

UNIVERSIDAD DE CHILE

Instituto de la Comunicación e Imagen

“Hacia una configuración del sujeto en los medios de comunicación en Chile a partir del año 2000”.

Tesis para optar al título de Magíster en Comunicación Política.

Candidato:

Antonio Alexis Godoy Gibson.

Profesor Guía:

Eduardo Santa Cruz Achurra.

Santiago, Chile

2010

CAPITULO I

La configuración de los medios de comunicación.

Definiciones jurídico-políticas de los medios de comunicación masiva.

 Prensa Escrita.

 Televisión.

 Radio.

El alcance económico de los medios de comunicación masiva

CAPÍTULO II

APROXIMACIONES TEÓRICAS Y PROBLEMAS RELACIONADOS

Política y medios de comunicación. La escenificación de la comunicación política.

 Política y lo político para pensar al sujeto.

 La Comunicación fallida

 Lingüística y epistemología:

 Neurobiología de la percepción:

 Psicología de la percepción visual (Gestaltpsychologie):

 La inclusión del receptor:

Cambios teóricos:

 Comprensión y constructivismo:

Una aproximación a la mediación política

 Mediación de la política

 Nociones sobre la comunicación.

 Enfoques comunicacionales.

Comunicación y modernidad

 Los tiempos de la comunicación

Las ideologías de la comunicación: comprensión e integración

 El cambio completo de la relación identidad-comunicación

 Sobre la mediación.

Los medios como dispositivos.

La ideología.

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFÍA

INTRODUCCIÓN:

El desarrollo de la presente tesis, responde a un conjunto de inquietudes que a lo largo del proceso de Magíster, se fueron configurando en un panorama cargado de dudas y de ciertas afirmaciones. Las que han hecho de la comunicación, una entrada que se sostiene sobre la tensión política. De la dialéctica de la política y de lo político; siendo para nosotros, una conjugación que traduce la pregunta, la inquietud, sobre la situación de los medios de comunicación en Chile, a lo menos desde el año 2000 en adelante.

Esta conjugación, corresponde a una suerte de estructura teórica, pero para ser más exactos, se trata de un conjunto conceptual que hemos escenificado, en la búsqueda o rastreo sobre que nos permita realizar el rastreo de la comunicación y las formas de la política en nuestro país. Es así, como hemos tomado a bien desplegar cuatro momentos, sobre la base de un conjunto organizado en función de poder observar y en cierta manera, dar con algunas claves que nos permitan comprender el estatuto de la comunicación en la política nacional.

Así, arribamos a una suerte de andamiaje conceptual que nos permita resolver esta relación. Siendo, la situación actual del sujeto y los medios de comunicación, el enlace que motiva el presente desarrollo. Ya que nos resultó, paradójico o en cierta manera llamativo, que precisamente las nociones sobre el sujeto, incluso su propia definición no se encuentre bajo el ejercicio de una mirada crítica, o de simple tipificación. Efectivamente, al inclinarnos sobre la manera en que se ha implementado nuestro actual sistema jurídico-político, la figura de éste, se torna huidiza. En este sentido, debemos, señalar que por sobre cualquier definición a priori, el sujeto se nos ha manifestado como un concepto conflictivo. Siendo, en el caso particular de las comunicación, una dimensión más filosófica, psicológica o de la sociología.

Al parecer, el sujeto puesto en la línea de las comunicación bajo el prisma de político, se reducía a dos esferas, la del emisor o del receptor, según corresponda; o bien, a una idea generalista sobre la audiencia, que en definitiva grafica más un lazo económico, que social inherente a la comunicación. En consecuencia, ante la

necesidad de dar con estas claves, hemos intentado problematizar desde las comunicaciones a diferentes actividades de las ciencias sociales. Dicho de otra forma, no se trata aquí de establecer tratados de filosofía, psicología o sociología, etc. Al contrario, hemos consultado a estas prácticas, con el fin de dar configuración a nuestro objeto de estudio, los medios de comunicación y la instalación de un modelo más o menos determinado por el proceso político de objetivación del sujeto bajo el intercambio.

Sin embargo, las motivaciones comunicacionales se fueron cristalizando en dudas, conforme dábamos inicio a nuestro recorrido. Se hizo necesario establecer el marco jurídico y político que da carta de existencia a los medios de comunicación masivos en Chile. La política, desde este punto de partida, nos fue entregando un conjunto de visibilidades y escenificaciones, que nos movieron al establecimiento de una mirada de conjunto sobre los medios; ya no, dedicados a las formas o maneras como estos se organizaban sobre la base del emisor y receptor, canales o medios en particular, ya que pese a lo coherente que puede ser, se hacía emerger una política, en una forma de esta, que mediante lo político realizaba una definición de los sujetos en sinonimia con el sistema político-jurídico del país, y que los medios de comunicación desplegarían. La pregunta comenzaba a tomar forma, ¿Qué subjetividades desplegaban o instalaban los medios de comunicación en Chile desde el año 2000?

Será en consecuencia, los problemas que apareja semejante pregunta parte del trabajo de indagación que hemos realizado y que planteamos a lo largo de las siguientes líneas.

CAPÍTULO I

LA CONFIGURACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS EN CHILE.

El presente texto busca fundamentar la relevancia subyacente a la indagación sobre la formación de sujetos desde o por los medios de comunicación masivos en Chile desde el año 2000 en adelante. El título: **“Hacia una configuración del sujeto en los medios de comunicación en Chile a partir del año 2000”**, organiza y propone algunos elementos orquestados en el cuerpo de la sociedad chilena desde esta fecha y que pensamos, guardan un profundo interés recíproco. Nos referimos entonces a los medios de comunicación, observando su trayectoria subjetiva, los públicos, el alcance claramente político. Definición que guía el recorrido del presente texto.

Se trata de dar cuenta de una sospecha o formulación preliminar que otorgué alcance a la presencia de ciertos modelos interpretativos de los medios de comunicación, los que a modo de entrada configuran unas subjetividades resueltas por ellos, y en cierta manera ya desarrolladas por la academia. Sin embargo, el acceso lo hemos resuelto mediante la discusión bibliográfica, mirando los desarrollos sobre el tema, las estructuras, discursos y disciplinas convocadas en el sentido multidisciplinario de una mirada lo más atenta posible. Es decir, en cierta medida tratar de hacerse cargo del trasfondo que coincide en la problemática comunicación y política.

Más que una búsqueda, y en segundo lugar, pretendemos realizar y comprobar una suerte de afirmación, que nos permita establecer modélicamente una constitucionalidad generada en o por los medios de comunicación y su relación social. Por lo tanto, determinamos como relevantes, en la medida que nos permitan definir el campo de los medios de comunicación, la presencia de una discutible subjetividad implícita, organizadora y categórica. Indagando en los contornos y fidelizaciones que a nuestro modo de ver son posibles, dada la datación sobre la que observamos a los medios. Pero por sobre todo, nos interesa establecer el reconocimiento de la dinámica que un panorama de estas características sobre la base de su propia realización en cuanto tales; panorama que en definitiva, se desarrolla en los modos como los medios de comunicación en Chile han visto un despliegue social nunca antes registrado.

En un tercer momento, no queremos dejar de reiterar la relación comunicación y política como un hecho a subrayar. Claramente asistimos a la transformación de los campos reconocidos como parte de la comunicación; mientras que la razón de la política, sus procedimientos, rutinas y procesos han visto, descentrado su espacio de realización. En cierta manera, y dada la producción bibliográfica, cabría tomar ciertas posiciones, que por cuestionables o relativas que pudiesen ser, contribuyen las entradas necesarias, a un debate cada vez más urgente; y que proponemos bajo la relación del estado actual de los medios de comunicación en Chile y su impacto social.

Redondeando, nuestro acento está en el alcance, de un nuevo estado de la comunicación, y de la política, en cuento medios, sólo en su forma operacional. Claramente, el factor de gestión comercial, más allá de los indicadores duros conocidos, dan posibilidad de citar ciertos ejemplos al respecto de unas manifestaciones que le dan tránsito a un sujeto, a su interpelación, requerimiento e identidad. Lo que nos parece un acceso complejo sobre los medios de comunicación y de la política.

Dicho lo anterior, y ya a modo de inicio, queremos sólo señalar una remembranza que nos ilustre una posibilidad de ingreso a la cuestión.

“De chico, cuando Chile estaba bajo la dictadura del General de Ejército Augusto Pinochet, en ese tiempo; conversar de política en nuestra casa, era en primer lugar, una advertencia. Se justificaba porque lo prohibió el Gobierno. Mientras, acto seguido, se realizaba una corrección no menor. Que podía ser inexistente o imposible: La objetividad. Esta era la sentencia, la verdadera condición para hablar de política; como no se podía ser objetivo, nadie podría hablar de esta forma, o sobre esos temas.

Estábamos en dictadura, todos sabemos hoy, que en ese período la censura y las restricciones constituían parte importante del fundamento del régimen. Claramente, y con el peso de los años, el decir de la dictadura y su época enseñó sus contenidos políticos. Sin embargo, la disposición familiar tenía un suave conocimiento de una

época anterior. Este era que, para ser objetivo y estar en condiciones de hablar (opinar) sobre política, se debía estar informado; para eso, era necesario leer los diarios de Izquierda y de Derecha.

Después, y ya bajo el régimen democrático, el modismo cambio por la necesidad de leer los diarios de gobierno y de oposición.

Creemos, eso ya no basta”.

Definiciones jurídico-políticas de los medios de comunicación masiva

En primer término, deseamos señalar que el siguiente texto, se refiere a un período de tiempo que se extiende desde el año dos mil al presente relativo de los años 2009 a 2010. Y que en su conjunto abarca la noción de medios de comunicación que corresponde al territorio de la República de Chile. Esta aclaración, pretende ser un requerimiento constante a lo largo del siguiente texto.

Intentar establecer una línea descriptiva que nos entregue un punto de arranque, y que sea a la vez un compuesto argumentativo, implica aceptar una serie de problemas que pudieran confundir, o extender innecesariamente parte de las premisas que proponemos; de las que nos valdremos más adelante para explayar nuestro argumento. En efecto, reducir este ámbito sólo a lo descriptivo, nos parece incompleto para organizar una trama o red de ideas para referirnos a la formación de subjetividades en los medios de comunicación, y como éste devino en dos etapas, desde el punto de vista de nuestra interpretación. En último término, creemos que quedaríamos reducidos a los medios en su función más particular, al itinerario de las prácticas que estos registran en cuanto sólo formatos en un canal de la información (Diarios, revistas, radio, televisión). Desde el inicio del dos mil, hasta el año dos mil cuatro, distintas visiones han interpretado el campo comunicacional de Chile, las que coinciden con una mirada más de conjunto, de cada medio desde prácticas, de su efectividad con los estudios de marketing, etc. Las que han caracterizado el comienzo

de la década; como también, sobre la concentración, la desregulación y la libertad de expresión como pilar fundamental¹ del sistema liberal de las comunicaciones. A modo de advertencia, sólo queremos consignar otro camino sería sostener cierta atomización al decir de los medios de comunicación, como refiriéndose sólo sobre sus prácticas de producción, las de distribución, de visualización y las de transacción; ya como objetos, cosas, o etapas del proceso productivo que les caracteriza como unidades del negocio que son y de más largo alcance. Quedarse en estas premisas, sería por último, vaciar las densidades que implica la acción en lo social, en la producción de significaciones, de su particular. La radicalidad en la importancia de los medios de comunicación, en un sentido transversal, a estas alturas es un consenso y una exigencia. Así, para el año 2006 en Chile, los medios de comunicación, han consolidado su posición ante la opinión pública o sus públicos, y cualquier crítica o intento de regularización cae en el trámite largo del Estado². El modelo fuertemente establecido por la Ley N°19.377, se transformó en lo que queda de la década del 2000, en la variable que se enfrenta a la tecnología o el desarrollo de la técnica. En otras palabras, Internet entra rápidamente en el escenario comunicacional, dando paso a un antes y un después en los medios, y que pensamos, plantea una determinación sobre los medios de comunicación. Por ejemplo, para el año 2004, la Asociación Nacional de la Prensa (ANP), emite un comunicado, referido a una demanda de nulidad de derecho público contra la Superintendencia de Valores y Seguros (SVS), donde en lo medular se señala que la SVS, determinó que un sitio electrónico de noticias constituiría “un diario de amplia circulación nacional” y que, en consecuencia, era “válido efectuar en tal diario las publicaciones que por mandato legal o reglamentario se debe realizar en diarios de esas características”. La réplica de la ANP, fue que esta decisión no se ajustaba a la definición de “Diario” vigente en la Ley de Prensa y que la SVS no tenía la jurisprudencia al respecto, menos cuando mediante el oficio N°1893 de 21 de marzo de 2003, esta se refiere a los medios bajo

¹ Sunkel y Geoffroy (2001): *Concentración Económica de los Medios de Comunicación*. Santiago, LOM. Y Corrales y Sandoval (2004): *Concentración del mercado de los medios, pluralismo y libertad de expresión*. Documentos de trabajo del Centro de Estudios de la Comunicación N°1. Santiago. Instituto de la Comunicación e Imagen Universidad de Chile.

² Un caso llamativo, lo constituye el proyecto de ley sobre televisión digital. La que comenzó su andar en 1998, ver: Bases de discusión de un nuevo Proyecto de Ley de TV, 1998. Documento de trabajo. Consejo Nacional de Televisión. Departamento de Estudios, Supervisión y Fomento. Agosto 1997-1998. Santiago, Chile.

su jurisprudencia, es decir, su sitio Web. La ANP, justifica en estos términos su reclamo: “La razón central de la ley es que sólo los diarios ofrecen garantías de seguridad y permanencia de la información, así como de circulación efectiva a los lectores”³.

Con este ejemplo, creemos mostrar parte de la nueva situación que afectará a los medios de comunicación en lo que queda de la década, y que les tenderá a definir en cuanto tales. Dicho esto, y desde una observación somera, para argumentar nuestro ejemplo, una posible condición de la tecnología en los medios de comunicación, pasó a constituir un relato en forma de género al interior de los medios de comunicación, sea como secciones, o exposición de detalles llamativos o destacables como fuente, esta encarna la novedad que no termina, que no deja de llegar, y que siempre constituye motivo de asombro dada su novedad técnica. Esto, claro está, en cuanto discurso al interior de los medios de comunicación. Ya que para el receptor, se supone, corresponde al despliegue de diferentes aparatos ante sus ojos, manos u oídos, que evidencia la oferta de contenidos referente a la tecnología, lo que implica su visibilidad, no como una condición, yo que problematizaría el estatus de medios masivo. Es decir, constituyen discursos al respecto, contenidos, mas que un proceso en sí. Por otro lado, las narraciones representan el relato de la tecnología, quedan reducidos, a la evidencia de sus aparatos. Sus formas, y funcionalidades cada vez más convergentes entre sí, se desactivan como demanda ante los medios. Así, cabe señalar que las tasas de penetración tecnológica, encabezadas por los computadores portátiles y los celulares, nos hablan de una relación que de instalarse, como ha ocurrido actualmente, constituyen servicios bajo prestaciones de orden tecnológico, insistimos, como aparatos, conexiones y una nueva forma de contenidos. Para redondear, a estas altura con el transcurso de la década, sobre la ley de televisión digital, ni hablar de la radio digital, no está establecida.

Retomando, nos hemos referido puntualmente a la subjetividad que los medios de comunicación desde el inicio del presente siglo en Chile han podido desplegar; lo que nos obliga, a mantener un marco temporal para referirnos a ellos, y que implica un

³ Para ver comunicado ir a URL: <http://www.anp.cl/estadisticas/> Y seleccionar archivo nombre: ASOCFILE120040224121630.doc Consultado el 02 de agosto 2011.

corte en el tiempo, como hemos planteado, desde el año 2000 a la proximidad irregular del 2009 al 2010. Creemos que no menos crítica, puede ser una lectura sobre los medios en la actualidad, ya que estos comportarían un acumulado que les ha permitido su despliegue social, validación como institución, con una fuerte presencia cotidiana. Donde claramente se ven reunidas creencias, formas de comportamiento, proyectos y política. Sin embargo, creemos que el uso del concepto “dispositivo”⁴, constituye una herramienta conceptual valiosa y ejemplificadora, que se ajusta a nuestro esquema interpretativo. Por otro lado su definición concreta corresponde a un capítulo más adelante, ya que apareja problemas en este orden; sin embargo, dejamos asentado el concepto con el propósito de sistematizar la descripción. Este elemento corresponde a una serie de componentes más que son convocados en nuestra interpretación, como es la noción de doctrina constitucional. Pensamos que estos conceptos, de dispositivo y de doctrina, nos allana el camino para, más adelante, retomar las nociones de lo político, de tribuna ideológica, o sobre la caracterización de unas prácticas, crecimientos y consolidaciones, que a modo de telón de fondo, es por donde transitan los nuevos avance y posibles desarrollos de los medios. Los que, dicho contemporáneamente, se ven enfrentados a la exigencia digital.

Para el caso, los medios de comunicación, en su actividad económica en Chile están fuertemente privatizados, tanto en el campo de acción como en lucro. Para que esto sea de esta forma, los medios cuentan con el resguardo jurídico constitucional necesario⁵, de ahí la noción de doctrina constitucional. Que para tal efecto, la Constitución lo declara en el Artículo N°19 De los Derechos y Deberes Constitucionales, en los números 12, 21 y 24 ⁶. Cabe señalar, que esta consagración, constituye todo el marco general para referirse a los medios de comunicación, nunca como un conjunto determinado; al contrario, se trata de un marco legal estructural para una actividad social determinada, tal es la noción de doctrina. Donde los derechos

⁴ definir

⁵ Para consultar las leyes, en su original y posteriores modificaciones, historia del procedimiento legislativo y textos refundidos. Visitar el gran aporte en la materia en URL: www.leychile.cl dependiente del portal de la Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, www.bcn.cl

⁶ CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LA REPÚBLICA DE CHILE. Texto actualizado a octubre de 2010. Capítulo III De los deberes y Derechos Constitucionales Artículo 19. N°12, N°21 y N°24.

pasan doctrinariamente, bajo una dirección, que en cuanto liberal de producto, propiedad y legislación vinculante se expresa del siguiente modo:

“Capítulo III. De los Derechos y Deberes Constitucionales:

Nº12: La libertad de emitir opinión y la de informar, sin censura previa, en cualquier forma y por cualquier medio, sin perjuicio de responder de los delitos y abusos que se cometan en el ejercicio de estas libertades, en conformidad a la ley, la que deberá ser de quórum calificado”.

Nº21: El derecho a desarrollar cualquiera actividad económica que no sea contraria a la moral, al orden público o a la seguridad nacional, respetando las normas legales que la regulen.

El Estado y sus organismos podrán desarrollar actividades empresariales o participar en ellas sólo si una ley de quórum calificado los autoriza. En tal caso, esas actividades estarán sometidas a la legislación común aplicable a los particulares, sin perjuicio de las excepciones que por motivos justificados establezca la ley, la que deberá ser, asimismo, de quórum calificado; Nº24: El derecho de propiedad en sus diversas especies sobre toda clase de bienes corporales o incorporales.⁷”.

⁷ Op Cit.

Las particularidades legales, o las necesarias orgánicas para cada medio, se elaborarán mediante los principios ya establecidos bajo la doctrina constitucional que señalamos, lo que les dota del ordenamiento jurídico para las características técnicas de cada medio, como por ejemplo es el caso de la televisión y como ocurrió en parte de la década, para la radiodifusión⁸. Para el caso de la prensa escrita, se aplica la doctrina constitucional relativa a la libertad, sea para las de opinión o de información; mientras, en relación al ejercicio laboral, la mano de obra, será el “periodista”, según reza en la normativa. En esta última relación, el periodista, o quién sea contratado para tales funciones, poseerá una presencia estructural a los medios de comunicación en general; siendo determinante para la consecución de las funciones y requisitos de un medio de comunicación dado.

Gráfico⁹ N°1. Fuente: Elaboración propia.

Lo queremos dejar de reiterar la presencia de la Internet, tanto en su noción de dispositivo como de “nueva región social”, dado el abrumador despliegue que desde el 2006 en adelante, se ha expandido conforme se plantea su campo, que aún sin explorar en todas sus dimensiones, plantea la lógica de una presencia compleja que introduce, la denominación de “paradójico”. Esta situación de paradoja, pese a que no establece de manera contundente un horizonte o un cuerpo legal determinado, que es el caso que aquí nos motiva, es de una realidad concreta en la práctica legislativa chilena. Insistimos que no existe un cuerpo legal sobre éste en particular. Como ilustramos más arriba, con el caso de la controversia entre la ANP y la SVS, la Internet, supuso su presencia a procedimientos legales elaboradas por las diferentes carteras

involucradas,
si no todas
según sea su
ámbito de
acción, sus

⁸ Ley N° 20.335 del 01/07/2005, que modifica la Ley N° 17.334 del 01/07/2004, superando la Ley N° 17.334 del 01/07/2004.

⁹ Zúñiga Urbina, Francisco, “La Internet y el Estado”, notas sobre el Estado, 0718-0195.-

Constitucion Política de Chile

Artículo 19. N°12

Artículo 19. N°21

Fija la disposición que establece el bien sobre la opinión y la información, establece la posibilidad de una actividad económica, protegida del Estado.

Ley sobre las libertades de opinión e información y ejercicio del periodismo

Ley de concesiones de radiodifusión aérea.

Consejo Nacional de Televisión

alcances legales, o a través de instructivos de implementación¹⁰.

Desde una forma más esquemática, sólo para dar una idea representativa de la actualidad legislativa, presentamos una arquitectura legal sobre los medios de comunicación, y que hemos desplegado de la siguiente manera.

A modo de explicación, hemos querido establecer el marco jurídico, para responder a un impulso interpretativo, donde lo determinado como medios de comunicación en Chile, se establece legalmente. Revisar los antecedentes históricos, por recientes que sean, implica dar forma a un entramado medial en Chile. Por otro lado se trata, de una tarea que nunca termina, la que en otros textos y trabajos se a realizado, constituyendo en parte, pensamos, su propio entramado analítico. Así, conforme y mediante el Estado fue construyendo a lo largo de su historia, una relación normativa para con los medios de comunicación, fue a través de estos que difundió su propia opinión sobre los medios de comunicación. Dicho de otra forma, el Estado también forma parte de estos, no sólo de sus contenidos (de la opinión y de la información). Sin embargo, la pregunta por el estatuto de los medios de comunicación y su influencia en la vida social del país cuenta con análisis y estudios, que más adelante rentabilizaremos. Por otro lado, y a modo de crítica está justamente en su amplia divulgación en cuento tales, en su forma sistémica, por ende en su conjunto, se ubica en el marco temporal de la presente tesis, guardando vecindad con la creciente liberización de diversos ámbitos de la sociedad. En consecuencia, la consolidación en estos términos, correspondería a una retrospectiva de los medios.

Hacemos esta aclaración, con el fin de mantener el matiz que debemos sostener al reconstruir unas trayectorias sobre los medios de comunicación desde el 2000. Sobre todo, en la razón o exigencia, de establecer en cierta medida, la presencia de dos modelos en el marco de los medios de comunicación. Ya que como señalamos en el párrafo anterior, revisar los antecedentes históricos no constituyen un manejo acotado de elementos, aún para un marco legal, siendo este un procedimiento que implica una

¹⁰ Ver a modo de ejemplo la URL: <http://www.guiaweb.gob.cl/guia/index.htm> visitado el 25 de julio 2011.

relación, en cierta forma, con casi toda la población. En tal sentido, implica el aspecto legislativo parte determinante, y constitutivo de los medios de comunicación.

Dicho lo anterior, entendemos pertinente pasar revista a las principales leyes que esbozamos en el primer gráfico. La revisión, cita y consulta, la realizaremos en el marco del procedimiento de la actual tesis, es decir, citaremos la ley respectiva, atenderemos a los aspectos que nos parezca posean algún nivel de relación o de vecindad para el recorrido planteado, y para la revisión completa derivaremos al cuerpo jurídico pertinente.

En consecuencia, el marco positivo de las siguientes leyes, está como señalamos, dentro de la institucionalidad política de los acuerdos, toda vez, que su concreción se realizó, en el último tiempo en las instancias del Poder Legislativo. Sobre el particular nos referiremos unos párrafos más adelante, ya que por el momento, sólo queremos dejar establecida la siguiente variable, en cierta medida interpretativa y personal, sobre la que hemos establecido la presencia de una doctrina constitucional, dada su definición, sobre la posibilidad cierta de establecer un actividad de mercado¹¹.

Prensa Escrita.

Para la Prensa Escrita, diarios, periódicos y revistas, la Ley N°19.733, denominada: “Ley sobre las libertades de opinión e información y ejercicio del periodismo”. Publicada en el Diario Oficial de 4 junio de 2001, corresponde a un cuerpo jurídico central. En su primer artículo, la Ley funde la doctrina constitucional en dos aspectos, ambas referidas al derecho de las personas, sobre las que se ejerce un derecho privado determinado. Este se consigna sobre la base del derecho a la libre emisión de opiniones y de información, las que están sujetas a una territorialidad y jurisdicción nacional, ya que deviene constitucional; estableciendo en la misma línea, “*el derecho*

¹¹ No queremos dejar mencionar, a una suerte de pilar fundamental en materia legal, y que determina, a modo de soporte, el andamiaje de lo que hemos establecido como doctrina constitucional en operación sobre el conjunto legal de los medios de comunicación en su versión privatizada. Nos referimos al Decreto Ley N°211, publicado en el Diario Oficial el 22 de diciembre de 1973. Que: “Fija normas para la defensa de la libre competencia; con tal objeto previene y sanciona las prácticas monopólicas y crea las comisiones y servicios que indica”. Que corresponde a la institucionalización pertinente del mercado nacional chileno.

de toda persona natural o jurídica de fundar, editar, establecer, operar y mantener medios de comunicación social, sin otras condiciones que las señaladas por la ley. Se reconoce a las personas el derecho a ser informadas sobre los hechos de interés general", siempre en la citada reglamentación. Es decir, sobre las opiniones y la información, cualquiera que estas sean, en su conjunto corresponden a un bien transable. Esta forma, queda determinada por la misma Ley, bajo el rótulo de medio de comunicación social (masivo), siendo escrito, radiofónico o de televisión; por lo tanto, la discusión sobre el mercado de los medios, al menos en el aspecto legal, se reduce a su planteo legislativo y la relación de estas leyes con la Carta Magna, que visa esta positividad.

Desde su promulgación, en el año 2001, no se han presentado modificaciones o cambios sustanciales a la legislación, ya que pareciera ser que se emplea la lógica de la perfección paulatina, con algunas controversias que de esta ley pudiesen emanar, ya en el ámbito de los contenidos o de la gestión en los medios de comunicación; estas quedan bajo el ámbito civil, y pese al debate constante, e inevitable, supone una suerte de imposibilidad ante algún cambio o modificación de la Ley respectiva. Por otro lado, esta tiene como se ha implementado en práctica directa, y la ley podría ser entendida como parte de su perfección, parte de la prensa escrita. Dado que define, tanto el espacio de acción para establecer un medio escrito, como de quién trabajará en estos, el periodista. Este último, sujeto reconocido constitucionalmente para realizar las labores necesarias para la existencia de un medio de comunicación, léase el periodismo, con sus funciones y especialidades, son empleadas estructuralmente en todos los medios de comunicación, como condición. La presencia de estos, los periodistas, constituyen la garantía legal y de legitimidad para la existencia de un medio, como tal y apegado a la ley.

Dentro de sus planteamientos, se indica que: *"La Ley en ningún caso podrá establecer monopolio estatal sobre los medios de comunicación social"*. Como hemos mantenido, en particular para referirnos a la doctrina constitucional, esta se determina por la positividad sustentada por el Estado de permitir y vigilar, o proteger una actividad económica, sus características técnicas o requerimientos, las definiciones de

sus trabajadores, y de la rentabilidad bajo la noción de correcto funcionamiento. En resumen, se trata de un marco de funciones, pero no de las actividades propiamente tal. Para este caso, existen las instituciones para velar por el correcto funcionamiento de estas áreas de negocios, o instituciones, que son los medios de comunicación. Por otro lado, la presente Ley constituye a su vez, el marco normativo que afectará en parte a la definición por sobre otros medios, pese a que su aplicación directa, se refiere a los medios de comunicación escritos, donde por ejemplo, un diario debe circular a lo menos tres días a la semana. Pese a esto, la centralidad de la Ley N°19.733 es capital, su influencia se manifiesta en medios como la televisión y la radio.

Para el caso de la Internet en relación con la prensa escrita, por el momento sólo algunas palabras, ya que se precisaría de un estudio en particular y exhaustivo; entendemos, una suerte de relativo consenso, que recorre la percepción que indica como centro de toda relación en los usuarios, por sobre las audiencias, los lectores, los radio escuchas. Por lo tanto, las empresas serán administradas legal y técnicamente, por la Subsecretaría de Telecomunicaciones¹²(SUBTEL), en referencias a los operadores y de la satisfacción de los clientes con las conexiones. De hecho, la medición que Subtel involucra al respecto, se relaciona con la cantidad de estas en términos globales, acotando toda la existencia al mercado. O sea, sólo traer a colación, el comienzo de la década del 2000, cuando la empresa Terra.cl de Telefónica, el Holding español de los teléfonos en Chile de la época, ofrecía a la vez conectividad y contenidos¹³. Ya mediados del 2000, y dadas las características globales del negocio, la llamada crisis de las punto com que se registra en Estados Unidos y se extiende a todo el mundo, en nuestro país simplemente dividió el negocio entre las conexiones y los contenidos, o en concreto, servicios de intercambio de información. A modo de ejemplo, el portal de contenidos y conexión Terra.cl, digamos con cierta dureza, debió interpretar una suerte de efecto de la Ley N°19.733, ya que en esta división comercial, como las condiciones técnicas masivas, las especificaciones requeridas para las zonas aisladas, o de complejidad en la cobertura

¹² Del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones de la República de Chile.

¹³ La Ley N°19.223, Tipifica las figuras penales relativas a la Informática. Publicada en el diario Oficial de 7 de junio de 1993.

de red, el soporte, así como la instalación de ciertas tecnologías de conexión, o el cobro, dejó en las Compañías, llamadas de manera genérica “telefónicas”, como dueñas del negocio. Efectivamente, una parte de estas, optaron por el desarrollo aparejado a la telefonía fija, de Larga Distancia Nacional e Internacional (LDN-LDI), celular, Televisión Digital, Cable; evidentemente bajo diferentes estrategias comerciales, principalmente con la de venta de contratos de conexión. Trabajar con el acceso restringido técnicamente, sobre el espectro radioeléctrico, les hizo depender legalmente de la SUBTEL. A la fecha, los portales de Internet de estas empresas, no exhiben contenidos, salvo información de sus planes, contratos, atención al cliente, ofertas, u otros servicios de valor agregados; pero siempre, bajo condición de la conexión, por ende, de contratos y no de contenidos de interpretación. En consecuencia el sistema de conexión, está completamente privatizado. Destacamos en consecuencia, el rédito económico que constituye de manera relevante en nuestro análisis, la televisión por Cable; básicamente, como uno de los principales indicadores, que complejiza a la Televisión en general, pero que tiene su residencia comercial en las “telefónicas”¹⁴.

Retomando, en el caso de los portales o de las Web que se especializan en contenidos, dado el marco legal, estas se ajusta a lo establecido en la Ley N°19.733, en el sentido de establecer cierta periodicidad, estructura, y rutinas de producción, estándares para los formatos de los archivos y aplicaciones de interfase. Pero la información, mediante conexión, está ahí. Un ejemplo, es el diario electrónico elmostrador.cl, que se autodefine como el primer diario digital de Chile. Por otro lado, están los portales, ligados o dependientes principalmente de medios de comunicación ya establecidos, o si se quiere, clásicos. Esto es que se han consolidado como empresas del rubro, y que podemos señalar como la Radio, la Televisión, los Diarios o Revistas. El resto, constituye un inmenso conjunto de conjuntos, que suele estar

¹⁴ Este dato, constituye una suerte de contrasentido, ya que la unificación comercial bajo las telefónicas establece una división en la doctrina, permitiendo establecer para los contenidos la presencia reguladora del Consejo Nacional de Televisión, mientras que para la conexión existe la Subtel. Por ejemplo, si un contenido de cable cualquiera, implica dadas sus características necesariamente el cierre de una estación, esto no sería posible ya que prima el contrato de conexión por sobre los contenidos. Sin embargo, las resoluciones del CNTV, quedan reducidas a la rectificación o al pago de multas, en ningún caso el término de las transmisiones, la práctica se evidencia también a la TV abierta, sin registros sobre algún caso particular.

disponible de manera gratuita, en su exhibición, o con restricciones de acceso o económicas, siempre para usuarios y no audiencias. Estas, las audiencias, corresponden a subjetivización social de la televisión o los diarios y revistas.

Como dijimos anteriormente sobre Internet, necesitaríamos realizar un compendio en particular, sólo para describirle; sin embargo, su presencia será de utilidad a lo largo de nuestra tesis. Pensamos que se trata de una exigencia, de una constante que complejiza el análisis sobre los medios de comunicación, por lo menos para nuestro análisis, dado que, y en la línea de nuestra tesis, implica un movimiento evidente de la dialéctica emisor-receptor, propia de los medios que hemos señalado como clásicos. Efectivamente, por su permanencia en el tiempo, por su constitución en temporalidades, se les ha dotado de una interpretación a lo largo de su paso por la vida de las personas, la mantención del diario, sin duda ha recalado en una forma de relación entre el mensaje-emisor y los receptores¹⁵, que supera la estructura de emisor receptor, ya conocida. La irrupción de la Internet en el sistema medial chileno, problematiza el señalamiento político-jurídico del Estado sobre los medios, sobre la noción de audiencia, sobre la de usuario, aún no definida para estos efectos; traduciéndose en problema, ya que la misma doctrina constitucional sobre los medios de comunicación, este tipo de receptor-emisor, no figura. Por otro lado, claramente se precisa de definiciones al respecto; pero queremos dejar asentado un dato estadístico, sobre el cual justificamos dar dimensiones a la relevancia del asunto. Por lo demás, rescatamos el uso de este tipo de comparaciones estadísticas, con el fin de ilustrar el desarrollo general del mercado de los medios de comunicación, ya que está consagrado constitucionalmente. Si bien, en estas líneas, revisamos el factor constituyente de la Ley para con los medios de comunicación en Chile; las cifras sobre la Internet, sólo a modo de ejemplo, han aumentado significativamente, triplicándose para el caso de los hogares. Desde esta dimensión, se justifica una evidente tensión al respecto, y que se abrió paso en la instalación definitiva del servicio a lo largo del tiempo en nuestro país.

SERVICIO ACCESO A INTERNET: NÚMERO DE CONEXIONES TOTALES FIJAS
--

¹⁵ Wolton, Dominique: “

Año	Total de Conexiones	Crecimiento Anual	Penetración cada 100 hab.	Crecimiento Anual	Penetración % de Hogares
2000	585.489	-	3,78	-	15,10%
2001	698.127	19,24%	4,46	17,9%	17,56%
2002	757.760	8,54%	4,79	7,3%	18,70%
2003	836.007	10,33%	5,22	9,1%	20,24%
2004	805.315	-3,67%	4,98	-4,7%	19,18%
2005	906.079	12,51%	5,54	11,3%	21,23%
2006	1.087.738	20,05%	6,59	18,8%	25,08%
2007	1.331.919	22,45%	8,13	23,4%	29,70%
2008	1.439.009	8,04%	8,54	5,1%	31,02%
2009	1.695.034	17,79%	9,96	16,6%	35,30%
2010	1.819.691	7,35%	10,60	6,4%	36,60%

Tabla N°1.

Fuente: Período Información Primer Trimestre 2002 - Junio 2011. Estadísticas de de acceso a Internet. Series estadísticas e informes anuales del sector telecomunicaciones. Subtel¹⁶.

Con los datos anteriores, no nos queda más que adelantar algunas preguntas de ámbito general, pero que implica una particularidad más problemática aún. ¿Qué visitan, intercambian, descargan, los usuarios en Internet? En definitiva, ¿qué son los usuarios ante los medios de comunicación y que estatuto podrían tener ante los jurídico-político? ¿Internet, puede constituirse como el reverso de la prensa escrita? Preguntas, que en la medida que visitemos el escenario de los medios de comunicación chilenos, y la subjetivación que de ellos emana, iremos evidenciando, por lo menos en sus contornos más determinantes y problemáticos.

Mientras, sólo insistir que la variable de uso, alcance y flujo de Internet, con la conexión como determinante cuantitativa, que nos entrega un registro sobre su extensión social. El siguiente gráfico, pese a indicar el nivel de crecimiento de las conexiones, de fondo la doctrina constitucional se manifiesta mediante la tipificación penal sobre las actividades en la materia.

Gráfico: N°2.¹⁷

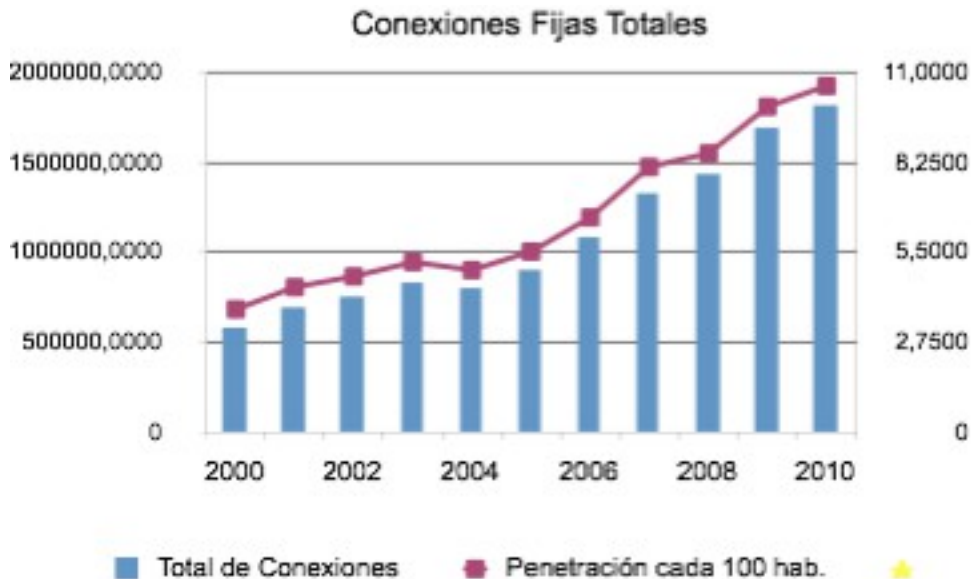
¹⁶ Subsecretaría de Telecomunicaciones. Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones de Chile. Información Series estadísticas e informes anuales del sector telecomunicaciones. Fecha Publicación 30 de septiembre de 2011. Período Información Primer Trimestre 2002 - Junio 2011. Disponible en URL: www.subtel.gob.cl/prontus_subtel/site/artic/20100608/asocfile/20100608122246/1_series_conexiones_internet_jun11_200911_v3.xls Consultado el 02 de octubre del 2011.

Es decir, la Ley N°19.223, Tipifica figuras penales relativas a la informática, publicada en junio 1993. Por su extensión, podemos citarlo en el presente párrafo:

“Teniendo presente que el H. Congreso Nacional ha dado su aprobación al siguiente Proyecto de Ley:

"Artículo 1°.- El que maliciosamente destruya o inutilice un sistema de tratamiento de información o sus partes o componentes, o impida, obstaculice o modifique su funcionamiento, sufrirá la pena de presidio menor en su grado medio a máximo.

Si como consecuencia de estas conductas se afectaren los datos contenidos en el



sistema, se aplicará la pena señalada en el inciso anterior, en su grado máximo.

Artículo 2°.- El que con el ánimo de apoderarse, usar o conocer indebidamente de la información contenida en un sistema de tratamiento de la misma, lo intercepte, interfiera o acceda a él, será castigado con presidio menor en su grado mínimo a medio.

¹⁷ Fuente: Período Información Primer Trimestre 2002 - Junio 2011. Estadísticas de de acceso a Internet. Series estadísticas e informes anuales del sector telecomunicaciones. Subtel.

Artículo 3°.- El que maliciosamente altere, dañe o destruya los datos contenidos en un sistema de tratamiento de información, será castigado con presidio menor en su grado medio.

Artículo 4°.- El que maliciosamente revele o difunda los datos contenidos en un sistema de información, sufrirá la pena de presidio menor en su grado medio. Si quien incurre en estas conductas es el responsable del sistema de información, la pena se aumentará en un grado."

Efectivamente, los ejes a este respecto, están en la caracterización técnica para su resguardo jurídico, en el flujo, la conexión, los estándares de archivos y acceso, la reserva que se puede ejercer sobre la propiedad de la información, es decir la protección de las Bases de Datos; donde, el último artículos, se centra en el secreto de orden industrial, invocado en: "Artículo 4°: El que maliciosamente revele o difunda los datos contenidos en un sistema de información".

Con los datos anteriores, no nos queda más que adelantar una pregunta general que implica una particularidad más problemática aún. ¿Qué visitan, descargan, qué realizan los usuarios en Internet? En definitiva, ¿qué son los usuarios ante los medios de comunicación y que estatuto podrían tener ante los jurídico-político? ¿Internet, puede constituirse como el reverso de la prensa escrita? Preguntas, que en la medida que visitemos el escenario de los medios de comunicación chilenos, iremos evidenciando por lo menos en sus contornos más determinantes y problemáticos.

Televisión:

La Televisión para Chile y el mundo, ha constituido el fenómeno más complejo y controversial dada su proximidad con la sociedad, por lo menos Chile, desde sus

transmisiones realizadas en 1948, Valparaíso. El dato político de la televisión, lo constituye, el haberse constituido en el medio cabecera de la una mayoría de la sociedad chilena, con particular acento desde el año 2000.

La norma sobre este medio, comenzó fuertemente resguardado por el monopolio estatal, y bajo gestión de las universidades. De tres canales en sus inicios, a limitadas horas de transmisión, y coberturas territorial restringidas, hoy la televisión existe en dos formatos: Abierta y por Cable¹⁸. Su alcance en términos de penetración según su modalidad, de pago o abierta, está cuantificada como ejemplo ,en 1.928.694 suscriptores de pago¹⁹, según la Subtel. En el caso de la televisión abierta, el Consejo Nacional de Televisión (CNTV), ha estimado un promedio de 2,7 televisores funcionando en los hogares de Chile; de los cuales el 94,9 % de estos es a color. El dato cultural, está en el porcentaje de aparatos de televisión en blanco y negro, que sólo registran un 1,8% del total, ya en retirada. Con un promedio, diario de consumo de cuatro horas²⁰.

El tránsito legal de la Televisión en Chile, comienza con el Decreto 7.039, publicado el 26 de noviembre de 1958. Para 1970, se establece la Ley N°17.377, que especifica que sólo el Estado, por intermedio de TVN (Televisión Nacional de Chile) y las Universidades del país, podrán administrar y podrán optar a concesiones televisivas, lo que será interpretado con posterioridad como el monopolio estatal sobre el medio, o Televisión Pública²¹. Al intentar una mirada retrospectiva de la televisión, y de sus marcos legales, es inevitable pensar en la relación que este medio con la realidad política del país. Con 17 años de dictadura, la televisión fue, ciertamente un recurso utilizado por la Junta Militar.

¹⁸ Cabe destacar que por cable, seguimos el criterio unificador que determina la Subtel para el caso, donde bajo la categoría de Cable, se alojan tecnologías de conexión que son transmitidas por cable coaxial, modem o antenas. Para cualquiera de los casos, se establece un contrato de conexión y acceso a una parrilla de canales entre la empresa prestadora de servicios y el cliente.

¹⁹ Subtel. Información Estadística. Series estadísticas e informes anuales del sector Telecomunicaciones. Fecha de publicación 29 de septiembre de 2011. Período de información Mayo 2006 - Junio 2011.

²⁰ Consejo Nacional de Televisión, agosto 2011: VII Encuesta Nacional de Televisión 2011. Disponible en URL: http://www.cntv.cl/vii-encuesta-nacional-de-television-2011/prontus_cntv/2011-09-13/123632.html

²¹ Santa Cruz, Eduardo: el caso

Con posterioridad al golpe militar, y en la medida que los medios de comunicación se adecuaban al nuevo escenario nacional, la televisión, bajo la Junta de Gobierno, por intermedio de la Ley N°18.168 “Ley General de Telecomunicaciones”, mantiene la centralización estatal de las actividades televisivas, en relación con un criterio unificado sobre el espectro electromagnético, por ende con una base técnico-jurídico sobre las concesiones²². Dicho de otro modo, en el período que a modo de caracterización hemos indicado, constituye más un período de estructuración.

Un texto de referencia, para los inicios de la televisión y que no podemos dejar de mencionar, es el encabezado por la socióloga e investigadora, María de la Luz Hurtado, titulado “Historia de la TV en Chile (1958-1973)”²³. Que ya desde esa fecha, establece la relación político jurídica del medio con la institucionalidad del Estado. El alcance establecido por Hurtado, sin duda nos permite la relación de referencia sobre diferentes períodos de la televisión. Claramente, estas fases del desarrollo del medio en el país, han permitido caracterizar su presencia en cuanto tal, a la fecha privado. Para la autora, a modo de conclusión la televisión, y como consecuencia de las políticas desarrolladas durante el periodo de la dictadura militar en Chile, en la década de los 80, se establecen las bases para que el medio transite de una televisión de servicio público, con monopolio estatal, a una abierta privatización. La Ley N°18.168, abre el medio a la posibilidad de partición de **privados**; sin embargo, la televisión abierta de propiedad privada sólo iniciará sus transmisiones después de 1990. Cuando las concesiones se modifiquen, siendo sólo de 25 años, y no a perpetuidad, como se establecía en el modelo anterior.

Efectivamente, la gestión de la televisión en cuanto medio, se abrió cada vez más hacia la privatización, bajo la exterminación, paulatina y constante de las trabas que

²² Ley N°18.168 del 2 de octubre de 1982. En particular, destacamos los dos primeros artículos del Título I sobre Disposiciones Generales:

Artículo 1º: Para los efectos de esta Ley, se entenderá por telecomunicación toda transmisión, emisión o recepción de signos, señales, escritos, imágenes, sonidos e informaciones de cualquier naturaleza, por línea física, radioelectricidad, medios ópticos u otros sistemas electromagnéticos.

Artículo 2º: Todos los habitantes de la República tendrán libre e igualitario acceso a las telecomunicaciones y cualquier persona podrá optar a las concesiones y permisos en la forma y condiciones que establece la Ley.

