

OBSERVATORIO NACIONAL DE MEDIOS

MANIFESTACIONES DE PODER EN LOS
MEDIOS DE COMUNICACIÓN

VOL. 2

PROFESIONALES ASESORES:

Viviana Fernández, Arquitecto y Urbanista, Universidad de Chile

Ernesto Calderón, Arquitecto y profesor, Universidad de Chile

Ernesto Carmona Ulloa, Periodista Universidad de Chile

Valeria Romero Assis, Periodista Universidad de Santiago

Francisco Vera, Periodista Universidad de Chile. Derechos Digitales

Daniela Sol Gutiérrez, Periodista. Observatorio Fucatel,

AGRADECIMIENTOS:

A los que hicieron posible, realizar este trabajo

UNIVERSIDAD DE CHILE
Facultad de Arquitectura y Urbanismo
Escuela de Arquitectura

OBSERVATORIO NACIONAL DE MEDIOS

MANIFESTACIONES DE PODER EN LOS
MEDIOS DE COMUNICACIÓN

DIEGO ANDRÉS ASTUR CABRERA

Memoria presentada en la Facultad de Arquitectura
y Urbanismo de la Universidad de Chile
para optar al título de Arquitecto

PROF. GUÍA: ANDRÉS WEIL

Santiago, Chile
2013

CONTENIDO

pág.

| | |
|------------------------|----|
| 0. PRESENTACIÓN | 08 |
| Abstract | 10 |
| Motivaciones | 12 |
| Metodología | 14 |

| | |
|-----------------------------------|----|
| I. PRE-TEXTO. PROBLEMÁTICA | 16 |
| Prólogo | 18 |
| Introducción | 22 |
| La información | 24 |
| El Rol de los Medios | 27 |
| Medios en la actualidad | 29 |
| El quinto poder | 38 |

| | |
|------------------------------|----|
| I.2 GENIUS LOCI | 40 |
| El centro de Santiago | 42 |
| Espacio público pre(au)sente | 44 |

| | |
|----------------------|----|
| II. CON-TEXTO | 46 |
| Elección de lugar | 48 |
| Significado de lugar | 56 |
| Contexto histórico | 58 |
| Normativa | 68 |

| | |
|---|----|
| III. TEXTO | 72 |
| Observatorio Nacional de Medios | 74 |
| Observatorios nacionales y latinoamericanos | 76 |
| Asociaciones nacionales | 80 |
| Programa | 82 |

| | |
|------------------------------|----|
| IV. PROCESO DE DISEÑO | 86 |
| Proceso | 88 |

V. BIBLIOGRAFÍA

0.

PRESEN- TACION

“Los lugares son metas o focos donde experimentamos los acontecimientos más significativos de nuestra existencia, pero también son puntos de partida desde los cuales nos orientamos y nos apoderamos del ambiente circundante” (Norberg Schulz)

0.1 **ABSTRACT** **PALABRAS CLAVES**

INFORMACIÓN / MEDIOS DE
COMUNICACIÓN / PODER /
OBSERVATORIO DE MEDIOS /
ARQUITECTURA

La presente memoria, expone la problemática relativa al poder y la crisis de representatividad, resultando en el conflicto de los medios de comunicación y la concentración de ellos en el país. Esto se desarrolla a través del proyecto OBSERVATORIO NACIONAL DE MEDIOS, lugar que permite al periodismo desempeñarse de una manera clásica, informativa, acuciosa y veraz, investigando las temáticas de los medios y emitiendo un juicio en cuanto a ellas.

El Observatorio se enmarca dentro de las temáticas de poder, proponiéndose como uno propio, ligado al actual poder del usuario de internet y sus múltiples fuentes de información, el quinto poder, fenómeno también asimilable a la democracia social, donde al ciudadano se le delegan ciertos poderes

El lugar escogido para su ubicación es en el centro histórico de Santiago, enfrentando al ex-Congreso y sus alrededores, como una forma de interpelación a los mismos poderes.

fig 1 FOTOGRAFÍA del antiguo edificio del diario
La Nación. Fuente www.soychile.cl



0.2 MOTIVACIONES LA PROBLEMÁTICA CONTEMPORÁNEA

La búsqueda de la temática, se realiza a través de un marco metodológico basado en la fenomenología.

Esta decisión, parte desde una visión de la arquitectura muy personal, donde a juicio del autor, toda obra de arquitectura debe representar un discurso fundado, además de su resultado final, la obra misma. Este marco teórico es el que sustenta la obra, el capaz de justificar las estrategias de diseño, propuestas y diversas iniciativas que proponga el proyecto. Esto, ubica a la arquitectura como una disciplina que no sólo diseña y propone, sino que comprende las problemáticas sociales y espaciales de los lugares que interviene a través del filtro arquitectónico, del entendimiento espacial y en este caso, del fenómeno arquitectónico.

Comprendiendo esto, la búsqueda de la problemática asoma un punto distinto que la intuición o problema puntual¹, y como se dijo en el volumen anterior, "Arquitectura del poder dentro de la crisis representacional", se aborda un problema macro, de repercusión nacional y contemporáneo.

Continuando con la temática, la representación y ejercicio del poder no sólo se ha manifestado desde los diversos poderes del estado, sino también mediante formas más accesibles a las personas, y una de las más grande a nivel actual, es a través de los medios de comunicación y la

información que ofrecen. La información se ha hecho parte del diario vivir de una manera desmesurada, pues la sociedad no ha tenido tiempo para darse cuenta de qué manera este fenómeno la esta consumiendo, lo que impide detenerse a pensar en cómo reaccionar ante ella.

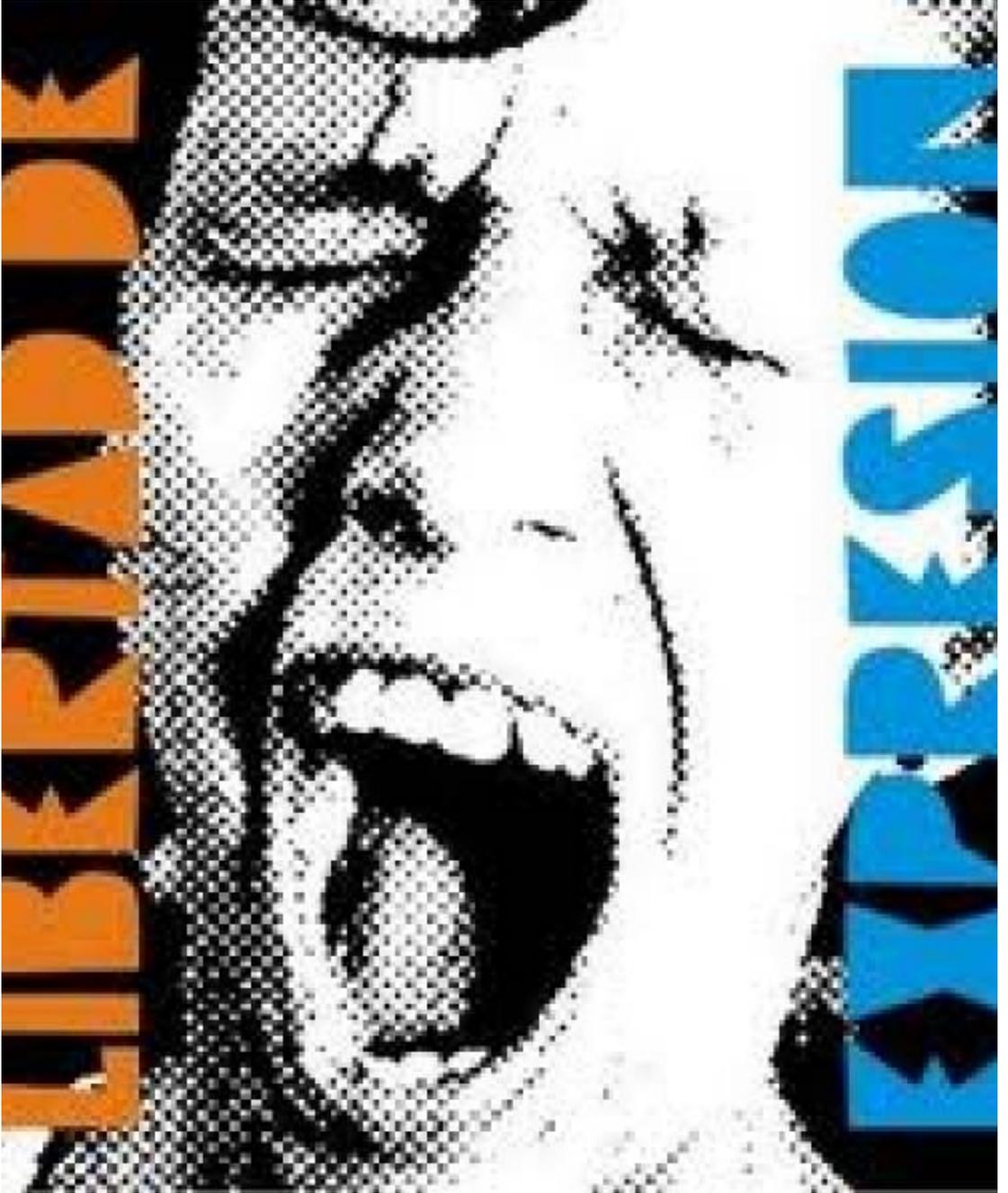
La manera en que los medios de comunicación se presentan a las personas, representa una problemática interesante por su aparente lejanía con la arquitectura. Pues es posible ver diarios, revistas y textos online desde el hogar y nunca preguntarse de qué manera esto puede influir en una ficción de arquitectura.

La forma en cómo se camina por la ciudad, la cantidad de personas que revisan sus smartphones cada minuto, fuentes de información, ha cambiado la manera en cómo se percibe el mundo (al menos, en los países con acceso a estas tecnologías). Ya no sólo se vivencian las experiencias propias, sino también se puede acceder a distintos lugares, culturas e información de casi cualquier otra parte del orbe.

Esta manera en que se relacionan los ciudadanos ha modificado ciertas conductas, ha definido patrones distintos, e impensados, hace 10 ó 15 años atrás. Si la apropiación de los espacios ha cambiado, es entonces tarea de la arquitectura hacerse partícipe de ese proceso, intervenir y proponer también.

1 Se nombran estas otras formas de desarrollar arquitectura como una comparación metodológica y no como un juicio de valor.

fig 2 IMAGEN. Libertad de expresión.
Fuente <http://www.kaosenlared.net/>



0.3 METODOLOGÍA

PRETEXTO, CONTEXTO, TEXTO Y METATEXTO²

La presente metodología, es extraída de "Ficciones arquitectónicas, un medio para comunicar", según palabras de A. Weil:

"La Identidad es una construcción cultural que se ha desarrollado en el espacio y en el tiempo a partir de las emociones de quienes lo han habitado. Allí se origina el fenómeno arquitectura, entendido éste como el proceso de habitar con sentido".

Es este fenómeno denominado arquitectura el objetivo de la propuesta de Titulación, desencadenado a partir de una teoría general de la ficción arquitectónica, que se hilvana a través de los conceptos: pretexto, contexto, texto y metatexto.

PRE-TEXTO, es el encargo o la excusa a partir del cual se activa el fenómeno arquitectónico. En este caso, el **rol de los medios de comunicación**.

GENIUS LOCI³, A partir del pretexto, se puede observar el espíritu del lugar, entendido como el problema que da origen a la temática, el cual se encuentra directamente relacionado con el contexto en el que se desarrolla. Entendido como el **espacio público**.

² Weil, González & Phillips (2011, julio). Ficciones ARquitectónicas: un medio para comunicar identidad. Revista Sociedad & Equidad n°2

³ GENIUS LOCI: Es un concepto de la mitología romana que se refiere al espíritu protector del lugar. En arquitectura Norberg Schulz en su libro "Towards a Phenomenology of Architecture" desarrolla esta concepción referida a la relación de los objetos con su contexto, el cual vincula con la rama filosófica de la fenomenología.

