10 % de este tema, y cuando lo hacen, la información está especialmente dedicada al chascarro, a lo folklórico, a lo ridículo, a la cosa grotesca que sucede, no hay nunca una información que sea medianamente contextual". De la prensa escrita, Mariano Ruiz Esquide, José Antonio Gómez y José Antonio Viera Gallo critican el sesgo de la información, porque la mayoría pertenece a la tendencia política contraria y Carlos Ominami dice que hacen poco esfuerzo por investigar a fondo, con reflexión. Gómez

destaca a la radio, pero dice que también está sesgada y Ominami destaca a algunos medios escritos, por un supuesto análisis más profundo.

Análisis comparativo evaluación de medios:

Comparación Alianza / Concertación

Entre los políticos de la Alianza por Chile existe una mala evaluación de la forma en que los medios cubren a la política. Se critica que resalten el conflicto y no se interesen por temas profundos o serios. Los que salen mejor evaluados son los diarios, ya que existe un cierto equilibrio entre los que los critican y quienes los defienden. Entre el

primer grupo se critica sobre todo el desmedido interés económico y en menor medida por falta de objetividad o porque son manejados por los políticos. En el segundo grupo se alaban sobre todo porque permiten más espacio y análisis a fondo. Respecto a la televisión y a los noticiarios, existe en general una visión crítica de su cobertura, por la relevancia del rating, porque destaca el conflicto, lo negativo o la farándula política, a costa de dar buenos contenidos y porque se basa en facilidad, dando más importancia a la imagen que al tema tratado. Además, existen dos menciones que destacan el mal uso que el noticiario hace de las 'cuñas'. Respecto a las radios en general existe buena evaluación, tres políticos la destacan porque da más tiempo para desarrollar argumentos y se interesa más por la política.

Entre los políticos de la Concertación también existe una mala evaluación general de la forma en que los medios tratan a la política. Se critica que resalten el conflicto o lo negativo, por sobre la información más relevante. De la prensa escrita se critica esencialmente por el sesgo político de sus informaciones, además hay una mención a que la prensa domina a los políticos y a que da poco espacio para la reflexión. De la televisión y los noticiarios, se critica la importancia desmedida del rating, la poca relevancia que se le da a la política y que se la trata destacando lo 'ridículo', y no el contexto y los grandes debates públicos. Un entrevistado agrega que son demasiado largos. Respecto a las radios, en general existe buena evaluación, cinco entrevistados la destacan porque es más cercana, autentica o donde existe mayor información.

Se observa que entre los políticos de ambos pactos hay una mala evaluación de la forma en que los medios cubren la política, con algunas excepciones, se les critica su fijación por el lado negativo y conflictivo de la política, por sobre los temas serios o relevantes. Respecto a la forma de actuar de los medios, aunque ambos sectores critican su accionar, en la Alianza les piden fijarse en noticias positivas o acuerdos, mientras en la Concertación les piden poner atención en el contexto de las noticias que entregan o en otras informaciones más relevantes de las que transmiten habitualmente. Además, en la Alianza aparece la idea de competencia soterrada entre los medios y los políticos por el control de la agenda mediática. En cuanto a la percepción de cada medio en particular, en el caso de los diarios en la Alianza existe

una visión más equilibrada que en el caso de la Concertación, ya que mientras en la primera se los critica por su interés económico y se los alaba por su profundidad, en la segunda existe una crítica generalizada dada principalmente por su sesgo político. En cuanto a la televisión y los noticiarios, se comparte la crítica por sus contenidos 'faranduleros', conflictivos o negativos, que dejan aparte los temas positivos, la profundidad o el contexto de la noticia. Además, dos políticos jóvenes de la Alianza y uno de la Concertación se quejan de la alteración que se hace de sus 'cuñas'. Respecto a la radio, si bien los políticos de la Concertación la destacan más que los de la Alianza, la evaluación general es positiva.

#### Comparación – 10 años / + 10 años

Entre los políticos de menos experiencia, en general existe mala evaluación de la forma en que los medios de comunicación cubren a la actividad política. Se destacan los conceptos de búsqueda de conflicto o de farandulización. De la prensa escrita en particular, se critica en mayor medida su falta de objetividad y sesgo político, y en menor medida su interés comercial y su búsqueda de dominar la relación con el político. A su vez, un político destaca el espacio que dan a los contenidos y el análisis

que realizan. De la televisión y específicamente de los noticiarios, sólo existen críticas. Las principales quejas son que se usan mal las cuñas que entregan los políticos, o que el dominio del rating hace que se prefiera emitir contenidos conflictivos o faranduleros al hablar de política, por sobre otros contenidos serios o positivos. La radio es la mejor evaluada, pues cinco políticos de menos experiencia, señalan que es más objetiva, de contenidos más diversos o que muestra mayor interés en la política.

Entre los políticos de mayor experiencia existe en general una mala evaluación de la forma en que los medios de comunicación cubren la política. De los diarios hay mejor evaluación, ya que existe equilibrio entre quienes los critican porque piensan que existe sesgo en la entrega de información o poca profundidad y otros que dicen que da más espacio para un mayor análisis. Otros entrevistados se quejan de un énfasis comercial o de que son manejados por los políticos. De la televisión, y más específicamente de los noticiarios, todos tienen mala opinión, la mayoría respecto a las temáticas que abordan. Coinciden con lo menos experimentados al decir que son 'faranduleros', 'ridículos', 'negativos' o 'emocionales', y que dejan fuera información importante o que no muestran el contexto de la noticia. Otros entrevistados dicen que son demasiado largos, que dejan a la política en un segundo orden, o que dan más importancia a la imagen que al tema tratado. La radio es mejor evaluada, pues tres políticos de más experiencia dicen que permitiría una conversación con argumentos en un tiempo más prolongado, pero uno la critica porque estaría sesgada al igual que los diarios.

En general en los segmentos de mayor y menor experiencia existe una mala percepción de la forma que los medios cubren a la política. Existe una crítica común a los medios, por dar noticias negativas, faranduleras o conflictivas, y en los más experimentados se critican otros aspectos, como que se manejan las imágenes que emiten, porque tienen agendas propias y compiten con los políticos o porque le han perdido el respeto histórico que la guardaban a los políticos. En cuanto a la televisión y los noticiarios, ambos sectores políticos destacan el mal trato que se da a su actividad, al entregar contenidos conflictivos, negativos, o faranduleros, dejando fuera contenidos positivos, de mayor importancia o profundidad. Además, los de menos experiencia destacan la mala forma en que utilizan sus 'cuñas'. En cuanto a la evaluación de los

diarios, entre los políticos de mayor experiencia existe mayor equilibrio entre quienes los consideran sesgados y quienes los consideran analíticos o profundos. Por su parte, los políticos de menos experiencia coinciden en criticar a la prensa escrita, mayormente por su sesgo político o falta de objetividad al entregar información. La radio es destacada por más políticos de menor experiencia, pero todos los que la mencionan la alaban, sobre todo por los espacios y el tiempo que les deja para expresarse.