²³ Hurtado, María de la Luz: “Historia de la TV en Chile (1958 - 1973). Ediciones DOCUMENTA, CENECA. Octubre de 1989. Santiago de Chile.

impedían el ingreso de capital privado en las estaciones. La alternativa, se tradujo en publicidad. Para esta fecha, entre las décadas del 70 al 80, los subterfugios para organizar la ganancia por concepto de publicidad, fue estableciendo la pauta. La presencia de audiencias, horarios de mayor consumo y programas estelares, establecieron la tónica comercial, que en gran medida gozaba de desregularización, en esta materia, por parte del Estado. Sin embargo, la televisión privada, no será un hecho hasta la década siguiente, cuando TVN vende la frecuencia 9 al Grupo Claro y se establece la estación de televisión Megavisión.

Sin querer detenernos excesivamente, existe el acuerdo, que en términos muy generales, el período se caracterizó por el accionar del gobierno de facto y el establecimiento de una serie de disposiciones, que más que trabar a sus actores, les permitió desarrollar comercialmente el medio televisivo, con una perspectiva, que bajo la Constitución de 1980, como indicamos más arriba, implicó la instalación gradual del modelo privado de televisión, desregulado, manteniendo la impronta estatal (TVN) y de las universidades (en la propiedad de la concesión), hasta que estas sin aportes del Estado, salen del mercado. La publicidad, será la principal entrada económica de las estaciones. Sin embargo, para fines de la época de la dictadura militar, el gobierno en su retirada del Estado, establece mediante el Decreto 71, aprobar la Política Nacional de Telecomunicaciones que contiene los lineamientos de largo plazo en materia de telecomunicaciones a las que deben regirse el Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones y los servicios, instituciones y empresas dependientes o relacionadas con el Estado, consagrándose expresamente a la explotación de los servicios de telecomunicaciones por terceros distintos del Estado, a través de concesiones y permisos otorgados por este último. Si se quiere, se trata del establecimiento de la institucionalidad televisiva sobre las normas técnicas y la asignación del espacio respectivo en el espectro radioeléctrico. La Subtel, Subsecretaría de Telecomunicaciones, así como en el caso de Internet, descrito más arriba, también determina su alcance.

Podríamos adelantar, sólo como sospecha preliminar, que la configuración definitiva de la televisión en cuanto medio de comunicación extendido, de alta

presencia en los hogares, necesitaba de indicadores, observaciones y estudios relativos al desarrollo del mismo; quizás un poco procedimentalmente, del estado de sus logros, características de sus productos, evaluaciones, y reconocimiento de audiencias, o consumidores. Siempre bajo la implementación de la doctrina político-jurídica del Artículo N°19 de la Constitución Política de la República. Para desplegar una mirada descriptiva de la televisión, debemos asumir, potestad que la Ley N° 19.733, particularmente en la estabilización doctrinal de los medios de comunicación y en particular sobre la televisión.

El Consejo Nacional de Televisión, queda establecido por la Ley N°18.838, de 1989 ya citada, para luego ser modificada por la ley 19.131, de 1992 que señala la composición, organización y demás funciones y atribuciones del Consejo, según resume la entidad²⁴. En la actualidad, el CNTV, ha resumido en seis funciones, como determinantes para su gestión, de las cuales extraeremos los acápites más relevantes y que ilustran estas funciones de manera sumaria:

1. Velar por el correcto funcionamiento de los servicios de televisión, para lo cual debe supervigilar y fiscalizar el contenido de las emisiones televisivas. Se pueden realizar denuncias ciudadanas, o de Oficio. Los que deben ser sobre los contenidos que considere ofensivos o inapropiados.
2. Fomentar el desarrollo de programas de calidad y de alto nivel cultural, interés nacional o regional en nuestro país. Todo mediante el Fondo-CNTV.
3. “Fomentar la investigación y discusión sobre el impacto de la TV en la sociedad chilena, proporcionando información y datos a la ciudadanía en general y a quienes toman decisiones, tanto a nivel de Estado como de la industria”.
4. “Otorgar, modificar y poner término a las concesiones de radiodifusión televisiva de libre recepción”.
5. “Financiar o subsidiar la instalación de antenas para la transmisión en las zonas fronterizas, extremas o apartadas del territorio nacional en que, por su lejanía o escasa población, no exista interés comercial que incentive a concesionarias de servicios de libre recepción para llegar a dichos lugares”.

²⁴ Información disponible en URL: <http://www.cntv.cl> Gremialmente, la televisión está agrupada en ANATEL A.G. <http://www.anatael.cl> La información estadística está disponible sólo para los socios.

6. “Subsidiar a los canales de televisión abierta, a través de su fondo de discapacidad, para implementar en sus pantallas un sistema que facilite el acceso a este medio a la población sorda, mediante la lengua de señas”.

Queremos destacar, que si bien durante el comienzo de la televisión de los 90, hasta casi llegar a fines de la década, la inquietud institucional y corporativo, estaba atenta al despliegue de la sustentabilidad comercial del medio, la competencia entre las estaciones tras la audiencia. ejemplificado bajo dos criterios elementales, la cantidad de televisores en funcionamiento y la cantidad de espectadores frente a ellos, es decir de consumo. En este sentido, queremos explayar una lista que elaboramos en función de reconocer la actividad el Consejo en la materia, y que puede ilustrar superficialmente sobre los ámbitos recorridos como investigación institucional del medio:

Documento	Fecha	Departamento
Informe Estadístico.	Abril / Junio. 1993. -	División de estudios, supervisión y fomento.
Informe Estadístico.	Julio/ Septiembre. 1993. -	
Informe sobre la televisión chilena.	Diciembre 1993. -	Informe de avance.
Informe Estadístico.	Marzo/ Mayo. 1994. -	División de estudios, supervisión y fomento.
Estudios de tendencias en la TV chilena.	Mayo 1994. -	
Estudios cualitativos de audiencia.	Diciembre 1994. -	
Campañas de TV, del CNTV, para superar la pobreza.	Mayo 1995. -	Percepciones y evaluaciones.
Consumo televisivo infantil.	1995. -	Un estudio cualitativo de observación participante.
La función reguladora del CNTV.	1995. -	
Programación de mayor impacto.	Diciembre 1995. -	
Televisión por cable en Chile 1995. -	Abril 1996. -	
Consumo de TV, en preescolares.	Agosto 1996. -	Diagnósticos y propuestas de acción.
Campaña por la vida buena.	Abril 1996. -	Percepciones.
"Ellos tienen voluntad de surgir".	Abril 1996. -	Microprogramas FOSIS. Percepciones.
Revisión bibliográfica sobre violencia y TV (1970-1996).	Abril 1996. -	Documento Interno.
Consumo televisivo I.	Abril 1996. -	Resúmenes analíticos de TV.
Metodologías para el estudio sobre los medios de comunicación.	Junio 1996. -	Resúmenes analíticos de TV.
¿Qué piensan los chilenos sobre la violencia televisiva?	Agosto 1996. -	Un estudio cualitativo.
Consumo televisivo infantil, el caso del cable.	Agosto 1997. -	Un estudio cualitativo de observación participante.
Catálogo de documentos y estudios realizados	Octubre 1996. -	Consejo Nacional de Televisión.
Memoria del Consejo Nacional de Televisión.	1997. -	Balance del '97. Naturaleza jurídica, composición y subdivisión.

Cuadro N1²⁵.

Debemos señalar dos modificaciones en lo que va de la aplicación legal sobre la televisión. Primero en el año 1992, la Ley N°18.131, es modificada por la Ley N°19.131. La que en definitiva, deja establecida la composición, organización y demás funciones y atribuciones del Consejo.

Mientras, en relación con la actividad del periodista, planta importante de productores de contenidos, será definida, estructuralmente como hemos visto, por la Ley N°17.733. La naturaleza de la especificación de estas funciones corresponde al periodista²⁶. Dicho en otras palabras, las actividades profesiones y el comportamiento general del medio, en cuanto señales concesionadas, son registradas, estudiadas, y establecidas como requisito de las estaciones de televisión, lo que en definitiva, corresponde a la actividad comercial del medio. En consecuencia, la tensión del mercado queda establecida, por lo menos desde el año 2001, bajo la impronta de cumplir con el estándar jurídico que se expresa en el Artículo N°2, donde bajo lo consagrado: “Se reconoce a las personas el derecho a ser informadas sobre los hechos de interés general”, determinando la función periodística con el siguiente Artículo, al ponderar que: “El pluralismo en el sistema informativo favorecerá la expresión de la diversidad social, cultural, política y regional del país. Con este propósito se asegurará la libertad de fundar, editar, establecer, operar y mantener medios de comunicación social”, siempre en la misma Ley, combinando la actividad económica del productor con la de instalar una empresa en el rubro indicado.

Para coincidir muy rápidamente con una serie de estudios y eventualmente con ciertos juicios sobre la televisión, el recorrido histórico y constitutivo de la televisión, caminó parte de su trayecto, bajo una exigencia social. En cierta medida, se le exigía a la TV, cumplir con ciertos parámetros sociales, referidos a la participación,

²⁵ Fuente: Recolección personal, textos disponibles en formato duro en el departamento de publicaciones en las dependencias del CNTV.

²⁶ Ley N°17.733. 04 de junio 2001. Título II, Del ejercicio del Periodismo. en particular, la especificación dada en el Artículo N°8.

programación cultural, objetividad, pluralidad y en cierta medida, con un control estatal sobre la actividad en términos de propiedad y programación. Al respecto, el investigador y docente Valerio Fuenzalida, ha desarrollado una de las actividades más fructíferas en la indagación sobre el fenómeno televisivo del país, dando cuenta del tránsito de una televisión pública hacia una privada en su conjunto. Situación, también constatado por el Profesor e Investigador de las comunicaciones, Eduardo Santa Cruz, es que desde un punto de vista legal, siempre en un plano descriptivo, la Ley que crea la Empresa Televisión Nacional, N°19.132, promulgada en marzo de 1992, se relaciona claramente con esta perspectiva analítica sobre la televisión chilena, en su sentido privatizado, o de modelo comercial. El particular, la Ley indica textual que: “Televisión Nacional de Chile es una persona jurídica de derecho público y constituye una empresa autónoma del Estado, dotada de patrimonio propio. Para todo efecto legal, es la continuadora y sucesora de la empresa, de igual denominación, creada por la Ley N° 17.377”²⁷. Y queda sujeta bajo la denominación de “correcto funcionamiento”, que está establecida en la Ley N°18.838, que crea al Consejo Nacional de Televisión.

Sin embargo, pensamos que una mirada más detallada al respecto se aplica en el marco de una interpretación referida al conjunto de los medios de la comunicación masiva, el comportamiento comercial que ha desarrollado la TV de los 90, está íntimamente ligada a lo que hemos denominado como doctrina constitucional, dada por el Artículo N° 19, y los números ya consignados (12, 21, 24) de la Constitución Política que fue promulgada en el año 1980. La presencia de esta doctrina, para los medios ha implicado su evidente liberalización, el despliegue de la competencia por audiencias, lectores y radioescuchas, nos obliga a señalar algo aventurado quizás, que la presencia de una línea rectora desembocó en los medios de comunicación como los conocemos hoy. Claramente las leyes, y sus modificaciones han sido realizadas con arreglo a fines y no por un altruismo comunicacional de los gobiernos. Siendo a modo de consenso, una certeza que el actual estado de la cuestión, está temporalmente fijada en la historia de Chile de los últimos 40 años. Con dictadura y democracia de por medio. En la actualidad, las modificaciones legales sobre este

²⁷ Ley N°19.132, CREA EMPRESA TELEVISION NACIONAL DE CHILE. Promulgada el 30 de marzo 1992. En particular los Títulos I Sobre Nombre, Naturaleza y Fines, Artículo N°1 y N°3.

campo, involucra a diferencia de la dictadura, a parlamentarios, los mismos medios y las empresas dedicadas al lobby de intereses corporativos. Claramente las leyes no se hacen espontáneamente y menos sin pensar en unos objetivos a conseguir mediante su estipulación legal; es decir, no estamos invocando una suerte de teoría de la conspiración o algo parecido. Al contrario, ya transcurrido 30 años de leyes sobre la materia, en un estado jurídico-político democrático, todas fueron establecidas bajo el mismo criterio: liberalizar como mercado a los medios de comunicación, o perfeccionar su ejercicio bajo la misma línea. Cambios más o cambios menos, los ajustes podríamos destacarlos como parte de un sistema, tal es el encabezamiento y promulgación de estos, dado que bajo la presencia del Congreso, y de una institucionalidad justifico-política por la representatividad articulada por el sistema Binominal de elecciones, el aspecto que vincula a los medios como negocio es el mantenimiento de la institucionalidad vigente. El ejercicio, no puede cambiar las reglas del mercado; al contrario, es su deber ajustarse a ellas.

Lo que queremos indicar, o en cierta manera afirmar, dice relación con los planteos de Fuenzalida, Hurtado y Eduardo Santa Cruz, y que en cierta medida también con Arancibia, nos permiten establecer la presencia de un marco legal general constitucional, que hemos denominado como doctrina constitucional; mediante el establecimiento de leyes separadas por su correspondencia para con los medios, sean la radio, televisión, o prensa escrita. En definitiva, sobre la especificación del tipo de negocio, su resguardo constitucional, las leyes orgánicas necesarias, que están sólidamente establecidas, como ya indicamos, en el Artículo N° 19 en los Números 12 y 21. Aspectos de la Constitución que, una vez concluido el régimen militar de 17 años, no se cambiaron en su fondo en los restantes 22 años siguientes. Este aspecto, para nosotros, determinante y constituyente de los medios de comunicación, será clave en el transcurso del análisis de la presente tesis.

Radio:

Por último, la Radio, denominada como radiodifusión sonora por el Estado, cuenta para el año 2008, con la Ley N°20.292, que cambia las nociones más importantes sobre las concesiones de radiodifusión, para lo cual se hizo necesario modificar la anterior Ley N°18.168. Esto es, de concesiones por 25 años a la participación de licitaciones, mediante el conjunto público. Antes de su modificación, para el período que nos interesa destacar, la radiodifusión chilena, operó con la denominada Ley N°18.168 “Ley General de Telecomunicaciones”, que mantuvo vigencia desde octubre de 1982. El gran cambio establecido en la Ley actual, corresponde en lo particular, y como reza en la modificación: “*con el fin de perfeccionar el régimen legal de asignación y otorgamiento de concesiones de radiodifusión sonora*”²⁸. Efectivamente, el gran cambio, siempre en atención con la doctrina constitucional, lo constituye la introducción del concurso público para quienes están interesados en la transmisión e instalación de estaciones de radio utilizando en el espectro radiofónico bajo tutela estatal. El bien administrado por el Estado, es el espectro radioeléctrico, como bien público y las opiniones o contenidos e infraestructura, como privados.

Para el gremio de las radios, por ejemplo la Asociación de Radiodifusores de Chile (ARCHI), asociación gremial que aglutina principalmente a los radiodifusores de la región Metropolitana, la forma legal es la Ley N°18.169 que ya hemos ilustrado en sus aspectos medulares. Así como, la Ley N°19.835, promulgada en octubre del año 2002, y que se refiere específicamente a la prórroga sobre las vigencias en las concesiones de radiodifusión sonora. Así, también relevante para el gremio de los radiodifusores, es el Decreto 126, del año 1997, de la Ley N°19.835, que como Decreto, operó sobre la base: “respecto del otorgamiento, renovación, puesta en servicio, modificación, transferencia, autorización provisoria de modificación, extinción y caducidad de las concesiones”²⁹. Es decir, el titular de una concesión no debe concentrar por sí o sumando los derechos de sus empresas relacionadas, más del 20 por ciento a nivel nacional.

²⁸ Ley N°20.292 MODIFICA LA LEY N° 18.168, GENERAL DE TELECOMUNICACIONES, CON EL FIN DE PERFECCIONAR EL RÉGIMEN LEGAL DE ASIGNACIÓN Y OTORGAMIENTO DE CONCESIONES DE RADIODIFUSIÓN SONORA. Promulgada el 12 de septiembre de 2008.

²⁹ Decreto 126, que aprueba el reglamento sobre la radiodifusión sonora, promulgado el 01 de abril de 1997.

La Radio ha jugado en la vida del país, bajo el consenso y las estadísticas, sobre una centralidad histórica. Para el año 2000, su tránsito por la década, en cierta manera han redoblado su presencia, no estando exenta de las problemáticas técnicas que a afectado a los medios de comunicación. Para el año 2009, las concesiones radiofónicas comerciales totales, el INE y la ANP (Asociación Nacional de Prensa) marcaban una existencia de 1780.

Como vemos, el crecimiento de las concesiones se ha doblado en diez años. Claramente la diferencia radica en las estaciones que transmiten en la banda AM y FM, aspecto que desarrollaremos más adelante. Para nuestra perspectiva legal, en lo que va de la década, debemos señalar dos momentos. El primero, dice relación con las características de las concesiones, las que eran regidas por la Ley N°18.168, Y que como dato a destacar, mantenía una cierta concentración relativa respecto de las emisoras metropolitanas sobre las regionales. La superación de esta situación, fue planteada con la nueva Ley N°19.835. La que en cierta manera, organizaba la concentración mediante la introducción del concurso público para las concesiones disponibles, ya que en la práctica una radioemisora de Santiago, podía mantener una cadena a lo largo del territorio, o bien concentrar parte del espacio radioeléctrico disponible en un alcance determinado del territorio, impidiendo la entrada de otros actores en estos espacios. Esta modificación, en un segundo momento, permitió la presencia corporativa de otras emisoras de alcance nacional; independientemente de los convenios de reconexión de las emisoras locales a los espacios de prensa de otras; dicho de otra forma, este cambio supuso establecer la presencia de cadenas por sobre las filiales, introduciendo una relativa dependencia entre unas respecto de otras³⁰. Esta adecuación, del mercado de las Radios, tubo su principal período de tramitación, debate y, en cierta manera conflicto, durante la década anterior, para ya en la siguiente, entrar a una época de ejercicio libre de sus actividades económicas, sin mayores conflictos, que hicieran necesaria alguna modificación legislativa.

³⁰ Esta modificación, como insistimos, se ejemplifica mediante el desarrollo de Radio Bio-Bio, de origen penquista (Concepción), extendiendo su señal, o mediante las concesiones a otras regiones, en parte o el total de las transmisiones. así como este ejemplo, todas mantienen a modo de características ser privadas, ante la desaparición de Radio Nacional, de origen público.

Uno de los efectos, quizás más llamativos de este escenario radial, lo constituye el actual estado del sector enfrentado a la introducción de Internet, por un lado. Lo que no, en todos los casos, implica su repetición por la Red Global. Mientras que por otro lado, y según algunas encuestas, muestran mayor robustez para las emisoras que transmiten en la Banda de Frecuencia Modulada (FM), en detrimento de la Amplitud Modulada. En este último dato, ha jugado un papel relevante la tecnología, o de los aparatos tecnológicos; los que, con nombres diferentes³¹, pero de uso personal o cotidiano, no cuentan con la posibilidad de recepcionar emisoras de AM, dado que esta banda no está incluida en estos aparatos. En este sentido, la radio digital, viene a romper la diferencia de bandas, ya que al igual que con la TV digital, implica un nuevo formato y un uso óptimo del espectro radioeléctrico. Sin embargo, para los dos casos, la TV Digital (TVD) y la radio digital, el marco legal y técnico está aún bajo el debate parlamentario, de los actores del mercado y en cierta forma, bajo la exigencia de un estándar para sus transmisiones; es decir, no existe ley al respecto.

Por resumido que parezcan estas líneas, utilizadas para describir las bases jurídicas de la radiodifusión sonora, lo cierto es que en general, estas son más bien acotadas a las radios comerciales. Esto, porque, existe una categoría de radios, que acuñadas bajo el denominativo de “Radios Comunitarias”, y que irrumpen en el espectro radioeléctrico, aproximadamente desde fines de los 80. ha manifestado una trayectoria innegable en el espectro radioeléctrico. En términos muy generales, estas son en cierta forma la representación de las condiciones del mercado comunicacional de la radio, que en cuanto concesionarios tienden a evitar la entrada de actores, que acrecienten la competencia por un lado y modifiquen el estado de la legislación. Así la principal organización gremial de radiodifusores comerciales de Chile la ARCHI, se ha constituido en la principal opositora a la existencia de estas radios.

En este sentido, para las radios comunitarias, con un origen difícil en los 80, y sin ley en parte de los 90, su estado actual está bajo la jurisdicción de la Ley, N°20.433,

³¹ El antiguo Personal Stereo, los modernos reproductores de MP3, teléfonos celulares, SmarthPhone, etc.

sobre Radiodifusión; Servicios de Radiodifusión Comunitaria. En la actualidad, en los medios electrónico y en algunos escritos se ha informado sobre el cierre e incautación de estaciones de este orden en diferentes puntos del país, manifestándose la precariedad de la Ley actual. Donde las acciones emprendida por la gremial comercial ARCHI invoca el artículo 36 B letra A de la Ley General de Telecomunicaciones, para su persecución. Un echo a destacar, lo constituye la radio de la Universidad de Chile, que ante esta práctica, se retira de la gremial.

Resulta paradójico, que radio emisoras comerciales, por intermedio de su asociación gremial, persiga a otras que por ley no cubren territorios superiores a una comuna, y que están dotadas de una institucionalidad jurídico-política determinada. Por otro lado, las encuestas le otorgan a las radios comerciales una preferencia categórica entre la población, con claras señales de un mercado activo. Los indicadores entonces, muestran la preferencia por la Radios, sobre todo bajo una suerte de garantía dada por la instantaneidad de sus informaciones, la cobertura ante hechos de relevancia nacional, o recientemente con motivo del terremoto que asoló el país en febrero del año 2010³², como compañía.

Hasta aquí, hemos intentado un panorama sobre la situación legislativa de los medios de comunicación en Chile, la que si bien no constituye un conjunto único, rector y determinante sobre los medios de comunicación, es su un pilar determinante. En consecuencia, se ha dispuesto de un escenario dotado de una doctrina constitucional, sobre la que hemos insistido dilatadamente al referirnos a la Ley N°17.337 y la Constitución. Ya que esta da un fuerte sentido de determinación ideológica y de operatividad a los medios de comunicación masiva. Sólo a modo de anécdota, al indicar el tópico sobre leyes de medios de comunicación, el primer resultado entregado por el principal buscador de Internet, nos ofrece como resultado, la Web de la base de datos de la Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, donde se presentada en sus primeros resultados la disposición constitucional que otorga el rango constitucional al planteamiento de la doctrina constitucional. Lo que nos ahorra

³² Por lo extenso de estos estudios, y dada la importancia que estos presentarán más adelante, sólo citamos sus nombres para su consulta. Estos nos: INE. Cultura y Tiempo Libre, INFORME ANUAL 2009. ICSO-UDP, Primera Encuesta Nacional de Opinión Pública, Agosto 2005. IPSOS Chile, Julio-Octubre 2010 Sobre encuestas de sintonía radial.

palabras al señalar que se trata del El artículo 19 N°12, 21 y 24 donde se establece la libertad de prensa, libertad económica y el derecho de propiedad aplicables a los medios de comunicación.

En definitiva, el conjunto medial del país, en específico los medios de comunicación masivos, han mantenido un despliegue y consolidación de ciertos canales, como los escritos, televisivos y radiales; canales que en adelante proponemos denominar como dispositivos³³. La razón de esta propuesta conceptual intenta dar cuenta de la forma más esquemática, de nuestra descripción. Se trata de un mínimo de andamiaje conceptual, para acercarnos a un sentido común que amasó de manera muy general, unas retrospectivas, unas bases para controlar a los medios; pero por sobre todo, para dar atención a la diversidad tecnológica de los formatos dados a un canal en la comunicación, la transmisión y recepción de medios. Estas técnicas que han planteado, por ejemplo, el uso del tiempo o de una aparente borrada de las distancias entre seres humanos, ha conllevado unos descentramientos de la tradición operante sobre los diferentes medios, por ejemplo la televisión pública, y que se ha extendido a otros medios de comunicación, asumidos como menores, dada el tamaño de su masividad, como el libro, el cine, las artes visuales, etc.

Desde el año 2000, la cuestión técnica (referida al desarrollo y despliegue de la tecnología de los medios), ha pasado de la incertidumbre en sus posibles usos, a un compuesto reducido a estrategias de mercado, precisamente para dar rentabilidad al uso de estas, sea mediante la comercialización de rutinas o contenidos. Dicho de otro

³³ Este concepto lo recogemos, en una primera instancia, como una definición ampliamente divulgada por Michel Foucault. Donde el filósofo detalla tres niveles de problematización al decir que se trata: 1). de una red, en cuanto conjunto heterogéneo, de lo dicho y no dicho, como establecimiento de una relación de elementos de este conjunto. 2). con una naturaleza que determina los vínculos entre los elementos de este conjunto heterogéneo, "*Resumiendo, entre esos elementos, discursivos o no, existe como un juego de los cambios de posición, de las modificaciones de funciones que pueden, estas también, ser muy diferentes*" 3). una formación histórica en respuesta a un objetivo o necesidad determinada. Estos no se reducen a las prácticas discursivas. Pensamos, más en una validez de dimensiones, como es el carácter masivo de los medios, como institución, antes que sólo un medio, individualizado en su nombre. La noción articuladora, que involucra diferentes, siendo la política uno de los elementos relevantes, porque también involucra al sujeto ya que les produce quedando sujetados a determinados efectos de saber/poder. Sin embargo, no se trata del clásico panóptico, si no de este bajo la lógica de la función, el panoptismo. Las audiencias, constituyen, al igual o como el sujeto, parte de este en cuanto elemento de la red constitutiva. En el desarrollo del segundo capítulo, este concepto, trazado muy levemente, será ampliado a fin de propiciar nuestro marco teórico. Por lo pronto nos valdremos de él, sólo desde una perspectiva utilitaria, y aunque Foucault no lo menciona, desde el reverso en ideología.

modo, habría que aceptar que el fenómeno técnico, afectó las posibilidades de subsistencia de los medios de comunicación en el despunte del siglo. El campo comunicacional, desde esta fecha desarrolló los componentes formativos y performativo de la visibilidad de los medios en medios de comunicación. Su visibilidad, su expansión, su influencia en el carácter de la vida política y social, les da una validez constituyente. Quizás más histórico aún, retrotraer la formación de la prensa moderna³⁴, donde la conformación de un espacio público, actualizando la idea nos ilustra una gama de elementos formativos, posibles dentro de esa región. La aplicación del concepto de dispositivo, efectivamente nos permite dar acceso a la visibilidad de elementos, componentes, que en su recorrido hacia las transformaciones del medio se han manifestado conforme también la política del estado se ha ido modificando. Esto no quiere decir que exista una continuidad en la reacción de los medios y el Estado; pero si unas relaciones que pueden ser descritas.

El recorrido legislativo, con el que hemos iniciado esta fase, nos ha problematizado el campo de los medios de comunicación en nuestro país. Podemos señalar, sin riesgo de error, que pese a que los medios, entendidos a partir de sus canales, escritos, sonoro y audiovisual, han establecido una suerte de modulación de unas etapas de la vida político-institucional del país³⁵, diferente por lo menos en los términos de como se establece el debate televisivo, con el resto de América del Sur. Tal es el tema de la “educación”, frente a las horas de cultura exhibidas en los televisores de nuestro país. Dicho esto, la “delincuencia” cobra valor en el sentido de caracterizar a la televisión como dispositivo, dado el valor político de regimentación a este discurso institucional. Describir, llanamente o ceñido a una estructura lógica de interpretación y organización de sus relatos, como ha sido el caso legislativo, implica, asumir otros también como relevantes. Aquí, los contenidos, y sus ordenamientos estadísticos son importantes.

Sin embargo, desde la actualidad, con una estandarización constante en los contenidos y la forma de hacerlos visibles, con una hegemonía o concentración sobre

³⁴ Un ejemplo así, donde encontramos unos trazos sobre una genealogía está detallado en: Arancibia, Juan Pablo: “Comunicación política. Fragmentos para una genealogía de la mediatización en Chile.” Editorial Universidad ARCIS, 2006, Santiago de Chile.

³⁵ Ossandón B., Carlos, Santa Cruz A., Eduardo: “Entre las alas y el plomo : la gestación de la prensa moderna en Chile. LOM Eds., 2001. Santiago de Chile.

las líneas editoriales y de la propiedad; con, una clara modificación del escenario medial otorgado por la técnica, planteamos a lo menos tres ideas fundamentales; las que a nuestro modo de ver, se han manifestado en una suerte de registro, o de recorrido que nos permite señalar la presencia de un acumulado constituyente en los medios de comunicación en términos nacionales. Pero que por otro lado, constituyen una vía de acceso a una descripción.

En primer término, el cambio de siglo, supuso una idea generalizada y no menos vigente de la presencia de transformaciones y de perplejidades en materia comunicacional. Las transformaciones, se dieron de manera estructural, estableciendo al mercado como articulador de las prácticas sociales. La centralización y concentración pasan a ser su más clara evidencia. La norma del ejercicio comunicacional de los medios, cada vez es ejercida de forma desregulada, sustituyendo la dirección política del Estado por la judicialización ante las prácticas en cuanto privados, cristalizando la noción de industria.

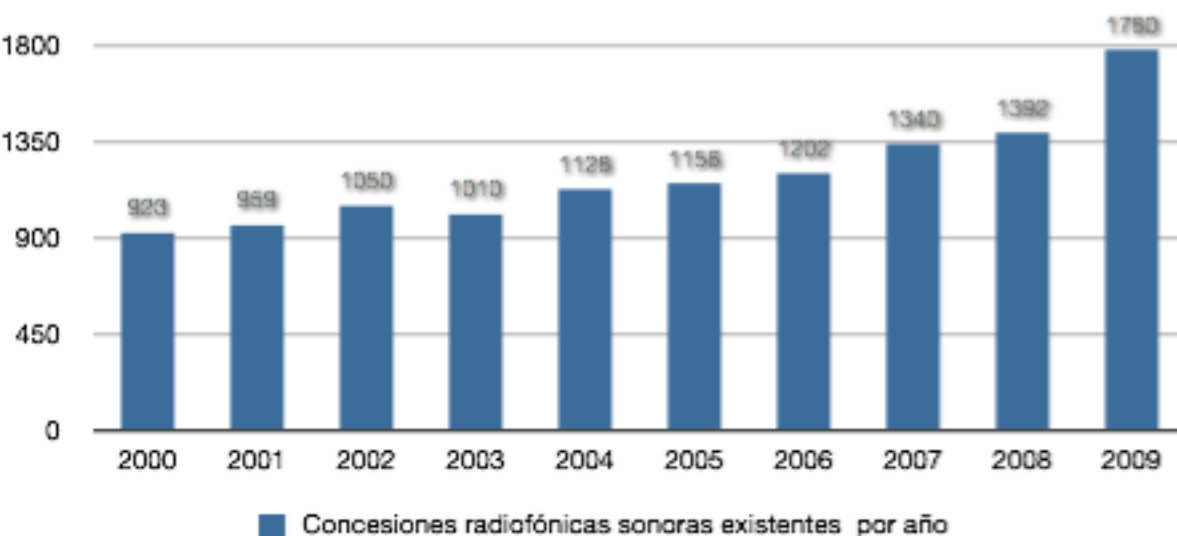
El alcance económico de los medios de comunicación masiva

Desde una perspectiva económica, los medios de comunicación en Chile, para el período señalado, se caracterizan por la consolidación de sus instituciones bajo el orden comercial consagrado constitucionalmente; el que expresa una doctrina constitucional, que ha determinado la gestión, producción y circulación de estos. Esto ha significado un escenario descrito bajo los parámetros de la consagración, y argumentado por los resultados. La doctrina constitucional, en consecuencia constituye el marco del desarrollo del mercado comunicacional, de gestión privada, concentración de su propiedad y de descentralización en sus operaciones., todos apelativos de consenso al decir sobre la industria. Los pasos dados en los 80, por el gobierno militar, base de la institucionalización, desplegó una doctrina liberal en materia comunicacional; es decir, depositar obre las audiencias, los receptores en general, el cobro de la actividad comercial de los medios de comunicación.

En la actualidad el mercado se muestra activo y competitivo. Su desarrollo institucional, en este escenario, fue de orden gremial en lo comercial respecto de ser medios de comunicación, independientes unos de otros en materia empresarial. Mientras por otro lado, los estudios sobre la industria se focalizan en lo principal, al estado de la distribución y preferencias de las audiencias. Donde, las indagaciones sobre el estado de la propiedad de estos es, en el mejor de los términos un estudio indagatorio. La propiedad, salvo para el caso de la radio, no han mostrado una concentración como es en el caso de la prensa escrita, que concentra en dos grandes consorcios mas del 60% de la propiedad.

Gráfico N°3.Fuente: INE. Cultura y Tiempo Libre. Informe Anual 2009³⁶.

En consecuencia, la noción de dispositivo³⁷, nos resulta pertinente para establecer funcionalmente la relación comercial entre el interés público, la información y la emisión de opiniones, sujetas al mercado medial chileno.



cultura.php Visitado el

, interpela al espacio
io y no una radio, o la
dad que le damos a la
al es su disposición a
ductor de subjetividad,
erdad, como su propio
ber de Foucault en una

RADIOS POR HABITANTE			
Región	Habitantes (censo 2002)	Radios AM y FM	Habitantes/radio
Metropolitana	6.061.185	83	73.917
Octava Región	1.861.562	184	10.400
Décima Región	1.073.135	267	4.945

Así, para cada medio se constituye una empresa privada que responde a la que por ley establece, con sus funciones, características técnicas, y desarrolla sus contenidos con plena independencia de la autoridad. Es entonces que por lo menos, en el plano de lo establecido en las leyes para el caso, en particular bajo la Ley N°17.733 permite analizar los datos , que en este caso son proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas, INE ³⁸; amen de otros indicadores, ya que el Instituto durante el plazo de casi diez años, mediante los estudios de informe anual, sobre Cultura y Tiempo Libre, relata la consolidación de parte del mercado medial en Chile. Pensamos en estos datos, con el fin de hacer el ingreso a los medios, pero previo al uso de la variable del Grupo Socio Económico (GSE). A modo de ejemplo, la Radio desde esta mirada económica sobre su industria, evidencia que al año 2009, las concesiones llegaban a 1.780, donde 146 corresponden a la banda AM y 1.368 a la de FM. Para el año 2000, existían 119 y 804 radioemisoras respectivamente a nivel nacional, destacando la Región de Los Lagos con 124 concesiones en la banda FM. Para el último año, las horas de transmisión totales, informadas correspondían a 5.545.713. El siguiente gráfico ilustra este actual estado de cosas. en este sentido, nos interesa destacar, las formas del mercado medial a lo menos sobre las variables que implica, la penetración de los medios, la propiedad sobre estos y sus logros o estado de su gestión comercial en cuanto medios. Los datos establecidos por el INE, en números totales, es:Tabla N°2³⁹

Por otro lado, las radios, desde la perspectiva comercial, ya que sobre las llamadas Radios comunitarias, sería necesaria una indagación especial, presentan el estado en términos de propiedad y distribución, primero en la penetración del medio. Desde una representación dada por el Censo del año 2002, la media queda establecida, sobre los ingresos, el INE, consiga que el mercado se manifiesta de la siguiente manera :

Total de empresas del rubro radial; ingresos y gastos totales y Promedios			
Año	Empresas	Total ingresos en pesos	Total ingresos menos total gastos
2009	764	55.412.995,599	8.221.770,594

³⁸ Para el caso del uso de la información disponible en el INE, debemos destacar que ésta corresponde a los datos informados por las diferentes instituciones que corresponden a cada medio. Estas son instituciones definidas por ley, dedicadas al funcionamiento, norma como a las condiciones del mercado de cada medio. En particular, no referimos a CNTV, Subtel, ANP (institución gremial no dependiente de instancias estatales.), encuestas en general (IPSOS, ICSOS, ADIMARK, entre otras), las que referiremos según correspondan.

³⁹ Información disponible y asumida como reciente en la URL:

www.compolticas.org/redes/pdf/redes5/22.pdf. INE, URL:
www.ine.cl/canales/menu/publicaciones/calendario_de_publicaciones/pdf/291110/cult09_29112010.pdf

Tabla N°3⁴⁰.

Desde el punto de vista de la propiedad de las radios, los indicadores son confusos; diferentes fuentes entregan diferentes resultados, en diferentes años el marco general también es relativo, aun mínimamente. Ya que al parecer, la transparencia en la información relativa a la propiedad de la radiodifusión, está sujeta al celo empresarial, por lo cual las siguientes tablas sólo serán asumidas como una aproximación general, que nos permita más una visión de conjunto:

Radios por consorcio o grupo medial. 2010		Concentración de audiencias 2010
IARC	11 radios	44,3%
Grupo Dial	6 radios	12,6%
Cooperativa	2 radios	8,8%
Grupo RER	4 radios	7,3%
Canal 13	2 radios	5,1%
Com. Horizonte	2 radios	4,9%

Fuente: IPSOS Chile. Estudio junio-sept. 2010. Ciudad de Santiago. Audiencia día promedio Lunes/Sábado.

Tabla N°4⁴¹.

Sin embargo, es complejo reunir la información respecto de la propiedad de las radioemisoras desde fuentes formales, institucionales o comerciales, característica comercial estructural en los medios, mantener el secreto ante la consulta o indagación ciudadana. Elemento sobre el que retornaremos al final de la presente tesis. Por otro lado, el esfuerzo de la recolección de estos datos, es reconocido entre estas líneas. En tal sentido, un dato que introduce cierta alteración en el desarrollo del mercado radial, estaba en dado por la presencia de las cadenas de radios, de alcance nacional, principalmente en la banda FM o en su tránsito, y en menor medida a repetidoras o a convenios de retransmisión que se encuadraban en el estado del mercado hasta antes de la modificación del estatuto radial que se abre bajo la Ley N°20.292, del año

⁴⁰ Se repite la misma fuente anterior.

⁴¹ Ramírez Cáceres, Juan Domingo: La concentración de la propiedad radial en Chile: Las exigencias de nuevos paradigmas entre globalidad y localidad. ISSN 1696-2079. Ver URL: www.compolicas.org/redes/pdf/redes5/22.pdf

2008. Para mediados de la década, el escenario estaba caracterizado de la siguiente forma:

Empresas	Grupo	Radios
Consortio Radial de Chile (CRC)	Cadena Radial Caracol de Bogotá, Colombia	Radio activa
		Amistad
		Caracol (ex Clásica)
Compañía de Radios S.A	Iberoamerican Holding Estados Unidos	Pudahuel
		FM Hit
		Futuro
		Horizonte
		Rock&Pop
		Corazón
		Music One
		FM Dos
		Aurora
		Concierto
		ADN
	Ricardo Bezanilla	Romántica
		Tiempo
		Infinita
	Cesar Molfino	El Conquistador
		Manquehue
Sociedades Radio, comunicaciones y Radio Publicidad	Urus Domic Bezic	Nina
		Sintonía
		Cien
		Metropolitana
Sociedad Bío-Bío Comunicaciones.	Nibaldo Mosciatti	Radios Bío- Bío
		Radios El Carbón
		Radio Punto 7
		Radio Gabriela

Tabla N°5⁴².

Para el año 2008, el escenario se modifica levemente, pero muestra la consolidación del medio en términos comerciales como ya consignamos más arriba. Sin embargo, debemos señalar que como se muestra en la siguiente tabla:

Grupo- Empresa	Emisoras	Cantidad Concesiones
CRC + IBEROAMERICAN		12
	Corazón	
	FM DOS	
	FM Hit	
	Concierto	
	Rock and Pop	
	Pudahuel	

⁴² Fuente: construcción propia, mediante consulta Web.

		Imagina		
		Radio W		
		40 Principales		
		Bésame		
		Futuro		
		Radioactiva		
GRUPO DIAL –Copesa-			6	
		Zero		
		Duna		
		Carolina		
		Club FM		
		Beethoven		
		Cariño		
FAMILIA BEZANILLA			4	
		Infinita		
		Tiempo		
		Romántica		
		Amadeus		
FAMILIA GARCÍA REYES			2	
		Oasis		
		Horizonte		
CONSORCIO RADIAL DE COMUNICACIONES			2	
		Cooperativa		
		Universo		
GRUPO MOLFINO				
		Conquistador	2	
		Para ti		
FAMILIA MOSCIATTI			42	Stgo y Reg.
		Radio Bío-Bío		
		Punto Siete		
EL MERCURIO			25	Regionales
		Digital FM		
		Positiva FM		

Tabla N°6⁴³.

Podríamos, a partir de los cuadros ya destacados aquí, que se trata de un espacio medial que goza de buena salud; pero que no compone al cuadro completo. Esto porque la información sobre el estado de la cuestión, por ejemplo sólo en regiones, es un tema oscuro, por darle un nombre a la luz de la disposición de información. Claramente, la cadena radial (conjunto de radios perteneciente o asociada a una radioemisora central), constituye el fenómeno más llamativo, que en su relación con el mercado, el Holding (como modalidad empresarial) concentra las preferencias en términos de audiencias, según indican los estudios realizado por IPSOS Chile a la

⁴³ Disponible en URL: http://www.icei.uchile.cl/?_nfpb=true&_pageLabel=notICEI&url=53155 Elaborado por: Daniela Ruiz, estudiante de Periodismo de la Universidad de Chile. Visitado el 02 de julio 2010.

sintonía de radios. Estos estudios, por un lado manifiestan, como ya dijimos, estado del mercado, pero también sus formas, pero también una suerte de imagen de pluralidad en respecto de otras concentraciones, como por ejemplo la de la prensa escrita. Sin embargo, la presencia de los Holding, Iberoamericana, y de otras cadenas muestran la forma de la concentración. Revisemos los indicadores sobre un histórico en ingresos generales de las radioemisoras.

Gráfico N°3⁴⁴.

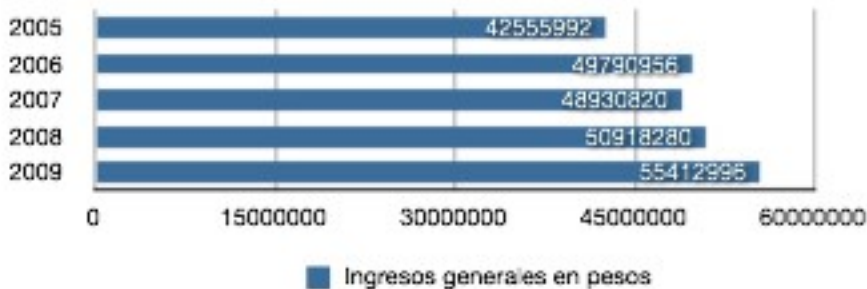
Queremos dejar instalado el concepto por ingreso publicitario para especificar, aun más, las condiciones comerciales de la radio, de cómo este factor y como se corresponde con la permanencia del medio en términos comerciales.

Con los datos anteriores, referidos al mercado radial, implica afirmar su ajuste a la realidad económica del país. Lo que nos permite, señalar que el sistema económico de los medios de comunicación, para este caso, la radiodifusión, en cuanto medio masivo, plantea una clara ausencia de los de menor alcance, o más modestos como son los comunitarios, los alternativos, barriales, o de auto gestión con un corte social; claramente, estos no entran en esta trama mediática, menos en los informes estatales, como los consultados. Por otro lado, resulta sintomático, y la evidencia bibliográfica lo demuestra, pese a su modesta producción reflexiva concentrada en los comienzos de la década, que los medios de comunicación masiva presentan una cierta homogeneidad estructural en cuanto negocio, y de una clara concentración, como

⁴⁴ Fuente: INE. Cultura y tiempo libre, Informe anual 2009.

tendencia, sobre la propiedad. Siendo en definitiva, la presencia de los Holding, el ente que ha organizado a los medios de comunicación en un campo acotado de actores, pese a una supuesta variedad. Los contenidos, pudiendo ser la diferencia ante la

variedad, al menos en los estudios consultados, se organizan sobre la presencia de los Grupos Socio Económicos y etéreos. Lo que en cierta medida, han



devenido en un resultado estratégico de los medios dado por estos conglomerados. Esto, se ha manifestado en contenidos similares en términos temáticos, como también de una cierta relevancia otorgada a lo que se denomina noticia, un criterio que se ha manifestado como homogéneo en términos mediales.

En la actualidad, pese a no ser un tema desarrollado por las investigaciones de más largo tiempo, nos deja una idea empírica, o secreto a voces, sobre unas supuestas diferencia con los medios de comunicación locales o de un alcance menor a los masivos, lo que ha generado, por así decirlo, dos ambientes comunicacionales. Esta variable la utilizaremos más adelante, pero queremos dejarla instalada, ya que se refiere a una suerte de corrección respecto de la libertad de expresión y de opinión, que pese a su consagración en el eje de la doctrina constitucional sobre los medios de comunicación, implica una búsqueda por la diversidad, a caso una corrección informativa, posibilitada por el uso extensivo de tecnologías que permiten establecer una mirada otra de los eventos o hechos que e denominan como noticiosos, que se caracterizan por los formatos uniformizados, concentrados y hegemónico de sus contenidos. Lo que en cierta medida cuestionan el tratamiento institucional de la noticia, así como a la presencia social en estos, aplicado por el tipo de indicadores. Queda el factor económico y de gestión, caracterizado por los grandes medios de comunicación, con una relación comprensiva de validez para su actividad como

productores de discursividad, sean estos del dispositivo que sea. El fenómeno ha recorrido tanto a los periódicos y revistas, como a la televisión y la radio, medios que podemos denominar como clásicos.

A este respecto, y como señalamos más arriba, un elemento común a los medios de comunicación, se establecería sobre la base de las audiencias, los públicos, los receptores, las grandes opiniones, etc. Las denominaciones pueden ser variadas y amplias según el estudio que de cuenta de ellos, o del nivel de problematización con el que se miren. Pero al parecer se trata de una organización interpretativa de la actividad comunicacional, con arreglo a una impronta comercial de subsistencia, puntualmente de gestión. Ya que para cualquier caso, se trata de clientes. Clientes, que guardan en común la relación de consumo respecto de los medios, y a quienes se les cobra por la información. Lo que suponer en el mejor de los casos, una escenificación de los medios de comunicación dirigida al consumo de estos. A un despliegue en términos de marketing, que busca la objetivación de las relaciones con los receptores, de clientes objetivos, quienes a su vez se amparan en las búsquedas editoriales de los medios para realizar los contrastes de uno y otro medio. Es decir, no existe un receptor único para un medio en particular, y aún existiendo, la consulta o revisión de otros medios, implica un problema respecto de la diversidad informativa con la que se cuenta.