CON-TEXTO, es el "dónde" y el "cuándo". El contexto, que se divide en tres tópicos fundamentales: contexto físico (urbano, topográfico, natural), contexto social (socioeconómico, político, etario, de género), y contexto simbólico/histórico o matriz identitaria surgida en el tiempo a partir de las emociones que durante la historia han experimentado en el lugar las diversas generaciones que lo han habitado. **El casco histórico de Santiago**.

TEXTO, es el "qué". Lo que se entiende por la propuesta, El texto del proyecto considera la síntesis desde el resultado, es decir, problematiza relaciones espaciales a propósito de la función –programa- que debe tener el proyecto. **Materializado en el Observatorio Nacional de Medios**.

META-TEXTO, es el "deber ser". o el "descubrimiento de las causas del futuro". A diferencia del texto que se basa en antecedentes textuales u objetivos producto de un conocimiento pre-existente, el meta-texto se genera mediante la interacción desprejuiciada de los diversos actores que provocan un fenómeno arquitectónico.

Si tenemos el "qué" (texto), el "donde"/"cuando" (contexto) y el "deber ser" (meta-texto) del proyecto ¿cuál es el "cómo"? El "cómo" es la ficción, la síntesis dialéctica de la conversación entre estos tres tópicos de nuestra fenomenología en estudio. Corresponde a la declaración susceptible de hacer sentido en un proyecto de arquitectura.

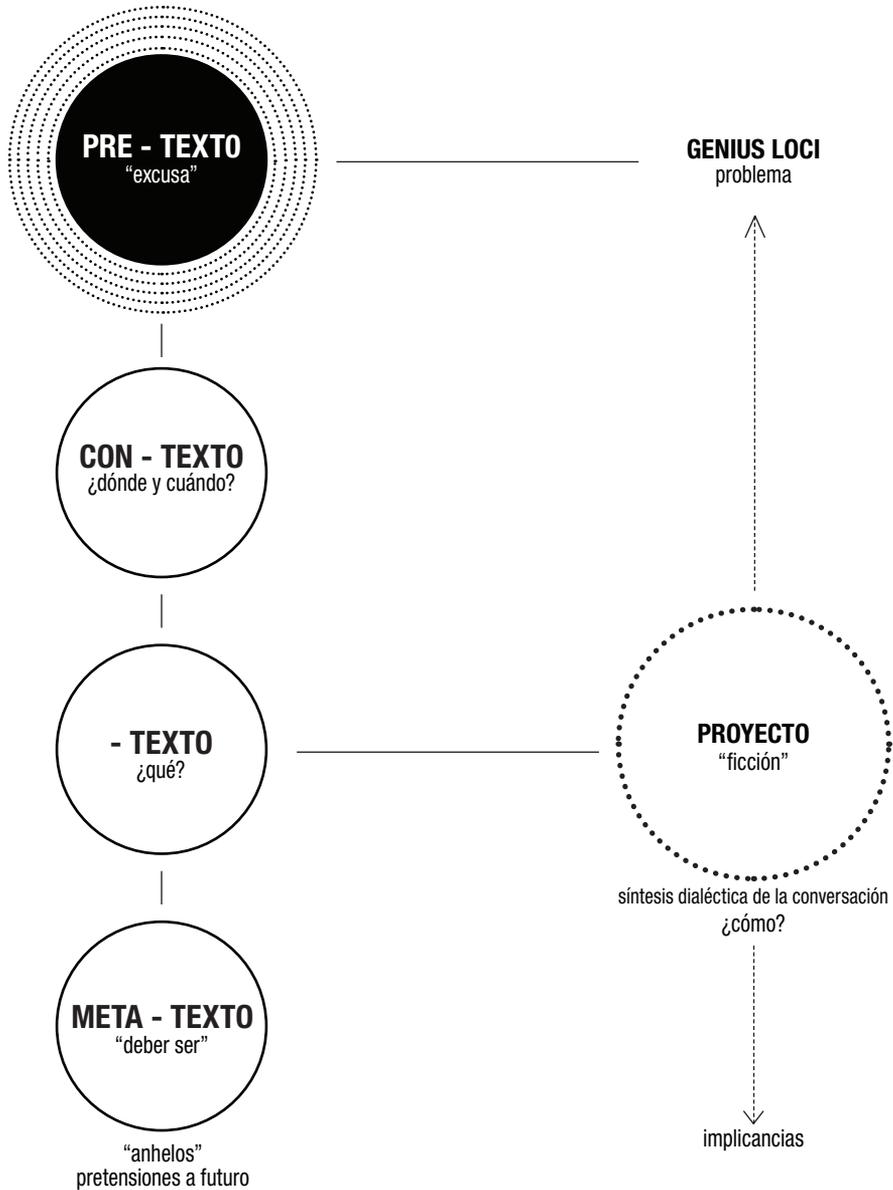


fig 3 ESQUEMA metodología, a partir del texto extraído de ficciones arquitectónicas. Fuente: Quinteros, Alexis (2013) *Cenotafio Minero*. Tesis de maestría no publicada. Universidad de Chile, Santiago, Chile.

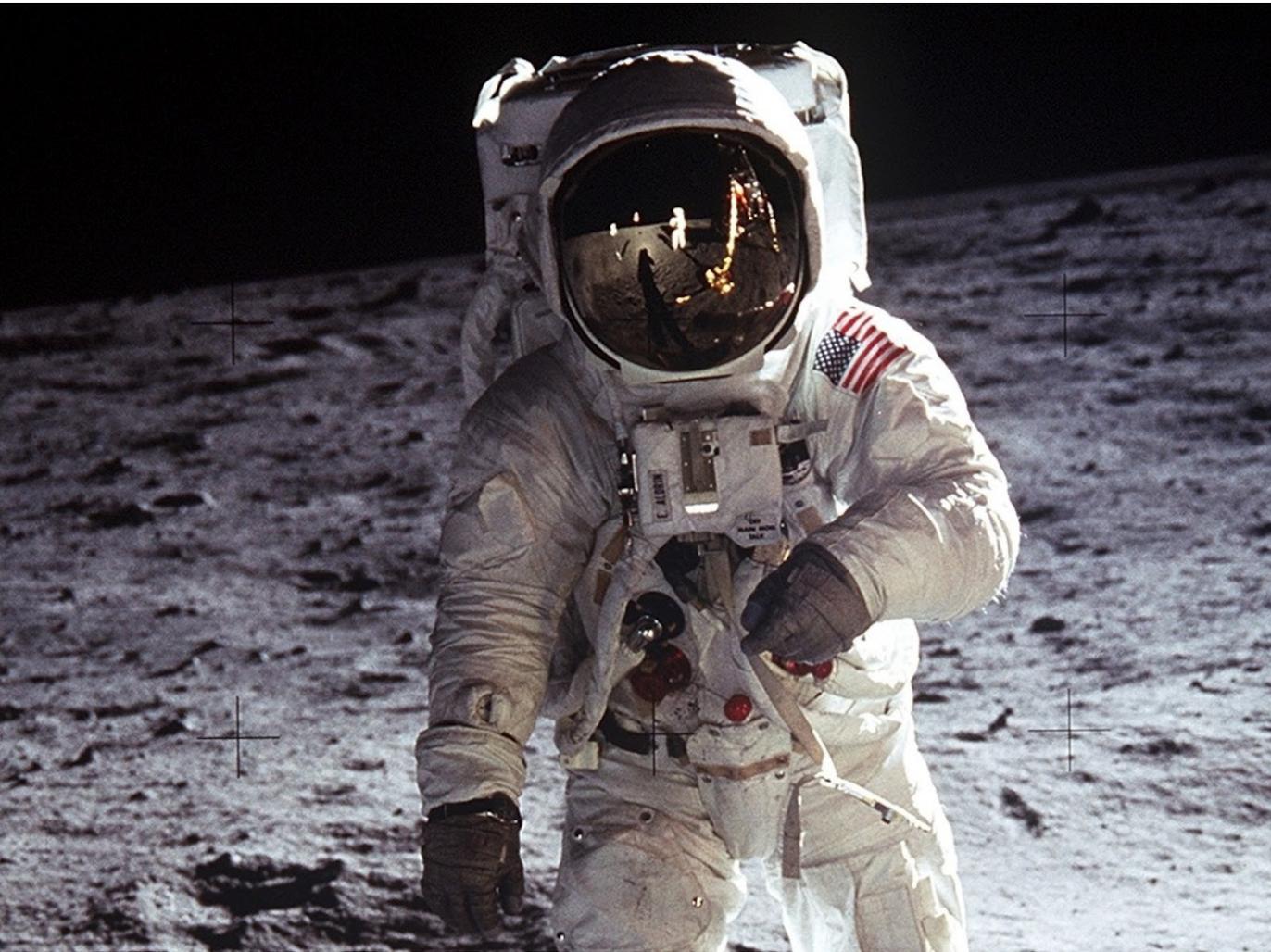
I.
**PRE-
TEXTO**
PROBLEMÁTICA

“Los medios de comunicación son uno de los instrumentos más importantes para la representación de lo social. Diariamente exhiben diferentes perspectivas de los problemas sociales, hacen visibles actores, tramitan públicamente determinadas tendencias analíticas y le conceden mayor o menor importancia a los acontecimientos de la realidad” (Germán Rey, 2008)



LOS MEDIOS DIFUNDEN INFORMACIÓN

fig 4 FOTOGRAFÍA. Toma de Iwo Jima, 1945
Fuente <http://elpais.com/>



LA INFORMACIÓN MODIFICA REALIDADES

fig 5 FOTOGRAFÍA. Llegada hombre a la luna, 1969
Fuente <http://www.dailygalaxy.com/>



LOS MEDIOS DIFUNDEN INFORMACIÓN

fig 6 FOTOGRAFÍA. El día de la victoria en Time Square, 1945
Fuente <http://www.dailymail.co.uk/>



LA INFORMACIÓN MODIFICA REALIDADES

fig 7 FOTOGRAFÍA. La matanza de Tian'anmen, 1989
Fuente <http://www.mundohistoria.org/>

1.1 INTRODUCCIÓN

EL PODER Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En el volumen anterior, se desarrolla la temática del poder político, cómo su crisis de representatividad influye en la sociedad y cómo la arquitectura puede responder a ellas.

Ahora bien, existen diversas maneras de volver más representativa a la política. Los parlamentarios proponen mejoras al sistema de elección, el binominal, y la ciudadanía busca acercarse a estos procesos mediante participación ciudadana y mayor influencia en las decisiones que puedan tomar los representantes, esto, entre muchas más propuestas aparecidas en el último tiempo. Estas formas toman el camino directo de la representación, es decir, los mecanismos existentes e idóneos para garantizar la correcta representación de la voluntad popular por parte de sus representantes. Sin embargo, las implicancias del poder van mucho más allá de cargos políticos y públicos al servicio de los ciudadanos, puesto que las decisiones por parte de los representantes repercuten en cada uno de los ámbitos de la sociedad. Cada vez que algo se decide o ejecuta de determinada manera, es la ciudadanía la receptora de estos cambios, independientemente si participó en la toma de decisiones, o si el cambio le fue en beneficio o no.

Cuando los poderes buscan transmitir sus decisiones hacia los ciudadanos, se recurre a los medios de comunicación, ya sea el diario oficial para emitir las normas jurídicas vigentes, antes al diario La Nación como un

referente de prensa escrita bajo el alero del estado⁴, o el canal nacional de televisión, TVN, como portavoz de actualidad. De este modo, el poder y su manifestación están íntimamente ligados con los medios de comunicación, ya que ellos son los encargados de hacer llegar la información a los ciudadanos.