#### Conclusión Dimensión 2:

Respecto al consumo de medios de comunicación, los políticos de todos los grupos estudiados coinciden en nombrar a la prensa escrita como su formato más consultado. Este dato los separa de la población chilena en general, ya que, como habíamos visto en la introducción, el consumo de diarios es cada vez más reducido entre los chilenos. La televisión, el medio más consumido por la población, ocupa el segundo lugar en las preferencias de los políticos, pese a esto tres entrevistados reconocen la importancia de ver televisión para 'informarse como la mayoría de los chilenos', percepción que

también recalcaría la separación de la sociedad, pues se vería televisión para entender a ese 'otro', que sería el resto de la población. La radio es mayormente consumida por los políticos de más experiencia e internet fue nombrado por la mitad de los entrevistados, distribuidos proporcionalmente entre los distintos grupos. Las preferencias de consumo mediático de los políticos ayudan a su consideración como grupo social determinado, pues se alejan de las estadísticas de la población general, al preferir los diarios a la televisión como principal medio de información.

Respecto a la evaluación de cómo los medios tratan a la política, en general se observa una visión crítica, que va variando en la referencia a cada medio. Con respecto a la visión de los grupos sobre la televisión es donde se encuentra la mayor analogía con lo que en el marco teórico se ha llamado la espectacularización de la política. En términos generales se critica que resalten el conflictos, la farándula o las noticias negativas, por sobre las informaciones más relevantes o positivas. Los entrevistados en general coinciden en que la televisión y sobre todo los noticieros, obligados a obtener mayor éxito comercial, exhiben una cara de la política espectacularizada, destacando el conflicto, lo negativo o lo farandulero. Este último concepto, según el uso popular, se podría asimilar al concepto de lo espectacular. Además, los políticos de menos experiencia critican el uso arbitrario de sus 'cuñas'. Respecto a lo que no muestran o debería mostrar la televisión de la política, sí existe una visión discordante entre las dos coaliciones políticas, pues los entrevistados de la Alianza piden más noticias positivas o respeto por los cargos, mientras desde la Concertación se les pide mayor reflexión o análisis contextual de las noticias tratadas. En el caso de la prensa escrita en particular, los entrevistados de la Alianza, critican su falta de objetividad, pero rescatan la profundidad del análisis y los entrevistados de la Concertación mayoritariamente tienen una visión crítica, también por una supuesta falta de objetividad, que se atribuye a la coincidencia ideológica de los propietarios de estos medios. Por último, con respecto a la radio, políticos de todos los grupos destacan su tratamiento de la política, justo por factores que critican de la televisión, en el sentido de que entrega más tiempo para hablar y permite desarrollar una argumentación más sólida.

La evaluación general que los políticos entrevistados hacen de los medios, haría pensar que en general se ubican en una perspectiva crítica, al menos en este punto de la relación. Al observar su postura ante la televisión en particular, es posible afirmar que están en línea con la perspectiva teórica que critica el espectáculo de la política transmitida por este medio. Sin embargo, también resulta plausible señalar que la imagen que tienen los políticos de la radio está más en línea con la idea de funcionalidad de los medios, ya que les permite comunicarse libremente con los ciudadanos. De todas maneras, prima la evaluación crítica, ya que al hablar en general de las formas de cobertura de los medios, los entrevistados llegan a conceptos como lo negativo, el conflicto o la farándula, los que pueden ser ligados a la idea de espectáculo reseñada en el marco teórico.

### Dimensión 3: Relación personal con los medios

En esta dimensión se describirá cómo los políticos evalúan su propia relación con los medios, el nivel de importancia que le otorgan y los motivos por los que acuden a ellos. Se buscará analizar si el político da el mismo nivel de alta relevancia que otorgan los autores a la relación político-medio y, además, se pondrán dos extremos de concepción de la relación para dar un cause al análisis: si se acercan a los medios en un sentido funcional, para utilizarlos como un canal de comunicación con la ciudadanía o como una forma de realzar su carrera política personal, a la forma del 'nuevo



personal político' identificado por Regis Debray.

#### Análisis Alianza – 10 años:

Todos dan gran relevancia a su relación personal con los medios de comunicación, calificándola como muy importante, fundamental o primordial. Marcelo Forni es un ejemplo de esto: “el político que no entienda que los medios de comunicación son un valor necesario, está perdido, porque veo que es parte importante de esta vinculación de la ciudadanía con el Estado”. Felipe Salaberry, Marcelo Forni y Francisco Chahuán dicen que se relacionan con los medios para tener un canal de información con sus electores o el resto de la sociedad, Forni y Nicolás Monckeberg mencionan que los usan para influir en debates públicos y este último además agrega que usa los medios para tener mayor liderazgo “para ejercer las labores de liderazgo político, e influir en los debates políticos, los medios de comunicación se transforman en fundamentales”. Chahuán y Forni mencionan las herramientas de Internet como nuevo canal de información que utilizan con frecuencia.

#### Análisis Alianza + 10 años:

Todos los entrevistados dan gran relevancia a su relación con los medios de comunicación, usando palabras como fundamental, básica o muy importante. Lily Pérez dice que el político moderno debe aparecer en los medios y Cristián Labbe afirma que en su caso, él tiene una relación particular con la prensa: “yo digo cuándo quiero hablar y qué quiero hablar y cómo quiero hablar. Yo determino cuándo quiero comunicar, qué quiero comunicar y cómo quiero comunicar, entonces en mi relación con la prensa, la iniciativa la tengo yo”

Respecto a los motivos para relacionarse con los medios, Juan Antonio Coloma y Lily Pérez dicen que utilizan los medios para plantear ideas personales, ya que los medios habrían reemplazado al parlamento como lugar de reflexión; otro, Carlos

Larraín afirma que lo hace para plantear ideas del partido y mantenerlo presente: “Entonces se sabe lo que piensa Renovación Nacional en este asunto o en el de más allá. Un partido ausente, es muy difícil que después salga a pedir votos”; Larraín agrega que usa los medios para hacerse conocido y Cristián Labbe dice que los usa para comunicarse con los vecinos de su municipalidad.

#### Análisis Concertación – 10 años:

Tres entrevistados dan relevancia a su relación personal con los medios, menos Tucapel Jiménez quien dice ser de bajo perfil, pero reconoce la importancia de la relación para sus pares. Los tres que valoran su relación utilizan calificativos como importante, súper importante o decisiva. Carolina Goic explica lo importante que es la relación para la labor política: “Uno ha visto aquí un montón de diputados que han sido tremendamente buenos legisladores, pero no son reelectos. Porque finalmente nosotros dependemos de la evaluación que haga la gente, que se traduce en la urnas y para eso tienen que estar informados”.