El caso, quizás, más notorio bajo este ángulo, lo constituyen los medios escritos. En particular, los referidos al periódico y las revistas, que como ya indicamos salvo excepciones, en su gran mayoría demuestran una concentración como medios. Nos referimos en particular a los grupos Copesa (Consortio Periodístico Sociedad Anónima) y El Mercurio. Los que en cierta medida, han planteado mediante sus rutinas de producción, una vara para el deber ser de un medio escrito. Nuevamente, la Ley N°17.377, cobra importancia, ya que su acción a recibido críticas dado el carácter comercial que instala como doctrina constitucional en la materia. Pese a tener la propiedad de la mayoría de los dispositivos escritos, de uno u otro, los grupos económicos del sector han manifestado como contrapartida a toda crítica, la profesionalización constante en sus diferentes procesos de producción, que en sí

alojan el pago por cada una de las etapas de producción de noticias, hasta llegar al receptor final. Esto último, nos plantea la constante de la propiedad, en la forma aquí señalada, como información y el uso mediático de las opiniones, en suma de sus noticias exhibidas. Por otro lado, extremando sólo transitoriamente, y no exento de ironía, se trataría de una suerte de validez dada por el ejercicio mismo del informar, pero que por el momento no ligamos a la problemática de la libertad de expresión o del pluralismo, hasta más adelante. Sólo mirando los indicadores, claramente se trata de un problema de la sociedad, no así de sus ejecutivos, dueños o corporaciones relacionadas, que velan por la permanencia del medio.

De lo anterior, inevitablemente asoman las incógnitas, ¿Constituye para estos Holdings un bien de orden social, el pluralismo o la libertad de expresión? ¿O sólo en la medida de que se trate de un valor perteneciente a los estamentos que detentan estas propiedades al interior de los medios de comunicación? Estas, han mantenido un extenso gallito entre diferentes actores sociales y políticos con, curiosamente, personeros de gobierno de la Concertación, y de la Alianza; como así también, con gente de a pie y de los propios ejecutivos mediales que defienden sus intereses gremiales. El tema si bien ha contado con un seguimiento y análisis constante a lo largo de la década⁴⁵, bajo diferentes instrumentos (por encuestas de opinión y de consumo) y en los años anteriores conforme el cuadro se va dibujando en los medios de comunicación, estos demuestran que ya a la fecha existe una opinión forjada, por lo menos en sectores de la academia, que dicen relación con una suerte de homologación de los criterios de libre mercado, en sus acepciones de libre competencia, libre elección y libertad de elección de uno medio por sobre otro para elegir. Sin embargo, pareciera ser que se trata de una diversidad acotada, en particular a la especificación de grupos de receptores.

Lo anterior, modificaciones más o modificaciones menos, hace referencias a un periodo acotado al comienzo de la década del 2000, la que en relación con el estado comercial de los medios de comunicación, no ha mostrado grandes variaciones en su

⁴⁵ Ver en Internet: <http://www.comunicacion.uchile.cl/docs/corrales2005.pdf> o en: Sunkel y Geoffroy: Concentración Económica de los Medios de Comunicación. Editorial LOM. Santiago, Chile 2001.

composición general, sea en materia de propiedad, contenidos y coberturas. Por lo menos, en un lapso de tiempo que abarca la primera década, ha contado con la constante crítica sobre la propiedad de los medios en coherencia con la demanda de libertad de expresión y de la diversidad informativa, entre otras, pasa a las audiencias como solución. Dicho de otra forma, reducidas, estas demandas, a la realidad de la propiedad. Ya que en este sentido, las críticas al mercado medial, a las falencias de representación, opinión o posición política, estos actúan gremialmente. Es decir, ante la presencia de críticas ligadas a un sesgo comunicacional, la explicación es mercantil o de mercado; aunque se debe precisar, que la lógica de explicación está más encuadrada en lo que se entiende por comercio. Un comercio disponible, pero en operaciones bajo criterios de normalidad. Pero como todo comercio, auto referente, de supervivencia en una supuesta jungla, plantea las leyes de la libre competencia como el apoyo de los intereses gremiales esgrimidos más arriba.

En definitiva, el referente del mercado medial, que como ya hemos señalado, posee como principal representante a los medios escritos, diarios y revistas principalmente. Dicho de otro modo, la mayoría de los estudios, críticos con objeto en observaciones, incluso de cierto sentido común, han cristalizado una suerte de crítica respecto de un duopolio medial. Sin embargo, al menos una precisión se hace necesaria.

Paulatinamente durante la década aludida, los Holding abandonan su permanencia en un único dispositivo, para mediante el uso de la modalidad comercial ya señalada, logren extender parte de sus intereses a los directorios de otros medios de comunicación, evidentemente con distintas medidas de influencia y con diferentes métodos aplicados a diferentes partes de la producción medial; es decir, no necesariamente en la producción directa de noticias o información. Sino que, ligado al rendimiento que supone la modalidad económica del Holding⁴⁶, influir mediante la

⁴⁶ Pensamos que es de utilidad incluir, aún a pie de página, unas definiciones que definen a los regímenes económicos de los medios de comunicación, este es un resumen extraído de la URL: www.cica.es/aliens/gittcus/Palacios.htm o en: <http://huespedes.cica.es/aliens/gittcus/Palacios.htm> visitada en enero y agosto 2011. Donde se establece claramente un régimen de oligopolio, sobre la combinación de las estructuras de mercado y las estructuras de propiedad. Coherentemente, con Sunkel y Corrales, ya citados en el cuerpo principal del presente texto. Así la web citada, además de su rendimiento para las consultas y de extracción o cruce de datos, establecemos una vecindad con otros sitios electrónicos

participación en agencias que posibiliten de cierta manera plantear la información. Así como la participación en empresas de servicio o de productos que avisen en uno u otro medio, lo que supondría una forma de influencia indirecta.

En definitiva, en lo que respecta a una línea económica aludida aquí, determinante y constitutiva de los medios de comunicación de corte más institucionales, masivos, se contarían con una forma de organicidad supra gremial, que aglutina en entes corporativos las mismas prácticas y en cierta medida, unas presencias que afecta a la producción de los medios desde el punto de vista de la línea editorial, básicamente en su tratamiento, presencia o ausencia de unos temas por sobre otros. Coligiendo, efectivamente las dudas se pueden generar sobre la real independencia de los medios, toda vez que las líneas editoriales de los medios supondrían, bajo el criterio del procedimiento, efectivamente una condicionante en la producción de contenidos, que implicaría el procedimiento, valga la redundancia, del proceso que afirma la consecución de un medio. Generar contenidos, venderlos o tranzarlos ante sus audiencias, y obtener de ellos la legitimidad correspondiente para establecer la presencia de los avisadores en los cuerpos de dichos medios, corresponde al éxito de editorial.

Esta situación, pasando la mitad de la década, ha cobrado a lo menos, bajo nuestro punto de vista, la exigencia de establecer cierta periodicidad en los estudios dedicados sobre estas materias. Ya que en general, las indagaciones o investigaciones, respecto de la propiedad y concentración, pensamos requiere de un ejercicio constante, ya que los estudios están radicados a lo largo de los años 80 y 90, quedando para el 2000 una constatación del problema a modo de conclusión⁴⁷. En en dirección a nuestra

relevantes para nuestra tesis. Para el caso, nos quedamos con las característica empresariales: **a)** Integración vertical: cuando una empresa controla parcialmente los canales de producción y comercialización de un mercado en particular; **b)** Integración horizontal: cuando una empresa posee el mismo tipo de medios de comunicación en distintos mercados; **c)** Integración internacional: la expansión en mercados internacionales de una compañía que se ha especializado en un tipo de medio; **d)** Integración multimedia: el control de varios medios por parte de una empresa. Esto significa una propiedad cruzada entre medios impresos y audiovisuales. **e)** Integración multisectorial: empresas o holding que están involucrados en otros sectores económicos y que obtienen control sobre un medio. De Rolando Palacios docente de la Universidad Diego Portales.

⁴⁷ Correa, Ignacio: INFORME ANUAL SOBRE LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y DE INFORMACIÓN EN CHILE (2003) en Estudios Públicos, 95 (invierno 2004). Y, Documentos de trabajo del Centro de Estudios de la Comunicación 2004. "Concentración del mercado de los medios, pluralismo y libertad de expresión" Osvaldo Corrales J. y Juan Sandoval.

segunda línea argumentativa, se presupone, que la información y las prácticas informativas como un bien, deberían ser sujeto de nueva regulación, quizás precisamente como tensión ante la interpretación de la libertad de opinión e información, que la doctrina ha consolidado. Siempre, ante la necesidad de una crítica al respecto, que pueda alterar la comprensión sobre la consolidación del modelo establecido con el corolario incluido de la concentración en los medios escritos. Pero antes de entrar en el análisis que supone la concentración, evidencia ya más que expuesta incluso en los mismos medios escritos, los indicadores referidos al alcance, penetración y publicidad, como aspectos constitutivo del mercado de la prensa escrita, recurrimos nuevamente a estos.

Total histórico diarios-periódicos nacionales						
	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Total Diarios	93	98	95	99	101	108
Total periódicos	58	59	58	58	54	53
Gratuitos	3	3	3	4	5	4

Tabla N°7⁴⁸.

La tabla anterior, nos permite mensurar el mercado de la prensa escrita, el que al parecer ha mostrado pocos cambios en su composición general; sin embargo, un estudio en el detalle sobre la propiedad constituye un elemento, que está al debe, y que por otra parte ha establecido las mayores críticas al modelo comunicacional del país en su conjunto. Lo hemos dicho no sólo nosotros, la Ley N°19.733 ha permitido el modo de concentración, y ha resultado en una surte de homogeneización de los contenidos, al menos los noticiosos. Una posible actualidad, no menos crítica al respecto del comportamiento de mercado en la prensa escrita, es la introducción del concepto de centralismo, vinculado también al de concentración⁴⁹, pero como parte de la característica jurídico-política que engloba al fenómeno. Sin embargo, este factor será desarrollado en un segundo punto más específico, ya que lo que pretendemos es sólo una descripción, algo plana si se quiere sobre el mercado en cuanto dimensiones.

⁴⁸ Elaboración propia. Fuentes: INE y ANP.

⁴⁹ Jiménez, César y Muñoz, Jorge: El rol del estado y la concentración mediática en Chile. En Diálogos de la Comunicación, N°82,septiembre - diciembre 2010.

La prensa escrita, en la indagación sobre su propiedad exacta sólo ofrece dispersión, por lo que hemos recurrido a una extensa gama de fuentes de referencias para trazar un mapa que nos permita su visualización de la propiedad. En su mayoría, las fuentes hacen referencia a las grandes propiedades, lo que evidentemente no es menor, pero que creemos hace referencia sólo a una dimensión, cual es su concentración, elemento que no es consignado por la institucionalidad respectiva, como por ejemplo el INE o la ANP. La siguiente tabla, ilustra esta característica, respecto de los actores relevantes:

Empresa El Mercurio S.A.P.	El Mercurio de Valparaíso
	El Mercurio de Santiago (circulación nacional)
	Las Últimas Noticias (circulación nacional)
	El Mercurio de Antofagasta
	La Estrella de Valparaíso
	El Líder de San Antonio
	La Prensa de Tocopilla
	La Segunda de Santiago (vespertino circulación en la zona central de Chile)
	La Estrella del Norte de Antofagasta
	La Estrella de Iquique
	El Mercurio de Calama
	La Estrella de Arica
	El Diario Austral de Temuco
	El Diario Austral de Valdivia
	El Diario Austral de Osorno
El Llanquihue de Puerto Montt	
Consortio Periodístico de Chile S.A.	La Tercera (circulación nacional).
	La Hora (circulación regional y gratuito).
	La Cuarta (circulación nacional).
	El Diario de Concepción. (regional)
	Revista Qué Pasa.
	Revista Paula

Tabla N°8. Elaboración propia.

Respecto de los medios escritos que sólo se editan en regiones, el detalle es el siguiente:

Región de Arica y Parinacota
La Estrella de Arica (de la Empresa Periodística El Norte S.A. - El Mercurio S.A.P.)
Región de Tarapacá
La Estrella de Iquique (de la Empresa Periodística El Norte S.A. - El Mercurio S.A.P.)
Diario 21 de Iquique
Región de Antofagasta
El Mercurio de Antofagasta (de la Empresa Periodística El Norte S.A. - El Mercurio S.A.P.)
El Mercurio de Calama (de la Empresa Periodística El Norte S.A. - El Mercurio S.A.P.)
La Estrella del Norte de Antofagasta (de la Empresa Periodística El Norte S.A. - El Mercurio S.A.P.)
La Estrella del Loa de Calama (de la Empresa Periodística El Norte S.A. - El Mercurio S.A.P.)
La Estrella de Tocopilla (de la Empresa Periodística El Norte S.A. - El Mercurio S.A.P.)
Región de Atacama
El Diario de Atacama de Copiapó (de la Empresa Periodística El Norte S.A. - El Mercurio S.A.P.)
Chañarcillo de Copiapó
La Estrella del Huasco de Vallenar (de la Empresa Periodística El Norte S.A. - El Mercurio S.A.P.)
Región de Coquimbo
El Día de La Serena
La Región de Coquimbo
El Ovalino de Ovalle
Región de Valparaíso
El Observador de Quillota
El Mercurio de Valparaíso (de la Empresa El Mercurio de Valparaíso S.A. - El Mercurio S.A.P.)
La Estrella de Valparaíso (de la Empresa El Mercurio de Valparaíso S.A. - El Mercurio S.A.P.)
El Líder de San Antonio (de la Empresa El Mercurio de Valparaíso S.A. - El Mercurio S.A.P.)
El Andino de Los Andes
El Trabajo de San Felipe
Región Metropolitana de Santiago

El Labrador de Melipilla
El Líder de Melipilla
Puente Alto al Día
Zona centro-sur, sur y austral del país
Región de O'Higgins
El Rancagüino
El Tipógrafo
Diario VI Región
Región del Maule
El Heraldo de Linares
La Prensa de Curicó
El Centro de Talca
Región del Biobío
El Diario de Concepción (del holding Octava Comunicaciones S.A.)
El Sur (de Diario El Sur S.A. - El Mercurio S.A.P.)
La Estrella de Concepción (de Diario El Sur S.A. - El Mercurio S.A.P.)
Crónica Chillán (de Diario El Sur S.A. - El Mercurio S.A.P.)
La Discusión de Chillán (del holding Octava Comunicaciones S.A.)
La Tribuna de Los Ángeles
Región de la Araucanía
El Austral de Temuco (de la Sociedad Periodística Araucanía S.A. - El Mercurio S.A.P.)
Las Noticias de Victoria
Región de Los Ríos
El Diario Austral de Los Ríos (de la Sociedad Periodística Araucanía S.A. - El Mercurio S.A.P.)
Región de Los Lagos
El Austral de Osorno (de la Sociedad Periodística Araucanía S.A. - El Mercurio S.A.P.)
El Heraldo Austral de Puerto Varas

El Llanquihue de Puerto Montt
La Estrella de Chiloé (de la Sociedad Periodística Araucanía S.A. - El Mercurio S.A.P.)
El Insular de Castro
Región de Aysén
El Diario de Aysén de Coyhaique
El Divisadero de Coyhaique
Región de Magallanes y de la Antártica Chilena
El Magallanes de Punta Arenas
La Prensa Austral de Punta Arenas
El Pingüino de Punta Arena

Tabla N°9⁵⁰.

Como vemos, el tema de la concentración es efectiva según lo que se indica en la tabla N°8. Pero, al observar la cantidad de medios que se encuentran en circulación al lo largo del territorio nacional, 49 contabilizados, 20 corresponden a la propiedad de El Mercurio S.A.P. Contra todos ellos, los medios de Santiago, de circulación nacional, a excepción de dos de distribución gratuita (Publimetro y La Hora), son los que establecen la norma en materia de prensa escrita, desde la centralización de su propiedad y la concentración de los recursos por concepto de publicidad.

En este sentido, el promedio de difusión por edición en miles de ejemplares durante el año 2009, auditados por la empresa Valida, sobre circulación y lectura, y presentados en el informe anual del mismo año por el estudio Cultura y Tiempo Libre del INE, establece en 789.582 los ejemplares en circulación y leídos. A modo de ejemplo, ya para el año 2010, Valida entrega la información de la circulación neta en el total del país, para el primer semestre (enero-junio)

⁵⁰ Construimos esta tabla, sólo con el fin de ilustrar. Es posible que algunos de los medios aquí presentes, puedan estar cerrados o con su circulación interrumpida. El chequeo, lo realizamos, mediante la búsqueda de las Web de cada uno, así como con el recorrido de la información dispersa y disponible en Internet. La actualización de estos datos fue realizada en marzo del año 2011. por tal motivo, esta tabla es sólo de referencia.

sobre los diarios en general (de circulación nacional) y gratuitos, lo que establece unos rangos para la región metropolitana, como sigue:

Diarios generales, en miles ejemplares		Total semana
Matutinos		
	El Mercurio	155.877
	La Cuarta	124.547
	La Nación	10.881
	La Tercera	122.583
	Las Últimas Noticias	142.013
Vespertinos		
	La Segunda	30.021
Diarios gratis		
	La Hora	99.929
	Publimetro	91.333

Tabla N°10⁵¹.

Para el mismo período, le promedio de lectores en Santiago, la empresa Valida, establece lo siguiente:

Total lectores Santiago, promedio universo 4.381.814		Total semana
Matutinos		
	El Mercurio	395.705
	La Cuarta	394.880
	La Nación	22.306
	La Tercera	305.950
	Las Últimas Noticias	360.201
Vespertinos		
	La Segunda	49.200
Diarios gratis		
	La Hora	322.585
	Publimetro	374.956

Tabla N°11⁵².

⁵¹ Fuente: Valida, validación de circulación y Lectoría. 1° semestre 2010.

⁵² Op. Cit.

Debemos aclarar, que el diario La Nación, del Estado, para el segundo semestre del año 2010, dejó de circular en papel, para ser sólo un proyecto en Internet. En este sentido, la primera Encuesta Nacional de Opinión Pública ICSO-UDP, Agosto 2005, indicaba que la confianza en los medios de comunicación y otras instituciones, ante la pregunta: ¿Cuánta confianza tiene Ud. en las instituciones que le voy a mencionar? los diarios presentaban un 34,6%, frente a medios como la Televisión con un 38% y superado ampliamente por las radios con un 52,2%. Para el año 2008, la misma encuesta, indicaba un 36,5%, manteniendo un porcentaje similar para los otros medios.



En materia publicitaria, para el año 2001, el 60% habría favorecido al grupo El Mercurio y un 23% al grupo COPESA⁵³. En detalle, ejemplificamos mediante el siguiente gráfico, el histórico en inversión para los diarios:

Gráfico N°4⁵⁴.

Después de este recorrido descriptivo, y en cierta medida plano, respecto de las formas del mercado de la prensa escrita, es menester cerrar con unas líneas al respecto en tono de explicación. Esto porque, si bien es de consenso, el hecho es que estamos ante la concentración y de una ologopolización del medio, el sustento de esto, a estas alturas está en el marco jurídico-político, y que hemos llamado doctrina constitucional. Sin embargo, las discusiones, análisis y debates, salvo algunos documentos en el plano del debate académico, no se vislumbras alternativas para modificar en favor de la opinión y la información en la dirección de cierto bien público; al contrario, la producción de los años 90, parece mayor en relación con la primera

⁵³ Corrales, Op. cit.

⁵⁴ Fuente: ACHAP. Inversión Publicitaria 2009.

década del 2000, en el sentido de las ideas y de las posibles alternativas. Pareciera ser, que a fuerza de hechos consumados, como una realidad política, cualquier alternativa es un argumento que nace dislocado, poco riguroso o simplemente un sin sentido. Cada revisión, realizada sobre los medios de comunicación masiva, como la radio. la prensa escrita y ahora la televisión, exige su examen político, su alcance social y su cuestionamiento ontológico.

Observar los medios de comunicación, implica una mira al estado político del país; sin embargo, falta por analizar el estado económico de la Televisión, el medio por excelencia de las críticas desde los más variados sectores. El dispositivo de ciudadanía mediática más extenso⁵⁵, con sólo 60 años en el país, donde sus actividades, producciones y contenidos, sociabilidad en definitiva han sido consignadas con las preferencias en entretención, información y compañía.

Dicho lo anterior, la penetración del medio TV en los hogares del país es abrumador. La taza, al decir del Instituto Nacional de Estadísticas, se evidencia en el siguiente gráfico:

Gráfico N°5⁵⁶.

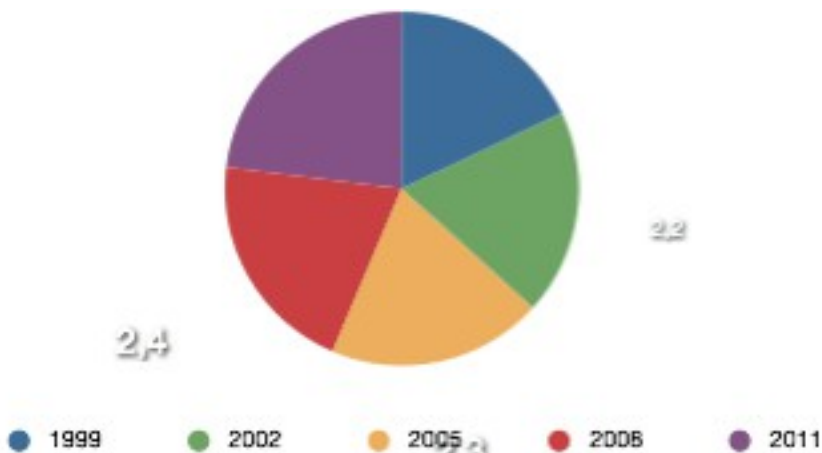
⁵⁵ Godoy, Antonio: ¿Expresan las Bases de Discusión de un Nuevo Proyecto de Ley de Televisión un cambio cultural?. Tesis para optar el Título de periodista, Universidad ARCIS. 2002. Santiago de Chile.

⁵⁶ Fuente: CNTV 2011, Sexta encuesta nacional de Televisión resultados nacionales y regionales. Cruce con Adimark.

Con un total de casi tres televisores por hogar, el consumo general diario, indicado por el Consejo Nacional de Televisión, es de poco más de 4 horas diarias. Sin duda, el factor de contrapunto respecto de las mediciones de la televisión abierta, esta en una suerte de reverso en la industria, y que lo constituye la televisión de pago, denominada genéricamente TVCable.

Sin embargo, en el caso de la TV abierta cuenta con el sistema de medición que se ha consolidado con los resultados del sistema electrónico de medición “People Meter” desarrollado por la empresa TIME-IBOPE, que desde el mediados del 2000 entrega resultados sobre audiencias, mediante compra de una membresía que permite descargar el software para acceder a los resultados, tanto propios como de la competencia. Como efecto de esta manera de establecer los resultado, ha implicado que se derive de un análisis del medio en sí, hacia recuento de resultados por programa o contenidos específicos; dicho de otra forma, de la observación de los resultados por canal, se dio paso a la consecución de audiencias como un todo.

La diferencia, en este cambio de perspectiva, ha implicado un factor no menos importante en la materia, ya que las audiencias cautivas por canal, se trataría en la



actualidad de audiencias en singular acorde con la disponibilidad en la oferta programática, que el CNTV traduce en horas de programación abierta. el siguiente cuadro y gráfico nos entrega detalles al respecto:

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Programación de TV abierta en horas	6.371,2	38.585,4	35.502,9	44.075,0	43.956,1	43.231,6	39.804,3

Gráfico N°6⁵⁷.

En el caso de la televisión por cable, como ya caracterizamos en los párrafos superiores, se trata esencialmente de un servicio de pago por un total determinado de canales, en su mayoría extranjeros, que por un monto determinado se instala mediante un tendido especial hasta los televisores, principalmente en hogares. Este tendido, ya que su mayoría corresponde a un cable coaxial, lleva una señal codificada. Los dispositivos más extendidos, en el uso de esta señal codificada son básicamente tres, por cable coaxial, por MODEM y por antena parabólica.

El servicio de TVCable, en un comienzo, en los años 90, registraba una tasa de penetración ascendente, para despegar definitivamente durante los primeros años del 2000 hasta llegar a un triple del total informado por la Subtel y el CNTV en sus respectivos estudios. Para mostrar esta presencia, hemos preparado una serie de gráficos que permite cuantificar la introducción y desarrollo de la Televisión de pago en el país.



57

Fuente: CNTV. Oferta de Televisión 2009.

	1996	1999	2002	2005	2008	2011
Histórico TV paga	28,1	35,2	37,5	36,6	43,3	63,1

Tabla N°12⁵⁸.

	2005	2006	2007	2008
Hogares con TV Cable	535.049	582.637	611.042	616.256

Tabla N°13⁵⁹.

Con los datos ya presentados, la estructura del mercado, pareciera indicar una suerte de escenario doble, evidentemente a comprobar, ya que la televisión abierta de libre disponibilidad, con el cobro de la programación cargada a las audiencias a través de la publicidad; mientras, que en el caso de la TVCable, se trata de un servicio de cobro directo, por el conjunto de las programaciones que los canales establecidos en planes, en la actualidad constituyen un valor agregado de las telefónicas, y de acceso a una oferta televisiva más amplia y variada que la televisión abierta, que además transmite las 24 horas los 7 días a la semana. Sin embargo, cabe la pregunta por el porqué de esta elección de las audiencias, y que ha experimentado un aumento significativo en el último tiempo.

Lo anterior, y no sólo presenta cuestionamientos ante la oferta de la televisión abierta, si no que, ante el mismo estatuto que definiría a la televisión de libre recepción desde el punto de vista de la información, la entretención y de la libertad de opinión. Sin embargo, este es un tema, que al igual que en los otros medios, nos obliga a entrar a un entramado diferente al desplegado en el presente capítulo.

Así, hemos dejado para este último apartado, el dato sobre la publicidad que en el medio se despliega, esto con el objetivo de mostrar la manifestación que esta ha

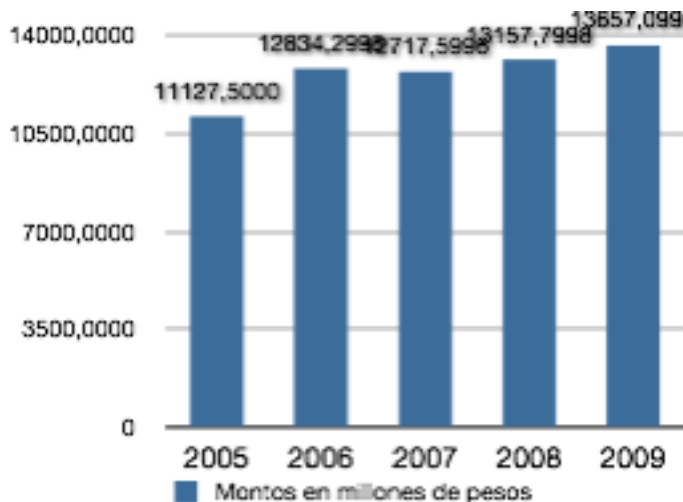
⁵⁸ Fuente CNTV. VI versión de la Encuesta Nacional de Televisión que el Consejo Nacional de Televisión realiza cada 3 años desde el año 1993.

⁵⁹ IBOPE Media. Universo Estimado 2005 a 2008. Hogares con TV Cable en Chile.

mantenido dentro de los parámetros temporales que hemos establecido para la primera década del año 2000. Los datos, han sido contruidos básicamente mediante el cruce de varias fuentes, ya que ante la detección de sensibles variaciones el respecto, nos hemos visto en la obligación de estandarizar el dato, siendo la fuente primordial el CNTV. Estos datos, corresponden a la televisión abierta, ya que en el caso del cable, tras realizar las consultas respectivas en las diferentes empresas del servicio, el secreto de la industria resultó infranqueable. Con todo, los montos que la industria mueve son en millones de pesos, y que evidencian la importancia del medio en términos comerciales, superando a los anteriores. El gráfico preparo para este efecto, es la siguiente:

Gráfico N°7⁶⁰.

Al cierre de este capítulo, queremos reiterar algunos elementos ya mencionados, y



que nos parece pertinente repetir, ya que necesariamente nos conectan con el siguiente acápite, pero que guardan directa relación con las problemáticas de un escenario medial, que tras su consolidación en la presente década, y a la luz de los indicadores, pareciera ser que está en un proceso de congelamiento.

En primer término, y desprendido de lo anterior, posterior al proceso de consolidación práctico de los medios de comunicación masivos mediante cuerpos

⁶⁰ Fuente: CNTV y cruce de datos personales.

legales determinados y uno doctrinal, un reverso no enunciado por la legislación, de manera expresa ha comenzado a tocar techo. Sin embargo, y bajo los indicadores de la industria, sus variables y tipificaciones, estas han mostrado un tránsito en la caracterización de las audiencias y de los diferentes medios, que ha tendido hacia una consolidación de un modelo plenamente comercial, privado y que se manifiesta dentro de parámetros más bien finitos en cuanto mercado. Efectivamente, por ejemplo, el copamiento de los receptores por parte de los medios masivos dada sus dimensiones, deja poco espacio para la entrada de nuevos actores. Lo que, en lo práctico implica que para estos la forma de participación o entrada en el mercado media, es sobre la base de ocupar las plazas existentes, o bien mediante la eliminación de la competencia más débil en términos comerciales. Lo que nos mueve a pensar, mas en un trasvasije, por sobre nuevas experiencias de negocio. Claramente, el factor Internet, en este escenario, se radica en vecindad con los medios, no sin dejar de ser un elemento problematizador, que reclama una urgente observación.

Por otro lado resulta evidente, y las reflexiones en el plano académico así lo demuestran, el campo de los medios de comunicación corresponde a una implementación privatizadora emanada del sistema jurídico-político, que se ha establecido desde una doctrina constitucional, que abarca no sólo los aspectos comunicacionales aquí vistos. Y que en esta medida, demuestra su alcance en oposición a las prácticas que en el resto de los países del continente se debaten, donde a modo de ejemplo, la conceptualización de una televisión para la educación, en Chile se determina por la calidad; es decir, en un marco de desregulación que otorgan las buenas prácticas sin intervención del Estado. Aspecto no menor, ya que constitucionalmente, el ejercicio de los medios está fuertemente protegido por el acuerdo entre privados que la misma Constitución consagra en el Artículo N°19. Su efecto, o manifestación la encontramos, en el manejo institucional que sobre esta relación, por decirlo de manera clásica, entre emisor y receptor, se ha desarrollado con base en el intercambio comercial.

Pensamos que, estas variables, más las omitidas expresamente, entregan la potencia necesaria para iniciar el segundo capítulo, enmarcado en un marco teórico

que, como eje rector posee la noción de comunicación política. Esto porque las dimensiones culturales, políticas, amén de las jurídico-políticas ligado a unas practicas de los medios, nos habilitan en la búsqueda de unas caracterizaciones han desplegado en su función social del intercambio de opiniones y de información consagrados constitucionalmente.

CAPÍTULO II

Introducción:

Para el despliegue del siguiente capítulo, debemos hacernos cargo del marco teórico que conlleva la argumentación centrada en nuestra hipótesis, que se particulariza sobre la relación en la formación de subjetividades en los medios de comunicación masivos en Chile desde el año 2000 hasta la proximidad del 2009. Esto implica, desplegar una suerte de doble operación, o de imbricación dado los aspectos relacionados para esta materia. Por un lado, se refiere a la relevancia política de la subjetivación desplegada por los medios de comunicación masivos; mientras que por otro, resalta una dimensión de orden más constitutiva. Se trata en consecuencia, de una afirmación, que por un lado trae el establecimiento de un modelo de operaciones, pero que actúa en ambos casos como parte de la definición de los medios de

comunicación masivos en Chile. Tal es, la complejidad de abordar la situación del sujeto en los medios de comunicación masivos. A lo largo del primer capítulo, hemos definido el ámbito característico de escenificación de los medios.

Pareciera ser, que la centralidad que implica la política, corresponde en el caso de los medios de comunicación, a un criterio, o lógica de la vinculación. Esto es, enunciar a los medios de comunicación masivos, no sólo en su registro de acción práctica; sino, de su relación en lo político a lo largo de la presente década (2000 a 2009). Es decir, una consustancia, una visibilidad, más o menos nítida bajo cierta epistemología de su organización, caracterización y concentración conceptual organizada, en cuanto tales. Nos referimos, a una determinación reglamentaria que establece el sistema jurídico-político del país, por un lado. Y al despliegue, de la noción de medios de comunicación masivos hacia una esfera social más ampliada; si se quiere, políticamente corregida, que permita establecer la relevancia con la política. Lo que hace necesario, asumir o intentar una mirada distinta, en el sentido del tratamiento de conjunto. O lo que cierto post estructuralismo, a denominado como multidisciplinario, y que en subyace al sentido comunicacional de los medios de comunicación masivos. En consecuencia, el objeto serán los medios masivos en su conjunto, por sobre la particularidad que cada uno encierran, incluso como canal. De hecho, la noción de canal y de receptor efectivamente, en esta propuesta demandará una formulación más específica respecto de su acepción más clásica. Y que como ya se nos hace evidente, contempla una dificultad concreta, la definición del objeto. En ese sentido, el presente capítulo recurre en consulta a diferentes ramas de las ciencias sociales, y al tratamiento que sobre nuestros conceptos eje demandan.

Las características de nuestro objeto, que hemos planteado hasta el momento, se sostiene bajo la marca temporal dada a partir del año 2000, hasta la proximidad del año 2009, lo que nos permite visitar ciertos conceptos y relatos en clave de comunicación política y así guardar sintonía con nuestra tesis. Esto implica, determinar un alcance espacial sobre la mirada política de Chile, en su dimensión de los medios de comunicación masiva. También, y ahí su doble posibilidad, en su determinación realizada en los mismos medios de comunicación masivos; como a la

vez, la contribución a la política con las determinaciones necesarias que esta plantee. No son en todo caso, características de un medio, empresa, marca o holding, por sobre otro, como suele apuntarse para referirse a las experiencias de los países vecinos, bajo el uso del vocablo de Latinoamérica, que incorpora automáticamente cierta validez o extensión de similitudes. Sin embargo, la tendencia desarrollada en los términos de la gestión de un medio de comunicación masiva, se ha hecho a lo largo de la década ya una práctica común, salvando siempre las características específicas, de las experiencias de nuestros vecinos. Nuestro itinerario, para este caso, se reduce a una interpretación local. Salvo excepciones en ejemplos claramente indicados, creemos que entre las características que dan visibilidad a los medios de comunicación en nuestro país, está la conexión política, que especifica en sí misma, o en última instancia desde la filosofía política, comprende una dimensión territorial específica. Por lo pronto, y como aclaración, lo anterior se corresponde con cierta lógica que reconoce en las marcas temporales una instrumentalización positiva, como es dar cierto contraste a la consolidación de procesos e instituciones de orden social. Más adelante, veremos como la relación de la política y lo político, sea como un capo específico, se relaciona estrechamente con los medios de comunicación masivos, mediante una escenificación del sujeto.

El presente capítulo, en consecuencia, pretende una explicación de doble alcance dentro del marco que metodológicamente se exige. Esto es, hacer evidente una arquitectura conceptual desde el campo de lo comunicacional; para arribar a componentes más dialogantes sobre los conceptos centrales (sujeto, medios de comunicación, política, lo político, etc.). Esto se traduce, en el desarrollo de dos momentos descriptivos, que creemos necesarios, con el fin de mantener una coherencia tanto en lo descriptivo, como sobre el análisis pertinente. Abordar en dos grandes subtítulos, nos parece útil este sentido.

En lo que sigue, nos parece pertinente iniciar la mención de los enunciados que hemos instalado, y que forman parte de los objetivos específicos de nuestra tesis, ya sea como organizadores o como lineamientos sobre las diferentes escenificaciones, u orientaciones que se han materializado en los medios de comunicación. Al describir

nuestra arquitectura comunicacional, el rol que la ideología a jugado como parte de acción de la política (y realizar lo político) se nos muestra como algo clave. Pero por otro lado, la inevitable demanda por la subjetividad política en materia de comunicaciones, más que un reclamo, nos parece sintomático en términos de la constante que involucra, como a la política.

Representar una caracterización de la actual condición de los medios de comunicación, nos parece a sí mismo, un factor destacado en el sentido del recorrido que proponemos; pero sobretodo, por destacar el estatuto de cierta actualidad en la política de Chile. Si se quiere, sólo para evaluar su desempeño. Se hace pertinente, establecer a lo menos un criterio respecto del uso de la temporalidad, debido a ciertas calificaciones que se han utilizado para señalar a la política bajo nombres de períodos. Algunas terminologías, como es el caso de la “Transición democrática”, “política de los consensos”, “el cierre de la transición”, Democracia, medios de comunicación, ciudadanía, etc., efectivamente después del Terremoto de febrero de 2010, y el fin de la era de los gobiernos de la Concertación de partidos por la democracia en los destinos políticos del Estado, han iniciado manifestaciones claramente distintas a lo que por espacio de 30 años se insistió como evidente.

Aproximaciones Teóricas:

Se suele establecer, tanto por una serie de teóricos sociales como filósofos, sociólogos, psicólogos, investigadores de la comunicación, teóricos a demás un conjunto de especialistas de la más variada índole, que las características generales que cubrieron el período que va desde el año 1990 hasta el año 2009, en materia política, así como comunicacional. La denominación, a pesar de lo discutible que fue durante el período, es de “Transición democrática”. Período sin transformaciones políticas, salvo las correcciones que institucionalmente se dieron en campos específicos de la institucionalidad, pero que no se refirieron a modificaciones en temas de representación, cambios en el régimen tributario, inversiones y lógicas de mercado institucionalizadas que como veremos, afianzan paulatinamente la centralidad del mercado como eje de las relaciones humanas. Podríamos decir, en este sentido, que

la estrategia comunicacional del período, lo que podríamos señalar como parte del sentido que organiza el discurso político, se centró precisamente en el despliegue de este régimen de la política.

El triunfo de la derecha en la elección presidencial del año 2009, con una fórmula electoral y una institucionalidad implementada en los años de la dictadura, en los 80, más los 20 años de gobiernos Concertacionistas, parecen ser parte de una integración definitiva del régimen democrático, tanto como orden social, o de consolidación de una manera de la política, que veinte años después, sin cambios sustanciales, da paso a la alternancia en el poder político. Es decir, y en clave comunicacional, se trataría de dos períodos políticos determinados por unas características sobre el acontecer, o con formas de establecer este relato, los que en cierta manera, se fueron desentendiendo de una larga trama de relaciones de raigambre pública, que no sólo ha sido evidenciado por la ciencia política o la filosofía política, la sociología, etc. Como hemos indicado, pareciera ser ya una idea extendida, que los medios de comunicación centran su participación con el intercambio de opiniones privadas, ofrecidas como privadas, tal es la relevancia del actor de la fuente o la noticia. Podríamos sentenciar, a la luz de este corte, un antes esencial (con golpe de estado, política de guerra, establecimiento de definiciones funcionales a los medios de comunicación desde el Estado, constitucionalidad, uso de la excepción legal a discreción, etc.). Para dar paso a un después de despliegue y consolidación económica, y en la línea de nuestra hipótesis, de cierto agotamiento. Razón de más, para mantener un período establecido bajo ciertas reglas o manifestaciones, también más o menos asibles, desde el punto de vista de la comunicación y de su relación política en el marco de una década. En este sentido, nuestra caracterización modélica se circunscribe a ciertas dinámicas y manifestaciones que desde una discusión de orden bibliográfico, nos permite dar cuenta de cierta una visibilidad concreta en la relación de la política y la comunicación, en la objetivación de los medios de comunicación masivos en Chile. Efectivamente, estos radican en la política. Intentar una crítica, nos parece una cuestión clave. Pero, es inevitable visitar, una suerte de afirmaciones respecto de la consolidación del modelo político, donde los medios de comunicación realizarán su contribución.

La descripción que en cierta medida propusimos en el primer capítulo, nos hace evidente la visibilidad concreta de los medios de comunicación en el horizonte general de la vida político social de Chile; tanto en su clave económica, como en la jurídico-política. Poseen, como elemento de organicidad y coherencia, un vector determinante: el mercado. Siendo además, su centro de gravedad, y que en términos de la subjetividad posible de este espacio, confluyen con un sentido común que aprueba la existencia del consumidor de opiniones públicas, el receptor, como sujeto; pero, mira a las audiencias, como conjunto de estos, para evaluar sus contenidos a intercambiar. Este eje, al interior del marco teórico que planteamos, le hemos denominado “Doctrina”⁶¹; la que para operar, en el sentido de los medios de comunicación masivos, escenifica concretamente la organización político-jurídico y económico, que se manifiesta y según rige para todo el país. En otras palabras, sólo por mantener un ánimo descriptivo, la alusión a una doctrina claramente corresponden a un ámbito organizador, dado por una directriz común que establece sus resultados en el ámbito de los medios, como su concepción. Como ilustración, en la subjetividad o la relación que estos mantienen con la política, en cuanto medios de comunicación portadores de discursos políticos, deben evidenciar la libertad de expresión y otras formalidades parecidas, que redundan en la mantención de la posibilidad práctica de la su propia existencia. Otros valores, salvo los comerciales ya indicados, claramente no constituyen parte ni de la propiedad de los medios, como tampoco de la parrilla de contenidos que exhiban⁶². Este eje de constitución de los medios, se nos muestra como una serie de afirmaciones, como también de problemas, los que se centran sobre el sentido inevitablemente político de la existencia de los medios en Chile. Esta problemática, nos pone en cuestión la misma noción de medios que se suele explicar bajo una linealidad entre la fuente y todo aquel susceptible de ser un receptor, y que en definitiva participe del intercambio de fondo. Efectivamente, la noción subjetiva inherente a esta situación, de orden comunicacional, se nos hace visible ante la limitación que se resuelve sobre la política de la relación con los receptores; se trata

⁶¹ Utilizada aquí, funcionalmente en su acepción portadora de ideología. Así, también como la estructura de una visión corporativa de la política y de funciones en lo político. Además, como veremos más adelante, se tratará de un conjunto armonioso y hegemónico que dará explicación a nuestra tesis.

⁶² En el caso del drama humano, que la TV muestra, este está editado en función de las tandas comerciales. Pensamos, que sería distinto si estos fueran exhibidos íntegramente y sin cortes de ningún tipo.

entonces, del campo comunicacional que se manifiesta a la luz de unas validaciones políticas, sobretodo económica, del intercambio entre privados. Sin el ánimo de establecer, una descripción pormenorizada a priori de las formas de filosofía política, que subyace en su sentido específico como telón de fondo, en la actualidad deberemos referirnos al período como régimen democrático. Esto por que sin duda, la relación de los medios de comunicación masiva y democracia establecen un constituyente de nuestra sociedad moderna. Esta centralidad en los medios, ha manifestado detalles tan diversos como el descentramiento de categorías sobre la memoria de lo político, capturándole y revistiéndole de videopolítica; operando, sobre representaciones ligadas a las instituciones, personeros, etc. Reiterando, estos han sido parte del mismo despliegue de la política posterior Dictadura. Sin embargo, será en este período de la vida política del país, donde se implementará el grueso definitivo de este marco que hemos determinado como doctrina, que para el caso, se caracteriza como conservadora y neoliberal.

Lo anterior, en atención al marco jurídico-político constitucional sobre el cuál se emplaza este andamiaje que hemos dotado de alcance político, corresponde al desarrollo, de 20 años de régimen democrático. Nuestro primer problema asoma entonces, en la propia Institucionalidad política, cristalizada por la Constitución Política de la república, formación que comienza en la dictadura militar, pero que como hemos visto opera bajo las partes que forman el régimen democrático. Creemos que la lectura política; así como, la que se pueda hacer de los medios de comunicación masivos, no puede ser sino desde un punto de vista problemático. Reconocemos el ancho epistemológico que esto implica, tanto en un sentido temporal, como teórico. Pero por otro lado, parece pertinente enfocar algunos aspectos sobre diferentes enfoques que se han mostrado como parte de las lógicas de continuidad de la misma política; siendo conceptos producidos, bajo particularidades que básicamente se han acuñado como señalamientos temporales, como es el caso de la transición democrática. Que descoloca la posibilidad, por un lado, de intentar una pregunta política hacia los medios, mediante el relieve que se asoma como la relevancia de la subjetivación por ellos realizada. Asumimos en consecuencia, que la continuidad política desplegada en dictadura y dinamizada en democracia, constituye parte del relato de su propia

consolidación; sus características políticas, lo político de mostrarán reunidas bajo el peso y la exigencia del orden social como garantía de la existencia del mercado, o como condicionantes uno del otro. En este sentido, también se nos transforma en una persistencia, el discurso político que en su fondo, sostiene la consolidación de un régimen político hegemónico al interior del mismo. La noción de doctrina, por intentar ilustrar este trasfondo, siempre como manifestación de un sentido, nos parece pertinente ya que nos proporciona una organización teórica para referirnos a la política, manifestando su cuño conservador y neoliberal, que actúa como una exigencia, como una suerte de ética única y posible, por sobre las otras posibles. Será no sólo parte del lenguaje de un sector político, y así de la institución de la política. Los medios de comunicación masivos en este cuadro, ya sea como pura noción de tales (en su sentido teórico), o como agentes de lo político a partir de la Constitución Política de la República de Chile de 1982 (en su práctica cotidiana como una suerte de interfase de las relaciones sociales), demuestran estar definidos por su operación legal en el mercado, y en particular, en uno determinado expresamente para estos. Ciertamente, esa lógica dual que se imprime en los medios de comunicación masivos, al realizar una aproximación desde la política, manifiesta un aspecto fundamental respecto de estos. Y es que ellos emiten desde el mercado, por tal motivo la pregunta política sobre la subjetivización realizada por estos, nos lleva necesariamente a mirar como trasfondo el Estado. La consolidación, ya como dato afirmativo, sobre el mercado como gran organizador, y no sólo como una ampliación hacia las actividades sociales como se verá más adelante; implicará, detallar que se trata de un aspecto circunscrito a los medios, aún cuando se hagan referencias a ciertos aspectos ilustrativos de un mercado o mercados más allá de los medios de comunicación masivos. Parafraseando a Juan Pablo Arancibia⁶³, se trata en cierta medida del despliegue de una subjetividad política, subjetividad que modela el cuerpo de la sociedad, sobre el cual se ejerce una acción de contraparte, caracterizada genéricamente como comercial⁶⁴.

⁶³ Arancibia, Juan Pablo: "Comunicación política. Fragmentos para una genealogía de la mediatización en Chile." Editorial Universidad ARCIS, 2006, Santiago de Chile.