Así, estos medios se ocupan de informar los asuntos del estado, pero desde el punto de vista del mismo, es decir, bajo el filtro que dicta la administración de turno, pues aquel es el rol de un medio representativo del poder estatal

Pero no sólo de medios administrados por el estado se compone la oferta de prensa, radio y televisión. Subyacente a cada medio de comunicación, tenga o no conexión estatal, existe una línea editorial distinta, una manera de trabajar la información que depende de valores, intereses sociales, económicos, del público al que desea acceder, etc. La existencia de esta variedad juega a favor de la **libertad de prensa**⁵ y permite al ciudadano informarse desde el medio que desee y desde el punto que vista que prefiera.

4 Actualmente, el diario **"La Nación"** sólo se encuentra disponible en formato digital como un boletín informativo.

5 Libertad de prensa es la existencia de garantías con las que los ciudadanos tengan el derecho de organizarse para la edición de medios de comunicación cuyos contenidos no estén controlados ni censurados por los poderes del Estado. Y toda persona puede publicar sus ideas libremente y sin censura previa. Fuente www.unesco.org

De esta manera, los **medios de comunicación** nos muestran desde la agenda estatal hasta delitos menores, relatando el acontecer nacional a través de distintos puntos de vista, e incluso en ocasiones, dando su opinión y juicio.

Así, estos mecanismos de **difusión de la información** han acompañado al hombre desde hace bastante tiempo, mostrándole la realidad, o al menos, una visión de ella. Sin embargo, en la actualidad la situación ha cambiado, pues el acceso a estos medios

se ha masificado como un fenómeno social, ya no es necesario comprar un periódico, tan sólo basta con revisar el dispositivo móvil, smartphone, y observar el acontecer nacional.

La sociedad ya se encuentra inmersa en la era de la información digital y está buscando nuevas formas de manifestarse. El poder del individuo se hace cada vez más latente, sin saberlo, la democracia social está surgiendo como una alternativa real a las demandas ciudadanas.



fig. 8 FOTOGRAFÍA. Protestas por la reforma universitaria de la Universidad Católica de Chile, 1967
Fuente <http://outraspalabras.net/>

1.2 LA INFORMACIÓN EL PODER DE SABER

Si en siglos pasados la información era trascendental en el desarrollo de la opinión y formación de los ciudadanos, lo es aún más en nuestros días. Esto, porque los medios ya no sólo existen en diarios, televisión y radio, sino que han expandido su crecimiento a internet y ahora es posible acceder a ellos desde cualquier dispositivo conectado a la red. La intervención entonces de los medios, subyace mucho más que quioscos con sus periódicos y revistas o el noticiero nocturno, pues ahora se ofrece gratis, sin la necesidad de un medio físico y a una distancia ínfima en comparación a como se consumía anteriormente, la información se encuentra a unos cuantos clicks de distancia. Es así como se ha acercado la cantidad de información a la población, pero no necesariamente se ha asegurado su **calidad**.

Sin embargo, cuando se habla de información en internet ya no sólo se está refiriendo a los medios de comunicación clásicos y su formato digital, sino también a todas las demás manifestaciones relacionadas al comunicar. Existen blogs, redes sociales, medios independientes, portales periodísticos y prácticamente cualquier sitio que pueda ofrecer información alguna. Los usuarios se transforman en gestores de información sin la necesidad de pasar por filtro alguno, lo que va en pos de la libertad de expresión, sin embargo, la vanaliza. Existe mucha e irrelevante, en una proporción que crece exponencialmente y para la cual no se está preparado, pues la llegada de la misma supone ya un desafío, generar un filtro se

hace aún más complejo. Como planteaba Huxley en "Un mundo Feliz", con la llegada de las nuevas tecnologías no se privaría a los ciudadanos de información, sino que la verdad sería ahogada en un mar de irrelevancia. (ver figura 11)

Este bombardeo se relaciona también con los medios de comunicación, pues su existencia se hace aún más relevante dentro de la oferta ya que son medios con mayor trayectoria y tradición, por ello "más creíbles". De esta forma, las personas que consumen los medios de manera **física** (diario impreso, televisión y radio) pueden seguir consumiéndolos de manera **digital**, mientras que quien no los consumía, tiene la posibilidad de descubrirlos y sumarse a ellos. Si bien la venta del formato físico de periódicos en el mundo baja paulatinamente⁶, su aparición digital lo compensa, así la pérdida de lectores, espectadores y radioescuchas, es muy baja.

Al momento de hablar de la información y su abundancia, se podría creer que este fenómeno es positivo para la población, que la nutre y le da distintos puntos de vista de los hechos que muestra y desarrolla, sin embargo, si su uso es indiscriminado, se puede llegar a extremos nocivos en cuanto a la misma, como señala Alexander Simon :

"Lo que la información consume es bastante obvio: consume la atención de

⁶ Martínez, Matías (2007). *La crisis de los grandes periódicos*. Revista Infoamérica, pág. 139-148.

sus destinatarios. Por tanto una riqueza de información crea pobreza de atención, y la necesidad de asignar de manera eficiente esa atención entre la sobreabundancia de fuentes de información que podría consumir.”

Esta cita puede ser aplicada a cualquier medio de comunicación, pues en sus manos está gran parte de cómo se informa el ciudadano de los acontecimientos diarios y de hechos importantes.

Entonces ¿es posible controlar esta información? O aún más importante ¿es necesario hacerlo? Es posible argumentar que la libertad de prensa permite todo, lo que no estaría equivocado, sin embargo, cuando la gran mayoría de la información

viene desde los mismos grupos y representa intereses similares, el asunto toma otros atisbos. Sumado a que dentro de la red, el poder del estado se diluye, pues es inabarcable tal **cantidad de información**.

De esta manera, todos poseemos acceso a la información, sin embargo, el hecho de poseerla no determina quién puede saber más de diversos tópicos, sino **quien puede conocer a cabalidad la realidad de su entorno y decidir en función de ello la realidad que quiere formarse y construir**.

Incluso lo señalan los mismos medios de comunicación masivos, el mundo es de los lectores, el mundo es **nuestro**. (ver figura 12)

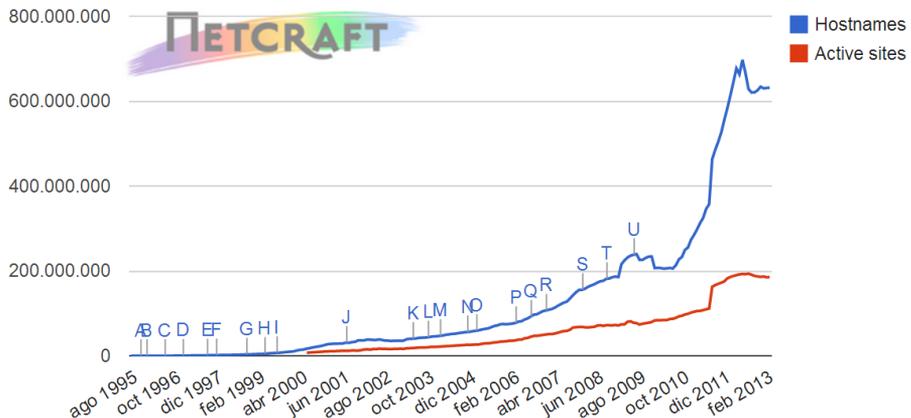
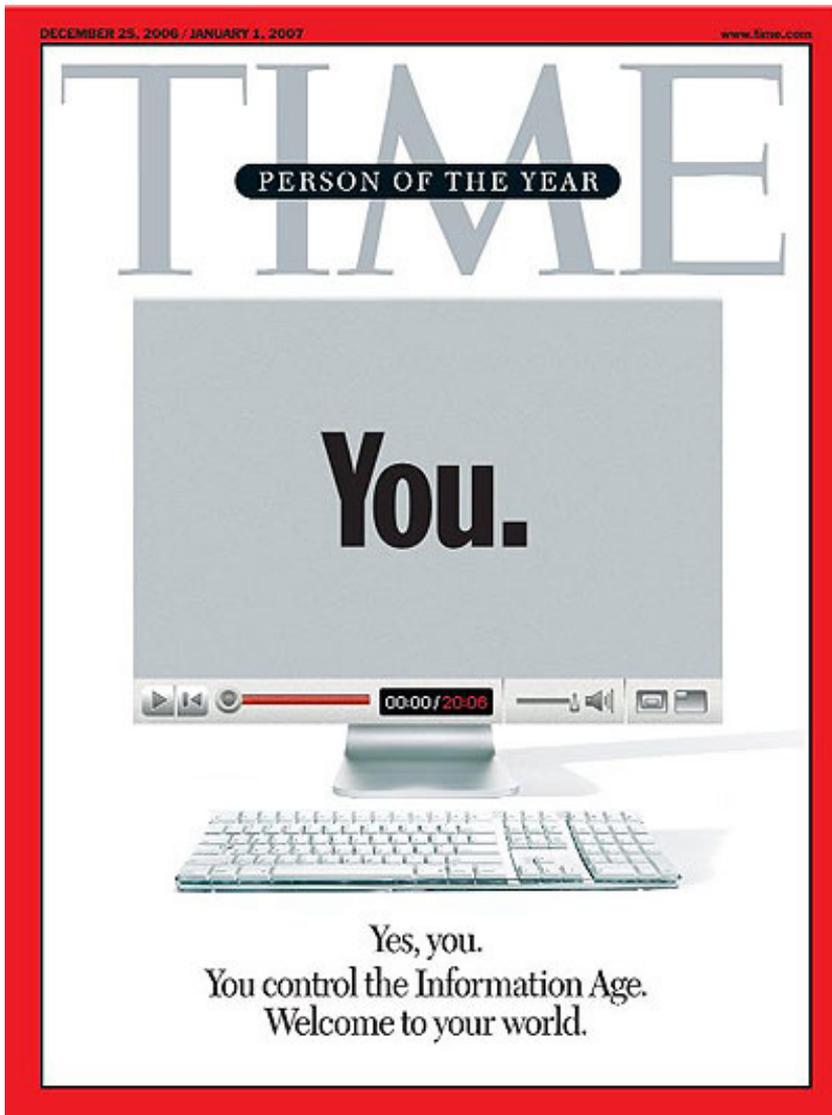


fig. 9 GRÁFICO sobre la cantidad de dominios de internet y sitios activos durante los años 1995 y 2013. Fuente <http://news.netcraft.com/archives/2012/03/05/march-2012-web-server-survey.html>



“Sí, tú. Tú controlas la Era de la Información.
Bienvenido a tu mundo”

fig 10 PORTADA de la revista TIME, persona del año 2006.
Fuente <http://www.time.com/time/>

1.3 EL ROL DE LOS MEDIOS EL CUARTO PODER

El primer medio de comunicación masivo, como los conocemos hoy, fue la prensa escrita, que apareció en el siglo XV⁷, masificándose en el siglo XIX en Inglaterra, con el auge de la sociedad industrial. Paulatinamente surgieron más diarios, boletines y panfletos, hasta nuestros días alcanzar la radio en 1898 y la televisión en 1925.

En el surgimiento de estos medios, se presentaron con un fin diferente al que ahora conocemos, pues ellos representaban la oportunidad del pueblo de hacer valer sus derechos frente a la oligarquía reinante. En palabras de Fernández Buey⁸

“Los tres poderes clásicos son el ejecutivo, el legislativo y el judicial, que, según Montesquieu, deben estar repartidos entre personas diferentes para garantizar la libertad. El “cuarto poder”, la prensa escrita, se presentaba inicialmente como una forma de ampliación del punto de vista de Montesquieu. Se pensaba que así se podría contrarrestar la invasión de los poderes legislativo y judicial, invasión que en la práctica, en la vida real, suele producirse por extensión del poder ejecutivo o gubernamental, que es el primer y principal poder político. Y en este sentido se dijo a veces que la finalidad principal de la prensa escrita (y más tarde de la comunicación audiovisual) es la formación de la opinión pública.”