Respecto a las utilidades o motivos que tienen para acercarse a los medios, Tucapel Jiménez busca generar valoración en la gente dando a conocer temas nuevos, Carolina Goic los usa para tener un nexo con los electores; el tercero, Marcelo Diaz, utiliza los medios para difundir ideas o plantear visiones de sociedad y mantenerse en la primera línea: “necesitamos, para poder tener vigencia y musculatura política, ser vigentes mediáticamente”. Pepe Auth se acerca a los medios para construir un liderazgo político e informar a su militancia. Por último, la diputada Goic se queja porque muchos de sus proyectos no son tratados por los medios, “hay un montón de proyectos que uno saca y que no tienen ninguna acogida en los medios. Pero de repente hay tonteras que están más hechas para salir en la tele y que tienen mucha más acogida”.

#### Análisis Concertación + 10 años:

Todos dan gran relevancia a su relación con los medios de comunicación, pero José Antonio Gómez dice que en su caso impera el bajo perfil, que informa sólo cuando tiene algo importante que decir. Los otros usan apelativos como enorme, básica o fundamental para definir su relación. Mariano Ruiz Esquide es uno de los que asigna gran importancia: “Los medios de comunicación son capaces de hundir o mejorar, subir, bajar, destruir o elevar la visión que se tenga de un político, así que yo le asigno gran importancia a mi relación personal”.

Tres dicen que la evaluación que la gente hace de los políticos depende de su forma de aparición en los medios, que el estar presente en pantalla da popularidad al político y que si no aparece la gente piensa que pierde el tiempo. Todos reconocen utilizar los medios para informar, Mariano Ruiz Esquide sobre temas de fondo, José Antonio Gómez para hablar de temas importantes cuando lo llaman y José Antonio Viera Gallo señala que se relaciona con los medios para convencer a la gente. “Busco que los hechos se conozcan, que los mensajes se transmitan, que las insinuaciones lleguen a su destino, que se pueda convencer a las personas, es fundamental”. Por último, Carlos Ominami señala que se relaciona con los medios para dar a conocer lo que hace y convencer a los periodistas de que investiguen más a fondo.

Dimensión 3: relación personal con los medios de comunicación:

Comparación Alianza / Concertación

Todos los entrevistados de la Alianza por Chile dan gran relevancia a su relación con los medios de comunicación, usando palabras como muy importante, fundamental o primordial. Respecto al uso, se menciona como primera opinión la idea de acercarse a los medios para plantear ideas personales e influir en el debate público, como segunda la idea de utilizarlos como canal de comunicación con la gente y la tercera

para crear liderazgo o darse a conocer. Hay una mención para fiscalizar y reflexionar y otra de un líder de partido, para mantener al partido presente.

La mayoría de los entrevistados de la Concertación dan gran relevancia a su relación con los medios de comunicación, calificándola como fundamental, básica o muy importante. Sólo dos dicen que dan menos importancia, calificándose como de 'bajo perfil', pero se sienten una anomalía y dicen entender a sus pares. La mayoría dice que utiliza los medios para plantear temas o dar información respecto a ideas importantes o de fondo y hay una mención para informar a su militancia y construir su propio liderazgo. Además, tres políticos dicen que la evaluación que hace la gente de su trabajo depende de su aparición en los medios. Dos critican la relación práctica, diciendo que los políticos obtienen mejores apariciones en los medios si filtran información de reuniones privadas; y el segundo dice que hay una relación desequilibrada, porque los medios dependen menos de los políticos que a la inversa. Pone de ejemplo que él censura a un diario y al medio de le afecta, pero si el medio lo censura a él, si le afecta.

Todos los políticos de la Alianza consideran su relación con los medios relevantes, mientras que seis de ocho de los políticos de la Concertación piensan lo mismo. Respecto a la utilización de los medios, en la Alianza existe una diferencia entre el uso de los políticos de la Alianza para plantear ideas personales, y el uso de los concertacionistas para plantear temas profundos o de fondo. Además, en la Alianza se menciona la idea de usarlos como canal de comunicación con la ciudadanía y en la Concertación tal idea aparece en dos casos. Por último, en la Alianza hay una mención más del uso para construir liderazgo o darse a conocer.

Comparación – 10 años / + 10 años:

La mayoría de los políticos de menos experiencia da gran relevancia a su relación con los medios de comunicación. Usan calificativos como fundamental, muy importante o decisiva. Sólo un entrevistado dice no darle tanta importancia, se reconoce como un político de bajo perfil, pero entiende la importancia de la relación para sus pares. La mayoría dice que utiliza los medios para mantener relación con sus electores y la sociedad o para influir en el debate público con ideas. Dos mencionan que utilizan los medios para fortalecer liderazgo personal y un presidente de partido dice que para

mantener presente a su colectividad. Otros dos destacan su uso de redes sociales y mails de Internet para mantener contacto con sus electores. Una política se queja de que los medios no toman en cuenta sus proyectos.

La mayoría de los políticos de mayor experiencia dan gran relevancia a su relación con los medios de comunicación. Usan calificativos como fundamental, básica, muy importante o enorme. Tres dicen que la evaluación de la gente depende de su aparición en los medios y uno agrega que el político moderno debe aparecer en los medios. Sólo un entrevistado dice ser de bajo perfil, que informa sólo cuando tiene algo importante que decir. La mayoría dice que utiliza a los medios para dar a conocer ideas, en dos casos ideas personales, en otros tres casos ideas importantes o de temas de fondo o reflexiones, en otro ideas de su partido. Hay una mención que se relaciona para darse a conocer y otra dice que lo hace para fiscalizar. Un entrevistado agrega que los medios han reemplazado al parlamento como lugar de reflexión. Por último, en el plano práctico, uno dice que existe relación perversa, porque el político entrega información a algunos medios a cambio de salir en el medio, todo esto por el poder excesivo de los medios en la relación.

Entre los políticos de los dos niveles de experiencia hay una definición común de la gran importancia que representa para cada uno su relación con los medios de comunicación. Sólo hay dos casos, uno en cada sector, que se reconocen de 'bajo perfil', poco necesitados de los medios. En cuanto a los usos que se dan a los medios, existe entre los políticos de menos experiencia un equilibrio entre quienes los utilizan para comunicarse con la ciudadanía y quienes lo hacen para difundir ideas, mientras que los de más experiencia los usan mayoritariamente para dar a conocer ideas, personales y de temas país. Además, en el grupo de menos experiencia dos dicen que se acercan a los medios para fortalecer su liderazgo personal, mientras que entre los de más experiencia sólo uno indica que los utiliza para darse a conocer.

### Conclusión dimensión 3:

Según la visión planteada en el marco teórico, al político de nuestra sociedad debería parecerle de una gran relevancia su relación con los medios de comunicación. Al contrastar esta primera idea con los resultados de las entrevistas, se puede afirmar que si bien los grupos de las dos coaliciones políticas dan importancia a su relación personal con los medios, es en la Alianza por Chile donde esta visión es única, mientras que en la Concertación es sólo mayoritaria. Respecto a los grupos de más y menos experiencia, en esta temática no se encuentran diferencias significativas.