⁶⁴ En la medida que los medios de comunicación consolidan su mercado, estos al referirse a los derechos del ciudadano, establecerán como marco de objetividad, la invocación de la constitución social del consumo su principal explicación. Siguiendo la línea ideológica de la Constitución Política, que delega en los medios de comunicación al "espacio público" que se refiere a las opiniones y la política en los ciudadanos.

Como veremos más adelante, una de las características que los medios de comunicación masivos harán parte de su ejercicio de la subjetivación, será esencialmente como discurso político, lo que abarcará representaciones de sujetos, con el carácter informativo en arreglo a la objetividad que las fuentes determinen. Estas subjetividades, como veremos, irán desde lo popular definido por los medios, a los sujetos elaborados al interior de los mismos; y que, en algunas veces señalarán relazarán la subjetivación en personajes, rostros, figuras, etc. Nuevamente se nos manifiesta esta doble lógica sobre la subjetivación de los medios, que logra representar y guardar relación con su origen, sean personajes o declaraciones; dado de su carácter único. La complementación entre las construcciones discursivas y las escenificaciones, nos hace visible la política, tanto en su sentido de comunidad, de convivencia, como al interior del espacio de mediación que se abre en esta relación de medios y ciudadanía. Como un corolario, la pregunta sobre el tipo de relación de la que hablamos, permite establecer la base de la subjetividad que recorre a los medios de comunicación y la política, que evidentemente se nos manifiesta como problemático. Siendo por lo demás, problemático en su dimensión comunicacional.

Por otro lado, nos parece que establecer un carácter unitario para referirse a los medios de comunicación, involucra dos explicaciones. La primera, se refiere al carácter de la convergencia tecnológica que en los medios acontece, tanto en el sentido de las teorías de la globalización sobre los contenidos y estructuras, que facilitadas por el protocolo sobre los archivos se han visto potenciadas. Unificando no sólo a los contenidos. Ya que no sólo se trata del canal de estos, si no también, de las rutinas de producción jalonadas por la ley. Ya que, un conjunto en el proceder técnico especificado en el ámbito de las operaciones, de los procesos y los resultados, permite cruzar contenidos y formatos, y no reducirse a uno por sobre otro exclusivamente; tal es el caso de lo audiovisual para la TV, o del sonoro en el caso de las radioemisoras, que con Internet se han visto en la necesidad de realizar dichos cruces. Cada unos de estos por separado, incluso, en sus contenidos con producciones separadas, en la actualidad pasan a formar parte del cuerpo general y potencial del contenido noticioso o informativo. La doctrina, en consecuencia la política

ha indicado el lugar y la forma por la cual un medio de comunicación es tal. Legitimando su actividad, sea como televisión, prensa escrita, o radio, organizándoles dentro del patrón jurídico-político que ha determinado la Constitución. Los valores orgánicos del rubro, como veremos, han devenidos en leyes generales, como la libertad de prensa, la propiedad de la información y de medios, sobre todo: la libertad de expresión; todos, necesariamente susceptible de cuestionamiento bajo la clave política que indicamos más arriba. Pensamos, que este planteo debería abordarse en el sentido de la discusión sobre la comunicación sobre sí misma, y a modo de discusión, de esta con la democracia.

Es así, como Barbero, ya nos sentencia que “Los medios nos son independientes del acontecimiento sino su condición”⁶⁵. Dicho de otra forma, se trata de un hilo conductor sobre el que trabajaremos, en la relación que la acción que los medios de comunicación han tenido en el plano de lo político durante la primera década del 2000, los que han hecho de lo político un constituyente de su propio régimen de discursividad política. A modo de evidencia, y en relación con lo anterior, estos han establecido su relación con el régimen de sentido que la política ha implementado desde 1980, y que se ha entendido de modo general como la implementación del libre mercado. Es así como, los resultados económicos, la penetración de los medios en los ámbitos de cotidianeidad práctica cada vez más específicos y amplios, además de sus respectivas leyes, configura un evidente fortalecimiento de los medios de comunicación. Es en este sentido, creemos pertinente realizar una distinción en relación con nuestro objeto de estudio, ya que al recoger a los diferentes medios de comunicación, revisar su rendimiento político, para luego darles la particularidad metodológica de tomarles como conjunto, implica obviar o alterar en cierta medida unas máximas teóricas, que en rigor nos impide una idea de aglomeración para los medios de comunicación masivos, dada las particularidades de cada uno. Naturalmente, no se trata de realizar una unificación forzada, pero sí, de destacar los elementos que contribuyen con esta visión de conjunto, y que refuerzan el vínculo más político de su propia constitución de tales. Más aún, estos elementos (libertad de

⁶⁵ Martín-Barbero Jesús: “Oficio del cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura.” Editorial Fondo de cultura económica, 2002, Santiago de Chile. P. 90.

expresión, desentendimiento paulatino del Estado, concentración, etc.) que sobre los medios de comunicación, actúan como una naturalidad relacional, son en consecuencia y dada su relación estructural proporcionada por la política, una suerte de defensa corporativa de la misma política, de la institucionalidad, de lo particular de la política nacional, de su propia actividad validada en la política, por la especificidad de sus contenidos, por la irrupción del actor de la política, por las lógicas de lo político como naturalidad, etc. Ya que siguiendo la impresión de Barbero, los medios de comunicación masivos dotados de una visibilidad nacional, muestran en este sentido su unidad, tanto por sus características políticas que el sistema jurídico-político les confiere, como por la particularidad que estos realizan sobre su propia legitimación en cuanto tales. En efecto, la particularidad de los medios en Chile, suponen en consecuencia esta doble aseveración, una definición política institucional (que ocurre en el mismo sentido de otras industrias “estratégicas”), y que se entiende como desregularizada; mientras, estos mantienen un vínculo recíproco, que podríamos ironizar con la expresión sobre qué uso hacen los medios de comunicación masivos con la política. Introduciendo la ideología como un elemento problematizador en esta dialéctica de la política los medios de comunicación masivos, consagrando por lo tanto en lo político, la relación que mantienen con las subjetividades.

Se trata de señalar, que toda subjetividad realizada por los medios de comunicación es por definición, un ejercicio de la política en los medios, siendo su visibilidad lo político, esto es, la práctica del poder sobre los sujetos. Por cada medio, serán las especificaciones de un receptor privado dadas por éste, el que dará la unidad constitutivo de nuestro conjunto; ciertamente, este planteo presenta problemas de orden metodológico y de análisis epistemológico. Sin embargo, la implementación de las subjetividades que los medios realizan, mirados en una inevitable retrospectiva, delinean un escenario político referido a estos, que a la larga se transforma en un signo evidente de la década. Dicho de otra forma, la relación con el sistema jurídico-político, se manifiesta en la subjetivación en la aplicación del régimen político. Este régimen es indisoluble de los medios y estos de él. Así, como veremos más abajo, se trata del principal nudo que determinará a la política que los medios buscan desplegar, esto es en relación con la democracia.

La propia implementación discursiva que los medios realizan, tras la prerrogativa de la política, por lo tanto del Estado, no sólo les unifican en los objetivos, financiamiento, venta y distribución, estrategias, tecnologías y procesos, etc.; sino, que será el único despliegue que la política tenderá a hacer como el principal. Ya que, en un primer período de implementación en los años 80 y 90, hasta su consolidación desde el 2000, los medios de comunicación se han institucionalizados como productores masivos de contenidos, de entretenimiento, de una gama algo limitada en materia de subjetivaciones políticas a lo largo de la década; pero que implementarán en definitiva la subjetividad política que el Estado desarrolla.

Al respecto, sólo una aseveración final, y que a modo de ejercicio nos permite visualizar lo anterior. El año 2010, en Chile ciertos sucesos, tocaron a todos los chilenos y residentes en el país. El terremoto del mes de febrero, y sus posteriores secuelas sociales, además del cambio de gobierno político, con el fin de 20 años de gobierno concertacionista y la llegada de la derecha al poder. Efectivamente, ha encapsulado como objeto a los cortes históricos que se puede hacer tanto de la dictadura y como de la democracia, así también de la institucionalidad.

Más allá del hecho puramente histórico, el cambio en el poder político se enfrentó con el Estado, con 20 años de oposición por parte de la derecha, y bajo la presión avasalladora de la naturaleza con el terremoto, la institucionalidad se ha visto sometida a la tensión consistente por parte de la ciudadanía, evidenciando un rasgo de crisis real, la representación. En la actualidad, ha quedado en evidencia el problema institucional con el que se enfrentó la nueva administración. El sismo de 8,8 Mercalli (MW), simplemente les dejó perplejos al gobierno entrante; y de paso, mostró la incapacidad institucional del Estado ante las crisis. Es llamativo el hecho que, que pese al factor ideológico aglutinante del conglomerado, ser de derechas, también contribuye con cierta relevancia, dado el carácter de ex oposición, de una estrecha impronta de relaciones con el mundo empresarial tanto en sus definiciones de acción social y como el de conservación del diseño institucional de la Constitución de 1980. Ya que se trata de un sector que, personeros más personeros menos, adhieren al

trabajo político, jurídico y económico neoliberal de la dictadura y que en su gran mayoría trabajó tanto en el diseño de la institucionalidad, como en la administración de esta. Cabe, sólo destacar un dato del año 90, y es que la gran mayoría de los intereses económicos de los grupos económicos en los medios, estaban cruzados con participaciones importantes en diferentes instituciones educacionales, a través de inmobiliarias y sociedades cerradas, los intereses económicos serán en consecuencia transversales⁶⁶ para quienes han desempeñado alguna función política durante la dictadura. Para el año 2010, debemos asumir eso sí, un cambio radical en nuestra escena política, donde al parecer la política le ha salido al paso al mercado. La institución misma de lo político, como es el Estado empezó a reunir el conflicto en sus respectivas instituciones, dada la nula representación de este e importantes sectores de la sociedad.

Pero, en el sentido comunicacional del período anterior al 2010, se asoma una característica propia del sistema jurídico-político, y que se expone como la neutralización de la representación política. Tanto, bajo la noción de orden político, esto es, el ejercicio de la institucionalidad, donde toda diferencia o alternativa respecto de la política, de la representación y subjetivación social se unifica en la definición de receptores; como, de una consolidación de los medios como valuarte democrático. Aquí, como se destaca en otros textos que utilizaremos más abajo, manifiestan una exclusión sistemática de todo un espectro social y político, desactivado mediante lo político; así también, como a otras agrupaciones sociales, como los sindicatos, los colegios de profesionales, los pobladores, etc. Al ser borrados, de este orden que no les contiene como representación, la institucionalidad mayor, la política, ha desplegado su manera de proceder en la materia, es decir, en los medios como lo político. Los medios de comunicación masivos, en consecuencia, pueden ser el ejemplo del discurso político, y éste estar radicado en el interior de los mismos contenidos; que por ende, implica asumir que son manipulados o borrados, editados en definitiva, para que desde el punto de vista de la información completen una referencia que posea lo socialmente relevante, pero en ningún caso, escenifica una representación política

⁶⁶ Dermota, Ken: "Chile inédito. El periodismo bajo democracia". Ediciones B Chile S.A. 2002, Santiago de Chile. Apéndice P.455 y siguientes.

institucionalizada diferente a la en curso, obviando cualquier otro sentido. Para lo institucional, a modo de ejemplo, se desplegará desde la televisión una video política que otorgará escenificación sólo a los representados. En definitiva, otra forma del moderno problema entre lo público y lo privado, cobrará presencia en la transferencia de una dimensión a otra. Estos datos, más que constituir un reclamo o una crítica desde un presupuesto ideológico de lo antagónico, son una confirmación operativa de estos, en definitiva de la misma política. La conspiración como idea soterrada, desde la cultura política real que se ha ejercido en el país, esta es parte del sistema, y se refiere a la clausura de la relación conflictiva entre lo público y privado como un hecho resuelto en lo político.

La pregunta cargada de politicidad es entonces, sobre el cómo esto constituye a los medios de comunicación, o, qué hicieron estos ante la disyuntiva política de lo privado y lo público. La respuesta, que por muy obvia que parezca, la opción se correspondió con los intereses privados, en particular los económicos, que pasaron a ser la columna vertebral del modelo político-jurídico nacional, y la base de todo sentido político sobre la república.

En la actualidad, desde la primera década del año 2000, la política parecía estar bajo la administración del conglomerado de gobierno de la Concertación. El concepto político ligado al orden que el sistema político-jurídico impone, se articuló como "Transición"; para derivar, posteriormente al intento de cierre de esta, siempre bajo la exigencia de imponer una normalidad institucional, fruto en este caso, del conglomerado de gobierno. La oposición, por otro lado se aglutinaba en la Alianza por Chile, como una suerte de contrapeso en los demás cargos de elección regidos por el sistema Binominal, además de los llamados enclaves autoritarios como el Servicio Electoral y el Tribunal Constitucional. En consecuencia, el poder principal del Estado el ejecutivo, fue ejercido por cuatro períodos consecutivos por la coalición concertacionista, marcando un hito en teoría política dado los 20 años de permanencia. Sin entrar en detalles de orden teórico político, debemos remarcar un elemento importante, que se refiere al carácter de la institucionalidad del período, la que siempre contó con la participación de la gran empresa, como una visa de

normalidad institucional. En este sentido, lo conmutativo es, Holding y grandes medios de comunicación, los que manifiestan la prerrogativa fundacional en la libertad de expresión, de la opinión pública, para relacionarse con la directriz principal, que es la mantención de un orden social. En cierta medida, se trata de una unión ideológica con la política del Estado. Por extensión, con la política que le daba existencia, donde todos los actores sociales de relevancia, sostenidos institucionalmente en la Constitución, asumen en los medios de comunicación, parte del ejercicio de la política.

La caracterización epocal, resumida desde la perspectiva de la implementación del sistema neoliberal y la consolidación del mercado como espacio progresivo de todas las relaciones sociales, siempre mediante derechos constitucionales previamente establecidos, ha habilitado en cierta forma, una suerte de aura de independencia, objetividad, o de veracidad en los medios de comunicación. En otras palabras, medios y Constitución, se relacionan bajo el ejercicio de la institucionalidad; podríamos decir, de su defensa y desarrollo. El enlace, es aquí nuevamente entre la comunicación y la política. En clave comunicacional, la actividad económica que compone a los medios de comunicación masivos, implica la implementación de su propia condición de existencia y de totalidad; esto es, asegurar su existencia mediante la implementación de su propio ejercicio empresarial. Dicho de otra forma, su mercado, será su condición de existencia. Lo que de paso excluye, a las lógicas democrático liberales de la representación o la participación, las que en el sentido de la institucionalidad pasan de la política a lo político; es decir, se corresponden con la concentración y la hegemonía como característica de la política, pero de ejercicio en cuanto lo político. Como empresas, por sus dimensiones, alcances e influencia, pasan a dar carta de valides al sistema democrático en ejercicio, al estar incluidos como garantes del régimen. Curiosamente, su ejercicio es una garantía democrática. Esta reciprocidad, la veremos argumentada más adelante, al referirnos a los aspectos puramente comunicacionales que encierra a presente tesis.

Por otro lado, nos referimos a la narratividad constitutiva de las sociedades modernas, contemporáneamente sobre el mercado, con paradigmas tecnológicos operativos, despliegue ampliado de servicios y el consumo; pero, con una

condicionante estructural al sistema, a su funcionamiento, y que en otras instituciones es mucho más evidente, la crisis. En tono de duda ¿Cuál?, en el sentido de la respuesta, la de representatividad. Esta subjetividad, pensamos es capital en el diseño del modelo que proponemos operó, pero que desarrollaremos pertinentemente unos párrafos más adelante. Podemos adelantar, eso sí que se trata de una crisis en ejercicio y no explosión, ya sería más de orden administrativo dado su escenario en el mercado, ya que institucionalmente se ejercería la noción de orden para controlar la crisis, evidentemente, no se trató de superarla.

La escenificación la hemos condensado bajo la acepción de la institucionalidad estatal relacionada con los medios de comunicación, en la medida que ésta les determina y señala bajo parámetros de relación jurídico-política como la libertad de expresión, la opinión pública, la objetividad, el bien común, etc. Pero constitucionalmente veremos que se trata de un Estado ausente en el ejercicio del medio. El Estado deja, así en el mercado el tratamiento de la crisis de representatividad, iniciado por el proceso de privatización establecido por ley en la dictadura.

Durante el período de los gobiernos concertacionistas, la objetividad dada por la diversidad de opiniones se fue comprimiendo, conforme se comprimía a su vez la diversidad en los medios de comunicación masivos, bajo las características de la concentración, oligopolio y hegemonía, como se muestra en los indicadores del Capítulo Primero; para arribar a los límites tan particulares que comenzaron a ser tensionados por el desarrollo de la Internet. El supuesto del correcto funcionamiento del mercado, como reza en la Ley de TV, pretende la normalidad que se dispone por la distribución objetiva de las opiniones. Esta relación, creemos ejemplifica el inicio de su consolidación de los medios a finales de la década del 90, y que hizo reaccionar a diversos autores que daban cuenta del nuevo escenario desde la perspectiva de las transformaciones culturales que la democracia post dictadura aparejaba. Uno de ellos, el sociólogo Norbert Lechner, nos entrega una interpretación sobre esta institucionalidad, donde los medios de comunicación cobran relevancia, no por que los nombre expresamente, sino que por que entrega referencias sobre la transformación

de la política en el país, mediante la implementación del sistema neoliberal, lo que afectó también a los medios de comunicación masivos.

En términos prácticos, los medios son tratados jurídicamente o estatutariamente por separado, aun cuando operen con contenidos comunes como la información que dedican a la opinión pública, como ya vimos, en lo político. Nos parece un autor importante, siendo su análisis específicamente sociológico y de filosofía política; el que sin embargo, nos da unas claves para la relación de los medios en el acontecer histórico político que ha tenido el Estado chileno. Donde, la radicalidad de la ley condensa en la concentración la formación del mercado, y que ha supuesto además, unas líneas en lo hegemónico, bajo el sentido de lo político, que se manifiesta en el ejercicio del orden, al que se debe atener. Su visualización corporativa o de conjunto, por ejemplo, ha caracterizado una línea conservadora en la producción de sentidos. Esto es, de sus discursos políticos. Contrariamente a lo que corrientemente se estima, al señalar que la propiedad de los medios de comunicación, en particular en la prensa escrita, es hegemónica y de alta concentración, a diferencia de la radio y la televisión; se afirma, una problemática en el sentido del cierre que justifica una suerte de armonía neutra del mercado. Creemos, se trata de un factor principal, que impide un cambio en las condiciones de la concentración y hegemonía de los medios en cuanto tales. Impidiendo las transformaciones por ley, en particular la Constitución, y salvaguardar esta existencia de un tipo de mercado para los medios de comunicación. El sentido de la concentración económica, es clave; pero en el sentido jurídico, será el político, es el que le otorga la posibilidad de realización.

Esto nos plantea la necesidad, de recorrer a modo de acceso las dificultadas epistemológicas para medir un análisis teórico sobre las transformaciones acontecidas en el Estado de Chile, y la particularidad de los medios de comunicación en la Nación. Iniciamos así nuestra discusión bibliográfica como sigue.

Escenificaciones de la comunicación política

Nuestra unión temporal en este sentido, la planteamos desde la Constitución de 1980 implementada por la Dictadura encabezada por el General Augusto Pinochet Ugarte⁶⁷. Pero, que no será hasta la siguiente década, la de los 90, donde ya bajo el pleno uso del régimen democrático, se cristalizará en el mercado que comenzó a establecer una suerte de transición mercantil, lo que corresponde a un ajuste privado establecido por ley. En definitiva, el Estado, está impedido de mantener propiedad sobre los medios de comunicación, o como se a llamado: “practicar un monopolio estatal”. Si bien, el mercado venía mostrando una serie de rasgos con una fuerte concentración y hegemonización de contenidos, o discursos mediáticos, se marca una definitiva y fuerte dependencia hacia el factor económico en la configuración de la propiedad de estos, su producción y distribución.

En términos de funcionamiento, mediante la propiedad de las acciones de diferentes empresas que gestionan medios, se fue desarrollando la capacidad de inferir en las decisiones de los diferentes directorios de estos, recibiendo esta práctica el denominativo de Holding. Figura, de la moderna empresa presente en los medios de comunicación a nivel global, y que corresponde a una adaptación de las compañías de servicios financieros a los marcos jurídicos de diferentes actividades económicas o rubros, posibilitando una doble función, sobre los contenidos y la propiedad.

Lechner en este caso es claro, y sentencia dos factores que nos parece pertinente dejar asentados en el sentido de una concepción de la política que se inicia en 1980, y que se despliega argumentativamente en la Constitución, resultando determinante para lo político. Lo primero, dice relación con la concepción de la política, que durante la Dictadura se implementó; donde, ésta era la continuación de la guerra, pero con otros medios, Y que redundó, en el imaginario que toda posibilidad de condiciones para un sujeto, pero que radicaban en la negación de los otros. En segundo lugar, y de manera paralela, una otra política a la de guerra, y que se concibe como disciplinamiento organizacional. Lechner nos indica que “El disciplinamiento organizativo intenta estructurar una sociedad diferenciada funcionalmente y, por ende, sin conflictos. Está pues determinada como un mecanismo de control dentro de un

⁶⁷ Desde 11 de septiembre de 1973 al cambio de mando el 11 de marzo de 1990.

orden jerárquico”. (Lechner 1983. 7), lo suspendido, aquí será la representación política de la sociedad. Esta subjetividad nos parece, constituye un eje argumentativo en relación con la característica de lo político que se manifiesta en los medios de comunicación.

Desde la sociología, así como desde otras entradas, el problema de la política en relación con los medios de comunicación, es un elemento importante. Sin embargo, la subjetividad presenta un campo poco explorado, más aún desde el campo de las comunicaciones. En este sentido, nos hemos valido de la Tesis de grado del sociólogo Gregorio Angelcos, que se refiere a la Subjetividad y la política, como consulta de las comunicaciones hacia otras disciplinas, y enriquecer el debate que corre internamente. Así, el texto de Angelcos, nos permite establecer un diagrama más nítido sobre la cuestión de la subjetividad en la primera década del 2000. Su valor, en términos de insumos conceptuales, en este sentido, se ha hecho inspirador y complejo para la presente tesis. Como parte de su propio merito, destacamos que se trata de una crítica hacia la propia sociología del sujeto, que según el autor, presenta una oscuridad conceptual evidente y que interpela políticamente a esta condición. Argumentándose, que la política y lo político se ha planteado como “el orden social, es decir, la forma en que los conflictos son organizados, (y que estos) se ha definido de manera directa con la forma que ha adoptado el Estado”. Efectivamente, la concepción de sujeto mediante las instituciones, en su relación en lo político resulta crucial.

Aquí, la noción de escenificación que utilizaremos profusamente se constituye en una acepción dinámica de la actuación de los medios de comunicación. Nos interesa, por lo tanto destacar la evaluación posible, que sobre su desempeño en función de un marco jurídico-político establecido, es posible realizar. Toda vez, que se trata de una manifestación social concreta, de ahí política. Bajo una mirada retrospectiva, como dijimos se debe tener presente que evidentemente es una determinación de su existencia política, como medios sociales de comunicación. En este sentido, hemos querido plantear el alcance sobre la política propiamente tal, en el sentido que plantea Juan Pablo Arancibia, así como la de otras fuentes, bajo la tensión que pretendemos introducir con el planteo de una cierta modelación. Bajo este alcance, conceptos como

la videopolítica, pasan de su origen en la TV, a formar parte de un requerido de contenidos para el ejercicio de los medios de comunicación masivos. Ya que pareciera ser, que la subjetividad posible de rastrear, constituye un problema que no se plantea, o bien se evita, en los mismos medios, acentuando una concepción siempre esquiva de la misma. Sin embargo, y en cuanto marco jurídico-político, por lo tanto de lo político, el nudo radica en la configuración del orden, y como la política, en sus fines y supuestos.

En concreto, creemos que este concepto, el de videopolítica, conforme se establecía el actual mercado de los medios de comunicación, su profesionalización y especificidad de medios de comunicación masivos, lo incorporan ya no sólo como Arancibia lo estableciera, como parte del discurso político sólo de la TV, éste se habría establecido ya genéricamente al interior de los medios de comunicación, como parte de su stock de géneros descriptivos, de narrativas posibles e incluso esperables. En este sentido, como señalamos, la significación de la política en los medios, se ha hecho funcional en su ajuste con el mercado, y de ser parte de un espacio televisivo donde el Estado y la clase política establecía su participación en las pantallas, la videopolítica se ha instalado en otros medios transportando sus significaciones políticas, repotenciando bajo el formato discursivo político que según el medio, se exhiba. El problema, será nuevamente el factor institucional que se dispondrá de esta enunciación; la exclusión será el ejercicio de la concentración, y su justificación legal, lo comercial.

Este territorio, como vemos, necesita de una explicación conceptual urgente y más amplia. El siguiente esquema, nos parece una clara exposición en un desglose sobre nuestro objetivo principal, y de una convocatoria conceptual adecuada, para la focalización de los medios en la política y abordar el problema que la subjetividad plantea como fondo en unos medios de comunicación que han visto consolidado su espacio de existencia social. Por lo tanto, esquematizar, sólo representa una ruta por sobre la que hemos querido desplazar nuestra hipótesis, en el sentido de buscar el escenario más adecuado a los medios de comunicación masivos; lo que claramente, implica aceptar las complejidades de cada concepto, sobretodo en su uso. Pero

creemos, que desde cierto diálogo con autores ligados a un entendido campo de las comunicaciones; además de interpelar a otras disciplinas en búsqueda de conceptos para intentar un delineamiento comunicacional sobre los problemas de orden político involucrados. Ya que, por otro lado, se ha supuesto el tópico de un agotamiento interno en los medios de comunicación masivos, afectados en cuanto medios, a través de sus formatos o canales, activado por el factor tecnológico. Su propia institucionalidad, en el marco de una política de orden nacional regido por la Constitución, permitió el desarrollo de los medios de forma desregulada. La entrada de la tecnología, en la escena comunicacional, reprodujo en cierta manera, el mismo criterio de la desregulación ante la posibilidad de intercambio. Sin embargo, los medios de comunicación, acceden y desarrollan la plataforma digital requerida por la tecnología, en función de las especificaciones sectoriales que el Estado despliega según sea el caso. Como es el caso de las telecomunicaciones, que afectan a la Radio y la TV; mientras, que la telefonía a la Internet, y de ahí a la prensa escrita. La relación ejemplificada, se refiere a un cruce de medidas jurídicas para un mercado que esencialmente opera desregulado. Esto es, en el caso de los medios de comunicación, ya pormenorizado en el Capítulo Primero,

Sólo para hacer un último alcance, antes de realizar una revisión pormenorizada de nuestro esquema, debemos aclarar una visión de conjunto para relacionar el sentido que visualizamos el andamiaje conceptual que pretendemos enlazar. Esto dice relación, con el sentido organizacional de los medios de comunicación de la presente tesis. Y que se trata de establecer las “dimensiones”, que le otorgamos a los concepto, ya que en su fin último, implica una serie de supuestos y estructuras teóricas que en su revisión particular excederían el alcance de la presente tesis. Es por eso que, algunos autores serán convocados en el marco de ciertos conjuntos de ideas a fin de establecer las imbricaciones necesarias con fines metodológicos. Sin el ánimo de radicarnos en ciertos domicilios teóricos, alguno de los cuales nos parece realizan un claro aporte en el sentido del presente texto, ya sea como formadores de sentido o de una ética subyacente en la mirada política sobre los medios de comunicación, su presencia será evidente. Otros autores, compondrán la columna vertebral de nuestra

argumentación, con el objetivo de desarrollar una metodología dialógica sobre el conjunto de componentes, sobre los cuales pensamos es pertinente referirnos.

En el macro de las configuraciones, aparece como relativamente nuevo, una tensión interna como constante, al momento de plantear una observación sobre los medios de comunicación, esta tensión será en el marco de la presente tesis, parte de la característica sobre la comunicación política. La que ha venido, a porfiar el ámbito que a estas alturas corresponde al entendimiento sobre los medios de comunicación en la sociedad. Subyace así, un enunciado, sobre la comunicación política, singularizada por importar un uso de la concepción más clásica de la política en relación con la comunicación. Sea bajo la idea de la dimensión política del lenguaje, como las concepciones de lo político y lo comunicacional, estas corresponderán a las relaciones y prácticas de la políticas, incluso a su definición. Efectivamente, la relación comunicación política, nos entrega un marco no exento de problemas, pero que nos permite por sobre todo realizar el ejercicio del examen político.

Es en este sentido, hemos aglutinado a los medios de comunicación como un conjunto u objeto interrogable. Encontramos que la habilitación política se realiza, sobre la posibilidad de interrogación sobre los medios y dejar en relieve sus manifestación en la primera década del año 2000. Lo que también, en una segunda observación, y bajo los términos de las teorías de las comunicaciones modernas, implica una suerte de moderación del paradigma emisor receptor.

Como advertencia adicional ante el peligro de las generalizaciones, y en cierta medida casi anecdótico, se suele confundir a la prensa con el cuarto poder⁶⁸ dotado de un halo de independencia, de verdad y objetividad tradicional, como una suerte de característica común a los medios de comunicación. Pese a lo ingenuo o extemporáneo que pueda parecer este comentario, las encuestas de opinión y preferencias sobre el consumo respecto de los medio, señala constantemente un lugar crítico, el receptor. Lo que nos parece consolida nuestro prisma, en el sentido de

⁶⁸ Remembranza de la clase política para referirse a una influencia de la prensa en alusión a su posible facultad de producir opinión pública.

establecer a la subjetividad como elemento constituyente de un tratamiento de conjunto a los medios de comunicación masivos en Chile. En este sentido, la subjetividad nos revela la implicancia política del receptor y de los medios, el emisor. La diversificación y especificación que estos han sufrido el último tiempo, por lado y lado, actúa como una suerte de contrapeso conceptual respecto de su situación problemática para la primera década del 2000. Sin embargo, la credibilidad del medio, como sustrato del convenio entre las partes, constituyente de los mensajes involucrados, ya está determinado a priori, esto es por el efecto legal. No sólo en función de llegar a más o menos receptores, ya que esta es una característica per se; sino que, por las condiciones en las que se encuentra el mercado comunicacional. Que como hemos insistido, constituye el hábitat natural de los medios de comunicación masivos para la década. La concentración de la propiedad ha dado lugar a los espacios de mercado cautivos o “fieles” por un lado, y de hegemonía en los contenidos por otro. Dicho de otro modo, se trataría no sólo de hegemonía, copamiento, etc.; sino que, de preferencias claramente manifestadas.

Creemos que la situación del receptor, constituye entonces, nuestro primer eje sobre la escenificación de la comunicación política a partir de la subjetivación en ejercicio constante. Observamos, que el modelo institucional democrático de Chile con el fundamento de institucionalidad ya expuesto, ha implementado un vaciamiento de actores políticos y sociales, pretendiendo subjetivisar, esto es hacer político, las variables que en cuanto tipo de intercambio son aseguradas, y que determinarían al consumidor. Audiencias, lectores y radioescuchas, todas condiciones de subjetividad para nombrar y determinar al receptor de la producción informativa de los medios de comunicación, asegurada. Para nosotros, el problema de causalidad manifiesta se remite al medio, y al intercambio comunicativo que de éste, con sus audiencias determina. Será así su definición institucional un claro impedimento de otros procesos de subjetivación política. Esto es, por ejemplo, que la situación de crisis de representatividad ante el vaciamiento político que el medio practica, se hace evidente en política, y tiene que ver como planteada en la subjetividad que sobre el ciudadano se ha implementado. El conflicto en un sentido, sería consecuencia de un despliegue institucional, que ha dejado en los medios de comunicación masivos, el conjunto social

de la opinión pública, desconectando las políticas públicas del debate político representacional. Este papel, jurídico-políticamente recaerá en los medios. Será importante, en consecuencia, el ámbito entonces, de lo público y cuál el de lo privado, si el Estado renuncia a su acción comunicativa y deja la narratividad política en manos privadas. El Estado mediante el gobierno, compra a los medios los espacios necesarios para relacionarse con la población.

Un aspecto, que nos parece pertinente señalar, se refiere a la caracterización que la dimensión simbólica sostenido por el ejercicio en los contenidos en los medios, dejan como manifestación de la legalidad institucional y de su ampliación al mercado. Ya que, como ejemplo, la noción de noticia, verá en este aspecto la formalización de contenidos de consumo. Esta dimensión simbólica, de cierta lógica estructural, muestra nuestra invocada Doctrina, que escenifica ya no únicamente la determinación legal del intercambio que le constituye como tal, y que responde al mandato constitucional; sino que entrega, una suerte de certeza, como manifestación ideológica sobre el orden. Esta dimensión, que suele parecer como ambigua, se manifiesta en unas relaciones que dejan ver su trasfondo: El Capítulo III De los deberes y Derechos Constitucionales Artículo 19. N°12, N°21 y N°24. Precisamente la caracterización legal le da vida política a los medios de comunicación, dotándoles de unas normas de funcionamiento, salvo en la Televisión con el Consejo Nacional de Televisión como ente público de regulación, donde opera una clara relación de estos para con la institución vigente, pero que no exime del ejercicio exclusivamente comercial de los canales de TV. En términos de regulación ni la prensa escrita, ni la radio, y en cierta medida la Televisión, operan con algún ente rector estatal, o de regulación, sí, con organismos gremiales, que operativizan sus datos económicos para la subsistencia de cada medio (ACHAP y ANP), es decir, a su mercado. No es una suposición a estas alturas, identificar esta característica en el actual cuadro de los medios de comunicación chilenos. Como hemos reiterado insistentemente en nuestra reseña, hemos establecido unas características como el oligopolio, el uso del Holding, la concentración y la hegemonía en los contenidos, como la forma que constituye a los medios de comunicación masivos.

En los primeros 20 años de implementación de la Constitución de 1980, con dictadura y democracia de por medio, la especificación de la linealidad emisor y receptor se fue acentuando progresivamente bajo el predominio del primero por sobre el segundo. ¿Cómo es esto posible? Una aproximación, se correspondería con la noción que sobre la aplicación del régimen político establecido por la dictadura en los ciudadanos, sostienen Lechner y Angelcos, que correspondió al establecimiento de un sistema político jerarquizado, con la consiguiente concentración del poder político en un sistema de representación institucional de representación limitada. Este predominio, curiosamente ha hecho de la audiencia, esencialmente un conjunto de receptores, visibles en cuanto se produzca el intercambio comunicacional, lo que irá derivando en algo más complejo como veremos, pero que pasará a actuar como factor determinante en cuanto nos refiramos a los medios de comunicación masivo; sin embargo, pareciera ser que la modelación sobre el receptor, se debiera realizar, ahí cuando aparece, es con arreglo a una subjetividad que no nace en el interior del complejo comunicativo. Y que dependería de la política, a través de la evidencia de lo político, siguiendo a los autores, se tratará del ejercicio del poder sobre el receptor. Cabe señalar, que nos referimos a una dimensión histórica, que sobre las subjetivaciones se han implementado desde los medios de comunicación, ya sea por sus trayectorias más ideológicamente marcadas, como la prensa escrita; hasta, el problema estructural que se intenta resolver en el interior de los medios con la presencia del consumidor, problematizado paulatinamente, hasta la aparición del usuario. En segundo lugar, la problemática de la representatividad se transforma también en un eje problemático, dada su irresolución por la política. La subjetivación derivadas del consumo en los medios de comunicación masivos, no responderá por la falencia de la política. Pero ambos, comparten la misma dificultad, el sujeto; que coloquialmente se comenzará a ser llamado genéricamente como público. La problemática de la subjetivación, aquí, efectivamente, puede tensarse nuevamente si sumamos la relativamente reciente idea de usuario; así como para el caso de la audiencia, ante las nociones de ciudadano y espacio público. Ya que se trata de categorías no eliminadas unas por otras, si no que por el momento, son complementarias.

Una aproximación a la región de los medios de comunicación masivos, implica en consecuencia el problema de la identidad, que en particular para el caso chileno, sólo para referirse a un sujeto en particular, las referencias y narratividades son abundantes. Cabría destacar, que uno de los corolario que la democracia en este sentido, permite, explicar que con la máxima liberal de la libertad inherente a cada sujeto en su dominio personal, permite su intervención en la sociedad. Esta implicancia en el plano del emisor, ha operado como la base de justificación del conjunto de los medios de comunicación masivos. Mientras que para el receptor, todo se reduce a la elección e lo disponible, en cuanto resultado del ejercicio de lo anterior.

Así, la expresión de Jesús Martín-Barbero nos parece pertinente: “El carácter estructural de los procesos de comunicación masiva y en el entramado mercantil de los medios van a encontrar en la problemática de la ideología un campo estratégico de convergencia para el análisis”⁶⁹. Efectivamente, la consulta desde la ideología hacia los medios de comunicación ha problematizado el sentido reflexivo de estos. Sin embargo, y parafraseando a Castells⁷⁰, interdependiente de cual sea el conocimiento, la información y la comunicación que estos establezcan, para nuestro caso los modelos, serán elementos clave de la riqueza y el poder.

Por tal motivo, se nos hace necesario mencionar, a modo de procedimiento, que un modelo nos permite operativizar la formulación de subjetividades en los medios de comunicación masivos. En primer lugar, la marca temporal que hemos propuesto en el año 2000, opera tanto como un ordenamiento cronológico, tanto como de encuadre conceptual; esto, porque nos permite asir a un período, una serie de significaciones de la política. Efectivamente, la pregunta sobre el orden, sus fines y sus supuestos pasan a formar parte de lo político; es decir, la cara visible del rendimiento de una tensión en la noción de medios de comunicación. La marca temporal, en consecuencia nos entrega un referente sobre lo político como fondo. Lo que en consecuencia, más que

⁶⁹ Martín-Barbero Jesús: “Oficio del cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura.” Editorial Fondo de Cultura Económica, 2002, Santiago de Chile.P53.

⁷⁰ Castells, Manuel: Comunicación móvil y sociedad. Una perspectiva global. Ariel - Fundación Telefónica. 2007. Nosotros hemos consultado la versión electrónica disponible en: Manuel Castells y otros: (2007) Comunicación móvil y sociedad, una perspectiva global, Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.eumed.net/libros/2007c/312/ consultado junio de 2010.

caracterizar al contexto político respecto del modelo comunicacional en cuestión; creemos, plantea su combinación explícita. Su ejercicio constituye a los mismos medios de comunicación y estos a la política.

Evidentemente, y en relación con el contexto nacional, no se trata aquí de establecer unas políticas ha desarrollar sobre los medios, pero sí de establecer los alcances de los medios en la política. A nuestro modo de ver, el contexto político queda relacionado en el sentido de la producción de lenguajes constituyente de los medios de comunicación. Por lo tanto, como una suerte de normas de correspondencia, con la política⁷¹. Por tal motivo, no es aquí el lugar para abordar una perspectiva desde la filosofía política sobre los medios de comunicación; ya que, como mencionamos en el capítulo anterior, nuestra motivación se corresponde más con la subjetividad que han instalado los medios. Dicho muy resumido, se trata sobre lo realizado bajo el actual marco jurídico-político. Sin embargo, la consulta a esta y otras disciplinas teóricas serán necesarias.

Sobre los aspectos propios que una filosofía política puede relacionar con los medios de comunicación, el discurso político de estos, se transforma en un elemento de evaluación de ellos mismos. Por lo que pensamos, son una exposición relacionada de estos, y permiten afirmar nuestra pretensión de soportar la tesis sobre unas configuraciones de la subjetividad, dada por los medios de comunicación en Chile desde el año 2000. Lo que representaría, suponemos, su acotamiento de lo político sobre las formas que han desarrollado los medios de comunicación.

La configuración de la subjetividad.

Para desarrollar una perspectiva de la política y los medios de comunicación, se nos hace necesario para este análisis, instalar como eje conceptual a la subjetividad. Ya que, desde un punto de vista multidisciplinario, en este caso la sociología, nos

⁷¹ Arancibia, Juan Pablo: "Acerca de decir, informar y objetivar." en Ossa, Carlos (comp.): La Pantalla Delirante. Los nuevos escenarios de la comunicación en Chile. LOM Universidad ARCIS, 1999. Santiago de Chile. Sobre la noticia como una sustancia externa: "Lo que dicha postulación está afirmando es que en la escena de "lo real" habita cierto tipo de acontecimientos que para una conciencia entrenada, como la del periodista, ya comporta la naturaleza de la noticia". P46.-

entrega lineamientos bajo la figura de una tesis, que por un lado, tiene la facultad de establecer un recorrido pormenorizado de la definición de política aplicándose sobre la actualidad y que fija sus inicios en la implementación de la política neoliberal de los 80 en dictadura. Su autor, el sociólogo Gregorio Angelcos⁷², mediante una reseña del estatuto de la subjetividad en la política del país, nos proporciona unas claves sobre esta configuración producida políticamente. Es probable, que en cierta manera, recurrir a una tesis de sociología para acceder a unas características comunicacionales, pueda parecer algo ambivalente. Pero, se trata de rastrear cierta centralidad descriptiva respecto de la importancia del sujeto y de la política, con el fin de establecer unos contornos más definidos; además, de plantea la posibilidad de un recurso para el presente texto, que en combinación con otros, nos resulta inestimable para el objetivo de nuestra tesis.

El autor realiza el acceso inicial hacia la política, caracterizándola con el cruce de los relatos sobre el orden como un espacio social común, y conflictivo; donde, las diferencias sociales pasan a ser parte de un sistema de dominación, y de organización general del mismo poder. El sujeto, será aquí, en el plano de la política, un término conflictivo la momento de realizar su definición.

Un primer acercamiento a la problemática del sujeto, se plantea sobre la base de la identidad y la de su constitución, que en el plano de lo social, corresponde a la lectura sociológica. Pero en términos comunicacionales, esta discusión enmarcará la idea de lo masivo como característica determinante de los medios de comunicación, donde se reconoce y entiende, se trata de un acto individual. En ambas disciplinas, la subjetivación generalista de audiencias, se aplicará para señalar a los receptores. La subjetividad sobre el sujeto, en este campo generalista sobre las audiencias, será denominado mayoritariamente como Marketing; ya que, pasará por la impronta de lo masivo, lo que corresponderá al grado de penetración cotidiana del medio, en la forma de contacto determinado como consumo. Así, la puntualización de la subjetividad hasta aquí destacada, se refiere al interior de los medios de comunicación, y que en

⁷² Angelcos Gutiérrez, Nicolás Salvador Gregorio: Subjetividad y política. sobre el rendimiento sociológicos de los procesos de subjetivación. Memoria para optar al título de sociólogo. Santiago, Chile, Universidad de Chile, Facultad de Ciencias Sociales, Departamento de Sociología, 2008.

consecuencia recibirá un tratamiento constante mediante mecanismos de medición, respondiendo a una elaboración en función de las cantidades como un determinante del éxito del negocio. Evidentemente, las tipificaciones sobre esta forma de comunicación, planteada como marketing, nombra al sujeto en relación con su capacidad de consumo, desde la manifestación de sus preferencias, de modo genérico los apelativos serán la audiencia, los consumidores, los clientes, los beneficiarios, etc.

Sin embargo, la identidad y la constitución de esta en el plano social se corresponde con cierto consenso sobre la multiplicidad y la individualidad como el eje del sujeto. Que en el marco de la modernidad, plantea una suerte de negatividad. Esto, porque su figura en términos de definiciones de torna ambigua, compleja, contradictoria y problemática. Esta situación, ha conllevado a explicaciones sobre el sujeto en un marco de descripciones en cierto modo oscura, tanto en la sociología, como en la psicología, las comunicaciones, o las ciencias sociales en general, pese a la relevancia que esta encierra por si sola. Claramente las herramientas para pensar el estatus del sujeto en la modernidad, constituye su característica fundamental, cuando no su imposibilidad. La pregunta será: ¿Cómo acercarse a una noción de sujeto, que mediante la interpretación que sobre él se pueda hacer nos permita el acceso a su propia constitución, figuración, etc.? Dicho de otra forma, se trata de comprender al sujeto en su modernidad, la que le ha liberado como individuo, pero no como sujeto. La pregunta se sostendrá en el problema que implica la forma de abordar una categoría que la misma modernidad niega.

Le seguirá, para el caso de nuestra tesis, una aproximación a cierta naturaleza sacrificial que se traza para lograr una definición del sujeto. Cabe pensar, la relación de la política y lo político, como complejo constitutivo; así también, como la relación de consumo, que subyace. Y que en este caso, creemos se corresponde con el planteo que realiza Valerio Fuenzalida, realiza respecto de la relación de las audiencias y la Televisión abierta⁷³. Producción que nos parece clave para sostener la dinámica

⁷³ Fuenzalida, Valerio: Televisión abierta y audiencia en América Latina. Grupo Editorial Norma. 2000. Buenos Aires Argentina.

subyacente de los medios de comunicación, sobre el tópico del consumo. Para retomar a modo de cierre, con unos delineamientos realizados respecto de la democracia como régimen de la política, con una perspectiva que se encierra en su institucionalidad. La perspectiva desarrollada por Angelcos, desde lo anterior, nos entrega un panorama lúcido del estatuto de la subjetividad, donde la historia que encierra esta política, permite dar con las estructuras de su formación.

El marco de teorías citado, que va desde el marxismo, indicará que “Las condiciones de explotación del producto social en el modo de producción capitalista constituyen los mecanismos de control que impiden el reconocimiento del sujeto con su propia identidad”. Esto es, que tras las objetividades sociales del mundo, existe la realidad, así también un sujeto no alienado. Sin embargo, lo anterior implicaría suponer una realidad alterna a las relaciones sociales. Que también, señalará que la realidad es en esencia social, y la realidad es inmanente y no un trascender paralelo. Su carácter determinante, nos muestra un campo de acción que no se reduce a unas únicas maneras de producción y de sus relaciones sociales aparejadas. Será el poder que se descubre como factor productivo de lo social, el concepto que tomará importancia en esta idea histórica. Angelcos sentencia esta dialéctica, señalando que: “será el conjunto de relaciones sociales dinámica que transcurren el tiempo y el poder será su contenido. Toda relación social, será una relación de poder”⁷⁴.

En consecuencia, Angelcos, escenificará en el orden, la expresión del poder sobre las relaciones sociales. Esta aseveración, será fundamentada bajo el acuerdo que compone la noción política de igualdad. Pero, en este sentido, siguiendo a Nietzsche, la igualdad será imposible dado que el hombre es una multiplicidad. “Cómo pensar una política de la igualdad, en relación al poder, ante la desigualdad; sin embargo, si la desigualdad corresponde al sustrato social, el sujeto emergerá ahí donde se le indique”⁷⁵. El poder fijará las identidades políticas y colectivas, reduciendo en consecuencia la multiplicidad constitutiva del sujeto, que plantea Nietzsche.