7 www.wikipedia.org

8 Fernández Buey, Francisco (2012). Sobre “cuarto poder” y democracia mediática. Recuperado el 19 de noviembre de 2013, de http://www.upf.edu/materials/polietica/_pdf/medios1.pdf

El **cuarto poder** estaba referido a la capacidad de los medios para informar con veracidad, las diversas situaciones que estaba sucediendo en los lugares en que imperaban oligarquías. Pues no existía poder alguno que pudiera alzarse en contra de los tres grandes, surge un poder que tiene como principal objetivo hacer valer los **derechos ciudadanos**, el derecho primordial de ser informado de manera verídica y correlativa a los hechos. El “cuarto poder” era, gracias a los medios de información, el poder del que disponían los ciudadanos para criticar, rebatir, oponerse, en un marco democrático, a decisiones legales que podían ser inicuas, injustas, y hasta criminales contra algunos ciudadanos inocentes, pues se estimaba que los poderes tradicionales eran capaces de equivocarse y cometer atropellos contra los ciudadanos, a fin de cuentas, un informar con sentido. Debido a esto, la importancia de los medios ha sido muy alta dentro de la sociedad, y en la calidad de su información se puede leer también el tipo de libertad que existe en el país, pues la existencia de distintos puntos de vista, revela cuán libertaria está siendo la *libertad de expresión*.

Más allá de este ejercicio moral de los medios, donde se enfrentan a los demás poderes, existen objetivos los cuales se desean cumplir, los que se pueden resumir en tres: informar, entretener y educar⁹. **El**

9 Boswall, Jeffery (2010, octubre 28). Entrevista a Jeffery Boswall, ex productor BBC Londres. Recuperado el 15 de noviembre de 2013, de <http://www.unav.es/fcom/fcompass/noticias/jeffery-boswall-ex-productor-de-la-bbc-un-buen-documental-debe-informar-educar-y-entretener/>

primero es el más conocido, donde los distintos medios presentan el acontecer nacional según sus puntos de vista y líneas editoriales. El objetivo de entretener está referido en programas de concursos, telenovelas, secciones humorísticas del periódico o como existía anteriormente, el radioteatro. El tercer objetivo reviste de un mayor análisis para esta memoria, pues la misión de educar puede ser ligada al ciudadano de una manera más directa que las otras dos.

Cuando los medios **“educan”**, se está hablando de cómo inciden en la opinión de los ciudadanos, de cómo son los encargados de llevar la realidad y presentarla ante la sociedad, pues de ellos depende la

información que las personas consumen. No es sólo un acto noticioso o delictual el que aparece en los medios, es una forma de representar al país, de subrayar ciertos acontecimientos y omitir otros. Cuando se ofrece la información, los consumidores forman su opinión, pues se les presenta **“cómo es la realidad”** y a través de aquel acto, de mirar la sociedad, se realiza la interpretación de la realidad propia, dotando de sentido al individuo y permitiéndole crear su propia ficción, pues. las palabras construyen realidades.

Es por ello que el tipo y la calidad de la información entregada es de vital importancia para poder tener una visión acabada de los hechos, pues en su existencia están las bases sobre las que se forma la opinión pública.



fig 11 FOTOGRAFÍA. Manifestaciones de periodistas con motivo del Día Mundial de la Libertad de Prensa, 2012, España. Fuente <http://www.cuartopoder.es/>

1.4 MEDIOS EN LA ACTUALIDAD EL PODER CONGLOMERADO

Con la globalización, los mercados, sociedades y culturas de cada país comenzaron a unificarse bajo intereses comunes, siendo los medios no ajenos a ello. El cuarto poder se alinea con los demás, se vacía de sentido y paulatinamente, su cualidad de contrapoder también, esto es presentado por Ramonet¹⁰ como el resultado de la interferencia entre el mercado y los poderes:

(Sobre la dilución del cuarto poder) *"...Esta evidencia se impone al estudiar de cerca el funcionamiento de la globalización, al observar cómo llegó a su auge un nuevo tipo de capitalismo, ya no simplemente industrial sino predominantemente financiero, en suma, un capitalismo de la especulación. En esta etapa de la mundialización, asistimos a un brutal enfrentamiento entre el mercado y el Estado, el sector privado y los servicios públicos, el individuo y la sociedad, lo íntimo y lo colectivo, el egoísmo y la solidaridad"*

Lo que se señala en este análisis es la disociación entre las partes que componen un estado, entre el individuo y el colectivo, entre el estado y el mercado que funciona junto con él. Esta separación genera crisis, como la citada crisis de representatividad entre políticos y ciudadanos e impide el correcto desarrollo del cuarto poder, pues los medios comienzan a responder a otros intereses, se alejan del ideal inicial por el cual fueron llamados así.

10 Ramonet, Ignacio (2003, octubre). *El quinto poder*. Recuperado el 15 de Junio de 2013, de <http://www.lemondediplomatique.cl/El-quinto-poder.html>

Los medios masivos de comunicación tienden cada vez más a agruparse en el seno de inmensas estructuras para conformar grupos mediáticos con vocación mundial, tales como News Corps, Viacom, AOL Time Warner, General Electric, Microsoft, Bertelsmann, United Global Com, Disney, Telefónica, RTL Group, France Telecom, entre otras¹¹. Pero no sólo acaparan los medios tradicionales (radio, televisión y diario) sino también todas las actividades de lo que podríamos denominar los sectores de la cultura de masas, de la comunicación y la información. Estas tres esferas antes eran autónomas : por un lado, la cultura de masas con su lógica comercial, sus creaciones populares, sus objetivos esencialmente mercantiles; por el otro, la comunicación, en el sentido publicitario, el marketing, la propaganda, la retórica de la persuasión; y finalmente, la información con sus agencias de noticias, los boletines de radio o televisión, la prensa, los canales de información continua, en definitiva, el universo de todos los **periodismos**.

Estas tres esferas, antes tan diferentes, se superponen poco a poco para constituir una sola y única esfera, donde resulta cada vez más difícil distinguir las actividades concernientes a la cultura de masas, la comunicación o la información¹².

11 Ibíd.

12 Ramonet, Ignacio (1998). *La tiranía de la comunicación*. Madrid & Ramonet, Ignacio (2001) *Propagandas silenciosas*. La Habana, Instituto Cubano del Libro.

En otras palabras, los grupos mediáticos poseen ahora dos nuevas características: primeramente, se ocupan de todo lo concerniente a la escritura, de todo lo concerniente a la imagen, de todo lo concerniente al sonido, difundiendo esto mediante los canales más diversos (prensa escrita, radio, televisión de aire, por cable o satelital, vía internet y a través de todo tipo de redes digitales). Segunda característica: estos grupos son mundiales, planetarios, globales, y no solamente nacionales o locales.

Estos megagrupos contemporáneos, mediante mecanismos de concentración, se apoderan de los sectores de medios más diversos en numerosos países, en todos los continentes, y se convierten de esta manera, por su peso económico e importancia ideológica, en actores principales de generación de opinión pública.

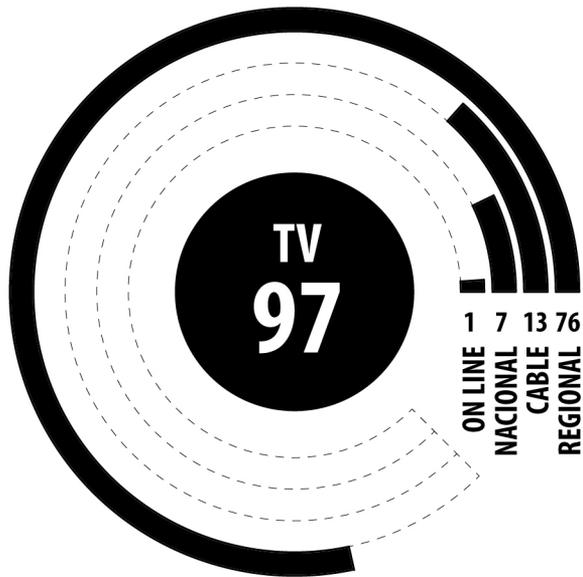
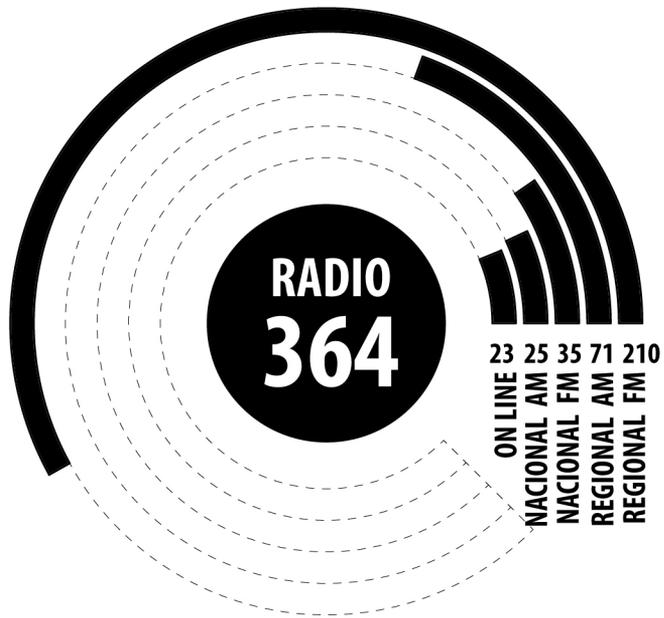
EL CASO INTERNACIONAL

El presente debate sobre la concentración de medios a nivel mundial es un tema activo y esto ha quedado plasmado en las legislaciones sobre medios de comunicación de diferentes países. Un precedente se encuentra en el Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación de la UNESCO del año 2008. En él se esbozan algunas recomendaciones para los gobiernos.

“Pueden adoptar reglas tendientes a limitar la influencia que puede ejercer un individuo, una familia, compañía o grupo en uno o más sectores mediáticos, y a asegurar un número suficiente de opciones mediáticas diversas. (...) Tales reglas podrán tomar en cuenta, tanto la integración horizontal (fusiones dentro de una misma rama de actividad) como la vertical (control por una persona, compañía o grupo de elementos clave de los procesos de producción y distribución, y de actividades relacionadas como la publicidad)”.



fig 12 (pág. 28 y 29) GRÁFICO cantidad de medios de comunicación en Chile . Radio, prensa y televisión. Elaboración propia en base a datos de www.wikipedia.org



Citando algunas países, en Francia existe la regla "dos de cuatro"¹³, que impide a una persona o sociedad controlar más de dos áreas de medios; televisión terrestre, televisión por cable, radios o periódicos. Estados Unidos impide la propiedad cruzada de diarios y estaciones de radio o canales de televisión¹⁴, así como también la propiedad conjunta de radios o canal de TV y de un diario. En Inglaterra la ley prohíbe a los dueños de diarios que circulan en todo el

país tener una licencia de televisión nacional si controlan un 20 % o más de la circulación nacional de diarios¹⁵; y que los dueños de diarios locales tengan una licencia de televisión local si controlan el 20 % o más de la circulación local.

Es así como en el ámbito internacional la temática de medios ha sido abordada con ribetes jurídicos, comprendiendo el alcance que tienen los medios de comunicación y el poder que pueden llegar a tener.



13 Fernández, Bastián (2013, agosto 13). *La inédita concentración horizontal de medios de Álvaro Saieh que supera los estándares del mundo desarrollado*. Recuperado el 20 de noviembre de <http://www.elmostrador.cl/pais>

14 *Ibíd.*

fig 13 IMAGEN. La capacidad de manipular información
Fuente <http://www.filosofiahoje.com/>

15 *Ibíd.*

EL CASO CHILENO

En enero del 2010 se anunció el ingreso de Chile a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). Aunque no se exige un estándar de regulación de medios para el ingreso, la mayoría de los países miembros regula la concentración de propiedad de los medios de comunicación. Chile se sumó al grupo, teniendo una ley de medios que no contiene disposiciones específicas para limitar la concentración mediática.