Una segunda línea se refiere al sentido que dan los políticos a su propia relación con los medios. Según lo expuesto en el marco teórico, esta relación podría ser vista desde un punto de vista funcional, constituyendo la única posibilidad que tendrían los políticos de expresar sus mensajes y comunicarse con sus miles o millones de electores. Por otro lado, también podría ser vista como un instrumento de cada político para mejorar su imagen frente al electorado o a su propio mundo político. En las respuestas de los políticos a las entrevistas, la mayoría, sin distinción de coalición o años de experiencia, señala usar los medios para comunicarse con la ciudadanía. Sólo tres entrevistados reconocen usar los medios para fortalecer su liderazgo político o mejorar su imagen personal. En este punto podría pensarse que los entrevistados al hablar de sí mismos escogen la mejor manera de presentarse y esconden la peor.

Además, en este caso se reafirman las conclusiones de la dimensión del rol político, pues los políticos de menos experiencia, que se sienten mayoritariamente como representantes de la población, usan los medios para comunicarse con ella. Los políticos de la Alianza, que se sienten como representantes y líderes, usan los medios para plantear ideas personales y los políticos de la Concertación, que se sienten representantes y promotores de debates públicos, usan los medios para plantear ideas profundas.

#### Dimensión 4: el político frente a los medios.

En esta dimensión se describirá la percepción de los políticos entrevistados respecto a la actitud general del político frente a los medios de comunicación masivos. La idea es analizar cómo se relaciona esta percepción con las lógicas, por un lado, de los analistas críticos, que ven una serie de prejuicios en la relación actual, en la actuación del político, más preocupado de su imagen personal que de su función pública y de los medios de comunicación, que tenderían a presentar como un espectáculo a la actividad política. Por otro lado, también se comparará con los análisis



más funcionales, que ven la relación actual como necesaria para la convivencia política en las sociedades de masas.

#### Análisis Alianza – 10 años:

Felipe Salaberry, Marcelo Forni y Nicolás Monckeberg critican conducta política de privilegiar la aparición en los medios antes de seguir el detalle de las noticias o estar con la gente. Un ejemplo de esto es la opinión de Salaberry: “hay políticos que muchas veces generan una noticia, generalmente de denuncia y con eso logran algunos segundo de pantalla, algunos centímetros de diarios, algunos minutos de radio y no siempre hay un seguimiento de la noticia de parte del político que la usó”. Sin embargo, Los mismos tres entrevistados dicen que esto se hace en complicidad con los medios que necesitan noticias que vendan, conflictivas o de anécdotas. Francisco Chahuán dice en cambio que existe un proceso de farandulización en la relación entre política y medios, pero que el principal responsable es el propio político, por no saber dar una buena impresión de su trabajo ante los medios.

#### Análisis Alianza + 10 años:

Juan Antonio Coloma y Cristián Labbe critican la actitud de los políticos en su relación con los medios, por alterar los mensajes que emiten considerando su futura popularidad o la condición de ‘políticos polillas’<sup>52</sup> de algunos. Coloma justifica esta actitud por la importancia que tiene para la gente la aparición en los medios y Labbe considera que produce el desprestigio de la actividad. A Carlos Larraín tercero no le parece la norma que los políticos se comporten de mala forma frente a los medios y Lily Pérez dice que ese pensamiento proviene de gente envidiosa “es súper importante tener acceso a la prensa. Y los que dicen eso son todos unos envidiosos, que siempre pelan, que este es muy mediático, que este sale mucho”. En otro punto, Coloma afirma

---

<sup>52</sup> Calificativo dado a los políticos a partir de la década de los 90, que los acusa de estar demasiado pendientes de sus apariciones en televisión.

que existe un enfrentamiento entre los medios y los políticos para ver quién maneja la agenda “Yo creo que hay una lucha bastante soterrada por quien tiene la agenda publica, el mundo político o el mundo de la comunicaciones, yo creo que hoy día los medios, la gran mayoría, tienen agendas propias, les da lo mismo lo que esté pasando”. Por último, Labbe agrega que al hablar de política, el medio pasa a ser más importante que el propio mensaje.

#### Análisis Concertación – 10 años:

Tucapel Jiménez, Carolina Goic y Marcelo Diaz valoran negativamente la relación que establecen los políticos con los medios; para el primero porque “pueden hacer cualquier cosa por aparecer en TV”; para la segunda porque resulta más cómodo hacer un trabajo mediático y tener a la ciudadanía menos informada; y el tercero dice todos han caído en el vicio de aparecer en televisión porque pueden tener impacto mediático. Tucapel Jimenez habla de la preocupación del político por salir en televisión: “Muchos dicen que la televisión da tal cantidad de votos, que tantos minutos en la televisión equivalen a un mes de trabajo. Y tu vez cuando se hace lo imposible por aparecer quince segundos en pantalla”. Pero todos los entrevistados justifican esta actitud, Jiménez por la importancia que tiene aparecer en televisión para la valoración de la gente; Goic porque son las ‘reglas del juego’; y Diaz dice que es como ‘un círculo vicioso’, porque para tener vigencia y relevancia política es necesario aparecer en los medios. Pepe Auth en cambio dice que los políticos dependen de los medios de comunicación, y que darle gran relevancia a las apariciones es una norma, aparecida en los últimos quince años. Díaz critica la relación, diciendo que el conflicto vende más que los ‘debates interesantes’, mientras Auth la valora, diciendo que ahora la relación es positiva, porque permite que la sociedad fiscalice a los políticos y que estos tomen decisiones pensando en las opiniones mayoritarias. Goic y Auth critican la relación práctica, la primera diciendo que los políticos obtienen mejores apariciones en los medios si filtran información de reuniones privadas; y el segundo señalando hay una relación desequilibrada, porque los medios dependen menos de los políticos que a la inversa. Pone de ejemplo su relación con un diario: “yo puedo censurar un diario, pero

si el diario me censura a mi tiene más impacto que si yo lo censuro a él. O sea, yo he cortado la relación con un periódico, La Tercera, pero no sé si se ha notado, y el costo para mi es enorme”.

#### Análisis Concertación + 10 años:

Mariano Ruiz Esquide, José Antonio Gómez y Carlos Ominami critican actitudes de los políticos frente a los medios masivos, el primero dice que exageran apariciones, “comprando las conciencias” de los electores; el segundo afirma que políticos plantean las apariciones como una estrategia, pervirtiendo la relación, pero obteniendo mayor éxito en las encuestas; y el tercero señala que emiten declaraciones ‘en caliente’ ante los medios, privilegiando el conflicto y la frivolidad. Sin embargo, los mismos reconocen que tiene más éxito el político que aparece más seguido en los medios o que el tipo de relación también está dada por la forma de funcionar de los medios, que necesitan reacciones rápidas y conflictivas. Sólo José Antonio Viera Gallo rescata una valoración positiva, al decir que Internet y las nuevas tecnologías han mejorado la relación entre medio, política y ciudadanía. Por último, en el plano práctico, uno dice que existe relación perversa, porque el político entrega información a algunos medios a cambio de salir en el medio, todo esto por el poder excesivo de los medios en la relación.

