



Piñera, ChileVisión y los Medios

Por Rodrigo Uribe, profesor de comunicación y marketing de la escuela de negocios de la FAC. de Administración de la U. de Chile

Fecha edición: 24-05-2005

El domingo antepasado creo que no era el único que esperaba con cierta ansia el comienzo de "Tolerancia Cero" en ChileVisión. Más allá de que generalmente sintonizo ese programa, deseaba observar cómo ese canal comenzaba a enfrentar el desafío de tener un dueño que también es candidato presidencial. Es decir, cómo se daba cobertura al hecho de que su nuevo propietario se transformaba en uno de los protagonistas del tema más importante en la agenda noticiosa de este año.

Chilevisión no es el único medio que tiene un desafío en términos de la neutralidad (equiparidad) y balance (prominencia adecuada) en la cobertura de la campaña presidencial. Todos los medios, y en especial la televisión por ser la forma a través de la cual la mayoría del país se informa, tienen ese reto de imparcialidad. Pero obviamente ningún canal es totalmente independiente. Por ejemplo, la propiedad -pública en TVN, de la Iglesia en Canal 13 o empresarial en Mega- siempre se ha asociado a líneas editoriales e ideológicas que llevan a priorizar ciertos asuntos y no otros. El hecho de que a uno le pueda gustar más o menos una línea determinada, no quita que ella aporte un sesgo a la cobertura. Por eso, la gran particularidad del desafío de ChileVisión no es el problema de cómo la propiedad afecta la independencia informativa per se, sino cómo ésta se maneja en un caso de tal centralidad e impacto como es una candidatura presidencial.

Si bien existen experiencias negativas en el uso y abuso de medios masivos para fines particulares que a muchos se le vienen justificadamente a la mente, es importante no hacer juicios apresurados de esta situación. No creo que sea preciso (al menos

aún) comparar el caso de Piñera con el de Berlusconi en Italia. Tampoco que este hecho sea en absoluto similar al llamado "Piñeragate" de hace unos años. Menos aún quiero cuestionar el profesionalismo de quienes trabajan en ChileVisión. Mi interés es poner de relieve que el potencial sesgo derivado de Piñera como candidato y propietario es aún un importante desafío más que una realidad.

El tema es más complejo que marginarse de la toma directa de decisiones. Se refiere también y fuertemente a cómo resolver las influencias más sutiles que puede tener en este caso la propiedad sobre la producción y selección de los contenidos noticiosos. Este aspecto representa la esencia de la poco resuelta relación propiedad-independencia informativa, la cual va más allá de directorios o minutos asignados a candidatos. A través del mundo la investigación ha observado que los periodistas de la redes de TV pública tienden a desarrollar, más inconsciente que conscientemente, una cobertura eleccionaria más dura con quien representa a su "dueño" (el gobierno) que con la oposición, con el afán de mostrar su independencia ante la audiencia. Simultáneamente también se ha detectado la "tentación" de compensar a través de alguna nota amigable al candidato más duramente tratado.

Si bien en Tolerancia Cero puede haber existido una actitud benevolente hacia Piñera, eso no es señal de nada. Creo que es apresurado sacar conclusiones respecto de si ChileVisión es o no un canal independiente. No obstante, es importante tener en la mira cómo la estación resolverá esta potencial contradicción que puede existir entre informar de modo relativamente imparcial y las presiones explícitas o implícitas, conscientes o inconscientes sobre su cobertura. Primero, porque está en juego uno de los activos más importantes de ese canal: su imagen de pluralidad y credibilidad en la audiencia. Segundo, porque hay aprendizajes para todos los medios en términos de la cobertura eleccionaria que se viene. Tercero, porque este asunto también entregará una clave que ayudará a validar o debilitar las bases de la estructura de propiedad del sistema televisivo chileno.