Las carencias de la legislación quedan en evidencia ya que en la Ley 19.733, sobre libertades de opinión e información y ejercicio del periodismo, no existe ningún impedimento para que una persona, grupo o consorcio tenga propiedad cruzada de medios. En el artículo 38, se encuentra la única reglamentación. Ahí se establece que "cualquier hecho o acto relevante relativo a la modificación o cambio en la propiedad o control de un medio de comunicación social deberá ser informado a la Fiscalía Nacional Económica". Si el informe es desfavorable esta última entidad lo envía al Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, es decir, los cambios sólo deben ser informados y los organismos encargados de su fiscalización no son de carácter mediático, sino de mercado.

De acuerdo a Fortín, C. (2011) *"Chile no dispone de una normativa específica para asegurar el pluralismo en los medios de comunicación. El ingreso del país a la*

OCDE en enero de 2010 en alguna medida reabre la cuestión de la procedencia de incorporar dicha normativa; uno de los principales argumentos a favor del ingreso fue que daba la posibilidad para Chile de adecuar y modernizar su legislación, (...), con miras a alcanzar sus más altos estándares internacionales en estas materias". Algo que no ha ocurrido aún.

Con esta ausencia de legislación, en Chile se acuñan grandes concentraciones de poder mediático. Cuando se revisan las manifestaciones comunicacionales en el país (fig. 12), se puede observar la gran cantidad de medios existentes en el país, pero también a los conglomerados a los cuales están supeditados (fig 14). En cuanto a la prensa escrita y radio existe El Mercurio S.A (grupo Edwards) y el grupo Copesa (Álvaro Sahie) y a nivel de televisión existe el poder estatal, grupo Time Warner y Bethia.

Sin embargo, el caso más preocupante a nivel nacional es el del **Grupo Copesa**, teniendo participación en tres de los cuatro medios antes mencionados; VTR con televisión por cable, La Tercera y La Cuarta en periódicos, y radio Paula, Beethoven y Zero en radioemisoras, entre otros medios. Incluso queriendo participar de la televisión abierta con canal 3TV, proyecto que no fue finalizado, habiendo tenido participación también en Gran Santiago Televisión, Andrés Bello Televisión, Televisión Óptima, Más Canal 22 y Masvision Canal 22¹⁶.

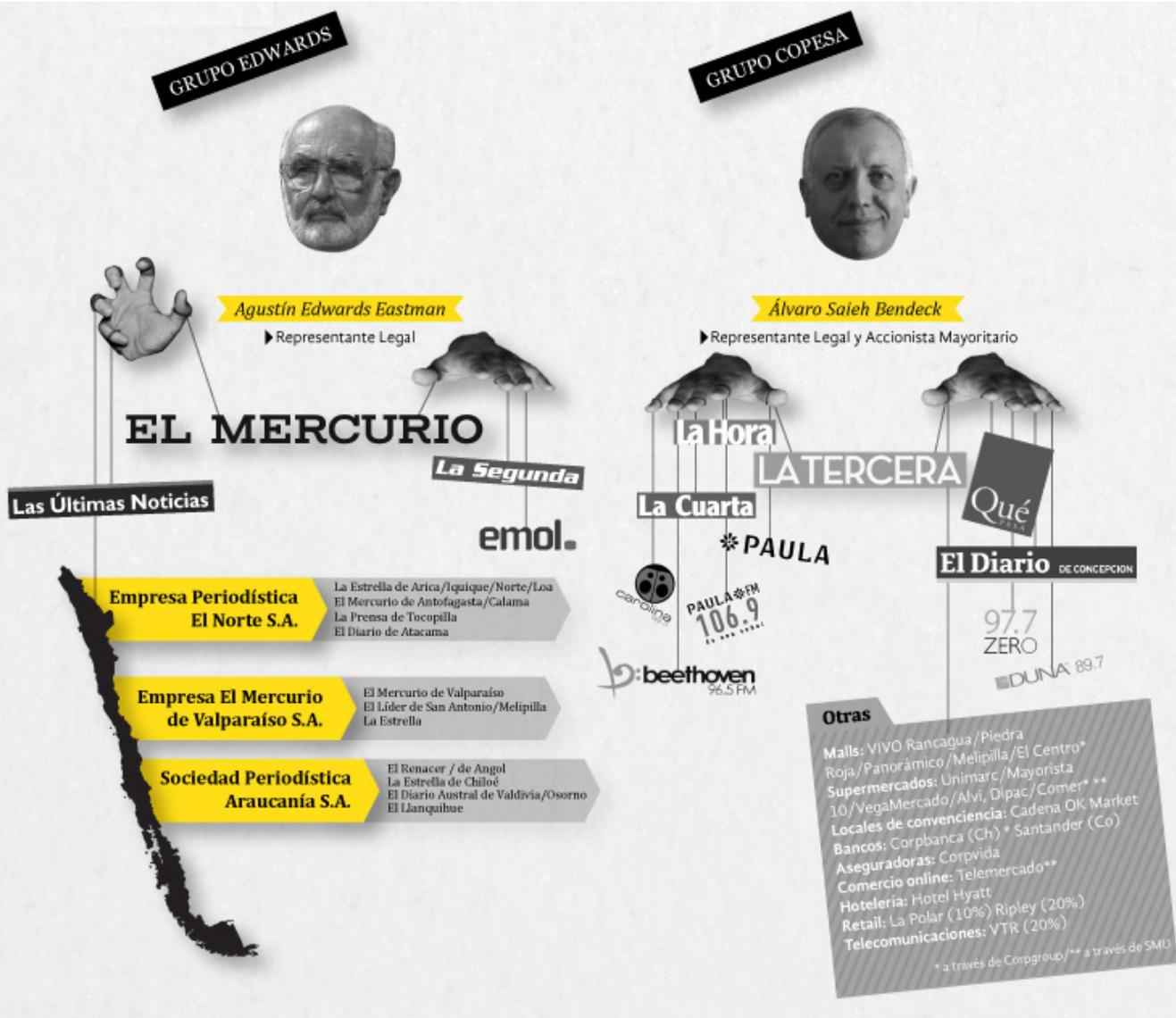


fig. 14 INFOGRAFÍA (parte 1) ¿Quiénes controlan los medios de comunicación en Chile. Agosto 2012. Fuente <http://www.bellopublico.cl/infografia-quienes-controlan-los-medios-de-comunicacion-en-chile/>



fig. 14 INFOGRAFÍA (parte 2) ¿Quiénes controlan los medios de comunicación en Chile. Agosto 2012. Fuente <http://www.bellopublico.cl/infografia-quienes-controlan-los-medios-de-comunicacion-en-chile/>

GRUPO TIME WARNER

*TBS Inc



Ted Turner



GRUPO BETHIA



Liliana Solari Falabella



Otras

- Transportes: Sotraser, Aeroandina, Blue Express (Ex Lan Courier), Grupo Empresas Navieras (GEN)
- Agrícola: Lechera Ancali
- Inmobiliaria: Titanium (la portada)
- Hípica: Aras don Alberto, Club Hípico, Hipódromo Chile
- Vitivinicola: Indómita, Santa Alicia
- Sanitarias: Aguas Andinas
- Financiera: Sinergy

fig. 14 INFOGRAFÍA (parte 3) ¿Quiénes controlan los medios de comunicación en Chile. Agosto 2012. Fuente <http://www.bellopublico.cl/infografia-quienes-controlan-los-medios-de-comunicacion-en-chile/>

Incluso el aclamado medio nacional Ciper Chile, pertenece al grupo Copesa. María Olivia Mönckeberg, premio nacional de periodismo, se refiere a este medio y la relación con Álvaro Saieh.

“Junto a un equipo profesional Ciper desarrolló una interesante experiencia de periodismo de investigación en el devastado medio chileno, lo que lo ha hecho acreedor de significativos galardones como el premio Nuevo Periodismo 2007 (...). Aunque se define como medio independiente, hasta ahora sus pautas han apuntado más bien a casos específicos, o a temas que no rozan los intereses de Álvaro Saieh y sus cercanos. No ha publicado tampoco grandes temas que pongan en tela de juicio las aristas del poder económico o del sistema comunicacional imperante”¹⁷.

De esta forma, el acceso a la información, el rol fiscalizador de la prensa, la libertad de expresión y opinión de los ciudadanos se ven condicionados por el poder conglomerado de los medios, y peor aún, es un fenómeno que pone en riesgo el ejercicio de la propia democracia nacional.

¹⁷ Mönckeberg, María Olivia (2008). *Los Magnates de la prensa*. Santiago. Editorial Debate.

1.5 EL QUINTO PODER

OBSERVATORIO INTERNACIONAL DE MEDIOS / MEDIA WATCH GLOBAL

La cuestión cívica que se plantea ahora es la siguiente: ¿cómo reaccionar? ¿cómo defenderse? ¿cómo resistir ante este nuevo poder? En palabras de Ramonet (2003), se plantea de la siguiente manera:

“Es necesario, simplemente, crear un “quinto poder”. Un “quinto poder” que nos permita oponer una fuerza cívica ciudadana a la nueva coalición dominante. Un “quinto poder” cuya función sería denunciar el superpoder de los medios de comunicación, de los grandes grupos mediáticos, cómplices y difusores de la globalización liberal. Esos medios de comunicación que, en determinadas circunstancias, no sólo dejaron de defender a los ciudadanos, sino que a veces actúan en contra del pueblo en su conjunto (...) Por eso, es urgente desarrollar una reflexión sobre la manera en que los ciudadanos pueden exigir a los grandes medios de comunicación mayor ética, verdad, respeto a una deontología que permita a los periodistas actuar en función de su conciencia y no en función de los intereses de los grupos, las empresas y los patrones que los emplean.”

Lo que se propone es el **Observatorio Internacional de Medios, OIMC** (en inglés: Media Watch Global, MWG), surge como un arma cívica, pacífica, que los ciudadanos podrán utilizar con el fin de levantar la voz hacia el gran poder de los medios de comunicación masiva.

Los observatorios son una organización social cuyo propósito fundamental es ejercer, a través del análisis riguroso y responsable, la observación permanente de la información proporcionada por los medios de comunicación.

Estudian el comportamiento de los medios de comunicación frente a un tema en particular en un determinado período de tiempo. Permiten a través de la aplicación de una metodología sólida, conocer de qué manera y desde qué lugares la prensa genera y pone en circulación sus procesos periodísticos.

La libertad de los medios de comunicación sólo es la extensión de la libertad colectiva de expresión, fundamento de la democracia. Como tal, no puede ser manipulada por monopolios. Implica, por añadidura, una “responsabilidad social” donde su ejercicio debe estar, en última instancia, bajo el control responsable de la sociedad. Bajo esta premisa es que se justifica el Observatorio, puesto que los medios de comunicación son actualmente el único poder sin contrapoder, generando así un desequilibrio perjudicial para la democracia.

La fuerza de esta iniciativa es ante todo moral: muestra información basándose en la ética y sanciona las faltas de honestidad mediática a través de informes y estudios que elabora, publica y difunde.

El OIMC constituye un contrapeso para el exceso de poder de los grandes grupos mediáticos que imponen, en materia de información, ideologías. Esta asociación internacional desea ejercer una responsabilidad colectiva, en nombre del interés superior de la sociedad y del derecho de los ciudadanos a estar bien informados. Proponiendo además, prevenir a la sociedad contra posibles manipulaciones mediáticas.