#### Dimensión 4: el político frente a los medios:

##### Comparación Alianza / Concertación:

Cinco de los entrevistados de la Alianza critican la actitud de los políticos de poner su aparición en los medios de comunicación pensando en la propia popularidad por delante de otras prioridades, como su relación con la gente o el seguimiento de los temas. Además, dos aseguran que este proceso se hace en connivencia con los medios, que necesitan noticias vendedoras, conflictos. Contrario a lo anterior, existen

opiniones singulares en torno a que el problema del político es no saber comunicar bien ante los medios lo que hace; a que la actitud exagerada del político ante los medios no es la norma; y a que es un deber del político aparecer en los medios, y el que no lo entiende y critica es envidioso. Aparecen singularmente otras ideas, como que existe una 'lucha soterrada' entre los medios y los políticos por el control de la agenda; se dice que al hablar de lo política el medio ha pasado a ser más importante que el mensaje y se rescata un avance en el periodismo interpretativo al hablar de política.

Seis entrevistados de la concertación critican la forma de acercarse a los medios de los políticos. Dan variados argumentos, como que se hace cualquier cosa por aparecer en televisión; que es más cómodo hacer trabajo mediático y tener a la ciudadanía desinformada; que existe vicio de dar cuña a la televisión para generar impacto; que se exageran apariciones comprando las conciencias de los electores; que se arman estrategias para aparecer pervirtiendo la relación para aparecer mejor en las encuestas; o que se emiten declaraciones en caliente aprovechando las cámaras. A su vez, cuatro de estos entrevistados justifican estas actuaciones, dada la importancia que tienen para la gente; por son 'las reglas del juego'; porque con más apariciones se construya mayor vigencia y relevancia política; o porque las cámaras ya no están disponible al momento de la reflexión. Dos de los entrevistados, en cambio, valoran la relación actual, con la aparición de nuevos medios y la relevancia del sistema de medios en su conjunto, que mejoran la relación entre los políticos y la ciudadanía, haciéndola más transparente y democrática.

En general se observa una crítica a la relación entre política y medios, mirada desde distintas ópticas. Hay una diferencia mayor a favor de la Concertación entre quienes critican la forma en que los políticos se acercan a los medios. La idea más compartida es que se le da demasiada importancia a la aparición en los medios, sobre todo en la televisión. En la Alianza la mayoría sostiene que esto se hace buscando más popularidad, la que luego se manifestaría en el apoyo de la gente en encuestas y elecciones; en la Concertación esta opinión se comparte, mezclada con otras como que se busca dar cuñas impactante en televisión o que se emiten declaraciones en

'caliente' aprovechando las cámaras. En la Alianza existe la percepción de que esto se hace en connivencia con los medios, que necesitan noticias vendedoras y en la Concertación se justifica por la importancia que tienen los medios para la gente, porque se construye 'muscultura política' apareciendo o porque las cámaras no están disponibles para la reflexión. Cabe destacar que en este caso las opiniones de la Concertación utilizan expresiones de mayor contenido dramático como: "se hace cualquier cosa por aparecer en televisión"; "se exageran apariciones comprando (las) conciencias (de los electores)"; "se arman estrategias para aparecer (en los medios), pervirtiendo la relación". En la Alianza el lenguaje a este respecto resulta más comedido, lo que podría indicar una opinión más dramática y decidida en el caso de la Concertación. Luego, entre quienes no critican el accionar de los políticos en la relación, en la Concertación existe coincidencia de dos entrevistados que destacan que actual relación permite mayor fiscalización ciudadana.

Comparación - 10 años / + 10 años:

Seis de los entrevistados de menos experiencia critican la forma que tienen los políticos de acercarse a los medios de comunicación. Dicen que se hace 'cualquier cosa por estar en TV' antes de seguir el detalle de las noticias o estar con la gente; porque tiene mayor impacto mediático, pero una agrega que de esa forma se mantiene a la ciudadanía más desinformada. Sin embargo, la mayoría justifica este comportamiento; dos dicen que se hace en connivencia con los medios; y otros dicen que resulta necesario para el político, pues depende de la aparición en los medios para

la valoración de la gente o porque le da más vigencia o relevancia política. Existen dos visiones contrarias a lo anterior, uno dice que los políticos han asumido mal su tarea de comunicar sus actividades a los medios y que debieran hacerlo mejor y otro valora la relación actual porque permite que la sociedad fiscalice a los políticos y que éstos tomen decisiones pensando en las opiniones mayoritarias.

Cinco de los entrevistados de más experiencia critican la actitud de los políticos frente a los medios, diciendo que privilegian más apariciones para tener mayor popularidad ante la gente o convencerla de mala manera; o que se privilegian las declaraciones en caliente ante las cámaras. Dos explican esta actitud por la importancia que le da la gente a lo que aparece en los medios. Otros tres no critican la actitud de los políticos, uno dice que no es la norma la exageración en la aparición en los medios, otra que quienes opinan eso son envidiosos y el tercero que Internet y las nuevas tecnologías han mejorado la relación entre medio, política y ciudadanía.

En general se observa una crítica a la relación que establecen los políticos con los medios de comunicación. Comparando ambos grupos, existe una diferencia leve a favor de los entrevistados de menor experiencia entre quienes critican la forma en que los políticos se acercan a los medios. Los políticos menos experimentados afirman en su mayoría que los políticos exageran sus apariciones en los medios, sobre todo en tv, antes de seguir el detalle de las noticias, estar con la gente o informarla; pero justifican la actitud, porque se hace en connivencia con los medios, o porque resulta necesario para el político en su relación con la gente o en su vigencia política. Los de más experiencia afirman que el político busca aparecer en los medios más de lo que debiera y en contextos inadecuados, porque busca tener mayor popularidad, o porque aprovecha el momento en que están las cámaras para dar declaraciones en caliente. A su vez, justifican estas acciones por la importancia que le da la gente a lo que aparece en los medios.

#### Conclusión dimensión 4:

Al hablar en general de la actitud de los políticos frente a los medios de comunicación, el análisis de los entrevistados cambia respecto a lo que confesaban de su relación particular. En este caso existe una visión crítica mayoritaria respecto a la forma de comportarse del político, que usaría exageradamente los medios de comunicación para su beneficio personal, dando declaraciones apresuradas o dedicándose únicamente a tratar de agradar a la población, antes de usar el canal para comunicarse con la ciudadanía o plantear ideas personales o de fondo en los debates

públicos. Tal visión general establecería, en esta dimensión, que los políticos prefieren mirar desde un punto de vista crítico a su relación con los medios. El sentido estratégico que se da a la relación, se asimila a lo planteado por Régis Debray en la teoría, respecto al nuevo personal político.

Sin embargo, a pesar de la autocrítica que hacen a su labor en este punto, la mayoría de los entrevistados señala que estas actitudes se dan en cierta complicidad con los medios, que buscan noticias que vendan, conflictos o reacciones rápidas de parte del político.