⁷⁴ Op. Cit. P. 3.

⁷⁵ Op. cit. P.4

Por otro lado, las relaciones sociales en consecuencia son relaciones de poder, producirán realidad y sujetos. Lo político, será la restitución de la diferencia original de unos y otros. Al respecto Rancière, sostiene que de esta dinámica “resultará el sujeto como sujeción producto del poder; y también movilización del poder”⁷⁶. Siendo lo primero el orden policial, mientras que el segundo, la política propiamente tal.

Así, en Foucault, el sujeto “será quien interpele a la realidad y al acontecer del presente. Todo mecanismo de reproducción de un orden social determinado, es algo contingente y que, como tal, podría ser de otra manera”⁷⁷. El sujeto será el límite de lo existente y de lo posible, el acontecimiento de la realidad.

Por último, desde una visión emanada del filósofo francés, Jaques Derrida, la idea de sujeto moderno se verá complementada por un centro (la razón) que articula la multiplicación de significantes sobre sí propio señalamiento. “La idea de sujeto trascendental como momento de síntesis entre transformación y continuidad sería la respuesta que los grandes sistemas filosóficos habrían dado a la pregunta por la modernidad”⁷⁸. Sin embargo, y asumiendo los aportes, en Angelcos, la subjetividad sería un nuevo mecanismo de control de la realidad.

De esta forma la subjetividad será el primer elemento convocado para alcanzar una reflexión sobre el sujeto, en este sentido la naturaleza de la subjetividad será relevante. En este sentido será tipificada como sacrificial desde la crítica a la ilustración que realizan Adorno y Horkheimer en relación con el concepto de subjetividad. Y que en consecuencia, se refiere a la escuela de Frankfurt. Instalando el problema como una matriz de lo político, que se refiere a cómo la razón constituye una fuente válida de normatividad de donde extraer las condiciones ideales del comportamiento, y en clave moderna “libre”⁷⁹, o como un problema de historia y crítica

⁷⁶ Op. cit. P.4

⁷⁷ OP. Cit P.5

⁷⁸ Op. cit. P 5.

⁷⁹ Destacamos aquí, el uso de “libre”, bajo la idea habermasiana, respecto de los valores liberales que se inauguran con el despliegue de la sociedad burguesa.

de las ciencias. Entendiéndose como razón, una fuente de normatividad, que se constituye como la fuente válida de fundamentación de los distintos discursos.

Efectivamente la Ilustración, encierra una contradicción inherente, la libertad. Es decir, se trata de un concepto que funciona como engranaje, que funciona tanto como fundamento para la teoría crítica, como para la misma Ilustración. Siendo en esta, donde la libertad adquirirá un doble fundamento.

El primero, en el sentido que instituye una explicación sobre la naturaleza en permanente cambio o progreso, en el sentido de la Ilustración, y que bajo ciertas condiciones técnicas, ésta se exhibe como potencialidad de la actualidad. Es decir, la libertad sería una justificación metodológica para que las sociedades capitalistas avanzadas puedan dar implementación a “las ideas burguesas, que el mismo capitalismo niega en su desarrollo”⁸⁰, como la educación, la asistencia social, políticas públicas, etc. Segundo y como definición de Ilustración; o sea, una viabilización que la idea de Ilustración recibe del concepto de la libertad, “se ha ido convirtiendo en mito a lo largo de la historia y que, contraria a sus pretensiones emancipadoras, se está autodestruyendo y, con ello, fundamentando el dominio total sobre la sociedad”⁸¹.

A modo de aclaración teórica, el autor nos hace el alcance respecto del andamiaje conceptual sobre La dialéctica del Iluminismo y la Dialéctica de la Ilustración, en el sentido de establecer unas fundaciones teóricas, siempre en la clave sociológica de la Escuela de Frankfort. Esto es, el poder y la política son ejes constitutivos, de la subjetivación.

Aquí una extensión que nos parece pertinente, a modo de advertencia teórica, y se refiere a que todo mito premoderno, es eliminado o desactivado por la modernidad, quedando como crítica por parte de Adorno y Horkheimer respecto de la ilustración, “el fundamento del dominio se sostiene en la relación particular que el Iluminismo tiene

⁸⁰ OP. cit P.14.

⁸¹ Ibídem.

entre concepto y naturaleza”⁸². Esto es, que la naturaleza⁸³, la vida, bajo este fundamento del dominio, desaparece en la objetivación, cosificándose, Angelcos dirá se pierde la constitución mutua entre sujeto y naturaleza, una desobjetivación se lleva a cabo y afecta directamente la constitución del SER.

Adorno y Horkheimer mencionan que: “El mito (proyección subjetiva sobre naturaleza) perece en el Iluminismo y la naturaleza en la pura objetividad. Los hombres pagan el acrecentamiento de su poder con el extraño de aquello sobre lo cual lo ejercitan”⁸⁴. Para estos autores, la subjetividad será una condición que se presta a dos interpretaciones opuestas, la relación entre el sujeto y el mito. Con la pérdida del sujeto en su conciencia de naturaleza, se modifican los fines por los cuales conservar la vida, perdiendo valor en palabras de los autores citados. En definitiva Angelcos, plantea esquemáticamente, que “el sujeto llega a ser sujeto negando su condición de sujeto, es decir, niega tanto la particularidad que lo define (desapareciendo en el colectivo) como naturaleza que hay en el (autoconservación) ⁸⁵.

“El sujeto, de esta manera, sacrifica su presente por un futuro asegurado por los dioses. Por ello, la historia de la civilización es la historia de la renuncia, la renuncia a la felicidad y reconciliación del sujeto con la naturaleza, por un pánico hacia esta última, fruto de la subjetivación que el mismo sujeto ha llevado a cabo”⁸⁶.

En una mirada sociológica aun más sociológica, el autor cita al francés Alain Touraine, quien desde la perspectiva de la sociología de la acción, intenta dotar de una cierta libertad creativa al actor respecto del sistema, afin de liberarle de la identificación entre actor y sistema (lo que podemos intuir como elección del consumidos o del cliente). También concurren los autores en esta línea, Dubet y Martuccelli, quienes aducen que es necesario romper la noción de rol, por la importancia de la experiencia social para comprender las acciones del sujeto, ya que

⁸² Op. cit. P.15

⁸³ Que no corresponde a la realidad, ya que esta sería parte del dominio de categorización de la política, en su argumentación, su logos, como lo político.

⁸⁴ Ibídem.

⁸⁵ Op. Cit. P 16.

⁸⁶ Ibíd

no se movería por la única lógica unidimensional del sistema, y que por lo tanto, actuaría por medio de múltiples racionalidades. Esto es, pasar del rol a la experiencia. Aquí, la subjetivación se referirá a una autodeterminación cultural del sujeto, la que actúa como reverso de la imposición de roles por parte del sistema.

Aquí los movimientos sociales cobran relevancia, en cuanto que: “la lucha por el sujeto no puede sino identificarse con la lucha contra las orientaciones culturales dominantes en el seno de las sociedades, que definen el sistema de roles y, por lo tanto fijan una identidad no pretendida del sujeto”⁸⁷. El imaginario social, del lugar y de lo reconocido en común, como imaginario social será problemático en su carácter producido, sentenciará Angelcos, al establecer su relación con la política en el Estado. La representación, asomará como conflicto permanente de esta relación.

En el caso chileno, la idea de la subjetivación será parte de la crítica, debido principalmente, por la demanda sobre un exceso de “preocupación por los movimientos sociales, por sobre el sujeto lo que desembocó, en la ignorancia sobre los componentes más individuales del sujeto, los que no se reducen a su participación en el colectivo”⁸⁸. Esto fue, asumiendo claramente un carácter político. En términos de sociedad, el criterio, está puesto en el énfasis de la “Sociedad Programada” (de sociedad de consumo). Donde se asume al sujeto en su rol de consumidor, con la objetivación sublimada sobre sus necesidades; lo que nos plantea una tensión, en el sentido de la lógica que establece la existencia del consumidor. Y que es sólo a partir de la existencia real de una necesidad, la posibilidad de dar existencia al sujeto; mientras, subjetividades anteriormente canalizadas hacia el Estado (una forma de subjetivación del ciudadano), estas serán mediante la formulación de un mercado, donde la necesidad es una condicionante de la transacción. Insistimos en el concepto de transacción, como un determinante de la relación social actual; pero como uno más de los que en la sociabilidad es posible identificar, como la solidaridad, etc.

⁸⁷ Ibíd p19.

⁸⁸ Op. citi. P.20, nota al pie.

En estos términos, las necesidades, se nos plantean en un enlace, sobre la mirada de Marcuse, y Foucault. El primero, con una conceptualización dada por la existencia de las necesidades verdaderas, reconocidas como vitales a la existencia humana, y otras falsas, generadas por el sistema capitalista con el objetivo de reprimir al sujeto; dado que, estas son determinadas por poderes externos sobre los que el individuo no tienen ningún control, sobre sus contenidos y funciones sociales.

En el caso de Foucault, las necesidades sociales serían efectos del poder, siendo la tecnología convocada, el examen, su calibración (pareciera ser que la necesidad, inherente al ser humano, debe ser rastreada, determinada y mensurable en cantidad o intensidad, en cada persona). Con la función de normalizar y vigilar, se ha enlazado individualización con control masivo de la población; es aquí, donde las necesidades serán relevante, ya que implica la creación de técnicas por parte del poder, en relación de las definiciones que los mismos sujetos hacen de sí, al establecer sus necesidades. Como vemos, el rol de consumidor como subjetivación sociológica, ha establecido el contorno de éste en relación con las definiciones de las necesidades que se puedan establecer y que le definan subjetivamente. En este sentido Habermas, ha definido que el aspecto clave está en la interpretación de las necesidades del sujeto, y que encuentra su realización en las instituciones. El acento está, en que esta interpretación plantea una lucha (que sería el ámbito de lo político), dada la superación que implica establecer las necesidades de origen subjetivo, mientras las instituciones se encuentran estableciendo la división de las esferas de lo privado y lo público. La reinterpretación de las evidencias de cada esfera, establecerá el dato social, y de ahí su inevitable carácter político. Efectivamente, aquí se destaca la reinterpretación de las necesidades en función de las identidades que se imponen por aquellos que monopolizan la interpretación de lo real. Lo que en Arancibia, también identificará como orden, con sus fines y sus supuestos, dicho en otros términos, sobre la política⁸⁹. Aquí, el espacio público se asoma como deliberativo, donde toda definición de necesidad, implica una fuente de poder, en nuestro sistema, con ausencia de un

⁸⁹ Arancibia Juan Pablo: "Comunicación política. Fragmentos para una genealogía de la mediatización en Chile." Editorial Universidad ARCIS, 2006, Santiago de Chile.

sector de la sociedad. Pero, controlado o naturalizado como un espacio común de los actores definidos por la política.

Otro núcleo conflictivo que destaca Angelcos, sobre la subjetividad, es la identidad. La relación que el sujeto establece con su identidad es política, e implica el desprendimiento necesario de la identidad impuesta, para acceder a otro que se legitima en el reconocimiento de un otro bajo la misma lógica (El otro como un espejo, pero con el que se es diferente). La igualdad como se indica más arriba en este sentido, sería imposible; sin embargo, será “el único universal político desde donde pensar la posibilidad de subjetivación con un otro que, en principio es diferente”⁹⁰. Lo anterior, en términos de subjetivación política será la causa del otro, escenificándose “la dialéctica de la universalidad y la particularidad, en la medida que el momento reflexivo se constituye como abstracción del entorno, a la vez que identificación como unidad en el reconocimiento mutuo”⁹¹.

Retomando a Foucault, existe una presión sobre la dialéctica del reconocimiento, donde el sujeto al poseer el espacio social como constitución, la producción de realidad del poder, pasa en definitiva a configurar una producción total de la sociedad. De ahí su posibilidad de visibilidad individual que le diferencia; en cuanto, cuerpo físico y temporal, sobre el que opera el poder. Este totalitarismo, apuntará Foucault, es un control social que se encuentra circunscrito a las sociedades contemporáneas, denominadas como sociedades disciplinarias⁹². Se aclara, en este sentido que si el objeto sobre los cuales se marca el poder es el sujeto, éste no pese a ello, puede apropiarse del poder. El carácter estructural del poder, que articula las diversas relaciones, su funcionamiento será como una maquinaria según Foucault⁹³. Y que sobre las relaciones de poder y sujeto, a lo menos se establecen dos críticas a las concepciones tradicionales de sujeto.

⁹⁰ Op cit. P 23.

⁹¹ Rancière. Jacques: “ Política, policía, democracia. LOM 2006. Santiago de Chile.

⁹² Op. Cit. P 26.

⁹³ Citado de: Vigilar y castigar. Nacimiento de la prisión. 1998, Siglo XXI Editores, Mexico.

La primera, de corte académico, que sitúa el origen del sujeto en las condiciones históricas del capitalismo, siendo estas económico y políticas en su determinación. “El marxismo emprende una crítica material hacia las condiciones de existencia para dar cuenta que el sujeto libre está siendo constantemente negado por las relaciones sociales de producción clasistas”⁹⁴. Lo que supondría un sujeto original y trascendental que puede ser descubierto teóricamente y que reside en la práctica política. Para Foucault, sin embargo, las actuales formas de lucha implicarían la posibilidad de nuevas formas de subjetividad.

Para Angelcos, se trata de establecer una diferencia clara en la conceptualización de los procesos de subjetividad y de subjetivación, que se distinguen contemporáneamente. Es decir, la subjetividad, “refiere a una manera específica en que el mundo moderno ha pensado al sujeto,..., su forma trascendental y ahistórica; la subjetivación, por su parte, (esta) se refiere a un proceso mediante el cual los sujetos intentan desligarse de formas impuestas de identificación e individualización para acceder a posibles y diferentes formas de subjetividades”⁹⁵. En definitiva, al hablar de sujeto, se hace ineludible, la política, el poder y las relaciones de poder.

Política y lo político para pensar al sujeto.

Desde el lugar que ocupa el sujeto en la producción de la política, las ciencias sociales en general, según manifiesta el autor, han evidenciado la tendencia cada vez más importante, del poder en la construcción de los sujetos y de la sociedad, siendo esto la distinción entre lo político y la política.

Desde una perspectiva marxista, lo político estaría constituido por la “superestructura jurídico-política del Estado; mientras que la política sería el lugar de las prácticas de clase. Para Althusser, la dialéctica marxista radica sobre la explicación

⁹⁴ Op. Cit. P 29.

⁹⁵ Op. Cit P.31.

de que las contradicciones sociales comprenderían una serie de imbricaciones de dominio, formando una unidad compleja de relaciones de una sobre la otra, y con aspectos dominantes en el interior de cada una. Siendo estas, condición de su propia existencia⁹⁶. Esto daría a la economía la estructura determinante de la transformación social. Mientras que la política, sería la lucha política y el reflejo de la economía, con su reflejo de la política y la ideología de la dominación lo político. Este marxismo estructuralista, donde el sujeto es una categoría ideológica⁹⁷, se debe a que al interpretar del marxismo, se trata de sujetos sociales entendidos como clase, es decir, como estructuras que encuentran su actividad en la economía. Mientras que la estructura social, correspondería a la política, que se relaciona con la toma del poder del Estado, y que sería el lugar de lo político. En definitiva, el sujeto será un metasujeto, como abstracción de las contradicciones del sistema para construir sus operaciones. Como lo serían en este caso, los medios de comunicación respecto de la información o la noticia, en el plano ideológico en la elaboración de sus mensajes y despliegues de sentido narrativos. Aceptamos, aquí una problemática implícita, las audiencias, los receptores, bajo esta lógica no serían una relación armoniosa con los contenidos dados por los medios de comunicación, al menos no en ciento por ciento.

En consecuencia, el concepto de hegemonía será clave⁹⁸. Ya que respecto del sujeto, la identidad se constituye en la relación política (“Bloque histórico” como concepto unificador y organizador, en sentido gramsciano). Establece, que los sujetos se articulan entre la superestructura y la estructura. Adquiriendo relevancia, la superestructura como el terreno ideológico de valores y orientaciones compartidas. Para Laclau y Mouffe, siguiendo esta línea, se trata de una voluntad colectiva expresado como el Estado; es decir, un devenir Estado. Pero que subjetivamente, y como característica, radica en las condiciones de posible unidad social, que no desembocan necesariamente en el concepto de proletariado. A este respecto, las relaciones son estrechas en la conformación del individuo y su participación en las relaciones sociales, adquiriendo importancia los momentos políticos y culturales,

⁹⁶ Op. Cit. P33.

⁹⁷ En clave Althusser.

⁹⁸ Planteado por Antonio Gramsci y retomado por Ernesto Laclau y Chantal Mouffe. Y desarrollado por Angelcos en descripción del itinerario de l sujeto en la modernidad.

mientras el interés de su propia identidad y personalidad estarían en el devenir histórico. Establecida así la posibilidad escénica de la política, se darían las condiciones de intervención de la personalidad por medios racionales, dando un alcance paradigmático a la hegemonía de lo político en las sociedades contemporáneas. Siendo su articulación, el concepto clave.

“Llamaremos articulación a toda práctica que establece una relación tal entre elementos, que la identidad de estos resulta modificada como resultado de esta práctica. La identidad, será precaria y se transformaría en cuanto se articule”⁹⁹. Se mantiene la insistencia en señalar al sujeto, pero este nunca logra ser determinado. En tal sentido, el antagonismo correspondería a un engranaje de la hegemonía, como una suerte de conexión social, a fin de mantener cierta actualidad; o como, una exterioridad determinante de la sociedad, que la fija y que no la resuelve en su totalidad. Es decir, en cuanto relación de poder, la hegemonía estará constituida por la articulación racional que realiza sobre la identidad.

En definitiva, para un análisis político tres serán los requerimientos para entender la hegemonía como centralidad sistémica de la política, planteada por Angelcos. “Primero, que algo constitutivamente heterogéneo al sistema o a la estructura social, tiene que estar presente en esta última desde el mismo comienzo, impidiéndole constituirse como totalidad cerrada o responsable. En segundo lugar, sin embargo, la sutura hegemónica tiene que producir un efecto re-totalizante, sin el cual ninguna articulación hegemónica sería tampoco posible. Pero, en tercer lugar, esta retotalización no puede tener el carácter de una reintegración dialéctica. Por el contrario, tiene que mantener viva y visible la heterogeneidad constitutiva y original de la cual la relación hegemónica partiera”¹⁰⁰.

Entender que toda práctica social es al mismo tiempo una práctica discursiva, ya ha quedado claramente establecido. Pero ¿Cuál es el lugar del sujeto dentro de esta concepción de la política? El sujeto se mostrará anclado a la concepción de política,

⁹⁹ Op. Cit.

¹⁰⁰ Cita de Laclau 2006: 60-61. P 41.

pero este no constituye un trascendente que funda un orden social. Esta idea, permite pensar al sujeto más allá de una fijación identitaria.

Se trata de entender, la hegemonía como una relación contingente de identidades, relacionadas ante un otro, y conformadas discursivamente, lo que plantea en el caso del sujeto, que este no se desprende de las luchas culturales hegemónicas de la sociedad. Es decir, el carácter vinculante de la hegemonía, se aplica las relaciones de poder que determina a la identidad, y es la identidad misma. Será pues, una acción sobre el sujeto.

Así, esta relación de hegemonía, permite pensar en varias posiciones sobre un sujeto político, por sobre un sujeto en particular (con una única identidad), lo que sería aceptar el papel de la diferencia como una regularidad. En consecuencia, las identidades serán cuestionadas en relación con las posturas que el sujeto adopte, pero que en cuanto al orden simbólico implica la regularidad de este orden, que para el caso chileno, decanta sobre la crisis de identidad que comporta a la política nacional.

De manera más contemporánea, el filósofo lituano Slavoj Zizek, plantea que el antagonismo será la relación central que define lo social. Así, tendríamos por un lado el establecimiento de la hegemonía (Laclau y Mouffe), mientras que por otro está el antagonismo¹⁰¹, que mediante el rescate del concepto de relaciones antagónicas como forma para comprender de la realidad, definida por su negatividad constitutiva. El sujeto integrado en su dimensión simbólica, es una negación inherente. Es decir, para que la concepción de sujeto prevalezca, se debe derribar la hegemonía del adversario (a la muerte del amo, el esclavo se libera). En otras palabras, implica una constante dada por la posibilidad de un antagonismo constante, el antagonismo como determinación identitaria, ante la imposibilidad de constituirse sin un antagonista que le defina. La subjetivación será una integración como definición, "El sujeto será el correlato de su propia imposibilidad dada por su intento de definición...siendo el sujeto

¹⁰¹ Esto, definido por Zizek como parte del análisis de una salida al orden establecido por el capitalismo. Zizek, Slavoj: Más allá del análisis del discurso. (Apéndice) En Laclau, Ernesto: Nuevas reflexiones sobre la revolución de nuestro tiempo. 2000, Nueva visión, Buenos Aires.

el punto de fracaso de la subjetivación”¹⁰². La subjetivación será una determinación posterior en el sujeto, pero éste, el sujeto será el vacío ante el otro; en el orden simbólico, será pasar de una pregunta a ser una respuesta, que tomará el carácter de alguien ante quien ya se presupone una cierta definición, usando una relación lacaniana por el Zizek¹⁰³.

Retornando al principio, a la diferencia entre lo político y la política, se establece entonces que: “Lo político ya no pudiéndose pensar en el Estado, ya que desde el punto de vista de la hegemonía, esta no cree en la división entre infraestructura y superestructura; mientras que la política no será única mente prácticas antagónicas de clase; al contrario, la hegemonía, aquí se funda en la negación de los conflictos sociales como carácter de clase, superando la noción marxista que nos dotaba de la subjetividad del obrero como vanguardia ontológica de lo social. Así, para Mouffe, lo político será la dimensión de antagonismo de las sociedades; la política, por otro lado, será el conjunto de prácticas e instituciones a través de las cuales se crea un determinado orden, organizando la coexistencia humana en el contexto de la conflictividad derivada de lo político”¹⁰⁴.

Lo anterior, claramente se refiere a la dimensión de la convivencia que se debe dar para que estos antagonismos puedan tener existencia social, o vincularse como una respuesta social, es decir, por definición la democracia. Pero también, y en otro sentido, se trata sobre la distinción entre lo político y la política que será, también la relación entre subjetividad como diferencia, y la de necesidad de igualdad como cohesión social. Por un lado está el ser político, que corresponde a la relación de un sujeto con otros, y que siguiendo a Hannah Arendt, lo político sería aquello que está entre los hombres. Efectivamente, las nociones iniciales de lo político y de la política se complejizan, como señala Rancière para el caso del sujeto político: “el lugar del

¹⁰² O como tesis básica de Zizek, en relación a que la categoría de sujeto no se reduce a sus posposiciones, lo que sería la subjetivación, ya que este sería el sujeto de una falta, por ejemplo en la noción clásica del marxismo de “falsa conciencia”, pero que sería un agente externo, si no que parte de su propio reconocimiento. En Zizek, Slavoj: El sublime objeto de la ideología. 2003, Siglo XXI Editores Argentina S.A. Buenos Aires. Página 55.

¹⁰³ Zizek, Slavoj: El sublime objeto de la ideología. 2003, Siglo XXI Editores Argentina S.A. Buenos Aires. Página 235.

¹⁰⁴ Mouffe, Chantal: En torno a lo político. 2007, Fondo de Cultura Económica, B.Aires Argentina. P17.

sujeto político es un intervalo o una falla; un estar-junto como un estar-entre: entre los hombres, las identidades o las culturas”¹⁰⁵.

Pero, creemos que las identidades son respuestas colectivas ante las predefiniciones que el poder impone. Por otro lado, también se hace necesario el reconocimiento de los Otros en la formulación de esta identidad; lo que implica pensar que las identidades colectivas disputan lo público a partir de las relaciones de hegemonía que se puedan dan. Así el orden político, será un orden orgánico, sólo como ordenamiento hegemónico de las diferencias; es decir, como lo político. Ahora bien, bajo esta noción, la idea de enemigos y amigos que plantea Carl Schmitt, se ha hecho de un relato legitimado para un sector de la sociedad, pero que en términos generales sigue dependiendo del inevitable antagonismo para definirse; sin embargo, al parecer corresponderá más a un proyecto hegemónico, que busca imponerse. Esto porque, en el antagonismo se evidencia como conflicto. Si se le antepone la noción de igualdad, esta que no existe e lo práctico, ya que sería parte de lo político, hará del conflicto, la medida política del reclamo ante la desigualdad.

En consecuencia, podríamos señalar que se nos configura una idea de la política en términos de institucionalidad, y que se mostraría en la subjetivación de ciudadano como depositario y para quién se producen las leyes. Es decir, la Constitución, en primera instancia será la articulación de los diferentes intereses, pero concebidos como parte de los derechos subjetivos inscritos en esta, o bien (como subjetividad) como la organización de los iguales como definición legal, pero sus diferencias posibles en lo político, siempre con ejercicio de estas de por medio.

Aclarado el alcance de la política y lo político, el consumo, como realización y control de subjetividad que ancla en el mercado las relaciones sociales. Establece esta categoría, sin duda es complejo, en el actual escenario. En términos comunicacionales, la literatura elaborada se reduce a una especificación que es determinada por el tipo de medio, como la audiencia en TV, los lectores en los medios escritos y los radioescucha en las radioemisoras. En este sentido, diversos estudios,

¹⁰⁵ Rancière. Jacques: “ Política, policía, democracia. LOM 2006. Santiago de Chile.P24.

como indicamos, se han encargado de especificar al sujeto depositario del contenido de un medio.

Creemos, que un caso paradigmático bajo la línea trazada lo constituye el trabajo realizado por el investigador chileno Valerio Fuenzalida. Quién realiza un trabajo de despeje y definición de la categoría de audiencia en relación con el consumo de los contenidos del canal “estatal” TVN, donde insiste en la experiencia que este autor guarda en términos de conocimiento sobre el fenómeno. Ya que, sin cuestionar la existencia misma de la audiencia, como una relación política como ya vimos, Fuenzalida, establece la caracterización cultural del consumo sobre la audiencia, bajo la triangulación de estas, sus demandas y la empresa emisora en términos sociales. Esto, se enmarcan dentro del establecimiento jurídico para cada uno, como ya hemos reseñado, de la relación entre estos con la TV en general, y con la programación. Esta relación, la establece el autor mediante la siguiente caracterización sumaria, según su relevancia:

- La audiencia privada en el hogar es considerada como un actor activo ante la pantalla.
- El actor social, definido por su demanda ante un “deber ser” que deberían cumplir tanto las empresas televisivas como la audiencia.
- El actor empresarial que maneja la estación televisiva.

Así, las leyes que rigen a cada punto, inyecta más tensión al esquema.

- Ley de la gratificación en el actor-audiencia en el consumo privado del hogar.
- Ley del “deber ser”, que diversos actores sociales quieren asignar tanto a la audiencia como al emisor de TV abierta, más cuando se trata de una estación pública.
- Ley de la sustentación para el actor emisor-administrador de la empresa televisiva.

La relación, que implica la tensión introducida por Fuenzalida, se refiere a tres aspectos gravitantes, ya planteados como triangulación: La ley de la gratificación, el deber ser como reclamo y la ley de sustentación de la empresa televisiva.

En este sentido, debemos pormenorizar el tratamiento de entrada a este asunto realizado por Fuenzalida. Por tal motivo, hemos realizado un breve resumen para ilustrar este campo que aparece como definitivo para el caso de la TV y la audiencia. Fuenzalida, en consecuencia, consigna que ha existido un marco dado por diferentes fuentes teóricas para, en cierta manera invisibilizar la actividad e las audiencias. Este señalamiento, que se expone como advertencia, lo realiza el autor para evitar el supuesto de una aparición autónoma sobre la recepción televisivas. Lo que sigue corresponde al rastreo realizado por el autor, que pasa revista a una serie de problemática, afirmaciones y enfoques , en función de rentabilidad sus supuestos¹⁰⁶.

La Comunicación fallida:

Un problema de tensión en el campo de la comunicación, es planteada por Fuenzalida, en trata de una relación lineal con base en el paradigma sobre la comunicación masiva de la Fuente-Emisor-estímulo-televidente-efecto. Que encierra una clara raíz común con la comunicación establecida por la física de los teléfonos y que por extensión se ha aplicado a las nociones de comunicación escrita.

Este paradigma lineal, ha instalado ciertos ejes, que bajo la óptica de la problematización, supusieron que el televidente está vacío o pasivo tanto psicológica como culturalmente. Esta pasividad, se ha visto sostenido por relatos más grandes, como el conductismo americano y por la epistemología marxista. Con Althusser, se metaforiza con la idea de “aparatos ideológicos del Estado”, como un alcance relacional con las máquinas, que actúan **sobre los receptores como objetos manipulables. Lo que implica que el emisor, contaría con las capacidades dadas en el interior del mensaje para establecer efectos ante los pasivos receptores.**

¹⁰⁶ Fuenzalida, Valerio: Televisión abierta y audiencia en América Latina. Grupo Editorial Norma. Buenos Aires Argentina. Páginas 23 y siguientes.

El desplazamiento de esta comunicación fallida, como le caracteriza Fuenzalida, se evidenció en la medida que los medios se multiplicaban, como así también las ofertas de estos. Dejando testimonio, de la zona donde los gustos y preferencias eran desconocidos; y que como reverso, se manifestaba las diferencias dadas por los estratos socio económicos, socioculturales, sexo y edad. Es decir, al introducir las variables estadísticas de estos comportamientos, la idea de manipulación susceptible de ejercer sobre los receptores, se fue desacreditando.

Cabría señalar, que para uno u otro factor, la del desconocimiento de la audiencia bajo la presencia de los efectos, como la del reconocimiento otorgado por las estratificaciones estadísticas del receptor. Ambas constituyen, desde esta perspectiva, una salida política medida por el dualismo de reconocimiento y desconocimiento, que en este caso operan en virtud de un posible efecto devenido por los medios de comunicación. Sin duda, que para el caos de la TV, esto se traduce en una tensión en términos de teoría comunicacional.

Lingüística y epistemología:

Un movimiento determinante para superar la linealidad comunicativa, se da en 1953 con los experimentos en recepción lingüística, desarrollados por la psicóloga especializada en lenguaje Tatiana Slama-Cazacu, quien en 1970 establece que: “la comprensión es, en definitiva, una interpretación a la que corresponde, en el otro extremo de la palanca, la organización de la expresión” (Slama-Cazacu, 1973, p.313). Esta manifestación se aplica al desplazamiento de la conceptualización lingüística de “LANGUE” hacia la de “PAROLE”, que implica un significado estructural bajo un sentido contextual y construido por el receptor. Sentido que involucra, siempre, interpretación por parte del receptor.

Por otro lado, el polaco Adam Schaff, sostenía, superando el realismo ortodoxo marxista que entendía al conocimiento como un reflejo, señalando que “el conocimiento no es pasivo, no es un reflejo en un espejo, sino la forma activa de la percepción por el hombre de la realidad objetivamente existente” (Schaff, 1967, p

235). estableciendo una realidad externa a u nosotros, pero también como una actividad constructivista de esa realidad¹⁰⁷. La opacidad sobre la audiencia, sería depositaria de una idea de reflejo pasivo, como epistemología del texto.

Se cita a Robert Holub, quien señala a Gadamer como el reivindicador de la interpretación, en el sentido de que esta manifiesta un carácter histórico. “Existen horizontes históricos situacionales donde se ubica la comprensión y ésta es también aplicación -esto es, actividad- por parte del lector en el presente”¹⁰⁸.

Así, y desde la literatura, otros autores citados por Fuenzalida, establecen en el mismo parámetro indicado, que la estética de la recepción (Jauss), propone a la literatura como un proceso entre la producción y la recepción. Por otro lado, Iser, sostendrá a partir de una trascendentalidad del texto el significado que este tiene para el lector. Pese a este neotrasdentalismo del texto, se hace sugerente para Fuenzalida, ya que se sugiere una dialéctica entre involucramiento y observación del lector. Stanley Fish, otorga valides a la interpretación, en términos de importancia no existiría uno por sobre otro, sino que comunidades de lectores. Desde el posmodernismo de Harold Bloom, dirá que el lector no es un interprete, al contrario será un creador de textos y actuará en oposición a otros creadores-lectores. Valerio consignará, que con la ausencia de lector, el movimiento desarrolló la ausencia del texto.

En consecuencia, Fuenzalida estipula que se da una revalorización de dos bandas, por un lado se revaloriza al receptor, pero por otro lado se rescata la actividad creativa del emisor. El autor ejemplifica desde un alcance epistemológico, dado por Albert Chillón, que manifiesta: “...que toda expresión del emisor -incluso aquella que pretende objetividad referencial o científica- incluye retórica para organizar la expresión. Así, el LOGOS incluye de alguna manera al MYTHOS (Chillón, 2001)”¹⁰⁹.

Neurobiología de la percepción:

¹⁰⁷ Op. Cit. P 24.

¹⁰⁸ Ibidem.

¹⁰⁹ Op. Cit. P. 25.

La idea de pasividad del emisor, dirá Fuenzalida, se ha visto cuestionada mediante la neurobiología de la percepción sensorio-cerebral. La implicancia a supuesto, la revisión del andamiaje conceptual y de análisis de epistemólogos, filósofos, lingüistas y comunicadores, siempre sobre la base de una pasividad del receptor. La explicación biológica de la percepción se describe como sigue:

“Según el neurofisiólogo Marc Jeannerod, en diferentes centros cerebrales que reciben las terminaciones nerviosas procedentes de la retina, es posible reconocer diferentes mapas neuronales (al modo como existen diversos mapas de un país, geográficos, físicos, económicos, o políticos); el espacio visual retinado es reproducido topográficamente de manera ordenada en diferentes zonas cerebrales, pero esta reproducción cerebral ordenada no es homogénea (no es como un mapa que reduce proporcionalmente un país), sino que agranda topográficamente, por ejemplo, la parte central de la retina , la fóvea, lo que permite ver con más detalle y precisión los objetos que son enfocados en el centro de la mirada; de esta forma la carta retinotópica cerebral no reproduce coordenadas reales, sino que estructura la percepción visual según coordenadas funcionales, mejor adaptadas a las necesidades de la acción y sobrevivencia en el medio. En otras zonas del cerebro se encuentran igualmente otras reproducciones topográficas ordenadas del conjunto del cuerpo humano; nuevamente estas cartas somatotópicas no reproducen proporcionalmente el cuerpo humano, sino que ciertos elementos corporales son agrandados enormemente, como el rostro y la mano. El mapa cerebral de Penfield y Rasmussen permite advertir estas reproducciones agrandadas funcionalmente por el cerebro (Blakemore, 1994, p. 86)”

¹¹⁰.

Esta reproducción cerebral no proporcional del mundo sensible se condice con una adaptación filogenética para una mejor observación visual. Lo que permitirá, en cuanto cartas topográficas, la especialización de la percepción y en definitiva de las adaptaciones del caso, para la supervivencia. Lo que implica, que la experiencia perceptual del mundo, responde a una adaptación de las condiciones del cerebro. “La

¹¹⁰ Op. Cit. P. 26.

percepción es así la expresión de una organización activa del mundo sensible, que implica a la vez los mecanismos de decodificación por cartas especializadas y los mecanismos de elaboración de respuestas adaptadas. (Jeannerod)¹¹¹.

Esto explicaría una consecuente adaptación cerebral con el entorno, un proceso histórico, por sobre el simple y mecánico reflejo especular de la realidad.

“...la mayoría de las percepciones que recibimos con los sentidos justamente no llegan a nosotros. ellas son seleccionadas por una activa búsqueda de sentido y significación. Cuando usted entra a una pieza en su vida ordinaria, usted probablemente “ve” sólo muy pocos objetos. Aun la persona más “observadora” posiblemente no podría dar una lista de todas las diferentes formas visibles que está en una pieza, Lo que uno hace es escoger y prestar atención a aquellos rasgos, colores y superficies que indican la presencia de objetos que interesan, de acuerdo al programa que se desarrolla en ese momento (Young, 1987. P.79-80)¹¹².

Es decir, en las percepciones más inocentes y o espontáneas, corresponde a estas una intervención constructivista biológico-cultural. Aquí, se hace pertinente traer a colación, sólo a modo de referencia, la vieja historia de los pregrados en periodismo que Levi-Strauss, o el mundo conductista contaba en relación con las capacidades heredadas culturalmente, pero con la explicación de la neurobiología, cobra otra dimensión. Y que dice relación, con la observación que unas indígenas hacen de una fotografía tomadas a si mismas, donde ellas no podían reconocerse.

Efectivamente, la capacidad fisiológica de la visión humana sólo percibe una longitud de ondas limitadas en el rojo violeta (750nm a 400nm), lo que pone en entre dicho la noción misma de realidad a partir de la percepción, ya que esta estaría comprimida al espectro visible por los humanos. Lo que implica una realidad también limitada a nuestra capacidad.

¹¹¹ Ibid.

¹¹² Op. Cit. P.28.

Psicología de la percepción visual (Gestaltpsychologie):

Por otro lado, con el desarrollo de la cinematografía, los estudios sobre la percepción se alimentaron de la actividad de la percepción de la visión. Esto es, sobre cómo construir sentido y la organización de la figura sobre un fondo. Lo que implica una construcción psicológica, por ejemplo con los colores, la mantención de una constancia cromática relativa, en vez de sólo registrar cambios de luz sobre objetos. Para los humanos este conjunto cromático, constituiría una caos de sobre estimulación.

En otro sentido, también sobre el diseño psicológico estructurador de la percepción, está el tamaño de los objetos. “El tamaño de los objetos decrece matemáticamente en razón de la raíz cuadrada de su distancia”, este decrecimiento es posible registrar por la fotografía, el cine y la TV. En el caso humano esta estructuración matemática se realiza, mediante una “estructuración psicológica de proximidad con objetos y personas para mantener la constancia en el tamaño de la forma”¹¹³.

La estructuración visual sería de orden psicológico, y desde la Gestaltpsychologie, se entiende que la percepción visual humana corresponde a “un proceso activo psicológico-cultural de búsqueda organizadora de información -ya desde el nivel instintivo”¹¹⁴. Desde nuestra opinión, es la memoria como la fuente de tal psicología.

La inclusión del receptor:

Respecto de este tópico, Fuenzalida establece tres, recorridos teóricos para el concepto de receptor. El aporte teórico en este sentido, lo realiza el inglés Stuart Hall, especialista en Estudios Culturales, con el artículo: “Encoding/decoding in television discourse”, de 1973. Donde propone explícitamente una ruptura con la linealidad del entendimiento comunicacional, catalogado como “determinismo lineal-causal del emisor y del texto”¹¹⁵. Lo anterior explicaría que, los procesos de codificar y decodificar

¹¹³ Op. Cit. P. 32.

¹¹⁴ Op. Cit. P. 33.

¹¹⁵ Op. Cit. P. 33.

frente a la TV, no son simétricos, ya que tanto emisores, como receptores comparten estos códigos culturales, pero que no son necesariamente simétricos, pese a ser compartidos. Hall, utilizando el concepto gramsciano de “hegemonía”, y propone tres tipos de lectura ideológica:

- Dominante, el receptor acepta el texto codificado por el emisor.
- Negociación, entre el emisor y el receptor respecto del texto presentado por el primero.
- Oposicional, con una lectura de parte del receptor sobre la base de sus propios y diferentes códigos, respecto de los del emisor.

Sobre esta ruptura establecida por Hall, David Morley, inicia unos estudios en relación a comprobar el conocimiento de las interpretaciones de las audiencias ante los programas de TV, siendo la familia la unidad básica de consumo televisivo. Desde aquí, según Fuenzalida se inicia la corriente teórica llamada estudios culturales británicos.

Pero por otro lado, sobre el receptor la semiótica y en especial la semiótica italiana establece “el pacto de lectura”, refiriéndose a un conjunto de expectativas activas, que se relaciona en la audiencia y que los programas de TV deben cumplir, lo que permite la comparación desde el receptor respecto de uno y otros programas. Y permitirá a Fuenzalida, establecer que para los años 80, será el momento donde la teoría de las comunicaciones integra las visiones culturales ya señaladas. La concepción teórica se establece, así con la presencia del receptor.

“La información no tiene un significado objetivo, único, más allá de la situación y el universo simbólico de fuentes y receptores, sino que adquiere un significado particular, para unos y otros, dependiendo de su particular situación. La comunicación ocurre cuando la información de una fuente es seleccionada porque el receptor percibe la relevancia de cierta información para una situación temporal y espacialmente estructurada, y la integra a su proceso de construcción de sentido”¹¹⁶.

¹¹⁶ OP. Cit. P.34.

A modo de autocrítica, y desde los análisis teóricos, desplegados por el matrimonio francés de los Mattelart, la ausencia del receptor, se debería a una impronta iluminista de corte minoritario e ilustrado, con una omnipresencia de los medios, con el concepto de “masa”, establecido por la Escuela de Frankfurt y del marxismo que se corresponde a con la teoría de la manipulación. Ya que según señala Mattelart, los usos de los medios no se coligen con el análisis que se puede hacer de las estructuras de los medios de comunicación, y que incluso si esta es la situación, tampoco se garantiza el efecto buscado. El principio de “discontinuidad” se opone al principio de determinismo con el que se ha operado tradicionalmente.

Cambios teóricos:

Como corolario, de todos estos procesos bajo la relación de evolución conceptual del receptor en la comunicación, se establece que éste es activo y dinámico ante lo presentado por el emisor. Esta situación es más evidente en relación con la TV. Lo que plantea que el sujeto es especialmente interactivo y constructivista con una variabilidad dada por el diversos niveles culturales que tenga. La importancia de este cambio teórico, se establece por la “búsqueda activa de información por parte del aparato sensorio-cerebral humano; incluso el constructivismo aparece en semiótica en la búsqueda de los procesos de decodificación interpretativa en recepción”¹¹⁷.

¹¹⁷ Op. Cit. P.36.

Los cambios en el plano teórico se evidencian, según Fuenzalida en:

- a. El modelo más que lineal-causal, es relacional.
- b. Aparece el concepto de “resignificación” o de resemantización por parte del receptor sobre un texto objetivado.
- c. La resignificación se presenta como el resultado del interaccionismo entre el texto y la situación sociocultural del receptor.
- d. En consecuencia, un interaccionismo resignificador del receptor que produce el sentido situacional ante la propuesta de significación del emisor, objetivando el significado semiótico del texto objetivado.
- e. Desde una relación más general, Fuenzalida plantea una suerte de relación receptor canal, que se liga bajo la forma de aceptación con la marca del canal, es decir, con la imagen corporativa; y que se plantea importante para la aceptación de un programa con el canal que lo transmite.

Uno de los cambios, quizás el más significativo que introduce Fuenzalida, se refiere al de “influencia”, y que lo plantea como una superación del concepto de “efecto” muy en boga hasta los 90. Ya que el concepto de efecto guardaría una relación con la noción física de medios mecánicos, como las máquinas, que muestra el origen de una determinada lectura, señalada aquí como lineal. Esto porque, el factor histórico queda fuera, ante la metáfora mecánica. Por otro lado, el concepto de influencia parece más apropiada ya que no siendo tan metafórico y más flexible, ante una razón puramente causal y de determinismo comunicacional, como sería el “efecto”.

Sin embargo, se hace la salvedad citando a Mattelart, sobre la metáfora biológica “que produce el máximo determinismo del emisor”; esto es debido a una producción simbiótica, es decir, corporal y psicológicamente a la audiencia.

Comprensión y constructivismo:

Fuenzalida, para referirse al concepto de audiencia corresponde toda relación con la TV. Debido a que implica necesariamente una medida sobre el tiempo determinado de consumo¹¹⁸, y de exposición ante los contenidos de este medio. Sin embargo, de manera más general, el autor argumenta que:

¹¹⁸ Sólo para problematizar, preferimos el coloquio: “ver televisión”.

“...se entenderá el concepto de audiencias como personas reales, los sujetos televidentes o receptores que entablan relaciones activas con textos o mensajes de comunicación; desde el comienzo hablamos de audiencias para subrayar su diversidad. Por recepción entenderemos los procesos de relación de las audiencias con canales y mensajes. Por sintonía entenderemos la cifra cuantitativa de consumo, medida con el indicador de rating”¹¹⁹.

Sin embargo, la noción de audiencia, se nos dibuja algo plana, en los sentidos que incluye o especifica. Es decir, para Fuenzalida se establece, la audiencia real, la que se corresponde con la exposición actual frente a la TV, y punto. Si este proceso no se actualiza, la audiencia queda como potencial, lo que también complica al texto televisivo, el que de no ser actualizado, queda como potencial. Claramente, y a modo de crítica, la audiencia aparece como una condición natural de la exhibición de los contenidos de televisión. Desde nuestra opinión, esta condición nos parece problemática desde un punto de vista político; ya que sólo es posible, si se lee bien a Fuenzalida, establecer a la audiencia en la medida que una persona este frente a un televisor, y éste debe estar encendido y sintonizado en un canal (estación) determinado. Incluso, dada la condición de consumo que se caracteriza de manera soterrada en la configuración de audiencia, esbozada por el especialista, implica

Para el caso del programador televisivo, además de lo indicado, en el sentido de los estados en los que se encuentre la audiencia, “constituye un cálculo previo de expectativas, que en algunos casos se puede predecir cuantificando su intención de visionado, y se puede adaptar un texto en producción para intentar satisfacer mejor, seducir a la audiencia potencial e incrementar su audiencia actual”P, 39. Sin embargo, dadas las características técnicas de la producción de textos televisivos, estos se pueden grabar, editar y mostrar cuantas veces sea posible, dejando al texto en una condición de potencial; por otro lado, para la audiencia, la actualidad del programa se manifiesta en el momento de ver dicho programa. Dicha distancia, se manifiesta en

¹¹⁹ Op. Cit. P. 38.

función de la relación de emisor y receptor, lo que le entrega al texto la posibilidad de permanente proceso, de reelaboración ante los cambios de la audiencia.

Comprender a la audiencia desde el punto de vista de la TV, para Fuenzalida, implica una demanda constante para la televisión, en función de sus gustos, apropiaciones, etc. La búsqueda de variables en la intención o práctica de televidente, pasa a ser constituyente de la TV. Estos cambios, permiten establecer las características de sintonía televisiva. Lo que implicó, no sólo contar con las características de audiencia y de las audiencias cuantificadas por métodos electrónicos de consumo, o por alcances de orden teórico.