El Observatorio reúne tres tipos de miembros, que disponen de idénticos derechos. Al ser la información un bien común, su calidad no podría estar garantizada por organizaciones integradas exclusivamente por periodistas, a menudo vinculados a intereses corporativos. Los códigos deontológicos de cada empresa mediática, cuando existen, se revelan a menudo poco aptos para sancionar y corregir los desvíos, los ocultamientos y las censuras. Es indispensable que la deontología y la ética de la información sean definidas y defendidas por una instancia imparcial, creíble, independiente y objetiva, en cuyo lugar los universitarios tengan un papel decisivo.

En resumidas cuentas, el objetivo que busca el observatorio es permitir la percepción total del mundo donde yace el individuo.

TIPOS DE MIEMBROS

1. Periodistas profesionales u ocasionales, en actividad o jubilados, de todos los medios de comunicación, centrales o alternativos

2. Universitarios e investigadores de todas las disciplinas, y particularmente especialistas en medios de comunicación, porque la universidad, en el contexto actual, es uno de los lugares parcialmente protegidos contra la sobrepolitización e intereses cruzados.

3. Usuarios de los medios de comunicación, ciudadanos comunes y personalidades reconocidas por su estatura moral¹⁸.

El Observatorio Internacional de Medios busca ser una instancia a nivel global que regule la calidad y veracidad de la información, que ejerza su rol a través del periodismo y tenga como objetivo final a los receptores de información, pues no aspira a ser un poder independiente y dueño de la verdad, sino estar siempre también bajo el escrutinio público, haciendo que la ciudadanía se dé cuenta de los derechos que puede y debe ejercer a través del ejercicio público.

18 Si bien, este punto es bastante discutible por su aplicación, son las bases deontológicas que definen al observatorio, y como tales, deben aspirar la mayor calidad posible de quienes lo componen.

12.

GENIUS LOCI

ESPACIO PÚBLICO PRE(AU)SENTE

12.1 EL CENTRO DE SANTIAGO EL ORIGEN DEL PODER

Tradicionalmente, los poderes se han encontrado en el centro de Santiago, con excepción del poder legislativo, el cual fue trasladado hace unos años a Valparaíso.

El poder ejecutivo en la Moneda, el judicial en el Palacio de Tribunales y como legado del poder legislativo, el ex-Congreso Nacional. Hasta hace no mucho, el edificio de El Mercurio se encontraba frente a estos dos últimos poderes. Estar en el centro histórico de la ciudad es estar en el centro neurálgico de los acontecimientos, donde se toman las grandes decisiones y suceden múltiples manifestaciones. Esta arquitectura cuenta la historia de la ciudad, en palabras de Rodríguez-Cano (2008):

“Los monumentos hablan por sí mismos, en el lenguaje sin palabras de las formas arquitectónicas. Son historia objetivada, más fidedigna que la narrada. A esta luz, los principales edificios del centro de Santiago cobran insospechado relieve. Son parte de un escenario histórico de singular duración. Dan forma un espacio público que permanece y se transforma a lo largo de más de cuatro siglos, desde su fundación hasta nuestros días.

Santiago es una capital probada por la adversidad. Ha soportado toda suerte de catástrofes, como avenidas del río Mapocho, ataques indígenas y fuertes terremotos. Como consecuencia, ha sido preciso reconstruirla una y otra vez. Sin embargo, ni ésta ni sus edificios más significativos han cambiado de lugar. Permanecen en el sitio donde estuvieron originalmente y siguen dando

cuenta, punto por punto, de los hombres, los hechos y las instituciones que en cada época contribuyeron a forjar la ciudad y el país”¹⁹.

Es entonces que cuando se habla del origen del poder, hay que remitirse hacia el centro histórico de Santiago, donde estos lugares han estado y estarán, donde aún yacen los anhelos de quienes creen en ellos, de aquellos que han trascendido los gobiernos de turno y confían en sus instituciones. La historia de estos lugares se cualifica al transitar por sus calles y sentir que aún cuando el damero pueda ser altamente criticado, en él está el origen de la ciudad de la manera en que la conocemos.

Al habitar esta parte de la ciudad, es cuando los edificios de poder adquieren mayor sentido, pues se rodean de constructos sociales que han adquirido significado mucho antes que ellos.

fig. 15 FOTOGRAFÍA aérea del centro de Santiago, 1964
Fuente <http://www.archivovisual.cl/>

¹⁹ Rodríguez-Cano, Soledad (2008) Tesoros Arquitectónicos del Centro de Santiago. ARC Editores.



12.2 ESPACIO PÚBLICO PRE(AU)SENTE EL PODER DE TODOS

El hecho de que la mayoría de las manzanas del centro histórico de Santiago estén completamente construidas no es menor, pues el espacio público se transforma en lugar de **construcción de ciudadanía y encuentro social por excelencia**, gracias a la multiplicidad de usos que alberga. Sin embargo, este espacio ha ido cambiando en el transcurso de la historia, adquiriendo nuevos roles y formas en la ciudad. Es a través de esta mirada a lo público en la historia que es posible descubrir la calidad de espacio público que se desea proyectar. Las grandes avenidas peatonales se han convertido en poco más que una proyección del comercio que las inunda, haciendo del espacio público la negación de lo construido.

Hoy, el espacio público en el centro de Santiago se ha transformado en un lugar de tránsito. Han surgido nuevos lugares para sociabilizar, especialmente en el mundo virtual. Esto, sumado a la falta de calidad del espacio público actual, conlleva a un déficit en la construcción de una identidad social. El espacio público se vive así de manera inocua, pues sus ocupantes lo habitan sin sentido ni significado más que sólo atravesarlo.

El hombre se ha multiplicado virtualmente, pero ha restado la comunión con los otros habitantes, los ha mantenido bajo control. Si los espacios siguen supeditándose a las nuevas tecnologías, la interacción social se realizará solamente a través de la red.

De esta manera, el anhelo de proyectar un espacio público de calidad radica en su sentido, buscando ser una ofrenda a la ciudad, dejando entrever en sus líneas, que el poder mediático ha intervenido la rutina diaria. Y el espacio público también.

Finalmente, la propuesta de espacio público dentro de la ciudad es la materialización de un anhelo colectivo, de tener una mayor incidencia en la ciudad, de tener la capacidad de crearla y modificarla. De poder ir más allá e incluso transformar los espacios que se habitan, de poder ejercer una democracia social, pues, el poder del individuo con las nuevas maneras de obtener información, lo han hecho manifestarse en todo aquello que esté al alcance de su mano.

fig. 16 FOTOGRAFÍA apaseo Ahumada, Santiago
Fuente <http://www.panoramio.com/>



II.
CON-
TEXTO

CASCO HISTÓRICO SANTIAGO



Edificios Representativos del Poder

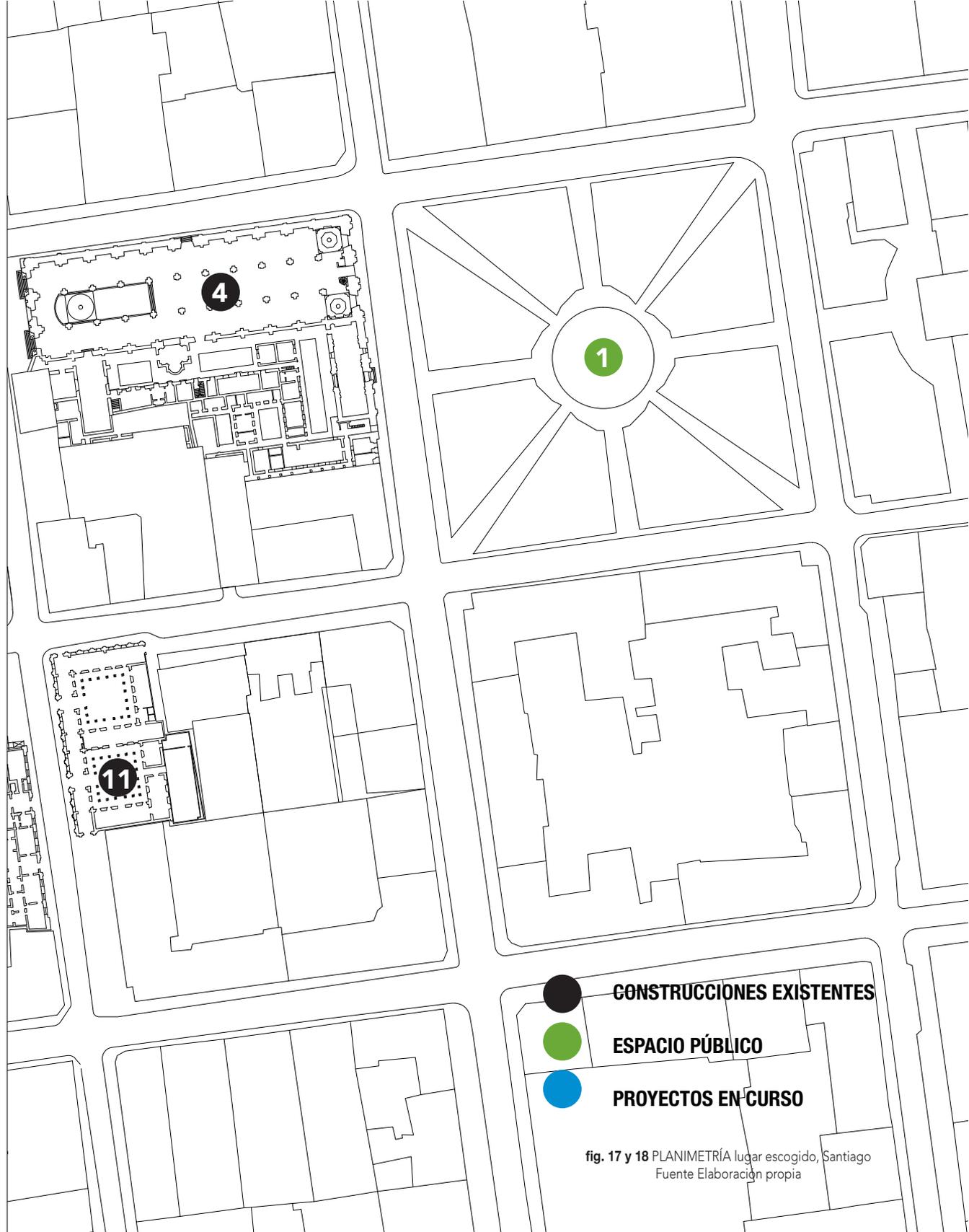
1. Academia Diplomática de Chile
2. Municipalidad de Santiago
3. Juzgados del Crimen
4. Ex Congreso Nacional
5. Catedral Metropolitana de Santiago
6. Tribunales de Familia
7. Juzgados Civiles
8. Ministerio del Trabajo
9. Juzgados de garantía
10. Tribunales de Justicia
11. Ministerio del Medio Ambiente
12. Ministerio de Relaciones Exteriores
13. Banco Central de Chile
14. Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones
15. Ministerio de Hacienda
16. Ministerio de Justicia
17. Intendencia Metropolitana
18. Contraloría General de La República
19. Palacio de La Moneda
20. Ministerio de Obras Públicas
21. Ministerio de Agricultura
22. Ministerio de Economía
23. Ministerio de Educación
24. Tesorería General de La República
25. Banco Estado

Edificios Emblemáticos

1. Correos de Chile
2. Museo Histórico Nacional
3. Conservador de Bienes Raíces de Santiago
4. Universidad de Chile, Escuela de Gobierno
5. Ex Club Domingo Fernández Concha
6. Casa Goycolea
7. Paseo Phillips
8. Palacio de La Alhambra
9. Univerisdad de Chile, Fac. Artes Centro
10. Espacio M (ex edificio El Mercurio)
11. Museo de Arte Precolombino
12. Portal Fernández Concha
13. Museo Casa Colorada
14. Diario La Nación y Diario Oficial
15. Paris (ex Banco de Londres)
16. Ripley (ex Hotel Crillón)
17. Palacio Subercaseaux
18. Iglesia San Agustín
19. Teatro Municipal
20. Parroquia de las Monjas Agustinas
21. Edificio Aristía
22. Bolsa de Comercio de Santiago
23. Club de La Unión