No obstante esta conclusión general, es posible establecer algunas diferencias entre los grupos estudiados: la visión de los entrevistados de la Concertación es más crítica respecto a la actitud del político, tanto porque hay un entrevistado más en esa línea argumentativa como porque los epítetos usados para acusar a los políticos destacan por su mayor virulencia. Este grupo plantea que los políticos usan los medios para obtener beneficios personales frente a sus electores y sus apariciones las ejecutan de forma apresurada e irreflexiva. En la Alianza también es mayoritaria la crítica a los políticos por su actitud ante los medios y se acusa, sobre todo, de querer aumentar la popularidad personal. Aún cuando existe esta crítica generalizada, hay dos entrevistados de la Alianza y uno de la Concertación que destacan la importancia y la funcionalidad de la relación.

Respecto a la comparación entre políticos más experimentados y menos experimentados, resulta plausible afirmar que no se aprecian diferencias significativas en torno a la crítica generalizada frente a la actitud de los políticos en su relación con los medios, no obstante existir una pequeña diferencia a favor de los menos experimentados entre quienes critican la labor del político.



Dimensión 5: soluciones posibles a problemas planteados:

En esta dimensión se describirá, de acuerdo a los problemas planteados previamente por cada entrevistado, que caminos de solución ven como posibles. Se buscará evaluar en base a cuatro variables: si aseguran que la relación actual está bien, si creen que el cambio debiera venir de los actores políticos, de los medios o de la sociedad en su conjunto. Además, se buscará descubrir los argumentos que sustentan tal evaluación.

#### Análisis Alianza – 10 años:

Todos los entrevistados de este grupo piden cambios en los contenidos de los medios, pero no son capaces de identificar cómo podrían llevarse a cabo; Marcelo Forni dice que hay discusión pendiente sobre regulación de los medios en el límite de lo público y lo privado; Francisco Chahuán señala que se debe fomentar la diversidad de medios con distintas líneas editoriales; Nicolás Monckeberg dice que la prensa escrita debiera tener más análisis y la televisión contenidos políticos en programas puntuales y Felipe Salaberry propone auto regulación de parte de los medios para mejorar sus contenidos. Marcelo Forni justifica la necesidad del cambio que propone: “hay una discusión importante pendiente sobre estos temas y donde evidentemente hay que conciliar este aparente problema que tenemos de que por un lado los medios son para nosotros muy necesarios, pero por otro lado también hoy día están siendo responsables de una parte importante de nuestro desprestigio”.

#### Análisis Alianza + 10 años:

Todos los entrevistados piden cambios en los contenidos de los medios, Juan Antonio Coloma y Cristián Labbe dicen que deben auto regularse éticamente, asumiendo la importancia de su rol y Labbe junto a Lily Pérez agregan que el público debiera estar o está en camino de hacer cambiar los contenidos, consumiendo unos medios por sobre otros. Juan Antonio Coloma justifica la necesidad de cambios: “mientras los medios no asuman que tienen que rol importante que al país le vaya bien más allá del escándalo de noticias, yo creo que vamos andar en un camino cada vez peor”. Por su parte, Carlos Larraín señala que TVN debiera asumir rol de bien común, destacando la función de cada institución, sin dejar de criticar sus defectos. Sólo Coloma menciona posibles mejoras en el rol político, pidiendo más transparencia y ética en el actuar.

#### Análisis Concertación – 10 años:

Tucapel Jiménez, Carolina Goic y Marcelo Díaz plantean cambios en los medios. Piden que el Estado intervenga dando más avisaje a algunos medios por sobre otros; Jiménez pide un representante de la 'gente' en la administración de los medios y Goic dice que se debe regular más los contenidos, sin censurar. El cuarto, Pepe Auth, dice que el cambio principal debiera ser equilibrar la relación entre los medios y los políticos, pues hoy los medios utilizan a los políticos en sus estrategias. "los medios no pueden ser simple caja de resonancia de una agenda que definen los políticos, pero tampoco pueden ser los políticos simples instrumentos del diseño de una agenda que pongan los medios y hoy día la relación está extremadamente desbalanceada".

#### Análisis Concertación + 10 años:

Mariano Ruiz Esquide y Carlos Ominami dan como solución a problema planteados mejoras en el rol político, dar mayor transparencia y mejorar el comportamiento del parlamento y los políticos en general. José Antonio Viera Gallo menciona la necesidad de acuerdos éticos entre medios y políticos, y dar más importancia al rol de los gremios del área de la comunicación. Para el cuarto, José Antonio Gómez, el tema no tiene solución, pues un medio que tratara seriamente a la política no funcionaría comercialmente "no tiene solución, porque si tu tienes un medio de comunicación que su línea editorial sea mostrar lo que se está haciendo en forma académica, ese medio no va a vender nada, no lo va escuchar ni el propio político al que está destinado eso". Ruiz Esquide agrega conceptos como preparar mejor a los periodistas o estimular mayor competencia en los medios.

Dimensión 5: posibles soluciones a problemas planteados:

Comparación Alianza / Concertación

Todos los entrevistados de la Alianza piden cambios desde los medios de comunicación en lo referido a la política. Tres dicen que deben auto regularse éticamente y el resto de las opiniones se reparten entre regular límite entre lo público y lo privado; fomentar la diversidad de medios desde el Estado; que transmitan mayor análisis y contenidos políticos; o que el público debiera privilegiar unos medios sobre

otros, para así cambiar a toda la industria. Sólo un entrevistado menciona mejoras en el rol del político, pidiendo más transparencia y ética en el actuar.

Cuatro entrevistados de la Concertación piden cambios desde los medios. Hay tres menciones para que el Estado fomente la diversidad apoyando económicamente a unos medios sobre otros; una mención para poner un 'representante' de la gente en la administración de los medios, y otra para regular más sus contenidos, sin censurar. Dos entrevistados piden cambios en el rol político frente a los medios, dando mayor transparencia y mejorando el comportamiento. Otro dice que podrían existir acuerdos éticos entre políticos y medios y el último plantea que el problema no tiene solución, pues la política como contenido no funciona comercialmente para los medios.

Resulta notorio que entre los entrevistados de la Alianza está más presente la necesidad de cambios en el comportamiento de los medios, mientras en la Concertación, este pedido de cambio se equilibra con menciones a la posibilidad de mejorar el rol político, de llegar a acuerdos éticos con los medios o de reconocer que el problema planteado no tiene solución. Respecto al pedido de cambios desde los medios, sobresale la necesidad expresada por los entrevistados de la Concertación, de que el Estado fomente la diversidad de medios. En cambio, desde la Alianza sobresale el pedido de auto regulación ética para los medios o la regulación desde la demanda de los públicos.

Comparación - 10 años / + 10 años:

Todos los entrevistados de menos experiencia, menos uno, piden cambios en los contenidos que entregan los medios respecto a la política. Las formas de hacerlo son variadas: dos coinciden en fomentar mayor diversidad de medios desde el Estado; y otro habla de regular límite entre lo público y lo privado; que la prensa escrita debiera tener más análisis y la televisión programas políticos; que existiera un representante de 'la gente' en la administración de los medios y que debería existir más control en los contenidos, sin censurar. Por último, un entrevistado plantea que los medios se

debieran auto regular y otro dice que se debiera equilibrar la relación entre políticos y medios.