Las investigaciones en este sentido implican la demanda de metodologías de un corte más hermenéuticos; pero que implican la tensión sobre la información obtenida cuantitativamente y cualitativamente. Para Fuenzalida, el problema, de la escenificación del sujeto como audiencia, incluyendo nuevos marcos teóricos y metodológicos, supondría una cierta estabilidad del campo en cuestión. Cuestión que nos parece crítica, desde el punto de vista del agotamiento del modelo. En este sentido, hemos caracterizado de paradigmático el marco establecido por Fuenzalida, básicamente por lo desplegado por Angelcos, que al darnos unas guías sobre la objetivación del sujeto en el plano de la política y mediante lo político. En el sentido que, en Fuenzalida, este factor se ve determinado por el medio, en ausencia de una determinación por parte de la política. Dicho de otra forma, las problemáticas que el sujeto implica para la política (en su atomización como individual, y de su despolitización galopante, expuesto hasta aquí), no se registran en el recorrido del investigador; al contrario, pareciera ser que la determinación de la audiencia, esta explicada únicamente, por su realización frente a un televisor. Cabe preguntarse; ¿Si se apaga el televisor, desaparece la audiencia?, de ser así, ¿en qué se transforma?

Intentando responder, a una localización de sujeto, a sus definiciones y al poder que le determina, creemos coherente mantener la observación que nos plantea Angelcos. Para este efecto, el autor nos lleva a hacia las escenificaciones que se han planteado

sobre el sujeto bajo, ahora sí, el registro de este bajo la presencia del mercado, a esta dinámica, se antepone de modo dialéctico la democratización y democracia.

El arranque sobre la reflexión democrática nos dirá Angelcos, comienza en 1991, con Manuel Antonio Garretón, que desde FLACSO, establece unas distinciones y consideraciones respecto de la crisis democrática en el Chile de la época. Lo que efectivamente, ha supuesto no sólo una interpretación del pasado, en el caso de nuestra tesis; si no que sobre todo, de un posible futuro. Así, Garretón se refiere a un problema inherente a la nueva democracia, que arrastra desde su formulación en dictadura, con problemas no resueltos, como por ejemplo la representación (es importante, destacar que para este efecto, lo que se supone un problema, fue, a la luz de los años ya transcurrido, una política claramente diseñada, o un problema nunca asimilado como tal). En su sentido más teórico, Garretón indica que para el caso de la democracia, esta en la medida que podía incorporar las necesidades de la ciudadanía, podía generar la integración; sin embargo, el sistema se mostró incapaz de integrar estas demandas y a los sujetos sociales de tras de ellas, sin evidenciar de paso las falencias que el mismo sistema arraigaba en su interior. Esto es una, en cierta manera, una crítica al régimen ante su incapacidad manifiesta de absorber demandas, ya que al parecer se trata de una imposibilidad constituyente, o dada por definición desde la política.

Angelcos, señala un hito histórico, en términos de referencialidad para el análisis de la política. Ya que por otro lado, una nueva institucionalidad dada al rol de las Fuerzas Armadas, esta vez desde Estados Unidos, establecerá una redefinición que se manifestó en el carácter de defensor de la seguridad y unidad nacional, terminando con la imparcialidad relativa que antes pudieron haber tenido. Y por lo tanto, adquieren un carácter beligerante en la política de los países, particularmente en América latina. Posibilitando los quiebres institucionales, la consecuente represión y borrado de personas de oposición, y la generación de una normatividad política vigilada constitucionalmente.

Según Garretón, la clave en términos sociales sobre la articulación de la política, en particular de la democracia, se realizaba en un sistema político organizado por partidos políticos, mediante los cuales se presionaba al Estado; es decir, las demandas sociales eran canalizadas bajo esta organización de partidos (Garretón, 1991). La polarización política de los tres tercios, se trasladaba al conjunto de la sociedad, ante la inexistencia de otra forma de representación. La lógica excluyente era de orden ideológico, siendo esta además la constitución de los sujetos, en términos de su cultura política, unos a otros se excluyen.

Angelcos, al respecto convoca nuevamente a Norbert Lechner (1983), para destacar un rasgo de la constitución del sujeto, con base en la negación de los otros. Esto es, la impronta ideológica del sistema político, que no sólo en lo que denomina el período del Estado de compromiso, y la Dictadura militar, ya que se extiende más allá de estos cortes históricos. Que en consecuencia, modulará una negación articulada sobre la base de la guerra con otros medios.

En Dictadura, nos aclara Angelcos con palabras de Lechner, se aplica la lógica de la política como disciplinamiento organizacional. Lo que redundó, en una “sociedad diferenciada funcionalmente, y por ende sin conflictos”¹²⁰; esto, producto del control dado por el orden jerárquico sobre el que se plantea la política. De lo que se desprende, una negación en de plano político al interior del régimen, o a un desentendimiento entre el Estado y sociedad civil. La política y su subjetivación se niega con el reemplazo administrativo de la adhesión al régimen. Ya que las medicaciones entre Estado y sociedad al desaparecer, plantea un régimen político altamente despolitizado.

Para Angelcos, un matiz importante lo constituye, el hecho que en la democracia predictadura, los conflictos sociales poseerán cierta valoración, y que estos realizarán la búsqueda de espacios institucionales para resolverlos. Efectivamente, en Dictadura, estos son negados bajo la lógica del disciplinamiento organizacional.

¹²⁰ Angelcos Gutiérrez, Nicolás Salvador Gregorio: Subjetividad y política. sobre el rendimiento sociológicos de los procesos de subjetivación. Memoria para optar al título de sociólogo. Santiago, Chile, Universidad de Chile, Facultad de Ciencias Sociales, Departamento de Sociología, 2008. Página 142.

Una de las consecuencias de esta lógica, señalada por Lechner, será que el Estado pasa a situarse como actor, por sobre las clases sociales, ignorando que estas se estructuraban, en el fondo del asunto, en cuanto Estado. Así el Estado, se entendió como lo político con el Estado-nación, lo que llevo, por ejemplo a estudiar en la sociología, de manera distanciada a los movimientos sociales y el Estado, manteniendo cierta distancia. La paradoja está en el aparato estatal: “La democracia (en consecuencia) en el contexto de la hegemonía estatal, sólo es vista como una actividad legitimante de éste, en tanto compensador de las consecuencias perversas del desarrollo capitalista; del mismo modo, la participación social se reduciría a la distribución de la riqueza, concibiendo la política misma como algo ex post: se produce riqueza y aparecen los actores luchando en torno a su reparación”¹²¹.

Con Garretón, se ilustrará una combinación sociológica, que combina en la matriz situacional y accional, la categoría de “sujetos- actores sociales”. Angelcos, reconoce el rendimiento de esta matriz señalando que se dota a la democracia de contenido, formal y sustantivo. En este sentido, para el autor, cobra importancia y necesidad el análisis sobre la política y lo político, que siempre desde la sociología estuvo en el domicilio teórico que jalona la teoría de la dependencia.

Entonces, sobre el argumento de la conceptualización de la hegemonía y la importancia de comprender los sistemas de dominación nacionales e internacionales. Dirá que: “La importancia adherida al Estado como complemento de articulación de lo social, espacio de integración y solidaridad en nuestros términos, es la misma que ha condicionado la existencia de los movimientos sociales, políticos y culturales en Chile, y que ha definido en gran medida la existencia de sujetos hasta hoy...como planteamos al principio, en América Latina y Chile, en particular, el orden social, es decir, la forma en que los conflictos son organizados, se ha definido de manera directa con la forma que ha adoptado el Estado”¹²².

¹²¹ Op. Cit. P.148.

¹²² Op. Cit. P149.

Si matizamos lo anterior, con las afirmaciones particularmente mediales que realiza Fuenzalida sobre la audiencia de la TV, el modelo televisivo pierde esa cierta inocencia, o neutralidad esbozada por el investigador. Por otro lado, la disciplina sociológica, dirá Angelcos, presentó la inquietud sobre el democracia como régimen político que articula sujetos completamente desmovilizados. Reiteramos, entonces lo dicho sobre el sujeto, en sentido de su caracterización sólo posible en la medida de un consumo particular, determinativo y sin conexión dinámica con el resto de las esferas de la sociedad. Lo que nos parece a ahora más problemático, ya que evidencia cierta cosificación, que se condice con el ejercicio que el Estado implementó respecto del sujeto, volveremos más abajo sobre esta impresión.

En consecuencia ¿Cuál es la concepción de sujeto de hoy? La sociología que nos plantea Angelcos, no es tan distinta de los trazos que hemos propuesto como entrada y conjunto de la relación política de los medios de comunicación, y de estos como conglomerado, en cuanto a su definición por la política para el ejercicio de lo político. Como hemos insistido, la característica primordial del modelo, será la hegemonía. Hegemonía como la parte de toda subjetivación política, como lo político.

Para responder a esta pregunta, sobre el actual estatuto del sujeto, el autor se refiere a dos matrices sociológicas. Una, emanada de la sociología de Manuel Antonio Garretón, que plantea la subjetivación definida por un proyecto de sujeto, en cuanto que “sujeto actoral”, con capacidad de abarcar un proyecto y de imponerlo en la sociedad. Y que como imaginario político, permite su reconocimiento histórico de este en la materialización en diferentes actores, grupos o individuos (si se quiere, una apelación colectiva de última instancia a la cual apelar).

Otra, sobre la definición discursiva del sujeto, desde la perspectiva de las categorías sociales, que implica impulsar un determinado proyecto colectivo. Lo que Alain Touraine llamará, como el sistema de acción histórica, y que será la presión cualitativa de los acontecimientos (prácticos, discursivos), por ende históricos, sobre las relaciones sociales. Planteando una articulación en el análisis de relaciones de producción, en lo económico, del poder como políticas, y de la cultural, como una autoimagen de la sociedad. Efectivamente, desde la discursividad, estas dimensiones implican, que no será posible pensar más en el obrero o el sujeto popular como

centralidad política. No desaparecen por completo, pero si sometida a una desintegración en el ámbito político que abarcaba una identidad política, como como pueden ser estas.

Lo anterior, manifestará Angelcos, comporta unas nociones en el sentido de cambio social que no entrega toda la nitidez necesaria sobre sujeto. Ya que este cambio, en el sentido del traspaso de la Dictadura militar a la Democracia, hasta donde entendemos no ocurrió. Se mantendrá una cultura, que bajo indicación de Lechner, implica con todo una presión social sobre el Estado. El autor apuntará sobre el sentido colectivo que tienen la noción de Estado - regulador de la vida social, y que se expresaría sobre el Estado, como fue el período denominado de “Transición a la democracia” acuñado por los gobiernos de la Concertación en los 90.

En lo central para nuestra actualidad, se refiere a las reformas del Estado y la política, impulsadas por la Dictadura. Esto es, se ha redundado en las relaciones sobre prácticas cada vez más independientes entre los actores y el Estado. Cristalizándose, la definición del orden social como principio regulador de lo político. En Chile, y esto es lo central en el transcurso teórico de nuestra tesis, se manifiesta bajo el signo neoliberal. Como ya indicamos, el mercado como principio regulador de de los procesos sociales, pasando las políticas sociales en consecuencia, a ser tareas de mercado. Sociológicamente dicho, la racionalidad mercantil, según Lechner, hizo de la política un asunto privado, donde la visibilidad de los sujetos sólo será posible en el mercado y como consumidores; con ajuste a necesidades.

Correlativamente y a modo de consecuencia, el Estado hará manifiesta la imposibilidad de representar públicamente los conflictos, o las subjetividades colectivas; esta manifestación será, como dijimos, la hegemonía. La que permite anclar a la sociedad en el mercado. Este escenario de la política, en su contexto social y político, se ha hecho más difícil al momento de referirse a la manifestación de sujetos. Ya que la raíz constitutiva, por la política, aparece desactivada por la mediación de no representatividad que antepone el Estado con la hegemonía, mediante lo político.

La tensión para el autor, al igual que para Rancière, está entre el yo y el nosotros; donde, el carácter de convivencia se conecta con una colectividad política bajo la presión del mercado. Lo que en cierta medida permite avizorar la presencia de la individualidad. Sin embargo, se requiere, de la articulación definitiva del nosotros para la existencia del yo. En consecuencia, para el autor, el problema para entender las subjetividades, en lo actual, será bajo el contrapeso de la subjetividad contra el orden social.

El correlato, como corresponde a la sociedad actual, es el consumo. En este sentido, el tránsito característico, ha sido de una “sociedad de acción colectiva, como paradigma de acción social, hacia una de estrategia individual de participación social”. La dualidad sujeto ciudadano y sujeto consumidor, en su registro conflictivo, será parte de la política, en el entendido de lo político, el poder que se ejerce sobre el individuo. Esto es, de unas expectativas que en el ámbito público, en primer caso, y de privatización de relaciones para el segundo. Los datos, provienen del informe del PNUD ¹²³de 1998, donde se destaca, por sobre el éxitos económicos, un profundo malestar social. Al parecer, la constante instrumentalización de la subjetividad muestra ciertos límites. El concepto clave aquí, será la individualización, como dijimos, lo que tendía como primer carácter la idea de libre y autónomo constitutivo del individuo.

Al respecto dos definiciones de individualización necesaria. La primera, constituye una propuesta desplegada por el mismo PNUD del año 2000, “La individualización consiste en el proceso mediante el cual el individuo conquista su autonomía. Se trata antes que nada, de una ‘liberación’ de las tutelas impuestas por las tradiciones y costumbres que inhiben a la persona a ser ‘ella misma’. Y el descubrimiento del ‘sí mismo’ como individuo plantea la inquietud por el lazo con el otro. La construcción de la autoidentidad del yo sólo se logra en relación con el ‘otro’”¹²⁴. Mientras que para Lechner, la individualización: “hace parte de un proceso de emancipación que permite

¹²³ Disponibles en <http://www.pnud.cl> y visitado constantemente desde julio del presente año.

¹²⁴ Angelcos Gutiérrez, Nicolás Salvador Gregorio: Subjetividad y política. sobre el rendimiento sociológicos de los procesos de subjetivación. Memoria para optar al título de sociólogo. Santiago, Chile, Universidad de Chile, Facultad de Ciencias Sociales, Departamento de Sociología, 2008. página 156.

al individuo ampliar su horizonte de experiencias, incrementar sus capacidades de participar en la vida social y desarrollar sus opciones de auto-realización”¹²⁵.

En ambos casos, se plantea que la individualización deviene privatización. Privatización que se explica por la ausencia de sociedad, en definitiva de política. Debilitando entre otras relaciones, la idea de imaginario social. Para el año 2002, el mismo PNUD, registra en su informe la carencia cultural entre los diferentes imaginarios y las experiencias de la sociedad, debilitando así la relación del “nosotros”, que ya se ha planteado. Sin embargo, seguimos en el plano del conflicto que genera el déficit de representación de parte del Estado; aquí su efecto se observará en lo político.

Otra arista de la crisis del sujeto, será apuntada por Touraine, al señalar el problema entre vínculo individual y el social dado el desconocimiento, o borrado, de las viejas formas de identidades. Este factor relevante será la Globalización, que en cuanto cultura, conlleva un problema político. A modo de aviso, la Globalización manifestaría cuatro peligros en términos culturales, según Touraine:

- 1) En la medida que fija las pautas nacionales de consumo, socava las barreras nacionales de la producción de identidad mediante esta fuente.
- 2) Al imponer la cultura hegemónica, los procesos de Globalización, generan una importante dominación cultural por sobre la identidad nacional.
- 3) Al constituirse el mercado como forma privilegiada del intercambio internacional, la cultura tiende a devenir mercancía, restándole su potencia en la formación de identidades.
- 4) La mundialización de la cultura occidental produce una exclusión creciente de las identidades etno-nacionales.

Adicionalmente, las identidades de clase, estas desde la lógica de la producción y de la apropiación, pasan a ser cuestionadas ante la constante desfragmentación social y de sus diferentes esferas. Además, de una clara incapacidad para referirse alternativamente a la propiedad privada, lo que constituye claramente una crítica urgente. Con todo, un orden social compartido por todos será la condición necesaria de la individualización. Ya que la libertad en cuanto explicación, de la individualidad en este caso, sólo es posible mediante el contacto con el otro.

¹²⁵ Op. Cit. P. 156, nota al pie de página.

Para finalizar, qué significa esta argumentación en el plano del desarrollo de nuestra tesis; sólo una justificación de conjunto de un no menor indicador político. Más allá, de su relevancia para el ámbito de la sociología, para nadie es desconocida la significación que reciben estos informes a nivel estatal y de otros actores sociales. En cierta manera, y entre otros, constituyeron un claro planteo, o diagrama sobre la subjetividad en América Latina y el Caribe, siendo utilizados como criterios en parte, o como justificación de políticas públicas con amplios alcances sociales. Además, de la construcción de relatos lo político que el Estado iba planteando según sea la política social que priorice. En lo político, se trata de la relación gobierno y ciudadanos (quintiles, agencias como FOSIS, CORFO, etc.), digamos que se trata de un aporte a la sistematización de la política en políticas públicas. O como se ha dicho críticamente, al señalar que se ha configurado un progresivo clientilismo político dadas las características del Estado, para esta fecha.

Desde la clave sociológica para Angelcos, será la implementación “de los sujetos en tanto que actores de orden social”¹²⁶ lo gravitante en lo político. La experiencia democrática, será la instancia de integración material y simbólica al orden social compartido, sin alternativas y sin otros métodos que propone el régimen democrático chileno. A estas alturas, puede entenderse como un régimen de regularidad política, la de los “consensos”. Dicho de otro modo, la política sin representación, y el efecto del sistema binominal de elecciones.

Efectivamente, habrá que aceptar el problema de las instituciones, en su forma de aplicaciones con arreglo a fines, establecida por la política y sobre los actores en lo político. Fines ordenados jerárquicamente, que reflejan la manera de dar subjetividad a la política, y sólo en el ámbito de lo político ejerce su hegemonía. Generando, desde el punto de vista de la población ausente en lo político. Excluyentemente, a través del procedimiento institucional de rigor. Con un relato que subyace en la inquietante relación del mercado también como poder, que actúa como telón de fondo de lo que

¹²⁶ Op. Cit. P. 64

hemos asumido como lo político, la subjetivación que realizan los medios de comunicación masiva en su conjunto.

Una mirada adicional, para hacer foco sobre el sujeto, nos la entrega el profesor Juan Pablo Arancibia, en torno a la subjetivación y la producción del cuerpo mediatizado. Sobre esto último, pese a tratarse de una lectura que se justifica sobre la televisión como objeto de estudio, se hace no menos llamativo, que las diferentes estructuras narrativas que se realizan en los diferentes medios de comunicación, logran coherencia narrativa en la justificación que encuentran en otros medios de diferentes canales de comunicación, o que devienen en un entendimiento social sobre estas narrativas apoyadas por el conjunto de los medios de comunicación social. Esto es por ejemplo, que la crónica policial exhibida en televisión, encuentra sus primeros trazos formativos como narrativa, pasando, de la prensa escrita a la Televisión, y de ahí a un género transversal de los medios.

En consecuencia, para esta relación, de cuerpo mediatizado, Arancibia, indicará que: “En nuestra lectura diríamos que bajo el régimen mediático no se suprime el cuerpo, sino que se produce un cuerpo, un cuerpo que habita al interior de las cuadrículas de visibilidad del imperio mediático. (Lo que para el caso de la televisión)...nos narra y el narrador nos constituye. De tal modo que la videosfera y la mediatización no serían el régimen de la supresión del mundo, sino que sería la escritura y producción del mundo como régimen circuital de visibilidad y velocidades tejidas como un campo general de subjetividades. Dicho de otro modo, la televisión no descorporeiza sino que produce cuerpos, impone la densidad y el espesor de sus objetivaciones”¹²⁷.

Conectando la anterior cita, con el marco desarrollado por Angelcos, y el despliegue del mercado en la forma de la privatización de las comunicaciones, que nos señala Santa Cruz; la pregunta, sobre el tipo de subjetividad que crean los medios de comunicación social, en razón de sus discursibilidades se nos hace evidente. En el recorrido que hemos detallado más arriba, sobre en la implementación de lo político, y

¹²⁷ Op. Cit. P.111-125.

de la relación con la política de los medios de comunicación social, nos parece relevante destacar la mención sobre las características que el Estado ha tomado para con el sujeto, esencialmente despolitizado, y librado a su libertad de elección. Pero básicamente, desde el punto de vista de lo político el sujeto, el ejercicio del poder que hemos descrito será la constante, y lo privado su representación.

Dicho lo anterior, corresponde realizar unas observaciones a la relación de los medios de comunicación y la política, bajo el rótulo de mediación política.

Una aproximación a la mediación política

Aquí, nuestro primer eje conceptual, se refiere a la relación de la política y medios de comunicación. Para efectos de nuestra descripción, el análisis respectivo es cursado, nuevamente por el profesor chileno Juan Pablo Arancibia¹²⁸, a quien ya hemos citado, pero que nos da unas pistas de orden constitutivo y de entramado, sobre los medios de comunicación en su relación con la política. Si en los párrafos anteriores nos referíamos al itinerario del sujeto, aquí será el lenguaje, la escenificación de la política. Es decir y en palabras de Arancibia: “Este espacio del discurso es entendido como condición posible de la comunidad política. Lo que sostiene el plexo entre el discurso y lo político, es el poder. El poder emerge desde el minuto en que los hombres actúan y hablan. La única precondition de la producción del poder es la coexistencia discursiva entre los hombres”¹²⁹. Hasta aquí, mantenemos la concordancia con lo expuesto en nuestro comienzo sobre el estatuto del sujeto. Sin embargo, valga una aclaración adicional como nos ilustra el autor, en relación de la mediatización política, citamos una especificación al respecto:

“Este proceso de mediatización se refiere a la emergencia de unos lenguajes, unas formas, unos agentes, dispositivos, gramáticas y relatos que ponen en relieve el protagonismo de los medios de comunicación en la configuración del campo discursivo social. Una de las manifestaciones de aquello es la supremacía o captura que la

¹²⁸ Arancibia Juan Pablo: “Comunicación política. Fragmentos para una genealogía de la mediatización en Chile.” Editorial Universidad ARCIS, 2006, Santiago de Chile.

¹²⁹ Op. Cit P.36.

televisión ejercería sobre lo político, o dicho de otro modo en la sociedad contemporánea, la política no puede sino hacerse televisivamente.

Tres son los procesos de transformación histórica que vinculados entre sí, servirían de base para la configuración de la mediatización de lo político:

1. La emergencia de una sociedad de masas, en el marco de lo que nombro como industria cultural, de modo que se desintegran los mecanismos y espacios de la publicidad clásica, al tiempo que emerge una “ciudadanía” atomizada y mediatizada.
2. La expansión e institucionalización de los medios de comunicación social, como agentes organizadores y articuladores de un espacio social simbólico.
3. Los procesos de captación, utilización y cooperación que se establece entre los sistemas políticos y los medios de comunicación, sirviéndose de modo recíproco como instrumentos de operación y despliegue para sus correspondientes estrategias”

La emergencia de una nueva politicidad mediatizada, que muchas veces parece ser reducida sólo a una mera dimensión espectacular –especular de la política. La crítica especialmente desplegada por estas comprensiones consiste en el reclamo por la subsunción de la política a lo mediático, es decir, un reclamo por la subsunción del “contenido” a la mera “forma”¹³⁰.

“La denuncia central, parece acusar la desintegración del espesor de la política, obliterada ahora por el espectáculo de la forma. Esta querrela se asienta en la convicción de que, si bien, la política siempre había tenido algo de espectáculo-oratoria-, lo que verdaderamente constituía al aspecto central de la modalidad enunciativa del discurso político, era el razonamiento, la validez de los argumentos, el espesor de las ideas y la gravedad de las palabras: el imperio del logos.”¹³¹.

En consecuencia, nuestro objeto de estudio corresponde a los medios de comunicación, sobre el particular de los que están organizados en la Radio, Televisión y Prensa Escrita. Reiteremos, que existe un relativo acuerdo en su composición, una masividad, que se rige sobre la base de estatutos jurídico-políticos orgánicos y constitucionales puntuales; por procedimientos determinados de producción, líneas

¹³⁰ Op. Cit. P. 71.

¹³¹ Arancibia. Op. Cit. Páginas: 71-72.

editoriales a modo de vínculo con sus consumidores, un lenguaje o modo de enunciación determinado, estudios empíricos y teóricos, etc. Lo que indica en términos de su gestión, se enfocan sobre la producción de una política comunitaria mediatizable, o de grupos con ideologías determinadas. Lo que suponen, claramente un marco discutible para una definición de la comunicación política. Sin embargo, una aproximación aceptable para el uso que aquí pretendemos dar, lo establece el español Miquel de Moragas Spà¹³², quien indica que para el caso de la de la comunicación política, su configuración demanda distintos niveles de composición.

En la lógica de Arancibia, se trata de sistemas de comunicación como instrumentos, no propagandísticos, sino organizativos de la actividad política y administrativa. Mientras que en otro sentido, se trata de la utilización política de la industria cultural; o sea , del uso y los fines políticos de la cultura de masas¹³³.

Por otro lado, a modo de implicancia, los medios de comunicación y su papel, o rol social, se funcionalizan en orden a mantener una conducta adecuada, o al status quo político y económico. lo que en relación a lo dicho por Angelcos, corresponde a un orden social impuesto. Efectivamente, en el caso chileno se trata de un todo incluido, sin exterioridad posible, pueden darse la omisión o la resistencia, pero su funcionamiento se torna sistémico en el medio, sus contenidos y la forma en que estos se organizan, incluso entre lo expuesto y lo no expuesto ante la opinión pública, la centralidad será el orden. En consecuencia, parece ponderable identificar el proceso concreto con una referencia constante de persuasión política.

Al realizar una mirada, sobre el estado de la relación comunicacional y la política, efectivamente se pueden constatar, el paso de una diversidad analítica con varias posibilidades, hacia un análisis de lo diverso, que toma el conjunto desde sus estructuras relacionadas. Podemos entonces establecer, que sin existir una definición dura, concreta y acotada de la comunicación política; ésta no sólo, se reduce a la manifestación de las actividades propias de la política enunciadas en instituciones son

¹³² Moragas, M. de (ed.): Sociología de la comunicación de masas, Editorial Gili, 1979 Barcelona.

¹³³ Arancibia, Juan Pablo: Prefacio al concepto de comunicación política: una discusión bibliográfica. Investigación y Crítica. Publicación de Investigaciones Sociales. 2º Semestre N°4, 2000 ISSN 0717-4845.

puestas en común por un medio de comunicación, ya que dada las características esgrimidas hasta aquí, se daría en una relación de constitución de ambos. La crítica, mediante la pregunta por el tipo de medios de comunicación logrados bajo este esquema, sus funciones o actividades, así como su actividad y consecuencias políticas, deberían ser revisados y sometidos a escrutinio. Pareciera ser, que toda independencia otorgada a los medios de comunicación, respecto de la política, resulta inverosímil; pero así, todo análisis crítico caer en oídos sordos. Es llamativo, que en tanto medios, la crítica y en cierta los análisis de los medios, sea el único elemento no presente en sus parrillas de contenidos; como, si el escrutinio o estudio, simplemente no existiesen.

Por otro lado, bajo el término de política, queremos dejar instalado una aclaración rigurosa que nos da el mismo autor. Esto es, que: “El arte político es, en lo esencial, un ejercicio del lenguaje; y el logos en su origen, adquiere conciencia de si mismo, de sus reglas, de su eficacia, a través de su función política.” En consecuencia, “lo relevante para nuestros efectos, es que aquello que concierne al modo en que los hombres atienden y resulten lo que es justo e injusto, así como el modo en que se conducen acerca de los asuntos públicos y el gobierno de la ciudad, se despliega, litiga y realiza, a través del orden del discurso¹³⁴”.

Mediación de la política

Un paréntesis necesario, se refiere a unas nociones que los profesores Claudio Salinas y Hans Stange¹³⁵, plantean en la lógica constitutiva de la comunicación y la política, en coherencia con el trabajo de Arancibia, quienes bajo una dialéctica del poder y la comunicación, en su sentido tensional, nos parece pertinente destacar aquí. Claramente, intentamos realizar un diálogo, que nos entregue definiciones adicionales para un campo, aún en tránsito de formación y que nos aporta perspectivas adicionales, a la mediación de la política.

¹³⁴ Arancibia.: Op. Cit páginas 21 y 22.

¹³⁵ Salinas, Claudio y Stange, Hans: Poder y Comunicación. La irresoluble tensión entre palabra, imagen y política. Perspectivas de la comunicación. Vol. 2 N° 1 2009. ISSN 0718-4867. Universidad de la Frontera Temuco. Chile. Páginas 138 a 145.

En primer término, para estos investigadores, la noción de comunicación política corresponde a un fenómeno reciente, y que tiene como parte de sus motivaciones, la masividad de los medios de comunicación y su alcance hacia “los espacio políticos”. Antes de detallar este alcance, se deslinda una justificación de factura histórico filosófica, donde ya con Aristóteles se evidenciaba la comprensión de lo político a partir de la dimensión comunicacional.

Los autores, citando a Platón y Aristóteles , y reconocen en el LOGOS, el momento específico de lo político. Donde una dualidad constitutiva se hace evidente en palabras de los autores. Y que se refiere a la posibilidad de “evidenciar lo justo de lo injusto, la virtud y así alcanzar el orden social” u ocultar “la verdad, en favor del beneficio personal en desmedro de la comunidad”¹³⁶, para el caso de la política.

Estos factores, tendrán incidencia en la formación de sentido y discurso, siempre en el marco de la producción de lo político. Lo que implica una conjugación de diferentes fenómenos de lo político y de la vida social en relación. Para los autores, esto constituiría una forma particular de comunicación.

A modo de cuestionamiento, se hace necesaria la pregunta por la especificad que demanda establecer en el conjunto la relación de lo político con la comunicación. Para el caso, se trataría del discurso. Y de su práctica, en los regímenes de significación. Las consecuencias se establecerían en el análisis de la “naturaleza discursiva de lo político”¹³⁷.

Así el discurso de lo político, corresponderá a la disputa por el sentido; que incorporaría al poder como su fundamento. Esta disputa acontece, en el discurso mismo. Luego, ¿Podría existir algo fuera de lo político, o es entendido como todo comportamiento humano, o como racionalidad que no se sinde a lo político? Para Salinas y Stange, este discurso, su articulación y evidencia de discurso, será un arte

¹³⁶ Op. Cit. P. 138.

¹³⁷ Op. Cit. P. 139

en los griegos, denominado retórica. Arte, que corresponde desde su origen, a un conflicto dado por el la justicia (el derecho) y el interés dado al construir argumentos. “Platón señala que el objeto de la retórica versa sobre el mayor bien que es la causa de la libertad y del dominio de la ciudad, práctica que se realiza mediante discusiones sobre lo justo y lo injusto. Existirían dos tipos de retórica, una que crea conocimiento y otro sólo opinión, sin conocimiento como fundamento”.

La retórica opera sobre el litigio, en el debatir y persuadir, provocando un sentido, que introduce un orden de lo en disputa. Donde la categoría de autor de funciona precisamente en la construcción de ese orden. Sin embargo, este no sería sólo su instalación, si no de su implementación conflictiva respecto de un opuesto que le determina para dar ese orden.

“El discurso no es simplemente aquello que traduce las luchas o los sistemas de dominación, sino que aquello por lo que, y por medio de lo cual se lucha, aquel poder del que uno quiere adueñarse”¹³⁸. Y que será el sentido.

Pareciera ser, que pese a establecerse hegemónicamente un determinado sentido mediante el uso del discurso, esto no logra borrar la presencia del sentido de los otros, los que son reorganizados por la puesta en escena de una hegemonía política. No se podría, así deslindar desde el discurso político que el orden sea un factor de mantención eterna de las condiciones sociales, claro que en las actuales condiciones o bajo el actual régimen democrático. Ya que en cuanto ejercicio práctico, ya como poder, este es sometido a las lógicas de la disputa; siendo su domicilio, su posible estabilidad en el ejercicio, y que encierra un riesgo subyacente.

Por otro lado, desde el discurso de lo político por ejemplo, al observar los regímenes de significación política, como puede ser la implementación de un sistema jurídico-político como el que realiza el neoliberalismo en el país; éste, se ve determinado por los elementos que excluye, o que predetermina en función de su propio orden, quedando la estabilidad de esta significación sujeta a las mismas condiciones que le constituyen, la política. Como señalamos, los medios de

¹³⁸ Ibidem.

comunicación pasan a ser un elemento de lo político, mediante su instalación por la política. Sólo desde un punto de vista sistémico, acaso estructural, el error o la periferia que estos elementos pueden significar en algunos caso (pensemos en la exclusión de toda diferencia, o en la contención del orden como parte del régimen, vía el miedo), no corresponderían a un factor estructural, como lo sería la raíz donde la hegemonía del discurso político-jurídico que se encuentra en disputa, ya que será la legitimidad que el sujeto establezca de este discurso el resultado de esta disputa. Que como indicamos, no es estable ni permanente; o infinito y ligado a una idea de progreso sin fin. Lo contrario, sería establecer la posibilidad de un discurso político, de un régimen de politicidad permanente, inalterable y solidificado. El caso chileno, será un caso contrario de lo dicho.

Por otro lado el espacio de lo político, será caracterizado por estos autores desde el foro, como la metáfora del encuentro posible para el ejercicio de las opiniones políticas. Destacando dos líneas en el pensamiento moderno.

- Primero, un programa liberal autonomizado ilustrado, que funciona con el principio de igualdad (“todos son iguales”), siendo el espacio político donde las antiguas desigualdades son corregidas, por la participación y la igualdad, y que plantea como democrático.
- Segundo, la razón y esta como facultad determinarán el espacio político, al espacio público burgués ilustrado. Donde el uso de la palabra se regirá mediante un estatuto y una norma.

El espacio público moderno, será “El espacio público se entenderá entonces como el territorio de litigio, en aparente igualdad de condiciones, entre el interés privado y la razón de Estado, entre el bien privado y el bien común, entre la política y la economía, entre sujeto y comunidad, entre tradición y modernidad”¹³⁹. Pero más recientemente, el factor tecnológico ha implicado, en palabras de los autores, una extensión de las posibilidades de visibilidad de lo político. Donde al respecto se dibujan dos problemas:

1: Supondría pensar en una suerte de naturalidad de la presencia del discurso político en los medios.

¹³⁹ Op. Cit P. 140.

2: Incluso en cuanto códigos, el discurso de lo político sólo sería trasvasado en los medios de comunicación.

Esto porque implica, indicarán, la necesidad de volver a pensar las condiciones sobre las que se juegan las discursibilidades políticas. Cabría indicar, que una persistente lógica de sentido común, de empate político forzado, se manifiesta por parte de los medios de comunicación masivos, que señalan corporativamente sobre el desarrollo tecnológico, como una suerte de corrección para abordar una serie mayor de contenidos. Claramente, lo político se hace evidente en su sentido de anulación producto de la hegemonía y de su concentración, en el sentido del propio ejercicio comunicativo de estos, que manifiestan en particular que existen otros canales disponibles (para ser exactos la Internet) como posibilidad de corregir, la incapacidad que los medios de comunicación tiene ante el pluralismo, como hemos visto estructuralmente ausente.

Efectivamente, parece ser que la mera discursividad constituye a lo político. Pero no queda claro si cualquier espacio discursivo podría constituirse en un espacio político. Por lo tanto, surgen sujetos y prácticas, los que dan acceso a lo político, como sentido, discurso y régimen. Por eso, señalan los autores que la naturaleza no discursiva de la fuerza, o suspensión transitoria del derecho, es el mayor indicio de lo político. Esto porque, sólo existe una manera para la comunicación, es decir su ontología emisor-receptor, que como hemos insistido, es clausurada por el intercambio. El neoliberalismo, actúa sobre esa base de las relaciones humanas, que se muestra con la presencia del emisor y el receptor, como lugar cómodo de su propia posibilidad. Pero, despolitizado, mediante la noción de consumo generalista y valórica. El sujeto, particularizado como el receptor, se reduce a su faceta económica, logra de la racionalidad privada que cada vez más, que toda convivencia corresponde al mercado.

Retomando, la producción de sentido se corresponde con el acceso al discurso. Ambos como conjunto y bajo lo político, corresponderán a la movilización que supone el litigio como un elemento de lo político, o como se señala: "verdaderas condiciones de producción y reconocimiento, pueden ser también no- discursivas". Mientras, que

en la violencia o suspensión del derecho, se reconoce una intensificación de lo político; tal es de amplio, en el sentido de la práctica.

Todas estas practicas, están sujetas a la historia, sujetos, rituales y actos, como un constituyente de la relación sujeto mundo externo a él. Serán importantes los autores entonces, para estas dimensiones de lo político. Se dirá de manera clásica, que el espacio político, dado el interés como motivación primera, se constituye mediante el procedimiento de la retórica, el reconocimiento de los iguales.

Ya en el caso actual, este ethos político, como le denominan los autores, se establece desde la igualdad de los desiguales, cuestión que ya revisamos más arriba. Pero que, la democracia constituiría en consecuencia, el lugar donde se acepta como iguales a los mismos, además de los otros. Aquí, la aceptación de lo desigual, “supondrá la irrupción de una multiplicidad comunicativa que estalla lo político”¹⁴⁰. Será así el espacio público, un lugar de categorías que intentan dar cuenta de la transformación del sujeto en discurso. Así, el espacio público político será el lugar del uso de la palabra respecto de los asuntos políticos. Citando a Habermas, la retórica se transforma ya no en la atención del litigio, si no en consenso.

Efectivamente, ya en lo que se denomina sociedad de medios, los autores plantean un giro concreto con la introducción de la categoría del públicos, y las nomenclaturas del intercambio, como clientes, en los medios, como audiencias, lectores, escuchas, etc. Esto es, y en coherencia con otros autores. “El espacio mediático no es el lugar del sinsentido, donde llega, para desaparecer, la discursividad de lo político; por el contrario, es el espacio de reconfiguración del ethos político moderno, en el cual nuevos sujetos, nuevos intereses y nuevas formas de asociar surgen como articuladores de la disputa por el sentido (Wolton, Lipovetsky, Baudrillard)”¹⁴¹.

¿Cuál será el carácter o la identidad de lo político? Según la cita de Rancière¹⁴², en términos de actualidad, lo que estaría ocurriendo será una distorsión de lo político, y

¹⁴⁰ Op. Cit. P. 142.

¹⁴¹ Idem.

¹⁴² Rancière, Jacques: En los bordes de lo político. 1994. Editorial Universitaria. Santiago de Chile.

que se realizara por la introducción de nuevas discursividades, nuevos sentidos como por ejemplo la desigualdad, como política y no como lo político, que se enfrentan en cuanto praxis de la política, con las características de igualdad que se ostentaba como político, afectando directamente la instancia de comunidad inherente de la política. Así para los autores, la imagen será la forma preponderante que adoptará el discurso político para hacerse público, siempre en coherencia con las características de masividad y espectacularidad que caracterizarán a los discursos producidos por los medios de comunicación.

En tal sentido, afirman, que la imagen de lo político aparece como la expresión de lo político mismo. El argumento se encuentra en Dominique Wolton, autora que retomaremos más abajo, y que tipifica dos formas para entender la imagen, que son relacionadas en esta afirmación, la primera como posthistoria, seguida de la desconfianza de las élites. Esta impostura será claramente un lugar de poder, por ende, de lo político.

Naturalmente, los medios estarían en la línea de unas características, unos modos y rasgos que determinarían a lo político según los autores, que para los cuales, se denota imprescindible el desarrollo de las técnicas. Sin embargo, sobre este punto los medios se toman los espacios no sólo de visibilización, sino también de disputa de lo político. Esto es, que en su producción discursiva se realiza la configuración de lo político, no podemos negar el carácter totalizador de esta afirmación. Pero esta operación, como indicamos, depende de una infraestructura que de la posibilidad de red a la comunicación, esto siempre bajo la relación del intercambio emisor receptor, ya que será esta su partícula constituyente como toda relación.

Sin duda, la pregunta sobre qué cosas se han establecido políticamente desde el campo comunicacional se desprende de lo anterior, y se refiere a su relación con la política. El discurso de lo político, pensamos corresponde a una inquietud válida; sin embargo, se hace necesaria una señal o marca metodológica, a fin de destacar que esta relación de intercambio, devenido consumo ha operado como cooptación de la relación emisor sobre el receptor. Coherentemente con la modernidad, se corresponde con la adecuación de lo político en, como se nos muestra: "Lo político trataría menos

sobre el sentido mismo que sobre su uso, interpretación, transformación e intercambio. El discurso es no sólo lo disputado, sino el modo mismo del litigio político”¹⁴³, foucunianamente dicho.

Por otro lado, desde el control, los mecanismos se hacen tecnología y estas a su vez, en saberes, criterios y racionalidades, que cristalizan una forma específica de poder, de prácticas y orden social. Estableciendo una suerte de quiebre. Pero que plantean las lógicas racionales de técnica y subjetividad. Ambas posterior al sujeto, pero determinándole a través de lo político. Entre los años 2000 y 2009, los medios de comunicación en Chile, comienzan un trayecto que les caracteriza en la medida que definen su relación en el espacio político, incluso el espacio público, copando con su discursividad, y en coherencia con una disposición jurídico-política, el espacio de posibilidad que les puede constituir performativamente para su implementación comercial.

Dicho lo anterior, y en particular al referirnos a la mediatización política, o a la presencia de la política en los medios, es posible mediante un recorrido sólo accesible a través de sus escenificaciones. El valor que le damos a este aspecto, se debe a una síntesis estructurada sobre las escenificaciones de la política en cuanto mediática, sobre los ejes que concurren a establecer la comunicación política. Para nosotros, se trata de un despliegue de un modelo a otro. Lo que dice relación con lo caracterizado sobre los aspectos de la política en la producción discursiva que los medios realizan. El modelo en cuestión será denominado verosímil¹⁴⁴, nos hacemos cargo de los establecimientos que el autor realiza para este fin denominativo, y que tomamos como un punto de partida. Ya que, para el caso de la sustancia de los contenidos realizados, por lo medios desde la perspectiva de la prensa, se refiere a una actividad interna de los medios de comunicación, implicando la información y la noticia como producción comunicativa, o como ya es pertinente pero no completo señalar, como lo político.

¹⁴³ Op. Cit P 142.

¹⁴⁴ En El imperio de lo verosímil (o el periodismo moderno travestido en marketing informativo). Eduardo Santa Cruz. De: Ossa Carlos (compilador): “La pantalla delirante. Los nuevos escenarios de la comunicación en Chile.” Editorial Lom, 1999, Santiago de Chile.

Pero la raíz del modelo de verosimilitud, lo utilizamos como parte ejercicio discursivo de la política, por lo tanto, con el uso de sus características y que desde las comunicaciones plantea el profesor Eduardo Santa Cruz¹⁴⁵, quién a mantenido una mirada más bien crítica y de develamiento de las genealogías que se manifiestan en las configuraciones sobre la comunicación nacional, en particular en relación con la práctica principal de estas, como el periodismo, y del alcance de estos en la vida cotidiana, con sus relatos y subjetivaciones.

Santa Cruz, reconoce de entrada una característica implícita del discurso periodístico referido como verosímil, lo hace mediante la pregunta de rigor: “¿Qué es realmente lo que ofrece la prensa nacional y qué es realmente lo que busca el consumidor de noticias? ¿cuál es el pacto de lectura subyacente a las cifras que entregan los estudios aludidos? La institución, a manera de hipótesis (como estructura implícita), ...apunta a que es posible sostener que en la prensa chilena actual predomina la tendencia al abandono de la pretensión constituyente y legitimante del periodismo liberal moderno, en orden a su referencialidad de la realidad social, de la cual se pretendía dar cuenta, fuera como mediar, testigo o vocero”¹⁴⁶. Siendo para nosotros lo relevante, la enunciación de dos prácticas del periodismos, que en definitiva dan un sello a las comunicaciones y por cierto, a la relación entre medios y política.

Sólo para asentar estas diferencias constitutivas, traemos una cita de filósofo español, Jesús Martín-Barbero, remarcada por Santa Cruz con el fin de dar explicación de las condiciones de producción del periodismo: “... desde sus orígenes el dispositivo moderno de la información estuvo con-formado por la expansión del mercado, de tal manera que el proceso de producción de las noticias (...) se halla en relación indisoluble con el proceso transformación en noticia del modelo industrial de producción”¹⁴⁷.

¹⁴⁵ Eduardo Santa Cruz (1997): “Comunicación, consumo cultural y cultura cotidiana: el caso de la información televisiva.” En documentos de trabajo N°25. Centro de investigaciones sociales. Universidad ARCIS. 1997. Y El imperio de lo verosímil (o el periodismo moderno travestido en marketing informativo), en Ossa Carlos (compilador): “La pantalla delirante. Los nuevos escenarios de la comunicación en Chile.” Editorial Lom, 1999, Santiago de Chile

¹⁴⁶ Op. Cit. P. 66.

¹⁴⁷ Op. Cit. P 67.

La racionalidad liberal, impresa en la generación de noticias, o para ser más actual, en la producción del contenido, será continuando con Barbero, "... la doctrina liberal sobre la prensa parte de que la buena información tiende naturalmente a derrotar a la mala, siempre y cuando sea posible el libre juego de la competencia, esto es que cada cual publique lo que quiera y cada cual compre la información que desee. El desarrollo de la empresa periodística moderna requería de dos condiciones básicas: por una parte, el abaratamiento de costos que permiten el desarrollo tecnológico y, por otra, de un marco legal suficientemente permisivo como para hacer atractiva la inversión de capitales en el negocio informativo"¹⁴⁸. La doctrina indicada por Barbero, encontrará su manifestación, hará que la prensa establezca como valor central la formulación de los hechos. "En aras de la neutralidad se logra un verdadero milagro: se sitúan hechos en un contexto, se identifican y analizan sentidos, se opera lo importante de lo secundario, pero todo ello... sin emitir opiniones. Se supone entonces que la prensa sólo opina a través de la editorial y la eficiente aplicación de las técnicas permitirían las distancias que se postula frente a los hechos, ya que en definitiva: "...la objetividad no es otra cosa que contar los hechos tales como son"¹⁴⁹. "(...) en los últimos años visiones sobre el periodismo que lo conciben más bien como un actor social y político generador de un particular tipo de discurso social" refiriéndose a la hipótesis de la agenda-setting. "... el periodismo se convierte en una de las principales figuras sociales encargadas de aquello que podríamos llamar "la certificación de la verdad"¹⁵⁰.