11.2 ELECCIÓN DE LUGAR





● **CONSTRUCCIONES EXISTENTES**

● **ESPACIO PÚBLICO**

● **PROYECTOS EN CURSO**

fig. 17 y 18 PLANIMETRÍA lugar escogido, Santiago
Fuente Elaboración propia

II.2 ELECCIÓN DE LUGAR

FOTOS DEL LUGAR



fig. 19 y 20 IMÁGENES del lugar escogido. Arriba vista desde calle Morandé hacia el sur. Abajo vista desde esquina de Morandé con Catedral
Fuente <https://maps.google.cl/>



fig. 21 y 22 IMÁGENES del lugar escogido. Arriba, vista desde calle Catedral. Abajo, vista desde calle Morandé hacia el norte.
Fuente <https://maps.google.cl/>

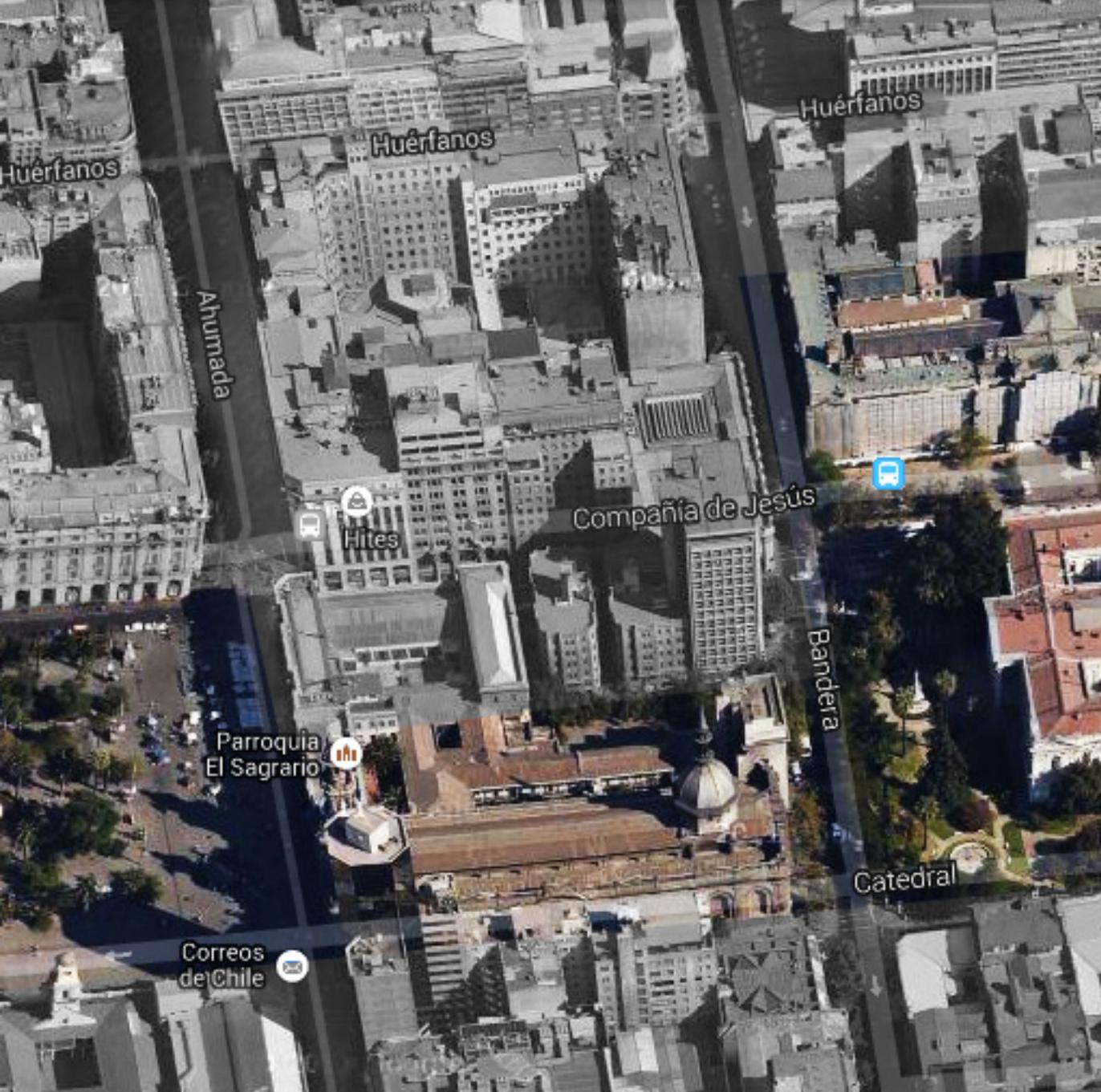




fig. 23 (arriba) IMAGEN aérea del lugar escogido, Santiago
Fuente <https://maps.google.cl/>

II.3 SIGNIFICADO DE LUGAR INTERPRETACIONES DEL CONTEXTO

El observatorio debe emplazarse en un lugar con protagonismo en la ciudad de Santiago, pues para emitir un juicio crítico con respecto al rol de los medios, debe comprender primero lo que sucede en la ciudad y si esa información se está transmitiendo de manera fidedigna. Es la interpelación al poder.

Debe alimentarse de las fuentes de poder, político y ciudadano, y ser accesible a la ciudadanía también. Para la elección de lugar, se consideraron tres criterios de selección:

1. CERCANÍA CON EL PODER. El hecho de ubicar al Observatorio enfrentando al poder no se hace con un fin meramente simbólico, sino porque el ejercicio del periodismo requiere tener las fuentes de datos e información lo más accesibles posible y estos edificios son una de esas fuentes tanto física (archivos) como presencial (la sentencia de algún juez o reuniones especiales de parlamentarios).

2. INFLUENCIA EN EL CONTEXTO. La característica de contrapoder del observatorio no es menor, pues debe erigirse en la ciudad de manera que se haga presente en ella. Esto se rescata al elegir un predio esquina y que actualmente funciona como estacionamiento de los parlamentarios del ex-Congreso. La posibilidad de reconstrucción de la manzana hace al lugar con mucho más significado para intervenir. Se suma además, el futuro eje peatonal de la calle Sótero del Río, debido a los proyectos en curso.

3. DISPONIBILIDAD DE TERRENO. Dentro del área escogida para trabajar se encuentran algunos predios vacíos, destacándose, por ejemplo, el ubicado en la intersección de las calles Santo Domingo y Teatinos. Sin embargo, los predios aledaños no presentan la conectividad antes referida.

Así, el predio escogido se emplaza en la esquina de las calles Morandé con Catedral, vereda surponiente, dentro del poder, inmediato al ex-Congreso y al Palacio de Tribunales, cercano a La Moneda y a la Alameda, lugar de grandes manifestaciones ciudadanas. Sumado además, la cercanía de la Catedral de Santiago, otra muestra de poder, y las múltiples edificaciones relacionadas al poder estatal, tales como ministerios, juzgados y bancos. El lugar permite generar estas interacciones y retroalimentaciones entre el poder y los medios de comunicación, activando el fenómeno arquitectónico.

fig. 24 y 25 FOTOGRAFÍAS. Arriba, ex-Congreso. Abajo, Palacio de Tribunales de Justicia
Fuente <http://www.archivovisual.cl/>
<http://www.wikipedia.org/>