En cuanto a los entrevistados de más experiencia, cinco de ocho piden cambios en los contenidos de los medios. Hay dos menciones para mayor auto regulación de los medios y que asuman la importancia de su rol; otras dos para un cambio en la demanda de la población para que consuma medios más serios; una mención para que TVN asuma rol de bien común, destacando las funciones del Estado y otra para que se prepare mejor a los periodistas y se estimule competencia entre los medios. Por otro lado, dos entrevistados piden mejoras en el rol político, dar mayor transparencia y mejorar el comportamiento. Otro pide acuerdos éticos entre medios y políticos o dar más relevancia a los gremios del área de la comunicación. Por último, un entrevistado dice que el problema planteado no tiene solución, pues los contenidos políticos no son rentables para los medios.

Resulta notorio que entre los políticos de menos experiencia se menciona con más frecuencia la necesidad de cambios en los contenidos de los medios, mientras que en los más experimentados se combina este pedido, con exigencia de mejor comportamiento hacia el mundo político, pedidos de acuerdos entre ambos mundos o requerimiento de formar mejores periodistas. En cuanto al requerimiento de cambios en los contenidos, no se notan diferencias demasiado significativas.

#### Conclusión Dimensión 5:

Todos los políticos entrevistados señalaron problemas en la relación entre política y medios, de distinto cariz, explicados en las dimensiones anteriores. Por lo anterior cupo preguntarles qué tipo de soluciones considerarían para mejorar los problemas planteados. En este caso, cabe destacar que entre los entrevistados de la Alianza por Chile y los menos experimentados, la mayoría pide cambios en los contenidos de los medios, mientras que entre los de la Concertación y los más experimentados el pedido de cambios en los contenidos de los medios se combina con pedidos de mejoras en la

función política: mayor transparencia o trabajo más serio. En este sentido, es posible señalar que existe una baja auto crítica en los entrevistados en torno a su rol en la solución de los problemas de la relación entre medios y política, exacerbado en el caso de la Alianza por Chile y los entrevistados de menos experiencia política.

#### **IV CONCLUSIONES**

Estas conclusiones se iniciarán fijando la atención en cada uno de los objetivos propuestos en la primera parte de la investigación, a fin de observar la posibilidad de su cumplimiento y los sentidos que tomaron en su desarrollo posterior. La idea es partir desde los objetivos secundarios, para así tratar de llegar a responder la pregunta central, que pide describir la percepción de los políticos de la Alianza por Chile y la Concertación, respecto a su relación con los medios de comunicación masivos.

En el caso de la percepción del rol político, resulta posible, tal como se propuso en un comienzo, caracterizar las líneas de pensamiento de los entrevistados en base a los

criterios definidos en el marco teórico. Los políticos menos experimentados se definen mayoritariamente en el rol de representantes de la ciudadanía; los políticos experimentados de la Concertación se definen como representantes ciudadanos y como defensores de una cierta ideología; y por último, en el caso de los entrevistados experimentados de la Alianza por Chile, se definen como representantes ciudadanos y líderes del país. Según se planteó en el marco teórico, las respuestas de los políticos menos experimentados en torno a su rol en la sociedad podrían indicar que en las dimensiones siguientes se plantearían como actores integrados a la relación medios-política en un sentido funcional, a diferencia de los más experimentados que se deberían plantear como actores desintegrados y críticos. Sin embargo, tales cálculos previos resultaron errados, por factores que veremos en lo sucesivo.

Considerando aún el primer objetivo, se mantuvo una duda respecto al carácter de los políticos de la Alianza por Chile y la Concertación en su conjunto. La idea era revisar en base a las respuestas, si podían ser considerados como un grupo social determinado. Para esto se pusieron tres criterios: la propia consideración del rol, el consumo de medios y la percepción general respecto a la relación. Respecto a lo primero, como se mencionó más atrás, los entrevistados tienen distintas percepciones de su rol, de acuerdo sus niveles de experiencia o a sus coaliciones políticas. Respecto al segundo criterio, resulta posible observar que los entrevistados consumen medios de forma distinta al común de la población, pues leen más diarios y ven menos televisión, justo el contrario del promedio de la población chilena. En cuanto a una posible percepción común de la relación general, esto tiene que ver con el objetivo principal y la hipótesis de la investigación y será analizado más adelante. De todas maneras, a pesar de no contar con toda la información en este punto, desde ya se puede acotar que resulta problemático definir a los políticos de los cuatro sectores previamente definidos como parte de un mismo grupo social, sobre todo en la consideración de su propio rol en la sociedad.

Respecto al segundo objetivo, en general, los políticos entrevistados le dan gran relevancia a su propia relación con los medios, en consonancia con la idea en que coinciden todos los autores citados, en cuanto a que para la actividad política actual



resulta de suma importancia su exhibición a través de los medios. La mayoría de los entrevistados plantean que la población hace una evaluación de cada político de acuerdo a las ocasiones que lo observa en la televisión, los diarios o la radio, y que, por lo mismo, varios políticos serios y trabajadores han perdido elecciones por no aparecer.

En cuanto al sentido que dan a su relación con los medios, la mayoría señala usarlos para comunicarse con la ciudadanía o participar en debates públicos. Sólo una minoría habla de usar los medios para fortalecer sus propias carreras o su liderazgo político. Estas opiniones los ubicarían dando un sentido funcional a la relación, en la línea de lo planteado por Dominique Walton, haciendo posible la política en la sociedad de masas al permitir su comunicación con la opinión pública. Sin embargo, al hablar de la actuación de los políticos en general, los entrevistados, sin mayor diferencia entre los grupos, los acusan de usar los medios de comunicación para obtener beneficios de imagen para sus carreras políticas, exagerar sus apariciones u opinar sin fundamento, en la línea de la crítica a la política representada como espectáculo para la población o del 'nuevo personal político' del que habla Régis Debray. Sólo una minoría, un entrevistado de cada coalición política, justifican el comportamiento general por la relevancia que tienen los medios o por la importancia de dar mayor transparencia a la actividad política.

De esta forma, se observa una visión contradictoria de la actuación del político frente a los medios de comunicación: funcional en el caso particular y crítica en el caso general. Tal discordancia podría ser explicada por la buena imagen que cada entrevistado querría dejar de sí mismo en una entrevista personal, lo que lo llevaría a negar un uso estratégico personal de sus apariciones en diarios, televisión o radios.

Respecto del tercer objetivo, la crítica que hacen los entrevistados al comportamiento de sus pares frente a los medios de comunicación, es justificada por el contexto de la relación o por la forma en que actúan los medios al cubrir a la política. En este sentido, todos los grupos entrevistados son críticos frente a la forma en que los medios tratan la política, plantean que buscan los conflictos, la contenidos de farándula

o las noticias negativas, que les servirían para entretener a la población y obtener más ventas o avisaje. No obstante esta evaluación general, existen diferencias al evaluar cada formato, pues en general la televisión es la más criticada, por los mismos argumentos de conflictividad, negatividad o farandulización; los diarios, a pesar de tener algo más de aprobación por su espacio y reflexión, son también criticados, mayormente por los entrevistados de la Concertación, por el sesgo político de sus dueños; por último, la radio recibe una evaluación general positiva, pues según señalan los entrevistados, les otorga más espacio para dar sus argumentos. Sin embargo, como se planteó más arriba, al hablar de los medios en general, el común de los entrevistados se plantea en una perspectiva crítica, relevando el sentido de espectáculo que dan a la noticia política, que terminaría degradando a la actividad en general y finalmente haría un daño a la sociedad en su conjunto.