Por último, "Este modelo de sociedad constituye el desarrollo de lo que Habermas vislumbró en los 60 al plantear la –para él- perversa transmutación de lo privado y lo público (del consumidor y el ciudadano). Ya entonces en los países capitalistas industrializados vivían el proceso por el cual la dinámica de los mercados y la concentración creciente de poder económico y político comenzaban a dilucidar la posibilidad de un público racionante y con él del ciudadano político. Por un lado, la esfera de lo privado, de lo familiar e íntimo iba siendo progresivamente invadida y desvirtuada. Por otro, la esfera pública como necesaria contrapartida se iba

¹⁴⁸ Op. Cit. P 68.

¹⁴⁹ Op. cit. P70.

¹⁵⁰ Op. Cit. P. 73.

desnaturalizando como lugar de encuentro, de opinión e intereses expresados libremente.

La consagración del mercado, como factor articulador de las prácticas sociales, con la consiguiente disminución de la actividad política del Estado, aumentando, respecto del poder, los ámbitos del control y la administración como parte del conjunto de los procesos de concentración y centralización de lo político. La privatización, será en consecuencia el traspaso de los fines y del lenguaje de que se les consagraba público, se les creía público, o se formaba en lo público. Lo privatizado, es también el lenguaje en cuanto que público. Siguiendo el tono de Santa Cruz: El mercado universaliza sus normas, a la vez, que se socializan las demanda al mercado.

Por ejemplo, el régimen de visibilidad que adopta la política en televisión, que plantea Arancibia, resulta pertinente, para describir el despliegue del mercado, bajo la forma de la privatización de este: :

1. Como género. Programas que son rotulados propiamente tal como políticos.
2. Como referencia. Programas de actualidad, noticieros, reportajes y documentales que realizan una alusión o referencia parcial o directa a personeros políticos y a su actividad. Se configuraba así un escenario discursivo en el cual se construía un verosímil mediático, que ciertamente encontraba su resonancia en la escena de los agentes e instituciones de la “política real”.
3. Como espectáculo. Se trata de módulos textuales que en principio se concentran en la farándula y en el mundo del espectáculo, pero donde concurren los personeros políticos en su calidad de “figura pública”. Esta modalidad tiene el valor de presencia y figuración.”
4. Como megaevento. Franja electoral, debates, microprogramas y cadena nacional. No se trata de la entrevista habitual o semanal, sino de un verdadero acontecimiento político-televisivo. Es evento político y televisivo al mismo tiempo.

Uno de lo megaeventos mediático-político más relevante en la historia reciente de Chile fue el plebiscito de 1988. Este megaevento resalta por tres motivos. Primero, por la magnitud y relevancia de lo que se ponían en disputa. Segundo, por la reaparición autorizada de un discurso público-político –en un contexto de represión y censura.- Tercero, por la incorporación de ciertos recursos, lenguajes,

semióticas y estéticas, relativamente ajenas a la concepción tradicional de la política en Chile”¹⁵¹.

A lo anterior, debemos agregar un matiz interpretativo adicional a las dimensiones que componen un megaevento mediático-político, esto sobre la base del orden histórico; para pasara inmediatamente al tema del lenguaje que se nos va configurando. Nos parece que una marca temporal de un megaevento mediático-político supone, una cantidad limitada a la fecha; pero, lo principal será, la integración social del megaevento mediático-político. Ya que si el plebiscito de 1988, validó una política dentro del marco jurídico-político, bajo la marca de la una etapa, la democracia efectivamente como administración del modelo después de la dictadura, reprodujo otro megaevento mediático-político, con la elección de un gobierno de derecha, bajo las mismas reglas que durante veinte años operaron para la coalición de centro izquierda. La consolidación del modelo, con la entrada en la derecha a la administración del Estado, supondría ese otro gran megaevento; y sobre esta línea, por ejemplo, el terremoto del 2010. Tanto por a extensión, la magnitud y la gravedad social, con las deficiencias del Estado para operar ante la emergencia, la televisión, la radio y la prensa, realizaron sus actividades; el canal nacional, transmitió ininterrumpidamente, inmediatamente después del evento telúrico.

Como indicamos, el lenguaje se configura en un elemento constitutivo de la escenificación de la política mediática. Reiteremos un pasaje de Arancibia al respecto: “Este espacio del discurso es entendido como condición posible de la comunidad política. Lo que sostiene el plexo entre el discurso y lo político, es el poder. El poder emerge desde el minuto en que los hombres actúan y hablan. La única precondition de la producción del poder es la coexistencia discursiva entre los hombres”¹⁵².

En resumen, y en coherencia con las transformaciones en el marco de los medios de comunicación en Chile, y que hemos ilustrado desde la política, el ejercicio del periodismo, también se ha visto influido por este marco de transformaciones. La

¹⁵¹ Arancibia Juan Pablo: “Comunicación política. Fragmentos para una genealogía de la mediatización en Chile.” Editorial Universidad ARCIS, 2006, Santiago de Chile. Página 80 y siguientes.

¹⁵² Op. Cit. P. 36.

mediación de la política, en su unión epistemológica, política y la comunicación, nos ha perfilado como argumento. La comunicación, pasa a ser central. Además, creemos pertinente hacer un breve llamamiento a un par de ideas sobre la de comunicación para dar más robustez a estas líneas.

Nociones sobre la comunicación.

Como primer corolario, una vez establecido que para la base política de los medios de comunicación, estos se implementan por lo político en relación con la subjetivación que realizan de sus receptores, hace necesario repasar ciertas nociones sobre la discusión que identifica a las comunicaciones como campo. esto en el sentido, de recoger ciertas lecturas que puedan ser auxiliares de los planteos aquí realizados. En este sentido, creemos pertinente plantear una suerte de mapa sobre las investigaciones que en el marco de las comunicaciones se emprenden. Recurrimos para este caso, a un trabajo expositivo desarrollado por el profesor Eduardo Santa Cruz, en el marco de un monográfico dictado como parte del desarrollo curricular del Magíster en Comunicación Política del Instituto de la comunicación y la Imagen. El monográfico estaba titulado como: **Agregar info desde correo** el cuerpo principal de la exposición, está realizado en una presentación Powerpoint titulada: “Enfoques Latinoamericanos”¹⁵³. En lo que sigue a modo de descripción haremos uso de este material.

Enfoques comunicacionales.

Para Eduardo Santa Cruz, en coherencia con otros investigadores del ámbito comunicacional, las trayectorias sobre los medios cuentan con un repertorio descriptivo dotado de diferentes etapas, de por así decirlo, una historia. Es de consenso, señalar que la trama comunicacional del país se ha mezclado con la vida política de la nación, como ya señalamos. El establecimiento de reglas jurídico-políticas desde el Estado, implicó asir en el tiempo un cierto estado de la cuestión. En

¹⁵³ Disponible para descarga en la URL: https://www.u-cursos.cl/icei/2010/1/ICEI70/1/material_docente/objeto/775. Visitado el 22 de marzo 2010.

tres tiempos, los enfoques comienzan en las décadas del 60, hasta el 70, caracterizadas por la “Denuncia y el Pensamiento Dual”. Con una perspectiva analítica en la relación de Comunicación- Ideología y poder. Con temáticas relativas a la denuncia, referidas a la comunicación y los contextos político y económicos, la estructura de propiedad de los medios, y a su contenido ideológico de estos. Los marcos conceptuales, comprendían a las teorías de dependencia, la versión marxista de Althusser, con “Aparatos Ideológicos del Estado”, la Escuela de Frankfurt con los conceptos de cultura de masa e industria cultural, mientras que la semiótica estructuralista planteaba la doble articulación del lenguaje, en denotación/connotación.

Las líneas temática del período se enmarcan en tres contornos caracterizados por la denuncia. Serán materia de análisis la comunicación con sus contextos políticos y económicos. La estructura de la propiedad de estos. Y el carácter ideológico de los contenidos. Siendo el fondo epistemológico, la elaboración de políticas nacionales de comunicación y cultura, que se resumen en la comunicación y la cultura como un derecho y no como un recurso o servicio. Por otro lado, están las las políticas estatales, que buscan la democratización de la comunicación y defensa de identidades culturales. Así también, sobre este fondo, figuran la comunicación alternativa organizadas por la visión dualista, como lo nacional en oposición a lo transnacional, lo artesanal ante lo industrial, de democracia o dictadura, de clase entre dominados y dominadores, y lo popular a lo masivo; todos con una carga valórica que articula una oposición de las elaboraciones¹⁵⁴.

En este marco, se produce en Chile, el golpe de Estado (septiembre 1973), el que dio inicio a la orientación jurídico-política neoliberal del país durante 17 años. Y que durante los años 80 operaba efectivamente, como ya lo confirman numerosos estudios, la censura y la presencia de la dictadura militar, mediante la introducción en 1980, de la Constitución Política que organiza al liberalismo de mercado, en variadas actividades sociales. Para la década, Santa Cruz, nos reseña el contexto, como del fin de las dictaduras y el consiguiente proceso de implementación política de la

¹⁵⁴ Quizás, el texto que más ejemplifica las características señaladas es: Armand Mattelart(1970): Los medios de comunicación de masas. La ideología de la prensa liberal en Chile. Y Armand Mattelart y Ariel Dorfman(1972): Para leer al Pato Donald. Entre otros.

democracia. Caracterizando la década bajo el enfoque cultural. Y que tendrá al sujeto popular, o lo popular como un lugar de resistencia ante el autoritarismo estatal desplegado por los militares y sus funcionario civiles; pero también con la “Caída del Muro de Berlín”, hacia el final de la década (1989), lo que supuso, consenso de por medio, “la caída de las ideologías”.

En el plano conceptual, los términos que cruzan el debate son la idea granicsiana de Hegemonía y sentido común. Los estudios culturales, impulsado por investigadores de la escuela de Birmingham, con autores citados en el presente texto. Así, también destacan los aportes sobre la problemática cultural, sobre apropiación y de campo culturales. Y de poder y discurso de Michel Foucault, sindicados bajo el rótulo de la escuela francófona en ciencias sociales, dado el origen galo de estos autores.

Santa Cruz, señala tres superaciones metodológicas sobre la comunicación, ya que se superan la visión demoniaca de la industria cultural y la cultura de masa; al igual que la existente sobre lo nacional y lo global. Y con la visión de cultura popular, que se había anquilosado tornándose autárquica y excluyente. El sostén de estos cambios, a groso modo lo constituyen las preguntas por el estatuto comunicacional del consumo, en su relación con la cultura y la recepción. Mientras dar ubicación a los procesos históricos, de la cultura de masas y la industria cultura, significó un imperativo. Como también, la contextualización de lo que se produce en los medios, en relación co espacios políticos o económicos, y las practicas sociales cotidianas.

Ante la entrada en el debate, de las nuevas tecnologías, la identidad se situó como centro de la relación comunicación / cultura, dándoles ubicación en el marco de la modernidad y la globalización. Superándose además, una visión escencialista por una materialista de la cultura¹⁵⁵.

Para la década de 1990 y siguiente, Santa Cruz propone la escenificación de transformaciones y perplejidades en el campo de las comunicaciones. Estas serán de

¹⁵⁵ Se destacan bibliográficamente: Giselle Munizaga y Any Rivera (1983), La investigación de la Comunicación en Chile y Eduardo Santa Cruz A. (1986), Comunicación y conciencia de masas.

una mayor complejidad, dada la superación de dualismo de los años precedentes. A mos de evidencia, se trata de una consagración del mercado como articulador de todas las prácticas sociales, naturalización del orden social con tecnificaciones de desactivación de conflictos bajo el criterio ideológico del orden social. Así también, como la intensificación de procesos de concentración y centralización de los medios; que en la gestión y operaciones se manifiestan en la llamada tercerización, o de descentralización. El Estado, en este período disminuye su actividad política de control y garante, cambiándola por la desregulación y la subsidiaridad ya establecida en la constitución de 1980. Siendo otro factor importante, el cambio de eje que supuso la adaptación de los medios en privilegio de la demanda por sobre la oferta, encuadrando la escenificación, como hemos indicado anteriormente, de la política; organizando un nuevo complejo sostenido por un repensar de la situación de los ciudadanos y los consumidores. Donde lo público y lo privado aparecen como alteración, en la escenificación de lo social.

Los ejes propuestos por el Profesor, en términos de caracterización, se emplazan sobre unas temáticas dominantes en términos de estudios de comunicación, Siendo relevantes, con las evidentes diferencias que guardan entre sí, los estios de mercado (Marketing), de opinión pública, asesorías y consultorías comunicacionales, la comunicación interna orientada a las empresas o instituciones; además de las variables que supone la irrupción tecnológica, con el consumo o uso de medios y la informática, que común mente llamamos computación. Para, Santa Cruz, así como la caracterización de la relación entre el Estado y la población, será la demanda la visibilidad de estos, su validez en términos de mercado.

Para el cambio de siglo, aproximadamente en términos de etapa, esta se caracterizará por transformaciones y las perplejidades del caso. Siendo la base del planteo la mediatización de lo social, donde los conceptos son los de comunicación de masa, con la significación de muchos receptores a un mismo producto. Mientras que en este contexto, el semiólogo argentino, Eliseo Verón, señala que toda práctica social encuentra sentido en tanto se relacione con los medios de comunicación.

La tecnología, y sus implicancias, se evidenciarán en lo pronto, de manera doble. Por un lado, el desconocimiento de los medios ante el avance de las tecnologías, y de las técnicas asociadas, incluyó una operativización distinta sobre las rutinas de producción que supone a todo medio de comunicación de social. En cierta medida, lo anterior se aloja en el supuesto que la inexistencia de una legislación, y de una política sobre medios de comunicación en el sentido de afectar este ejercicio, se ha visto favorecido por la doctrina de la desregulación de los medios. Pero que, escenario hegemonizado, impiden la objetividad sobre una verdad exterior al sujeto. Es decir, más que tratarse de un problema de capacidades, las implementaciones se realizan en función de las condiciones de mercado que involucra. Mientras, que desde el lado de las audiencias y sus implicancias con la tecnología, se pondrá una caracterización crítica, esto es como errantes. Sin embargo, respecto de la técnica y la tecnología, un estudio pormenorizado es necesario, pero que excede el marco de la presente tesis.

Retomando, las nociones de plebe, pueblo, masa y multitud, encuentran en este espacio de tiempo una resignificación a la luz de una reconsideración política, comunicacional y tecnológica. Y que bajo la expresión de las partes del todo, se evidencia un escenario marcado por nuevos contornos en el ámbito de las comunicaciones y el rol o estatus que los medios de comunicación juegan. Este alcance, se potenciará con la conceptualización de lo virtual, que a modo de particularidad, posee, como señala, la confusión de las reglas del juego y el juego de las reglas, la ficción y una realidad-verdad, objetivada por representaciones desplegadas por la modernidad, como la fotografía, la condensación del conocimiento sobre la técnica de lo digital. Lo que a modo de efecto, mostrará por ejemplo, en el caso de la TV, implicó borrar las fronteras de lo que se establecía como real, alterando las categorías de tiempo y espacio. Así también, como la pérdida de objetividad, en el caso del periodismo, ante la imposibilidad de asir una verdad exterior al sujeto.

A partir, de estos antecedentes, se cierra con la identificación de un “neofuncionalismo”, el esquema emisor-receptor-emisor, donde los supuestos y fines se constituyen como datos. Aquí creo relevante traer a colación un aspecto tocado por

Santa Cruz, sobre los imaginarios para referirnos a las identidades expresadas o explotadas por los medios.

Pareciera ser que la división clásica, entre el estatuto de lo público y lo privado, bajo este esquema se ve desplazado por la expansión de lo privado. Identidades, contenidos, sujetos, narraciones de a política y cierta memoria, parecen no poder reducirse al mercado; aún, cuando los medios de comunicación social realizan narraciones en esta dirección. La misma categoría para nombrar al receptor, como hemos visto, son un determinante del sujeto para los medios. Por otra parte, la participación de la política en la trama que configura a los lenguajes mediales, desde sus contenidos, y claro está, desde el establecimiento de lo político según estos, es posible dar carta de reconocimiento a todos los contenidos¹⁵⁶. Su cotidianidad, han desplegado el poder político, lo político, a la entrega de contenido. Lo que ya nos aproxima, a una primera instancia que se refiere a un desplazamiento de la política tradicional, hacia la que se exhibe en los medios de comunicación.

Arancibia refuerza esta noción, al plantear los antecedentes de la escenificación de la política con base en la comunicación. Debemos aclarar, que el texto citado tiene su vinculación con el fenómeno televisivo, y que para nuestro caso guarda coherencia con la aproximación que intentamos establecer respecto de la política, y que es vinculante para la mediatización de lo político. Dado que los medios en su conjunto, con sus lenguajes propios (escrito, sonoros y audiovisual), ya como conjunto, hacen de la política una instancia de mediatización.

Lo anterior, no significa, estar exentos o determinados por la problemática que genera la comunicación política, es más, creemos que se trata de un elemento que presenta una organicidad tal, que se hace presente en cada intento por pasar revista al estado de los medios de comunicación desde el año 2000. Por otro lado, al igual

¹⁵⁶ En conversación sobre el tema con un Diputado de la República, éste asumía que si bien no toda la agenda legislativa llegaba a los medios, estos podían hacer de esta un gran problema político, señalando que lo que de la política se muestra en los medios, siempre implica el destacar un elemento por sobre otro, o parte de este, siempre de acuerdo a interés particulares, los que si atendieran al buen público, incluso el secreto sobre esta agenda se sostendría. La omisión del nombre del Honorable Diputado, es sólo por seguridad, pero se trata de una previsión que preferimos tomar.

que la tecnología y los descentramientos, que apareja con los medios; como se dijo, cruzan el arco completo en el entendido general sobre los medios y de la comunicación. Su efecto problematizador, que recurrentemente se nos aparece, precisamente es el descentramiento generado como soporte. Para nosotros, se trata de una corrección hacia un estado de actualidad, alcanzado por la comunicación, y los medios en el particular nacional. La comunicación no se reduce a los medios en sí, o únicamente a estos, ya que se trata de un complejo más constitutivo en cierta medida, "líquido"¹⁵⁷. Pero que nos mueve a un estado de constante estudio de la comunicación; al respecto, nos parece apropiado sugerir al francés, Dominique Wolton¹⁵⁸, dada la noción de comunicación que propone, y que nos parece aporta un planteamiento más orgánico, traeremos a colación, los aspectos centrales, con el fin de no repetir aspectos que ya han quedado cubiertos.

Wolton, señala cuatro factores complementarios para el caso de la comunicación, insistiendo en la diferencia con los medios de comunicación:

7. En cuento modernización, sus características son "el ideal de expresión y de intercambio que se encuentra en el origen de la cultura occidental, y a través de ella, en la democracia. Presupone la existencia de individuos libres e iguales".
8. Para el caso de los medios de comunicación, los "media" (medios de comunicación) como les denomina, "han trastocado considerablemente en un siglo las relaciones entre la comunicación y la sociedad".

¹⁵⁷ Bauman, Zygmunt: *Modernidad Líquida*. 7ª edición, 2006. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires. Argentina. A modo de referencia, sobre una lectura de la modernidad con una referencialidad flexible y versátil de esta; sobre todo, para una mirada respecto de la legitimidad de un discurso determinado, y sobre la posibilidad de crítica, desde la capacidad de auto afirmación. "La tarea impuesta a los humanos de hoy es esencialmente la misma que les fue impuesta desde los inicios de la modernidad: autoconstituir su vida determinada y tejer redes de vínculos con otros individuos autoconstituidos, así como ocuparse del mantenimiento de esas redes". P.55.- Ante la pérdida de una realidad estable y sostenible como la manera moderna clásica, el autor cita a Christopher Lasch, *La cultura del narcisismo*, Andrés Bello 1999, para referirse a una característica relevante desde la identidad, donde: "el sentido más antiguo de identidad se refiere a las personas y las cosas. Ambas han perdido su solidez en la sociedad moderna, así como su continuidad y su definición". P.91.-

¹⁵⁸ Wolton Dominique: "Sobre la comunicación. Una reflexión sobre sus luces y sus sombras." Editorial Acento editorial, 1999, Madrid España.

9. Respeto de las técnicas de comunicación, manifiesta que, "a partir de la informática, las telecomunicaciones, lo audiovisual y su interconexión", en algo menos de medio siglo modificaron las formas y condiciones de "intercambio y de poder, a nivel mundial".
10. Por último, en la zona con más densidad, la autora identifica que, "los valores, símbolos y representaciones que organizan el espacio público de las democracias de masas, y más generalmente de la comunidad internacional a través de la información, los media, los sondeos, la argumentación y la retórica. Es decir, todo lo que permite a las colectividades *representarse*, entrar en *contacto* unas con otras, y *actuar* en el mundo".¹⁵⁹

Este planteo reconoce que para el caso de la información y de la comunicación, estos se corresponden al mismo sistema de referencia ligada a la modernidad occidental y a la democracia. Para la comunicación, se deberá asumir al conjunto de técnicas ligada a la sociedad. Sometiendo a la democracia a la prueba de los medios". El conjunto que establece, gira sobre las relaciones del individuo, la democracia, la economía y la técnica; donde, la dimensión antropológica remite a las visiones de mundo¹⁶⁰.

Aquí, dos cosas se tornan relevantes. La primera, se refiere a la problemática que contiene la noción de comunicación que plantea Wolton, en particular en el cuarto punto de su explicación. Ya que sería en este lugar, donde no se asume un elemento que nos parece importante, del conflicto subyacente. Una suerte de naturalidad funcional respecto de: "... todo lo que permite a las colectividades *representarse*, entrar en *contacto* unas con otras, y *actuar* en el mundo" sería la sustancia de la comunicación. Sólo en perspectiva, el trayecto de los medios de comunicación chilenos, para llegar a esta confirmación, se aplicó en función de una pauta dada por la política que el Estado implementaba, bajo el nombre de neoliberalismo. Precisamente, el sentido de la representación de determina en el fuero del contacto y del actuar frente al mundo, se

¹⁵⁹ Wolton Dominique: "Sobre la comunicación. Una reflexión sobre sus luces y sus sombras." Editorial Acento editorial, 1999, Madrid España. Ver P. 374.

¹⁶⁰ Wolton. Op. Cit. P.375.

estableció por regla, y no necesariamente como una evolución. Es decir, existió en su momento, un diseño deliberado para pensar a los medios de comunicación y su función social; esto es, que para mirar la democracia, los medios de comunicación son más un componente de lo evaluado, ya que la independencia, como ejemplo, está desentendida por ley en el caso Chile¹⁶¹. Mientras la segunda, sobre los medios de comunicación chilenos, es la impronta ideológica¹⁶², que cobra importancia, ya que los medios no serían una exterioridad a la política¹⁶³.

Comunicación y modernidad

Wolton, como lo anunciamos, destaca la totalidad descriptiva respecto de su definición específica, es decir, mediante la pregunta: “¿Por qué tiene tanto éxito la comunicación? Porque esas técnicas amplifican la comunicación, necesidad antropológica fundamental, y sobre todo símbolo de la modernidad. La comunicación no tendría existido si no estuviera directamente asociada a la modernidad. ¿Qué es modernidad? Uno de los valores más sólidos de la época contemporánea, que favorece la libertad, el individuo, el derecho de la expresión y el interés por elementos que simplifican la vida: elementos todos ellos presentes en la comunicación. La modernidad fue el resultado de la apertura progresiva de las fronteras mentales y culturales –comienzos del siglo XVII.- Apertura que será la condición para que emerja el concepto de individuo, luego la economía de mercado y el siglo XVIII los principios de democracia. “El estrecho vínculo entre comunicación y modernidad permite comprender lo que califico como la doble hélice de la comunicación, es decir, esa mezcla constante entre valores normativos y valores funcionales”¹⁶⁴.

¹⁶¹ Aquí Stuart Hall, nos entrega una afirmación que nos parece pertinente: “Ahora bien, puesto que cada modo de organización social y material era históricamente específico, las formas de vida social correspondientes tenían que asumir de forma concreta e históricamente definida.”, un dato a tener en cuenta. En: Hall Stuart: La cultura, los medios de comunicación y en efecto ideológico. Publicado en CURRAN, James y otros (comp.) Sociedad y comunicación de masas. Fondo de cultura económica, México, 1981.

¹⁶² La ideología, será nuestro ultimo concepto convocado, en el marco de ciertas referencias sobre el rendimiento político con el se vinculan.

¹⁶³ Hall. En Wolton Op. Cit. Página 376s: “Las ideas, conceptos, etc., surgen en el “pensamiento”, pero deben ser explicados en los términos de la práctica material, no al revés.”

¹⁶⁴ Op. Cit. P. 33.

Estas fuentes normativas son. Por un lado la comunicación como centro de la cultura occidental, una tradición que expresa la importancia del vínculo con el otro, elementos básico de esta cultura. En consecuencia, la valorización del individuo, su libertad y su derecho a la libre expresión, serán las condiciones de una comunicación intersubjetiva. Por otro lado, la comunicación se centra en la sociedad democrática, la que es indisoluble de la sociedad individualista de masas. El papel normativo que juega la comunicación, en ambos casos será en el sentido de que no hay libertad ni igualdad sin comunicación de por medio.

En el caso de los valores funcionales, está el marco del derecho a la comunicación ligado al modelo occidental del individuo siendo su constante la individualidad. Para que pueda existir esta condición de individualidad, la conexión y la posibilidad de expresar serán identidad como una búsqueda narcisista del derecho a la expresión. Entonces, en el marco de la democracia de masas, en la que la comunicación juega un papel normativo esencial, tiene una desviación hacia lógicas de la rentabilidad y de instrumentalización, adaptadas a los problemas de las sociedades complejas pero alejadas del ideal comunicacional.

“Esa mezcla entre dimensiones normativa y funcional constituye la doble hélice de la comunicación. Se trata del proceso permanente en que las dos referencias normativas se desdoblán en dos referencias funcionales.

Por una parte, la valorización del individuo, en nombre de la cultura occidental, conduce al individualismo rey. Por otra, la valorización del intercambio, en nombre del modelo democrático, es finalmente la condición de funcionamiento de las sociedades complejas, en el marco de una economía mundializada. Las técnicas de comunicación son el mediador entre estas dos dimensiones de la comunicación”¹⁶⁵.

Para pensar la comunicación y la sociedad, Wolton plantea tres hipótesis en relación, que pensamos como relevantes:

¹⁶⁵ Op. Cit P. 34 y 35.

Hipótesis N°1: La comunicación, condición de la modernización

Esto se refiere a que “La comunicación como aspiración remite al fundamento de toda experiencia humana. La comunicación es el medio para entrar en contacto con el otro, que es el horizonte, aquello que cada uno desea y teme a la vez, porque abordar al otro nunca es cómodo. Sólo la comunicación permite administrar esta relación ambivalente entre uno mismo y el otro.

La comunicación siempre es buscar al otro y compartir algo con él. Su segundo sentido quiere decir: transmisión o difusión.” Mientras, que para un segundo momento, “del éxito de la comunicación es el vínculo estrecho existente entre ella y el modelo cultural occidental de la modernidad”¹⁶⁶.

Como consecuencias, se desprende efectivamente la masividad de estos, gracias a las técnicas de los propios medios. Mientras que por otro lado, “la vida cotidiana se mueve en torno a la comunicación”, sentencia la autora.

Hipótesis N°2: la comunicación, desafío de la sociedad individualista de masas

En esta hipótesis, Wolton exhibe una noción no del todo exacta pero sugerente: “La sociedad individualista de masas es una realidad como un modelo, en el sentido de que el problema mayor con que se enfrenta –la crisis de la relación entre el individuo y la colectividad- es el resultado de dos movimientos contradictorios: el que está a favor de la libertad individual y de la igualdad. El modelo de sociedad valora, pues, de un lado, al individuo, siguiendo la tradición liberal jerárquica; y de otro, a la cantidad de personas y las masas, siguiendo la tradición socialista igualitaria... La originalidad del modelo europeo consiste en asumir ambos papeles: el individuo en la tradición liberal, y la muchedumbre en la tradición de la democracia igualitaria. En realidad, incluso esta comunicación mediatizada individual supone la existencia previa de una infraestructura colectiva. Pero curiosamente esta condición no se percibe. El resultado, en todo caso, es que el triángulo de la sociedad individualista de masa (el

¹⁶⁶ Wolton. Op. Cit. Páginas 38 y 39.

individuo, la audiencia, y comunicación) es simétrico al de la modernidad (tecnología, economía, sociedad) ¿Qué consecuencia extraemos de esta simetría? No hay una teoría de la comunicación sin una teoría de la sociedad. Toda teoría de la comunicación que no enuncie formalmente la visión de la sociedad ligada a ella, es una teoría caduca; o más bien contiene una implícita: “dime cuál es tu visión del papel de la comunicación y yo te diré qué modelo, explícito o implícito, haces de la sociedad.” Este vínculo ente técnica y sociedad explica sin lugar a dudas el éxito de las dos ideologías que rodean hoy la revolución de la comunicación: la ideología técnica y la ideología económica.¹⁶⁷”

Hipótesis N°3: la inteligencia del público

En este sentido, se exponen tres consecuencias colegidas de la afirmación sobre la inteligencia del público. Y que se refieren en:

1. ¿cómo podría haber, de un lado, técnicas de comunicación cada vez más avanzadas, y de otro, usuario cada vez pasivos o dominados? Esto indica además la dificultad teórica de separar la información y comunicación. Los periodistas hacen un buen trabajo, producir información, pero por otro lado el comercio de la comunicación lo pervierte. Sin embargo, todos están sometidos a las mismas reglas económicas. Además esta distinción no es posible desde un punto de vista histórico. No hay que separar la buena información y la mala comunicación por el hecho de que hoy la lógica económica es más favorable a las industrias de la comunicación que a las de la información. Tanto más cuando entre la información y la comunicación se encuentra el trabajo esencial del periodismo, intermediario entre el espectáculo del mundo y los ciudadanos.
2. Así como no puede haber comunicación sin capacidad crítica del público, ni absorción de la dimensión normativa por la dimensión funcional. La dimensión universal de la comunicación no se agota en las lógicas actuales de globalización y de mundialización.
3. el carácter mundial de las técnicas no es suficiente para crear una comunicación mundial. Salvo que se sucumba a la ideología técnica que reduce un modelo de sociedad a una infraestructura técnica.

La sentencia al respecto, la entrega la misma autora señalando: “La técnica dominante no crea una modelo dominante de sociedad, contrariamente desde luego a los discursos marxista, para los que las infraestructura técnica determinan las

¹⁶⁷ Wolton, Op.Cit.: 41 y siguientes.

relaciones sociales.” Como veremos, sin excluir las propuestas de Wolton en este sentido, aparecen eso sí las deformidades del camino. Ya que por ejemplo, esta última afirmación desde un punto de vista legal, cobra sentido al observar el tránsito que los medios como la Televisión o la Radio han manifestado en 40 años de historia, no así en los últimos lustros, donde los contenidos parecen ser el domicilio de tal afirmación.

Efectivamente, el tenor de esta modernidad en el caso chileno, se transformó en una meta para los medios de comunicación, su inclusión en esta le otorgaba la carta de comunicación correspondiente. Un alcance no menor, es el que nos señala Santa Cruz, quien ya desde 1997, delineaba la conformación de este escenario moderno de la comunicación¹⁶⁸. Dicho de otra forma, y como lo indica el sociólogo estadounidense John B Thompson, unas variables que apuntan en esta misma dirección, a su juicio son los factores que lo explican: “los cambios económicos y tecnológicos experimentados por la prensa, el desarrollo del periodismo como profesión y cambios en la cultura política que harían enfatizar menos el compromiso ideológico que el “carácter” de los actores políticos”¹⁶⁹.

Desde el punto de vista de las contradicciones culturales, Wolton nos plantea que “La palabra cultura nos lleva a la idea de que no se trata sólo de contradicciones sociopolíticas. Principalmente porque toda comunicación se inscribe en un modelo cultural, y sobre todo porque existe, como lo he enunciado desde el comienzo, un vínculo muy estrecho entre la comunicación y la cultura occidental.

Dicho de otro modo, las técnicas de comunicación constituyen la parte visible de esta enorme cuestión antropológica: la relación con el otro, el intercambio, el compartir. Porque en ese espacio se sitúan las famosas contradicciones culturales. Como si el núcleo de la comunicación mutua – se escapa a medida que el rendimiento

¹⁶⁸ Santa Cruz, Eduardo (1997): “Comunicación, consumo cultural y cultura cotidiana: el caso de la información televisiva.” En documentos de trabajo N°25. Centro de investigaciones sociales. Universidad ARCIS. 1997. En particular: El Mercado: Eje de la vida cultural.

¹⁶⁹ Thompson, John B: “La transformación de la visibilidad. En Estudios Públicos. Disponible en http://www.cepchile.cl/dms/archivo_3197_1476/rev90_thompson.pdf Visitado en diciembre 2010.

de los artefactos avanza más y más. En otras palabras, el incremento de los intercambios no garantiza en modo alguno una mejor comunicación”¹⁷⁰.

En consecuencia: “Con el paso de la modernidad a la modernización, nos instalamos en un presente indefinido, simbolizado por la interactividad y la inmediatez de las autopistas de la información. Todo está en la “instantaneidad” y la “transparencia”¹⁷¹. Sin embargo, suponer una política de lo comunicacional, constituiría reeditar la misma lógica redentora sobre la que muchos valores, se vinculaban y establecían como parte de la lógica del progreso, y que por lo tanto constituían una régimen de positividad para la sociedad. En este sentido, Wolton, caracteriza la dinámica política de la comunicación: “Esta utopía de una política comunicacional revela una contradicción cultural, a saber, la tentación de utilizar los adelantos de las técnicas para resolver la crisis del modelo político y finalmente la crisis de la representación social. Nuestras sociedades, a pesar de todo los “captosres” – media, sondeos, estadísticas-, nunca llegan a evitar la crisis. La transparencia no evita más conflictos, ni la información es suficiente para crear conocimiento”¹⁷². El alcance de la comunicación, en el sentido cultural de su influencia, como se dirá, no sólo se reduce al ámbito de la política en el sentido de su ejercicio, en lo político (el poder que se ejerce sobre el sujeto), esta implicara que “Toda colectividad necesita mantener distancias simbólicas entre los ordenes económicos, militar, político, judicial, religioso ¿Qué valor tiene una sociedad si todos los códigos, los vocabularios, los ritos se encuentran de golpe en pie de igualdad? La reducción de las distancias simbólicas, hecha posible a priori por la omnipresencia de la comunicación construye una sociedad en la que todo es plano, sin relieve”¹⁷³. Como se indicó más arriba, la hegemonía por medio del discurso será parte de esta conformación de la comunicación, “El discurso dominante valora la expresión como condición de la comunicación. Ser libres es ante todo expresarse para comunicar”¹⁷⁴.

¹⁷⁰ Op. Cit. P. 50 y 51.

¹⁷¹ Op. Cit. P. 53.

¹⁷² Op. Cit. P. 54.

¹⁷³ Op. Cit P. 55.

¹⁷⁴ Ibidem

Luego, la comunicación en este sentido, más que constituir un derecho, pasa a ser una condición de lo social, y en la política. Pero, en definitiva para este marco se relaciona con la amplitud constitutiva de la comunicación en los social, en el desarrollo del capitalismo actual, llamado tardío. Lo que hará del la comunicación, una condición. “En primera línea de esas condiciones, la identidad. Sin ella no son posibles los intercambios. Pero tampoco hay intercambios sin el reconocimiento de la alteridad. Hay recordar estas tres cuestiones obligatorias: una cultura y unos valores comunes; un reconocimiento mutuo de las identidades; una aceptación de las alteridades, constituye el mejor medio de precisar los límites de la incomunicación”¹⁷⁵.

En otro sentido, tras la aparición de la Internet y su posterior despliegue en lo que se ha denominado como la Internet 2.0 (con centralidad en aplicaciones de intercambio, redes sociales y comercio electrónico), se ha desplegado una racionalidad que ha utilizado como afirmación una matriz corporativa de los medios en su conjunto; que por un lado, justifica la forma en la que los medios de comunicación, o por lo menos no cuestiona, la forma de hacer el negocio de los medios de comunicación, mientras que utiliza a la Internet como una corrección del sistema. Es decir, para todo lo que no cubren los medios, está Internet. Sin embargo, Wolton plantea algo diferente: “Internet es lo contrario de un modelo de comunicación universal que se presenta como el ideal de la modernidad, alienante para aquello que no forma parte de ella. O más bien es un modelo de comunicación funcional que se presenta como el ideal de la comunicación normativa. Como si existiera un lazo entre la calidad de una comunicación y el número de aquellos que recurren a ella. El hecho de que miles de individuos utilicen una técnica de comunicación no basta para transformarlos en público, y la dimensión del público no es siempre la norma de la calidad de una comunicación. Es verdad que los intercambios son más fáciles, a una escala más amplia, pero al precio de una reducción de la complejidad de la comunicación”¹⁷⁶.

Los tiempos de la comunicación

¹⁷⁵ Op. Cit. P. 59.

¹⁷⁶ Op. Cit. P. 60.

“La supermediatización de acontecimientos graves a escala mundial perturba las conciencias. Esto no quiere decir que los ciudadanos cambien su manera de ver, pero es evidente que su relación con la actualidad inmediata se encuentra seriamente perturbada por este espacio creciente de la instantaneidad y de la emoción. Nuca se sabe gran cosa del efecto real de esta hipermediatización en las poblaciones occidentales, las únicas que sufren este bombardeo mediático... La supermediatización del instante obliga a movilizar los sistemas de valores anteriores para poner en perspectiva las noticias, aunque sólo sea para escapar a esa tiranía de acontecimientos ya que es difícil para cualquiera no reaccionar ante tantos mensajes contradictorios. Las sociedades seleccionan, filtran. A condición evidentemente de que la “urgencia”, verdadera ideología de los tiempos modernos, deje un poco de tiempo a los ciudadanos para que se opere ese “metabolismo”¹⁷⁷.

En cambio, de largo plazo, que es un poco el escenario del conflicto de los valores, no se sabe casi nada. Evidentemente esta escala de largo plazo es esencial para saber cómo se integra la comunicación a la antropología contemporánea. Desgraciadamente los medios no tienen más que entre treinta y sesenta años de existencia, lo que no permite, por el momento, un suficiente distanciamiento para aprender esta cuestión”¹⁷⁸.

“El presente indefinido de las innovaciones continuas resultan tan agobiante como en otros tiempos el que todo estuviera organizado en torno al calendario de las tradiciones. En los dos casos, y por razones opuestas, el surgimiento del acontecimiento hacia dudar de una estructura; hoy, porque sólo hay acontecimientos”¹⁷⁹.

“La paradoja radica, pues, en que a pesar de un modelo cultural individualista y liberal, centrado en la realización de uno mismo, la diferencia y la singularidad se admiten en realidad tan poco hoy como ayer. Simplemente porque la ideología de la libertad, de la expresión y de la búsqueda de uno mismo conduce a conformismos al menos tan

¹⁷⁷ Ibidem.

¹⁷⁸ Ibidem.

¹⁷⁹ Ibidem.

pensados como los ayer, ya que cada uno tiene ahora la sensación de ser libre. Desgraciado el que no piensa como la mayoría democrática: el número democrático, largo tiempo considerado un ideal, puede ser tan tiránico como fue la elite aristocrática”¹⁸⁰.

“Entre la demanda de “dominio” por los políticos, de “valorización” por los periodistas, de “legitimidad” por los ingenieros y la demanda “pura y simple” para los empresarios, no queda mucho sitio para una demanda de “conocimientos”. También en este caso serán los hechos, con su brutalidad, es decir, los conflictos, los que abrirán una real demanda de análisis”¹⁸¹.

Las ideologías de la comunicación: comprensión e integración

“el problema de que, al no ser idénticos los contextos de emisión y de recepción, la interpretación de los mensajes es necesariamente diferente entre la interacción del emisor y la recepción por el público. La hipótesis de la comprensión consiste en hacer una analogía, falsa, entre la cantidad de datos y contextos. Un número creciente de datos no basta para aproximar mejor los contextos. No es el mismo hombre, o más bien no son las mismas actitudes, disposiciones, gustos, expectativas, los que se movilizan cada vez. La integración física de las actividades no cambiará nada el hecho de que el usuario no esté integrado. Que la misma fuente facilite informaciones servicios acerca de los temas, las cuentas bancarias, la telecompra, la formación profesional, los bancos de datos, el telediario, los telefilmes, los juegos..., no modifica el hecho de que se trata cada vez de actividades de comunicación de naturalezas diferentes. Su acercamiento físico en un solo terminal no cambia nada su alteridad. El límite principal a la ideología de la integración y de la comprensión se condensa en una palabra: se pueden comprimir los datos, no se pueden comprimir ni los contextos ni los sentidos. En otras palabras lo que se gana en velocidad y en integración por un lado, no se recupera en eficacia por el otro.”¹⁸².

¹⁸⁰ Op. Cit. P. 61 y 62.

¹⁸¹ Op. Cit. P.63.

¹⁸² Op cit. Páginas 64 y 56.

El cambio completo de la relación identidad-comunicación

“La identidad era el obstáculo a la comunicación, valor en ascenso e identificado al progreso...El enemigo es la identidad principalmente nacional. Y tanto más cuanto en el abierto mundo actual todas las oposiciones se manifiestan de un modo basado en la identidad”¹⁸³.

“Ayer la identidad era un obstáculo a la comunicación, hoy es su condición. Si no, el belicoso que defiende la identidad surgirá aún más como reacción a un exceso de apertura y de comunicación”¹⁸⁴.

Si recorremos el caso de Chile, y a modo de contextualización urgente, las reglas sobre la comunicación, y los desplazamientos tecnológicos que afectan a los medios y por extensión a la sociedad, relacionados bajo lo nacional, de país, constituyen la escenificación de la política¹⁸⁵. Estos operan en una normatividad establecida jurídico-políticamente por el Estado. Haciéndoles, en consecuencia, depositarios de una subjetividad sobre su propio estatuto, dada su especificación de su actividad definida de medios sociales de comunicación. Dicho lo anterior, se trata del estatuto jurídico que les determina, y el uso que los medios hacen del mismo para definir sus actividades. Sin el ánimo de establecer alguna particularidad redundante, este estatuto posee un hecho histórico constituyente: se establece en la comunicación política como un determinante, pero también en cierta medida como un condicionante el concepto de Doctrina o de postulado que suena muy sugerente en este sentido. El Golpe de Estado perpetrado en 1973, por militares y la oposición política al gobierno de la Unidad Popular, más la posterior implementación del sistema neoliberal, bajo la constitución de 1980 por los militares (expresión peyorativa para referirse al período, que caricaturiza la naturaleza castrense del Jefe de Gobierno, y que señala a los civiles, como seguidores de un líder carismático que les había llamado a cumplir una misión para con la patria), da una naturaleza jurídico-política a la comunicación, en particular a los medios, Con la doctrina económica que implementó el período,

¹⁸³ Ibidem.

¹⁸⁴ Ibidem

¹⁸⁵ Arancibia. Op.Cit.

respaldada constitucionalmente, la lógica de la privatización de los servicios públicos, con el rótulo de “chicago-boy’s” (que nombra al equipo de expertos encargados de establecer las máximas neoliberales afianzadas en la inversión, el capital y la propiedad), la sentencia jurídico-política que se estableció para el país.

Sobre la mediación.

Otro de los conceptos que convocamos para nuestra interpretación, tiene relación con el concepto de mediación. Sin ser un índice, es un hecho comprobado teóricamente. La mediación, como concepto relaciona la ideología con los contenidos a través de los discursos que produce. Como en el caso de la prensa del Verosímil, ya que su relación con cierta marca en la producción publicitaria, señalada marketing, se estableció como coordinada editorial.

En la actualidad, la disposición de plataformas, y la unificación de formatos bajo la lógica de la diferencia por estándares, permite dar validez a la categoría de mediación, ya que la práctica comercial de los medios durante el 2000, se estableció comercialmente respecto de este arreglo, el intercambio.

Pareciera ser, la valides de “utilizamos las aportaciones de la Teoría Social de la Comunicación, del Paradigma de la Mediación, con el auxilio de la metodología estructuralista y de herramientas de análisis lógico y estadístico” se hace cargo de las preguntas en el plano político a los medios de comunicación. Recordemos su dependencia jurídico-política del estado,

Precisamente la mediación constituiría una escenificación de lo político, en los agentes discursivos desplegados articulando toda narración política. Sin embargo, ¿Cuál es la envergadura de lo político en los medios de comunicación? ¿corresponde establecer unas formas, por sobre relaciones que se organizan de manera determinada, en acuerdo a fines? Todo operando en la cotidianidad de, en cuento político, toda la población.

La TV deviene el lenguaje de la narración. Efectivamente, el manejo del espacio tiempo, de manera técnica, al decir de Castells, o la memoria según Arancibia, “Al mismo tiempo esta administración de la memoria señala quiénes somos y prefigura e inscribe los límites de aquello se ha venido llamando “identidad”.

Desde la necesidad de una postcrítica, un lugar que asuma las configuraciones en el sentido de una necesidad de cambio. La clave del verosímil, de la realidad o de la forma, el discurso mismo de el capitalismo como único, en definitiva una perspectiva de representar las relaciones sociales dentro de la modernidad, es una producción, ese hecho la deja recluida en su propio estatuto. No desde una categoría estadística, si no que de pregunta a la estadística, como procedimiento de evaluación

El planteamiento de la comunicación social, concebida como una forma de mediación, permite transformar radicalmente el estudio de la influencia social de los MCM. El autor, consciente de ello, explícita en el capítulo “Las tres formas de empleo de la comunicación” los usos informativo (centrado en el objeto de referencia), reproductivo (centrado en el código) y contracomunicativo (centrado en el médium) de la comunicación. Para diferenciar estas tres modalidades, no duda en reconstruir y ampliar el modelo de Jakobson, de modo tal que transforma lo que en su origen era una descripción de las funciones comunicativas del mensaje, en una sistematización de las operaciones mediadoras.

Los medios como dispositivos.

Respecto de la relación dispositivo, se engarza con la noción biopolítica que Arancibia plantea para un medio, que con unas características técnicas de producción y distribución, se podían reducir a un medio en particular. En la actualidad la estandarización, esa producción postfordista, que al acotar el discurso al canal, este cobra relevancia por sobre que contiene, ya que invariablemente contiene un código. El dispositivo letrado, por el de la imagen. Efectivamente, existe una conexión con la explicación del concepto aplicado de dispositivo, pero este al parecer la actividad se

sobrepone a la subjetividad, incrustándose en el sistema político mismo, a fin de resguardar sus fronteras ideológicas.