Reuniendo toda esta información respecto a cada objetivo, se cumpliría la hipótesis del trabajo, en el sentido de que los políticos de todos los grupos entrevistados comparten ciertas formas de ver la relación, con sentidos y valoraciones comunes al respecto. Se aprecian en general pocas diferencias en las percepciones de los grupos más y menos experimentados, o pertenecientes a la Concertación y la Alianza por Chile. Difieren en la percepción del rol político o en algunos énfasis al hablar de las otras dimensiones de la investigación, pero enfocando el análisis en la pregunta principal, las respuestas siguen ideas y valoraciones similares.

Al hablar de la relación entre medios y política, los entrevistados se sitúan en una posición crítica, que involucra a ciertas formas de hacer política, como preocuparse excesivamente de la aparición personal en los medios por la supuesta popularidad que estos entregarían y con eso dejar de hacer un trabajo responsable o serio. También existe una crítica generalizada respecto de la actuación de los medios, criticados mayoritariamente por resaltar el conflicto, lo negativo o farandulero de la política en su afán comercial, dejando de lado las noticias positivas o un análisis más profundo de los acontecimientos. De esta forma, serían los políticos por un lado y los medios por el otro, los que colaborarían, según la opinión de los entrevistados, a establecer esta variación en el sentido de la actividad política, dando más relevancia a conceptos

revisados anteriormente como el espectáculo, la inmediatez o la relevancia de la imagen, en detrimento del discurso argumentativo o la lentitud del común de los procesos políticos.

Este esquema de necesidad de aparecer por un lado y de crítica a los contenidos por el otro, hace que la mayoría de los políticos entrevistados aparezcan como víctimas de un problema del que son parte por obligación. Porque dicen necesitar a los medios para emitir sus opiniones, comunicarse con la ciudadanía y mantener vigentes sus carreras políticas, pero cuando aparecen es mayoritariamente por peleas o anécdotas, que luego contribuirían a alimentar el desprecio de la población hacia la actividad política.

A su vez, vale consignar que aún cuando existe una visión crítica de la relación política-medios, los entrevistados, en general, tienden a exculparse del problema, situándolo en el contexto de la relación, pues según la visión mayoritaria, el político debería someterse a la forma de actuar de los medios si quiere permanecer en la primera línea política o tener relativo éxito personal o del grupo al que representa.

Estos resultados permiten mirar desde otra perspectiva la relación entre los medios y la política en Chile, poniendo énfasis en la percepción de los actores, cuestión que no se realiza frecuentemente. Entendiendo los sentidos y las valoraciones que los actores le dan a la relación, se puede llegar a enriquecer la investigación teórica del campo de la comunicación política.

De todas maneras, para significar un avance en el área, esta investigación debería contribuir a la realización de otros estudios empíricos, que involucren a un universo mayor de políticos al medir la percepción, o que se fijen en las percepciones de los otros actores en la relación, los dueños, directores, editores o periodistas de medios, o la población en general.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Alsina, Mikel, La Construcción de la Noticia, Editorial Paidós, Barcelona, 1989.

Aristóteles, Política, editorial Centro Gráfico, Santiago, 2000.

Balpe, Jean-Pierre, "Hipertextualizaciones", en Revista Comunicación y Medios ICEI, nº 14, año 2003, <http://www.icei.uchile.cl/comunicacionymedios/14pbalpe.html>

Borrat, Héctor, El periódico como actor político, editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1989.

Coon, Denis, Fundamentos de Psicología, ediciones Thomson, México, 2005.

Cordero Rodrigo, La Composición Social de la Nueva Cámara de Diputados: Cambios y continuidades en perspectiva histórica (1961-2010), DOCUMENTOS DE TRABAJO ICSSO, Universidad Diego Portales .

Debord Guy, “La sociedad del espectáculo”, revista Observaciones Filosóficas, <http://www.observacionesfilosoficas.net/download/sociedadDebord.pdf>

Debray, Régis, “El Estado Seductor”, editorial Manantial, Buenos Aires, 1995.

Encuesta consumo de medios de comunicación del Consejo Nacional de Televisión, en: <http://www.cntv.cl/medios/Publicaciones/PresentacionPrensaSextaENTV2008.pdf>

Estadísticas de Subsecretaría de Telecomunicaciones, consumo de medios: [http://www.subtel.cl/prontus\\_subtel/site/artic/20090831/asocfile/20090831101057/encuesta\\_nacional\\_subtel09.pdf](http://www.subtel.cl/prontus_subtel/site/artic/20090831/asocfile/20090831101057/encuesta_nacional_subtel09.pdf)

Galimberti Umberto, Diccionario de Psicología, Alianza Editores, Buenos Aires, 2002.

Garretón, Manuel Antonio, “Transformación de la matriz sociopolítica y desarrollo en Chile”, en revista “Diplomacia, Estrategia y Política”, número 9. Brasilia, 2009.

Krippendorff, Klaus, “Metodología del análisis de contenido”, editorial Paidós, 1990.

Louchard Guy, Boyer Henry, La Comunicación Mediática. Editorial Gedisa, Barcelona, 2004.

McCombs, Maxwell, “Estableciendo la agenda”. Editorial Paidós, Barcelona, 2004.

Mosca, Gaetano, “La Clase Política”, en “Diez Textos Básicos de Ciencia Política”, editorial Ariel, 2000.

Moscovici, Serge, Psicología Social. Editorial Paidós, Barcelona, 1985.

Navarro Pablo, Capitolina Diaz, "Análisis de contenido", en "Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales", editorial Síntesis, Madrid, 1995.

Platón, La República, editorial Centro Gráfico, Santiago, 2000.

Sartori Giovanni, Elementos de teoría política, editorial Alianza, Argentina, 2002.

Tajfel, Henry, Grupos Humanos y Categorías Sociales, Editorial Herder, 1984.

Van Dijk, Teun, "Análisis Crítico del Discurso", cátedra UNESCO,  
[www.bachillerato.uchile.cl/.../analisis%20crítico%20del%20discurso.doc](http://www.bachillerato.uchile.cl/.../analisis%20crítico%20del%20discurso.doc), 1994

Verón, Eliseo, "Interfaces. Sobre la democracia audiovisual avanzada", en "El nuevo espacio público"; editorial Gedisa, Barcelona, 1995.

Wolton, Dominique, "La comunicación política: construcción de un modelo", en "El nuevo espacio público", editorial Gedisa, Barcelona, 1995.