En este caso, la premisa de que existen en el derecho moderno existen diversas tradiciones, usos y derivaciones de la expresión policía y que remiten al cuerpo del Estado, con su manifestación mediante la gubernamental. Tal es el caso chileno, que hemos detallado más arriba, con las perspectivas jurídico-políticas. Donde, lo moral de sus prácticas, se naturalizan al interior del discurso político del estado. El gobierno, como fuente, constituye así, en su favor de su campo. Mas allá de las palabras empleadas, se trata del sentido orgánico de estas en sus referentes ideológicos. Sobre la definición de ideología que aquí

Un problema, o tensión respecto del uso metodológico del concepto de dispositivo, creemos, se muestra en la dificultad de un campo en configuración, pero al mismo tiempo se establece el mismo mercado a funcionalizado sus procedimientos de su función comercial.

La ideología.

Hasta este punto, la ideología se ha mostrado como el soporte simbólico y concreto de los grupos que determinan su lucha por el Estado, y de su hegemonía en lo político con un régimen de sentido. “Lo ideológico deja de ser un adjetivo atribuible a cierto tipo de discurso para ser definido como un nivel de organización de lo semántico, un nivel de significación presente en cualquier tipo de discurso y cuyo modo de operar es de los mecanismos de selección y combinación que la lingüística estructural ha descubierto como las dos operaciones que dan lugar a los dos tipos básicos de relación a través de los cuales se realiza la significación”¹⁸⁶. Nos parece, que plantear lo ideológico, como centralidad del sustento discursivo de los medios de

¹⁸⁶ Martín-Barbero Jesús: “Oficio del cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura.” Editorial Fondo de cultura económica, 2002, Santiago de Chile. Página 55 y 56.

comunicación, bajo la matriz política que les hace hegemónicos en lo político. Cumple, no sólo unos objetivos metodológicos en el orden de la descripción; nos permite, retornar a la pregunta por el tipo de ideología implementada, con una problematización estructural de la política, y que se refiere a lo que no representa. Al desarrollar la implementación de la política, como escenario de estas; arrastra, el conjunto de principios y críticas, que el mismo régimen democrático despliega durante la década. Lo anterior, nos permite establecer la visualidad representativa que se organiza bajo una ideología conservadora, de la subjetivación. Así, también, se ha establecido que en materia económica, el régimen democrático nacional, es liberal, o neoliberal. Y que, no sólo en su influencias discursiva, o de simbólica, este ha determinado las rutinas de producción, también lo ha hecho con los procedimientos racionales del ejercicio productivo.

Bajo estos términos, podríamos asumir, que existe sólo una ideología en acción, y que la política la utilizaría para la acción del Estado. Pero, será en la posibilidad que la ideología sea un elemento organizador del sentido, y su relación con hegemonía del discurso político, que le hará nítida. Sin embargo, en lo metodológico, con sus mecanismos de selección y combinación lingüística. Barbero, sugerirá de una operatoria de categorías de palabras, se pase a las “reglas semánticas a partir de las cuales se generan las proposiciones, los mensajes”¹⁸⁷. Se reconocerá uno de los puntos críticos sobre la teorización de la ideología, con la presencia de la conceptualización de clase que el Marxismo plantea.

Diferentes cargas, interpretaciones, implicancias y alcances hacen, como hemos visto, de la ideología un concepto problemático. Sin embargo, hemos querido visitar dos autores a modo de referentes, para por un lado revisar una suerte de estatuto, con el lingüista holandés Teun van Dijk. Quien, nos entrega una definición de ideología que nos parece relevante. Para terminar, con el filósofo lituano, Slavoj Žižek, que ha desarrollado durante el último tiempo una descripción de la ideología en términos de discusión que articula lo real y lo simbólico. Para terminar con un breve alcance que

¹⁸⁷ Op. Cit. P. 56.

realizamos sobre los medios de comunicación y el efecto ideológico, planteado por el jamaquino Stuart Hall.

Van Dijk¹⁸⁸ aborda un acercamiento analítico del discurso en el estudio de la ideología. “Dado que las personas generalmente adquieren, expresan y reproducen sus ideologías por medio del texto o del habla, es muy pertinente un estudio analítico del discurso de la ideología”¹⁸⁹.

Un primer desprendimiento teórico, de la explicación que realiza Van Dijk, señala que la ideología es una idea que funciona como un conjunto de creencias. Esto implica, que la ideología no comprende las prácticas o las estructuras sociales, a priori. El autor planteará la necesidad de contar con una teoría de la ideología, ya que sus propios estudios van en esa dirección, estableciendo un eje fundamental, será el componente cognoscitivo implicado en todo discurso, y que de cuenta de las nociones de creencia y de sistema de creencia. Por lo pronto, el autor, enfatiza el carácter descriptivo y sólo de aproximación que implica la aproximación teórica, guardando coherencia con nuestra tesis; además, de dar una salida teórica a la impronta filosófica con la que se aborda el tema de la ideología.

En un segundo momento, manifestará que como no existe ningún idioma privado, no habrá ninguna ideología privada. De allí que los sistemas de creencias sean socialmente compartidos por los actores sociales; dicho, como lo político, las ideología den contorno de sentido al ejercicio del poder sobre los sujetos. Sin embargo, no cualquier colectividad desarrolla o necesita una ideología. “En otros términos, las ideologías consisten en representaciones sociales que definen la identidad social de un grupo, es decir, sus creencias compartidas acerca de sus condiciones fundamentales y sus modos de existencia y reproducción. Los diferentes tipos de ideología son definidos por el tipo de grupos que tienen una ideología, tales

¹⁸⁸ Van Dijk, Teun A: Ideología, un enfoque multidisciplinario. 2006 Editorial GEDISA. España.

¹⁸⁹ Van Dijk (2005): Ideología y análisis del discurso. En Revista internacional de filosofía iberoamericana y teoría social 2005. Página 9. Disponible en URL:
www.bibliointernacional.gob.ar/archivos/adcurso/discurso_e_ideologia.pdf

como los movimientos sociales, los partidos políticos, las profesiones, o las iglesias, entre otros”¹⁹⁰.

En una tercera sentencia sobre las ideologías, indica que no son cualquier tipo de creencia socialmente compartida, sino que son las más fundamentales o axiomáticas. Ellas serán asumidas como control y organización de otras creencias socialmente compartidas. Una de sus funciones cognoscitivas es proporcionar coherencia (lo ideológico apoyando lo político) a las creencias de un grupo y facilitar su adquisición y uso en situaciones cotidianas. Entre otras cosas, las ideologías también especifican qué valores culturales (libertad, igualdad, la justicia, etc.) son importantes para el grupo.

Por último, como fundamento “sociocognitivo” de grupos sociales, las ideologías son desarrolladas en el transcurso del tiempo y a veces pueden cambiar. Estas creencias, pierden su naturaleza ideológica en cuanto se convierten en parte del ideario social común. Cuando su sentido se expande, y sus contornos pierden definición. Por lo tanto, las ideologías no son creencias individuales.

Uno de los problemas más difíciles al referirse a la ideología, tiene que ver con la exacta base social de las que ellas responden. La pregunta por la colectividad, o la comunidad, supone que ellas son propiedad de grupos sociales y que, dada la particularidad de esta, estos grupos pueden ser conjuntos herméticos, o cerrados. Lo que indica, que obviamente no todas las colectividades sociales son grupos ideológicos, pero que al escenificar la política, lo político será determinado por la ideología. Por lo tanto es necesario satisfacer varios criterios sociales sobre la durabilidad, continuidad, las prácticas sociales, intereses, relaciones con otros grupos e incluyendo también la base fundamental de identificación de grupos: será un sentimiento de pertenencia al grupo que se expresa típicamente por el pronombre nosotros.

¹⁹⁰ Op. Cit. P. 10.

Algunos grupos sociales pueden ser definidos sólo primariamente en términos de sus ideologías y representaciones sociales compartidas, por los discursos y otras prácticas sociales basadas en ella.

“En esta perspectiva parece pertinente distinguir entre (varios tipos de) grupos sociales por una parte, y comunidades culturales, por otra. Los primeros tienen ideología –relacionada con sus metas e intereses respecto a otros grupos- mientras que los últimos tiene otras creencias generales, tales como conocimiento, normas y valores –que no necesariamente relacionarse con las otras comunidades culturales”¹⁹¹.

Se necesita hacer más trabajo teórico, dirá Van Dijk, acerca del tipo de colectividades que comparten ideologías. El autor ha distinguido a estos grupos como comunidades. Por ejemplo si se distingue que las categorías sociales, como aquéllas de género o etnicidad: las mujeres o personas negras no poseen de ante mano una ideología, pero las feministas o antirracistas si las tienen. No obstante, las feministas y los pacifistas son diferentes de un tipo de colectividad normalmente más organizada como la de profesionales o la de colectividades políticas. Los racistas o conservadores apenas parecen formar un grupo en el sentido de una colectividad organizada de personas, como puede ser el caso de un partido racista. Ellos, pueden ser más comunidades de creencias, que otros grupos que coordinan sus acciones, en términos de presión política. Sin embargo, las feministas, pacifistas, racistas y conservadores no sólo son colectividades que comparten creencias ideológicas. También influyen sobre ellos, y hablan entre ellos y con otros en función de sus ideologías. “Más o menos explícitamente identificados como tales (ellos), y defienden sus puntos de vistas y a otros que comparten sus puntos de vista. A veces, como es el caso de los racistas, no pueden comprender ni admitir que son tales lo que también muestra que las etiquetas de ideologías no son auto-atribuidas”¹⁹².

Las colectividades ideológicas son comunidades de prácticas y de discurso. Ellas pueden o no organizarse. La organización no es ideológica, sino que es la ideología la

¹⁹¹ Op. Cit. P. 14.

¹⁹² Op. Cit. P.15.

colectividad de personas que los componen. Así el autor adopto el término de grupo ideológico, es decir, “una colectividad de personas definida principalmente por una ideología compartida y por las prácticas sociales basadas en ella, sea que estén o no organizada o institucionalizada”. El autor considera que una teoría más amplia de la organización social, esta en los diferentes tipos de colectividades, está estrechamente relacionada con una teoría socio-cognitiva acerca del tipo de creencias o de las representaciones sociales de estas colectividades. Así se distinguen las comunidades epistémicas o lingüísticas, por un lado, y grupos ideológicos u organizaciones, por otro.

Hemos definido que las ideologías, como creencias fundamentales, subyacen en las representaciones sociales compartidas por tipos específicos de grupos sociales. Estas representaciones pasan a ser la base del discurso y de otras prácticas sociales. Ya que se ha pensado que las ideologías son principalmente expresadas y adquiridas a través del o los discurso. Cuando los miembros de un grupo explican, motivan o legitiman sus acciones (grupales), lo hacen típicamente en términos de discurso apoyado por el recuso ideológico. Por lo tanto, una cosa será asumir que las ideologías se encuentran en la base del discurso, pero otra será proporcionar una teoría detallada de los procesos reales(cognoscitivos) involucrados en la producción o la comprensión de tal discurso. “El significado o el contenido del discurso es controlado por las interpretaciones subjetivas por parte de los usuarios del idioma de la situación o evento de los que trata el discurso, es , por sus modelos mentales”¹⁹³.

Por último, sólo señalar que se ha tratado de hacer una esquemática aproximación al trabajo de Van Dijk. Y que, en cuanto resumen, sólo se ha pretendido, establecer un marco de referencias para que creamos pertinente referir en el sentido del contexto, ya que: “El uso del idioma en general, y la producción del discurso y comprensión en particular depende de, e influyen en las propiedades relevantes de la situación comunicativa tal como son interpretadas por los usuarios del idioma. Estas definiciones de la situación de carácter subjetivo o contextos son representados como modelos específicos en la memoria episódica: son los denominados modelos de

¹⁹³ Op. Cit. P. 16.

contexto.”^{16p} Estos modelos de contexto controlan muchos aspectos del proceso de discurso y aseguran que un discurso sea socialmente apropiado. Como es el caso para todos los modelos mentales subjetivos, los modelos de contexto pueden ser ideológicamente prejuiciados como resultado de actitudes subyacentes que son de por sí ideológicas.

Otro autor, que hemos querido visitar, es el filósofo esloveno Žizek, que habla de la noción de ideología, en base a la relación de producción que hace dos décadas se pensaban las alternativas al modelo liberal (comunismo o fascismo), y que hoy, al parecer nadie ve como alternativa, por lo que es más fácil pensar en “el fin del mundo” que un cambio más modesto en el modo de producción. “De manera que se puede afirmar categóricamente la existencia de la ideología en tanto matriz generativa que regula la relación entre lo visible y lo no visible, entre lo imaginable y lo no imaginable, así como los cambios producidos en esta relación.”¹⁹⁴.

“Esta matriz puede descubrirse fácilmente en la dialéctica entre lo “viejo” y lo “nuevo”, cuando un acontecimiento que anuncia una dimensión o una era completamente nueva es (erróneamente) percibido como la continuación del pasado o el retorno a él, o –en el caso opuesto- cuando un acontecimiento que se inscribe por completo en la lógica del orden existente es (erróneamente) percibido como una ruptura radical”¹⁹⁵. Según el autor, este ejemplo se encuentra en los críticos del marxismo que ven de manera errónea esta sociedad capitalista tardía, esto es, como una nueva formación social, que ya no está dominada por la dinámica del capitalismo, como fue descrita por Marx, que para el autor no es más que un ejemplo repetido. Y que por lo tanto, se propone recorrer como aproximación el terreno, por ejemplo, de la sexualidad. Siempre con el ejemplo, uno de los terrenos comunes es el “sexo virtual” presenta una ruptura radical con el pasado, puesto que el acto sexual real (con una pareja de carne y huesos) pierde terreno frente al acto masturbatorio. Esto será la tesis de Lacan: donde no existen las relaciones sexuales, ya que el acto sexual real (con otro) es inherente al fantasmático (una construcción).

¹⁹⁴ Žizek Slavoj (compilador): “Ideología. Un mapa de la cuestión.” Segunda edición, Editorial Fondo de Cultura Económica, 2008, Buenos Aires Argentina. Introducción, página 7

¹⁹⁵ Op. cit. P. 7-8.

En este sentido, una percepción errónea, puede ser ejemplificada por la reacción de los intelectuales liberales occidentales a la emergencia de Estados nuevos en el proceso de desintegración del socialismo real en Europa oriental, ellos percibieron erróneamente el retorno del Estado Nación, cuando en realidad este se estaba agotando. “La palabra ideología puede designar cualquier cosa, desde una actitud contemplativa que desconoce su dependencia de la realidad social hasta un conjunto de creencias orientadas a la acción, desde el medio indispensable en el que los individuos viven sus relaciones con una estructura social hasta las ideas falsas que legitiman un poder político dominante. Parecería surgir justamente cuando intentamos evitarla, mientras que nos aparece cuando es claramente esperable.”¹⁹⁶.

Más específicamente: “En este sentido preciso, la ideología es exactamente lo contrario de la internalización de la contingencia externa: reside en la externalización del resultado de una necesidad interna, y aquí la tarea de la crítica de la ideología es precisamente identificar la necesidad oculta en lo que aparece como una mera contingencia”¹⁹⁷. Para el autor la ideología no tiene nada que ver con la “ilusión”, con una representación errónea, distorsionada de su contenido social.

La noción de “razón instrumental” ya no pertenece al horizonte de la crítica de la ideología, pues está designa a una actitud que no es simplemente funcional en relación con la dominación social; esta actúa como fundamento mismo de la relación de dominación. Una ideología no es necesariamente “falsa”, puede ser “cierta” o bastante precisa, puesto que lo que importa no es el contenido como tal, si no el modo de cómo este contenido se relaciona con la posición subjetiva supuesta por su propio proceso de enunciación. Así, es un espacio ideológico cuando esta en función de una relación de dominación social (la legitimación de la dominación para ser efectiva debe ser oculta).

¹⁹⁶ Op. Cit. P 10.

¹⁹⁷ Op. Cit. P. 10.

Para no caer en un relativismo histórico que suspende el valor cognitivo del término ideología y que lo transforma sólo en expresión de las circunstancias sociales, se abordará de forma sincrónica. En relación a la religión, Hegel distinguía 3 momentos: la doctrina, la creencia y el ritual. Existe una multitud de nociones de la ideología frente a estos 3 ejes

1. la ideología como complejo de ideas. Teorías, convicciones, creencias, procedimientos argumentativos.
2. la ideología en su apariencia externa. La materialidad de la ideología como los aparatos ideológicos del Estado.
3. la ideología espontánea. Opera en el centro de la realidad social en sí.

Esto se adecua a la tríada hegeliana de en sí-para sí- en y para si.

1. En sí. La noción inmanente de la ideología como una doctrina, un conjunto de ideas y creencias (busca convencernos de su verdad) al servicio de un poder inconfeso. El modo de la crítica de la ideología que corresponde a esta noción es de *lectura de síntomas*: el objetivo de la crítica es descubrir la tendencia no confesada de la oficialidad por medio de sus rupturas. “La ideología es una comunicación distorsionada sistemáticamente: un texto cuyo significado público “oficial”, bajo la influencia de intereses sociales (de dominación, etc.) inconfesos, está abruptamente separado de su intención real. Es decir, un texto en el que nos enfrentamos a una tensión, sobre la que no se reflexiona, entre el contenido del texto explícitamente enunciado y sus presunciones pragmáticas”¹⁹⁸.

En la actualidad la crítica de la ideología esta dada por el análisis del discurso. Invierte esta relación: lo que la tradición del iluminismo descarta como una mera perturbación de la comunicación “normal” resulta ser su condición positiva. El espacio intersubjetivo de la comunicación simbólica esta siempre estructurado por diversos dispositivos textuales (inconscientes) que no s e reducen a una retórica secundaria. En la tradición

¹⁹⁸ Op. Cit. P. 18.

iluminista, la ideología representa la noción velada (“falsa”) de la realidad surgida de diferentes intereses. Para el análisis del discurso, la noción misma de un acceso a la realidad sin el sesgo de dispositivos discursivos o conjunciones con el poder es ideológica. Una red de dispositivos discursivos hacen hablar a los hechos. (los espacios son preconstruidos discursivamente).

2. El paso del en si para si. A la ideología en su exteriorización/otredad: los aparatos ideológicos del estado designan la existencia material de la ideología en prácticas ideológicas, rituales e instituciones. Ejemplo lo religioso (no es sólo una convicción interna, se exterioriza con sus rituales)

Cuando denunciemos como ideología el intento mismo de trazar una clara línea de demarcación entre la ideología y la realidad, esto parece imponer la conclusión, según Zizek, que la única posición no ideológica es renunciar a la noción de realidad extraideológica y aceptar que todo lo que tenemos son ficciones simbólicas, una pluralidad de universos discursivos, nunca la “realidad”; no obstante una solución postmoderna, es ideológica por excelencia. No hay una línea clara, de demarcación que separe la ideología de la realidad, aunque la ideología ya éste operando en todo lo que experimentamos como realidad, sin embargo debemos sostener la tensión que mantiene viva la crítica de la ideología.

La noción de ideología, esa división de la ideología “en si”, por un lado representa la distorsión de la percepción y la argumentación racional a cada uno de los “patológicos” intereses de poder externo, la explotación, etc. Por otro lado la ideología reside en la noción misma de un pensamiento no perneado por alguna estrategia de poder no transparente, será uno de los domicilios del poder, en consecuencia. Por lo que la exterioridad que puede tener una ideología, se divide en una exterioridad interna (el orden simbólico, es decir, los mecanismos discursivos descentrados que generan el significado) y una exterioridad externa (los aparatos ideológicos de Estado, los rituales, y las prácticas sociales que materializan la ideología). Esta realidad social “extratextual” se divide en el exterior institucional, que domina y regula la vida de los individuos “desde arriba” (AIE), y la ideología que no es impuesta por los AIE, sino que

se da espontáneamente “desde abajo”, fuera de la actividad extrainstitucional de los individuos (por ejemplo el fetichismo de la mercancía). Esto nos permite afirmar que la ideología no surge de “la vida misma”, llega a la existencia sólo en la medida en que la sociedad es regulada por el Estado”¹⁹⁹.

Esta tensión entre la “espontaneidad” y la imposición organizada introduce una especie de distancia reflexiva en el centro mismo de la noción de ideología: la ideología es siempre, por definición, “ideología de la ideología” “Basta recordar la desintegración del socialismo real: el socialismo era percibido como la regla de la opresión y el adoctrinamiento “ideológicos”, mientras que el pasaje hacia el capitalismo/la democracia se experimentó como una liberación de las restricciones de la ideología. Sin embargo, ¿no fue esta experiencia misma de “liberación” en el curso de la cual los partidos políticos y la economía de mercado fueron percibidos como “no ideológicos”, como el “estado natural de las cosas”, ideológica por excelencia? Nuestro argumento es que este rasgo es universal: no hay ideología que no se afirme a sí misma por medio de su demarcación respecto de otra “mera ideología”. Un individuo sometido a la ideología nunca puede decir por sí mismo “Estoy en la ideología”, siempre necesita otro corpus de doxa para poder distinguir de ella su propia posición “verdadera”²⁰⁰.

El problema, así se nos condensa en la realidad y su performatividad desde la ideología, tratando de acercarse a ciertas conclusiones, la pregunta de ¿Por qué no hay realidad sin espectro? Lacan responde: lo que se experimenta como realidad no es “cosa en sí”, sino que esta simbolizada, constituida, estructurada por mecanismos simbólicos, y el problema es que la simbolización siempre fracasa, nunca logra cubrir por completo lo real. En consecuencia, el “espectro” no debe confundirse con la “ficción simbólica”, con el hecho de que la realidad misma tiene la estructura de un relato de ficción porque es construida simbólicamente o socialmente. La realidad nunca es directamente “ella misma”, se presenta sólo a través de su simbolización incompleta/fracasada y las apariciones espectrales emergen en esta misma brecha

¹⁹⁹ Op. cit. P 22.

²⁰⁰ Op. Cit. P.29.

que separa para siempre la realidad de lo real, y a causa de lo cual la realidad tiene en carácter de una ficción (simbólica): el espectro de la cuerpo a lo que escapa de la realidad (simbólicamente estructurada). El “núcleo” preideológico de la ideología consiste en la aparición espectral que llena el hueco de lo real.

Desde los estudios culturales, Stuart Hall²⁰¹, nos plantea que “La observación empírica debe dar en cada caso, empíricamente y sin la menor mistificación y especulación, la vinculación de la estructura social y política con la producción. Marx relaciona también con esta base o “anatomía” “la producción de idea, de conceptos, de conciencias”: la esfera de la “producción mental”. Para Marx las relaciones que gobiernan la organización social de la producción material son específicas –“concretas” de cada fase o estadio: cada una constituye su propio “modo”. Las superestructuras sociales y culturales que se “corresponden” con cada modo de producción serán históricamente específicas. Para Marx, hasta la fecha todos los principales modos de producción en la historia humana han estado basados fundamentalmente en un tipo de explotación del trabajo de unos por otros. Los modos de producción por complejos, desarrollados y productivos que devengan- están fundamentados de raíz por tanto, en una contradicción antagónica. Pero esta contradicción, las formas sociales en que es institucionalizada, las leyes teóricas que la “explican”, así como las formas de “conciencia” en que el antagonismo es vivido y experimentado, se desarrollan nuevamente en formas concretas e históricamente específicas.”

“Ahora bien, puesto que cada modo de organización social y material era históricamente específico, las formas de vida social correspondientes tenían que asumir de forma concreta e históricamente definida”²⁰². “El paso de “qué” al “cómo” de la actitud sustantiva a la adjetiva, es el primer elemento radicalmente diferente, el primer elemento radicalmente diferente, el primer elemento “estructura”, que hemos de observar en al obra que tenemos ante nosotros. La “cultura”, en este sentido, no se refiere a algo sustancialmente diferente de lo “social”: esto se refiere esencialmente a

²⁰¹ Hall Stuart: La cultura, los medios de comunicación y en efecto ideológico. Publicado en CURRAN, James y otros (comp.) Sociedad y comunicación de masas. Fondo de cultura económica, México, 1981

²⁰² Op. Cit. P.134.

un aspecto del mismo fenómeno. En consecuencia, se afirma que “La cultura humana es el resultado y el registro del dominio desarrollado del hombre sobre la naturaleza, su capacidad de modificar la naturaleza por su uso. Esta es una forma de conocimiento humano, perfeccionado mediante el trabajo social, que constituye la base para todo nuevo estadio en la vida histórica y productiva del hombre. No se trata de un “conocimiento” almacenado en abstracto en la cabeza. Este materializado en la producción, encerrado en la organización social, ha avanzado mediante el desarrollo de hábitos tanto prácticos como teóricos y, por encima de todo, se ha preservado y transmitido por medio del lenguaje...Las ideas, conceptos, etc., surgen en el “pensamiento”, pero deben ser explicados en los términos de la práctica material, no al revés.”²⁰³

“Una formulación social no es pensada como una serie de prácticas “relativamente autónomas, sino como una totalidad expresiva en la que las “necesidades” o tendencias de la base determinante están medidas de un modo homólogo en otros niveles, y donde todo deriva de los “hombres reales y activos” y sus “procesos activos de la vida”, de su praxis histórica “bajo condiciones, presupuestos y límites materiales concretos independientes de su voluntad”. En una formulación afín, pero ligeramente diferente, esperaríamos que cada una de las prácticas implicadas revelase “sorprendentes correspondencias”, siendo entendida cada una de ellas como formas múltiples de energía humana.

“El problema es cómo dar cuenta del hecho de que, en la esfera de las ideas, el significado, el valor, los conceptos y la conciencia, los hombres pueden experimentarse a sí mismos de modo que no se corresponden plenamente con su condición real. ¿Cómo puede decirse de los hombres que tienen “falsa” conciencia de cómo se atienen o se relacionan con, las condiciones reales de su vida y producción? ¿Puede el lenguaje, el medio por el que se transmite la cultura humana en el “sentido antropológico”, convertirse también en instrumento por el que es “distorsionado”?; el instrumento con el que los hombres elaboran relatos y explicaciones, con el que dan sentido a su “mundo” y toma conciencia del él, ¿también le ata y traba en lugar de

²⁰³ Op. Cit. P. 135.

liberarse? ¿cómo puede el pensamiento ocultar aspectos de su condiciones reales en lugar de clarificarlas? En suma, ¿cómo podemos dar cuenta del hecho de que en “toda ideología” los hombres (que son los “productores de sus conciencias, ideas, etc.”) y que sus circunstancias estén mistificados, o que aparezcan oscurecidos.

“Las ideas dominantes no son sino la expresión ideal de las relaciones materiales dominantes... dadas como ideas; por tanto, de las relaciones que hacen de una clase la clase dominante y, en consecuencia, de las ideas de su dominancia... Hasta ahora en tanto que dominan como clase y determinar la extensión y el alcance de una época... dominan también como pensadores, como productores de ideas y regulan la producción y distribución de las ideas de su época” Y que identificamos como conservador. Esto, como Hall, nos advierte, se trata de que: “El modo de producción capitalista depende de la “combinación” de quienes poseen los medios de producción y los que sólo pueden vender su trabajo, junto con las herramientas e instrumentos de producción.”

En su acotado escenario, en el plano que la política ha diseñado para el ejercicio de la subjetividad, el mercado representa un sistema que requiere producción e intercambio como si consistiese sólo de intercambios. Y para entender el papel de la ideología debemos ser capaces de dar cuenta de los mecanismos que sostienen consistentemente, en la realidad, una serie de representaciones que nos muy falsas frente a las “relaciones reales” de las que dependen de hecho (que no una falsa inflexión de ellas). (Recordemos que, puesto que el mercado existe y la gente compra y vende cosas, las ideologías de mercados se materializan en prácticas de mercado). La pregunta, también se referirá a la comprensión que se demanda, y se asegurará que: “Mediante el sentido común no se puede aprender cómo son las cosas: sólo se puede descubrir dónde se adecuan en el esquema de cosas existentes”²⁰⁴. Por último, y en el marco metodológico de los estudios culturales, “Althusser de la ideología es cuanto que “esa nueva forma de inconsciencia específica llamada “conciencia”. Althusser argumenta que, aunque las ideologías suelen estar formadas de sistemas de representaciones, imágenes y conceptos es sobre todo en tanto que estructuras

²⁰⁴ Op. Cit. P.145.

como se imponen a la gran mayoría de los hombres”²⁰⁵. Sólo se podrá afirmar que esta tendencia sistemática, no una incidental de la ideología que reproduce también su estructura de dominación.

De lo anterior, será necesario, por lo menos citar brevemente al sociólogo estadounidense John B. Thompson²⁰⁶, quien en las páginas de un ensayo disponible en el Centro de Estudio Públicos CEP), se refiere al impacto de los medios de comunicación modernos en la vida social y política, lo que se denominará, “interacción de los medios de comunicación”, como enfoque sociológico. Este enfoque se centra, en las nuevas formas de interacción a que dan lugar los medios de comunicación modernos. Estas nuevas formas, implican una caracterización que les sujeta a las coordenadas de tiempo y espacio propias de la comunicación cara a cara. Como una de las consecuencias de estas nuevas formas de interacción social, la esfera de lo público y su visibilidad, será el problema más visible. Los medios modernos, sostiene este autor, han dado origen a un tipo “mediático” de visibilidad mediática permite que los políticos alcancen grandes audiencias y manejen su imagen ante ellas”²⁰⁷.

A juicio de Thomson, “hay tres factores que lo explican: los cambios económicos y tecnológicos experimentados por la prensa, el desarrollo del periodismo como profesión y cambios en la cultura política que harían enfatizar menos el compromiso ideológico que el “carácter” de los actores políticos”²⁰⁸. La pregunta sobre la manera de entender la naturaleza e impactos de los medios de comunicación, es un aspecto central. Las nuevas formas de comunicación, se colegirá, han creado también nuevas oportunidades para la manipulación simbólica, ya que quienes controlan la producción de símbolos pueden usar su poder para moldear el material simbólico de acuerdo con sus objetivos e intereses.

²⁰⁵ Op. Cit. p 147.

²⁰⁶ Thomson, John, B: La transformación de la Visibilidad. En Estudios Públicos, 90 (otoño 2003). Disponible en URL: www.cepchile.cl/dms/archivo_3197_1476/rev90_thompson.pdf Visitado el 14 de octubre 2010.

²⁰⁷ Op. Cit. P.273.

²⁰⁸ Op. Cit. P 274.

(...) “teoría de la interacción de los medios de comunicación”. Ella es básicamente una concepción sociológica de los medios, en el sentido de que éstos son analizados a la luz de la interacción social que posibilitan y de la que ellos mismos participan. (...) mediante su uso los individuos crean nuevas formas de acción e interacción que difieren en determinados aspectos de la interacción cara a cara que caracteriza a la mayor parte de nuestros encuentros en la vida cotidiana. El análisis de estas formas de interacción nos provee de una perspectiva sobre las formas en que los medios de comunicación han alterado las condiciones de la vida social y política”²⁰⁹.

“(...) tiene que ver con lo que describiré como la transformación de la visibilidad. Con el desarrollo de los medios de comunicación, sin embargo, la visibilidad de los individuos, acciones y eventos es independiente de la circunstancias de compartir un lugar común: los individuos se hacen visibles a otros que se encuentran en contextos distintos. La administración de la visibilidad –un arte esencialmente imperfecto- se ha transformado en una característica inevitable de la política moderna.”²¹⁰.

Será importante, examinar a los medios de comunicación, sobre la base de acción e interacción que hacen posible y que también utilizan. Esto porque los medios, no sólo serían instrumentos de carácter técnicos; sino que también, “son instrumentos para guardar e intercambiar información y materiales simbólicos entre las personas, por lo que están intrínsecamente vinculados a formas de acción e interacción que surgen cuando ellos son utilizados”²¹¹. En específico, “(...) la teoría de la interacción de los medios de comunicación consiste en que los medios deben ser examinados en relación con las formas de acción e interacción que ellos hacen posible y de las cuales, en aquellas ocasiones en que los medios se utilizan, ellos participan. Los medios no son sólo instrumentos técnicos. Son, además, instrumentos para guardar e intercambiar información y materiales simbólicos entre las personas, Por lo que están intrínsecamente vinculados a formas de acción e interacción que surgen cuando ellos son utilizados.

²⁰⁹ Op Cit. P. 274.

²¹⁰ Op. Cit. P. 275.

²¹¹ Op. Cit. P. 275.

En consecuencia, indicará Thomson, “El funcionamiento de los medios de comunicación dan origen a varias formas de interacción mediática, que se diferencian en diversos aspectos de la interacción cara a cara, por lo pronto en sus características espacio-temporales. Mientras la interacción cara a cara siempre ocurre en un contexto de copresencia, la interacción mediática se “extiende” por el espacio y puede también extenderse o comprimirse en el tiempo.(...) pero en la interacción mediática los productores y receptores de mensajes están por lo general separados especialmente (y pueden o no estarlo también en el tiempo). A través de los medios de comunicación podemos interactuar con otros que no comparten un mismo marco espacio-temporal, y la naturaleza de nuestra interacción está determinada por esta característica y por las propiedades del medio empleado. Un tipo distinto de interacción mediática es aquella generada por la producción y recepción de materiales tales como libros, diarios, programas de radio y televisión, es decir, los así llamados medios masivos. Primero, en el caso de la cuasi interacción mediática, las formas simbólicas son producidas para un conjunto indefinido de potenciales receptores”²¹². Y “segundo (...) la cuasi interacción mediática es predominantemente fonológica, es decir, el flujo de la comunicación se desplaza básicamente en un sentido. Esta tecnología crean novedosas situaciones de interacción con características distintivas”²¹³.

Como advertencia, “Cada vez más, los individuos pueden adquirir información y contenido simbólico de fuentes distintas a las personas con las que interactúan directamente en su vida cotidiana y acceder a “conocimiento no local”, el que puede incorporar reflexivamente en sus procesos autoformativos. La creación y renovación de las tradiciones son procesos que han ido quedando progresivamente vinculados al intercambio simbólico mediático; las tradiciones no han desaparecido con el desarrollo de las sociedades modernas, pero gradualmente han perdido su anclaje en los emplazamientos de la vida cotidiana.”²¹⁴

Para terminar, la transformación de la visibilidad Thomson, reúne unas características, que encuentran clara relación con el despliegue del mercado, en su

²¹² Op. Cit. P. 276.

²¹³ Op. Cit. P. 277.

²¹⁴ Op. Cit. P. 278.

forma de logra para resolver las relaciones sociales, y que hemos destacado como lo político. “El primer sentido de esta dicotomía tiene que ver con la relación entre el ámbito del poder político institucionaliza, conferido crecientemente al Estado soberano, y los ámbitos de la actividad económica y las relaciones personales que quedaban fuera del control político directo. De este modo, desde mediados del siglo XVI en adelante, el término “público” comenzó a significar, progresivamente, actividad o autoridad relacionada con el Estado o derivada de éste, mientras que “privado” se refería a aquellas actividades o esferas de la vida que estaban excluidas o separadas de él. De acuerdo con éste, “público” significa “abierto” o “disponible al público”. Lo privado, en contraste, es lo oculto a la vista, lo dicho o hecho en privado, confidencialmente o al interior de un círculo restringido de personas. Un acto público es un acto visible, efectuado abiertamente para que cualquiera pueda verlo; un acto privado es invisible, un acto efectuado confidencialmente y tras puertas cerradas”²¹⁵.

Resumiendo, en el caso de los medios de comunicación, “Tal como en el caso de la imprenta, los medios electrónicos crearon un tipo de “publicidad” desligada de las circunstancias de compartir un mismo lugar físico una “publicidad” que, con la creciente accesibilidad a medios de comunicación a escala nacional e incluso internacional, repercutió en la vida de una proporción cada vez de mayor de la población. No obstante, el tipo de “publicidad” generada gracias a los medios de comunicación electrónicos era diferente, en ciertos aspectos, de aquella creada por la imprenta. Desde entonces, los medios electrónicos crearon una forma de “publicidad” caracterizada, al menos en principio, por lo que podríamos llamar “simultaneidad desespacializada”: personas distantes podían ser vistas de manera virtualmente simultánea, podían oírse en el mismo instante en que hablaban o verse en el mismo momento en que actuaban, a pesar de que no compartían el mismo lugar físico con los individuos para los cuales eran visibles. La radio permitió codificar la cualidad oral de la voz humana y transmitirla a personas distantes, mientras que la televisión hizo posible grabar y retransmitir claves visuales y orales”²¹⁶.

²¹⁵ Op. Cit. P. 279.

²¹⁶ Op. Cit. p. 282 y 283.

Sin embargo, creemos pertinente dar relevancia a la noción de dispositivo para el caso de los medios de comunicación, manteniendo la doble lectura que supone a una conceptualización como esta. Esta noción, muy resumida tiene por objeto, dejar asentadas estas características que pensamos como relevantes al momento de referirse a las implicancias de los medios de comunicación en la política, en cuanto al alcance dado más arriba, y que permiten mantener un análisis sobre los alcances de la significación política que realizan mediante lo político. A saber, se trata de tres autores que plantean una explicación al respecto y que detallamos de manera esquemática²¹⁷.

Según Foucault, “Un dispositivo sería, entonces, una relación entre distintos componentes o elementos institucionales que también incluiría los discursos, instalaciones arquitectónicas, decisiones, reglamentarias, leyes, medidas circulan dentro de dicha relación; específicamente Foucault aclara que “el dispositivo mismo es la red que se establece entre estos elementos.” “(...) producen sujetos que como tales quedan sujetos a determinados efectos de saber/poder.”²¹⁸

Para Deleuze, “implica entonces líneas de fuerza que van de un punto singular al otro formando una trama, una red de poder, saber y subjetividad”²¹⁹.

Mientras que para Agamben: “Dispositivo sería aquello que produce la disposición de una serie de prácticas y mecanismos que ante una urgencia tiene como objetivo conseguir un determinado efecto que la cancele, la neutralice o normalice. Un dispositivo es un régimen social productor de subjetividad, es decir, productor de sujetos-sujetados a un orden del discurso cuya estructura sostiene un régimen de verdad”²²⁰.

El rendimiento, que proponemos, se enlaza con la idea de señalar a los medios, como hemos insistido, en su relación con la política, y el peso que en lo político

²¹⁷ García Luis (2011): ¿Qué es un dispositivo?: Foucault, Deleuze, Agamben.” En Revista de Filosofía. A parte Rei. Con acceso en Marzo 2011. <http://serbal.pntic.mec.es/AParterei>

²¹⁸ Op. Cit. P. 3.

²¹⁹ Op. Cit. P. 4.

²²⁰ Op. Cit. P. 7.

comportan. Señalar a los medios de comunicación masivos, comprenden la lógica de dispositivos, nos permite dar una idea de conjunto de estos.

Hemos querido dejar para el final, el arribo a la sospecha, que establece una mirada desde la discusión bibliográfica involucra en cierta medida, establecer unos contornos sobre los medios de comunicación, a la luz de su acción y determinación de la política y lo político. En particular para iniciar una mirada desde la presencia de una doctrina, evidencia de una ideología en acción política, que sustenta el actual escenario de lo político en las comunicaciones, y que no es otro que el estado de la política del país.

De una manera histórica, desde que Chile retorna a la democracia en 1990, la opinión sobre los medios se hace más generalista en la medida que estos comienzan su expansión y a ocupar más horas y espacios en la vida cotidiana de las personas; como también, a la relación política que encierran con los sujetos receptores del acto comunicativo. El léxico político utilizado para denominara el fenómeno, durante la época fue el de libertad de opinión y pluralismo, tolerancia, y diversidad; su reverso, ha sido la concentración de los medios, la manipulación de la información por un lado, con el valor de libertad de prensa, etc. Durante los primeros diez años, el concepto de “transición”, unificó la gran mayoría de las opiniones políticas, y a lo político al momento de establecer las relaciones de poder que eta aplica sobre los sujetos. Siempre, en el contexto del termino de las dictaduras y el inicio de los procesos de democratización, que a nivel latinoamericano ya habían comenzado. Así, también se desplegaba una forma de de gobernar que se sostenía el un sistema jurídico-político sobre acuerdos. La articulación de la transición, se sostenía sobre un sistema de representación denominado Binominal, que establecía la composición del poder legislativo en relación de representación a dos tercios, incluyendo en los resultados a las segundas mayorías. Así, el procediendo legislativo, quedó sujeto a las votaciones de cuorum calificados; lo que en la práctica, significó una minoría en términos de cuorum para legislar sobre una u otra materia. El sistema de representación, había dejado, mediante el proceso de elecciones, una institucionalidad que determinaba la forma de establecer los marcos político-jurídicos sobre la materias que sean tratadas.

Siendo el estado de derecho, la política del acuerdo, el vector que vehiculiza a la institucionalidad. Dicho de otra forma, el Estado, más que realizar cambios, establece reglas para el juego acorde con la institucionalidad dada por la Constitución de 1980.

El recorrido que hemos realizado, como ya indicamos, está motivado por la pregunta sobre la política en los medios de comunicación; en particular, sobre el rol que estos han tenido, en su influencia, como en sus acciones, y alcances. La ruta que hemos trazado, nos parece, posee la garantía de entregar los suficientes elementos para entrar en la discusión sobre este papel dado a los medios de comunicación.

CONCLUSIONES

Bajo el título de Conclusiones, se nos producen a lo menos dos factores, que debemos mencionar dada su centralidad. Lo primero tiene que ver, con que más que afirmaciones, se nos han generado una serie de problemas de orden teórico, en relación con la formulación de una crítica, que en cuanto dificultad, pensamos es pertinente dejar bajo la intención de la crítica. Aún, cuando esta pueda ser un intento difícil. En segundo lugar, y como ya hemos indicado reiteradas veces, el corte histórico nos permite dar rendimiento a una perspectiva modélica que caracteriza a los medios de comunicación en su relación con la política.

En definitiva, se trata de intentar una revisión, mediante la pregunta sobre el ejercicio de los medios de comunicación masivos en Chile, y en ese sentido, hemos intentado establecer la relación política que subyace al intentar una mirada dialéctica de estos y la política. Acaso, también indagar sobre las formaciones que los medios establecen, el particular sobre el sujeto, a partir de la acción política de los medios.

BIBLIOGRAFÍA

Martín-Barbero Jesús: "Oficio del cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura." Editorial Fondo de cultura económica, 2002, Santiago de Chile.

Foucault Michel: "La hermenéutica del sujeto. Curso en el Collage de France (1981-1982)." Tercera edición, Editorial Fondo de Cultura Económica, 2009, Buenos Aires Argentina.

Gerstlé Jacques: "La comunicación Política." Editorial Lom, 2005, Santiago de Chile.

Zizek Slavoj: "El sublime objeto de la ideología." Editorial Siglo XXI, 2003, Buenos Aires Argentina.

Zizek Slavoj (compilador): "Ideología. Un mapa de la cuestión." Segunda edición, Editorial Fondo de Cultura Económica, 2008, Buenos Aires Argentina.

Cuadra Álvaro: "Hiperindustria cultural." Editorial Universidad ARCIS, Santiago de Chile.

Dermota Ken: "Chile inédito. El periodismo bajo democracia." Editorial Ediciones B grupo zeta, 2002, Santiago de Chile.

Sennett Richard: "La cultura del nuevo capitalismo." Editorial Anagrama, 2006, Barcelona España.

Arancibia Juan Pablo: "Comunicación política. Fragmentos para una genealogía de la mediatización en Chile." Editorial Universidad ARCIS, 2006, Santiago de Chile.

L. Berger Peter y Luckmann Thomas: "La construcción social de la realidad." Decimoséptima edición, Editorial Amorrortu editores, 2001, Buenos Aires Argentina.

Ricoeur Paul. "Teoría de la Interpretación. Discurso y excedente del sentido." Editorial Siglo XXI, 1995, México.

Wolton Dominique: "Sobre la comunicación. Una reflexión sobre sus luces y sus sombras." Editorial Acento editorial, 1999, Madrid España.

Marchetti Dominique (2008): "El análisis sociológico de la producción de información mediática." En Revista del Instituto de la Comunicación e Imagen. Comunicación y medios. Año 17 N°18 Segundo semestre 2008.

Garaycochea Oscar (2008): "La ficción audiovisual como denuncia y mitología del medio cinematográfico." En Revista del Instituto de la Comunicación e Imagen. Comunicación y medios. Año 17 N°18 Segundo semestre 2008.

Das Gracias Targino María (2008): "Presente virtual. Incertidumbre de un futuro de paz en medio de recursos tecnológicos e informacionales." En Revista del Instituto de la Comunicación e Imagen. Comunicación y medios. Año 17 N°18 Segundo semestre 2008.

Ossa Carlos (compilador): "La pantalla delirante. Los nuevos escenarios de la comunicación en Chile." Editorial Lom, 1999, Santiago de Chile

Bacallo Pino Lázaro (2009): "Poder y comunicación, o el discurso del (auto)elogio." En Revista del Instituto de la Comunicación e Imagen. Comunicación y medios. Año 18 N°19 Primer semestre 2009.

García Luis (2011): ¿Qué es un dispositivo?: Foucault, Deleuze, Agamben." En Revista de

Filosofía. A parte Rei. Marzo 2011. <http://serbal.pntic.mec.es/AParterei>

Ricca Guillermo (2008): Espectros del sujeto. Aproximaciones desde la teoría política y la estética. En Revista de Filosofía. A parte Rei. Marzo 2008. <http://serbal.pntic.mec.es/APARTEREI>

Eduardo Santa Cruz (1997): "Comunicación, consumo cultural y cultura cotidiana: el caso de la información televisiva." En documentos de trabajo N°25. Centro de investigaciones sociales. Universidad ARCIS. 1997.

Santa Cruz Eduardo (2001): Mediatización y vida cotidiana: el caso del fútbol. En Revista Investigación y crítica: Comunicación y cultura. Ficciones, mutaciones y mediaciones N°7 2001. Universidad ARCIS

Karin Rudolph, Laura Carrera (2001): Instrucciones para pulsar un botón. Una aproximación a la lógica del people meter. En Revista Investigación y crítica: Comunicación y cultura. Ficciones, mutaciones y mediaciones N°7 2001. Universidad ARCIS

Hall Stuart: La cultura, los medios de comunicación y en efecto ideológico. Publicado en CURRAN, James y otros (comp.) Sociedad y comunicación de masas. Fondo de cultura económica, México, 1981

Thompson John: "La transformación de la visibilidad. Estudios públicos

Carlos Ruiz. Individualismo posesivo, liberalismo y democracia liberal. Notas sobre la construcción de C. B. Macpherson A la teoría democrática. Este

trabajo fue presentado el día 2 de julio de 1984 en el seminario “temas de teorías democrática contemporánea” organizado por el CEP.

Van Dijk (2005): Ideología y análisis del discurso. En Revista internacional de filosofía iberoamericana y teoría social 2005