II.4 CONTEXTO HISTÓRICO SIMBOLISMO DEL PODER

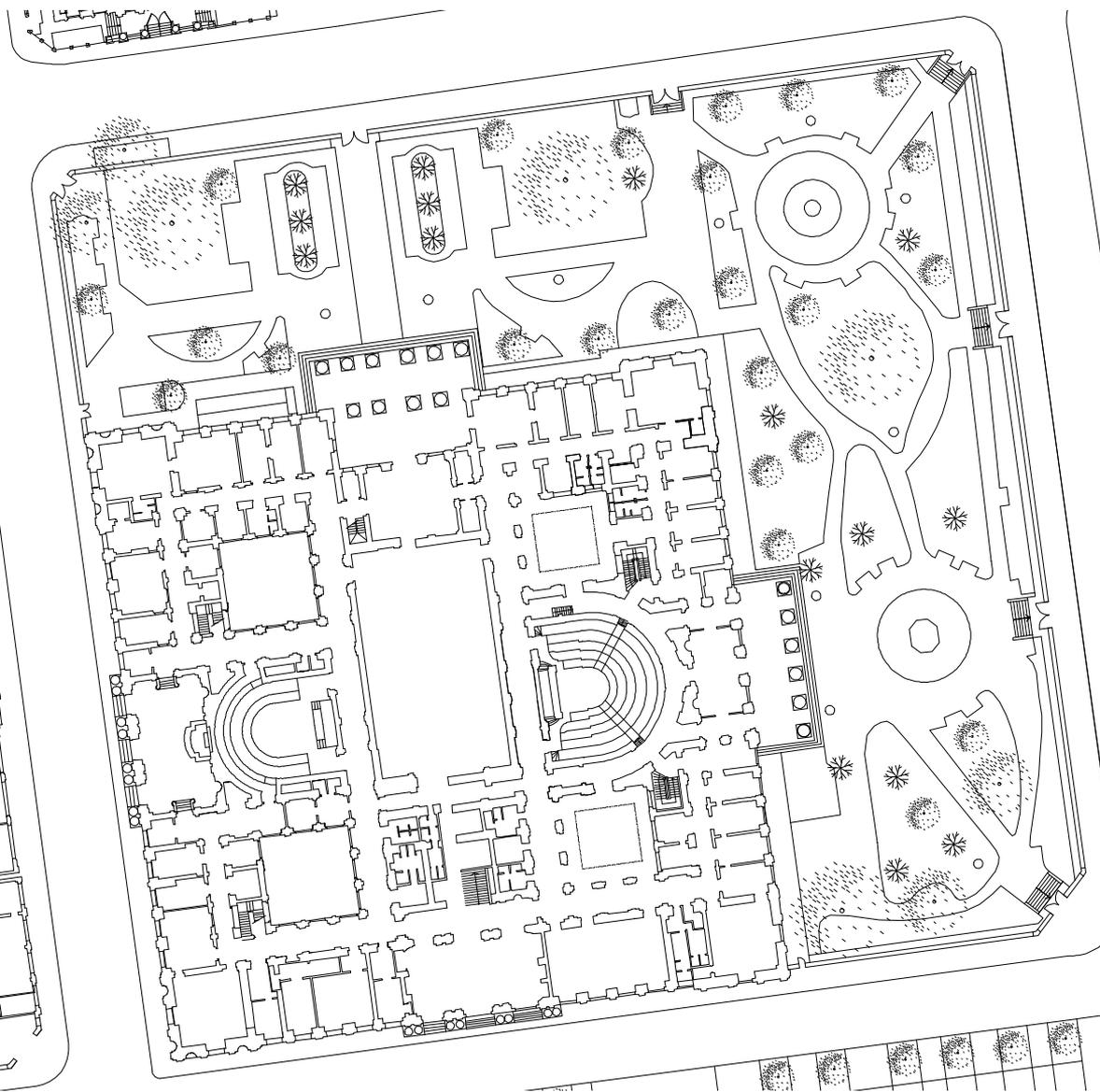
1 EX CONGRESO NACIONAL

Año: 1857

Arqto: C. Brunet des Baines, L. Henault, M. Aldunate, E. Trait y E. Chelli

Paisajista: Guillermo Renner

Declaración: Monumento Histórico



2

PALACIO DE LOS TRIBUNALES DE JUSTICIA DE SANTIAGO

Año: 1905 y 1930

Arqto: Emilio Doyére

Declaración: Monumento Histórico



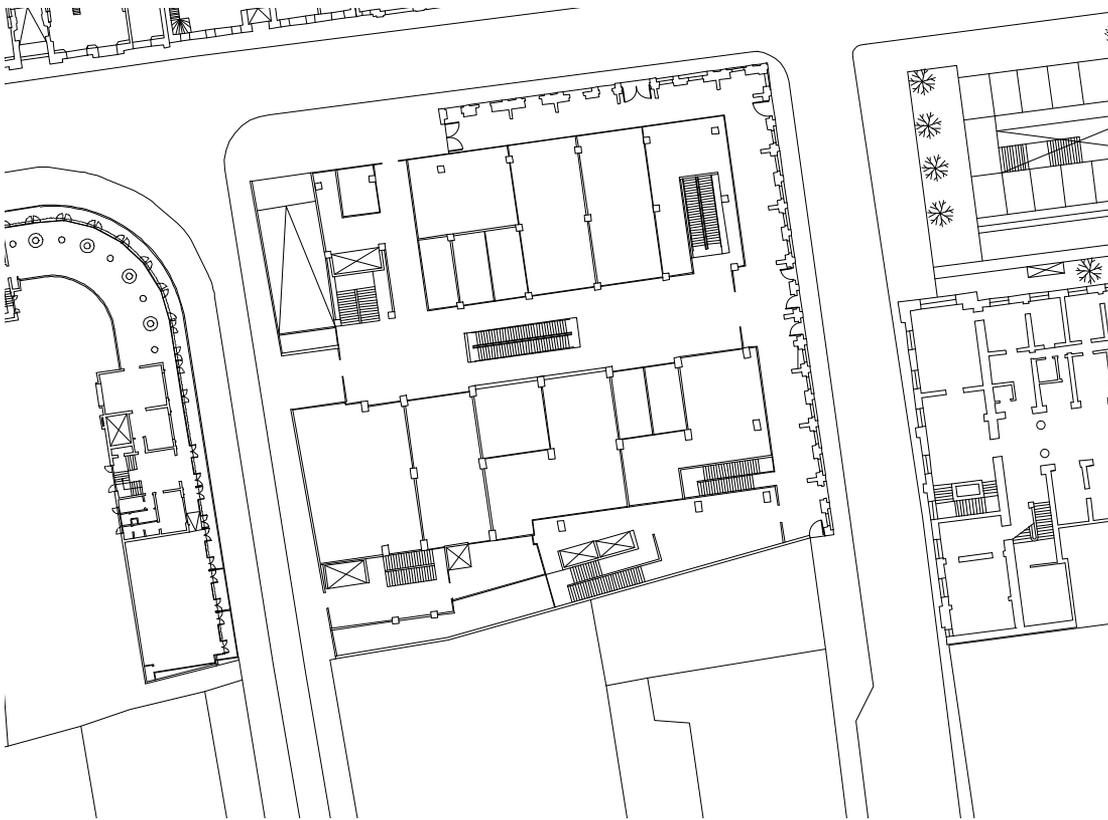
II.4 CONTEXTO HISTÓRICO SIMBOLISMO DEL PODER

3 ESPACIO M (EX-EDIFICIO EL MERCURIO)

Año: 1892 (Palacio Larraín Zañartu)
1902 (Ex Edificio El Mercurio)
2012 (Espacio M)

Arqto: Lucien Henault

Declaración: Inmueble de Conservación
Histórica.



4

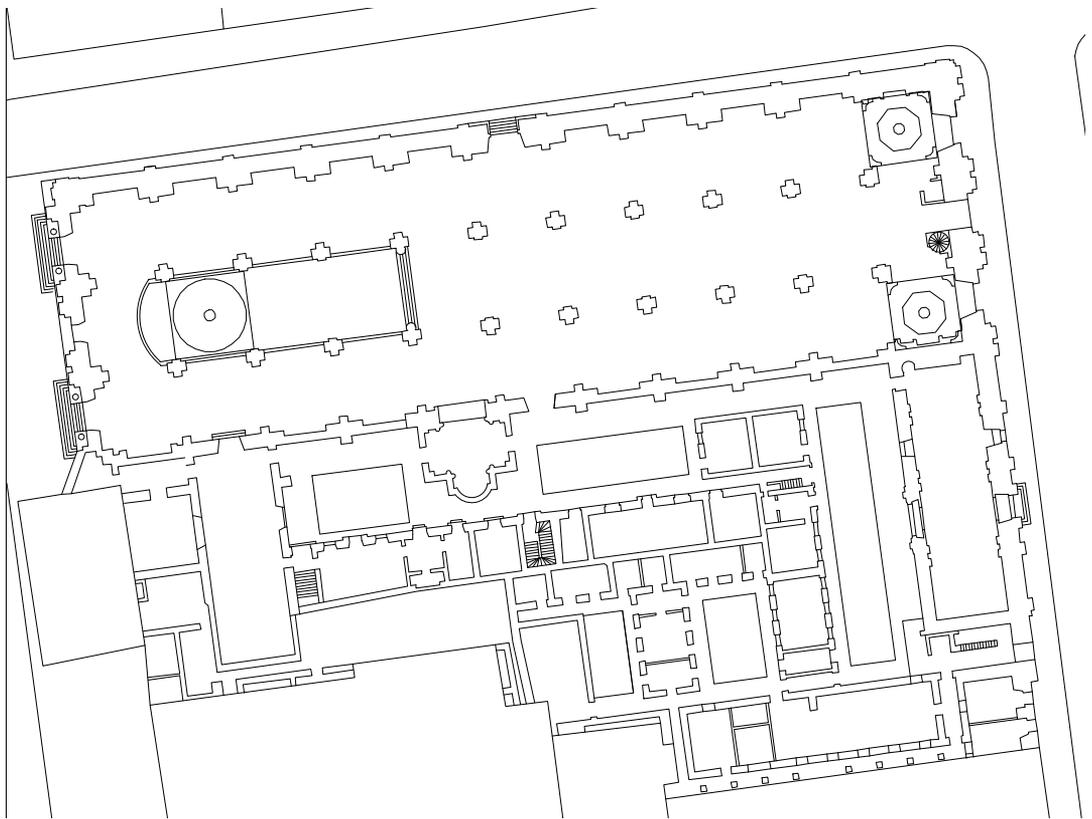
CATEDRAL METROPOLITANA DE SANTIAGO

Año: 1748

Arquitecto:

M. Vásquez de Acuña, J. Toesca e I. Cremonesi

Declaración: Monumento Histórico.



II.4 CONTEXTO HISTÓRICO SIMBOLISMO DEL PODER

5 ACADEMIA DIPLOMÁTICA DE CHILE

Año: 1888 (Palacio Edwards)

1973 (Academia Diplomática)

Arqto: Juan Eduardo Fehrman

Declaración: Monumento Histórico

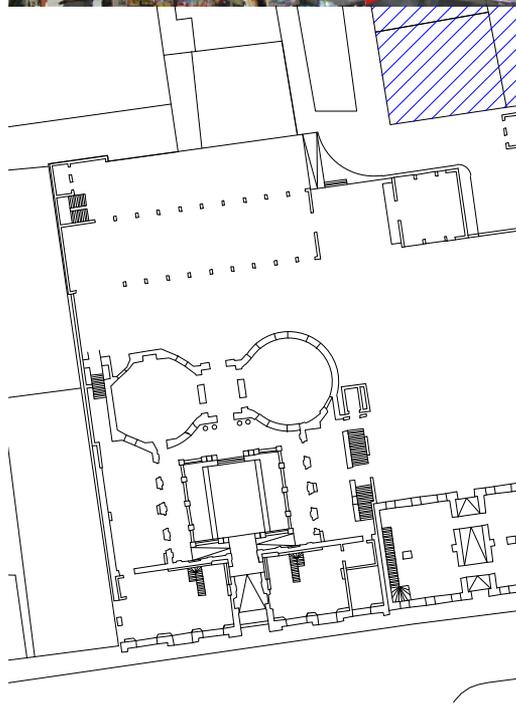


6 CLUB DOMINGO FERNÁNDEZ CONCHA

Año: 1860

Arqto: Lucien Henault

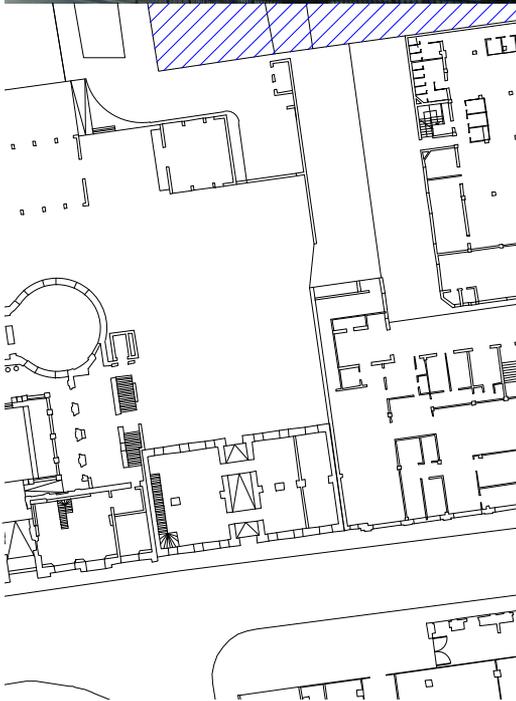
Declaración: Inmueble en Área con Valor Patrimonial



7 CASA GOYCOLEA

Año: 1865

Declaración: Inmueble en Área con Valor Patrimonial

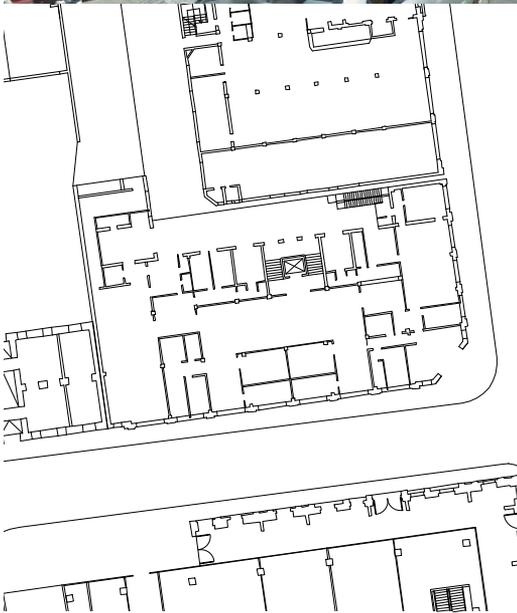


8 CONSERVADOR DE BIENES RAÍCES DE SANTIAGO

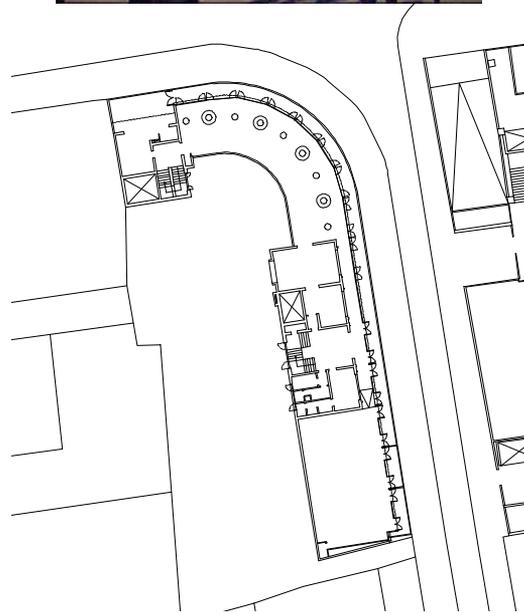


II.4 CONTEXTO HISTÓRICO SIMBOLISMO DEL PODER

9 JUZGADOS DEL CRIMEN

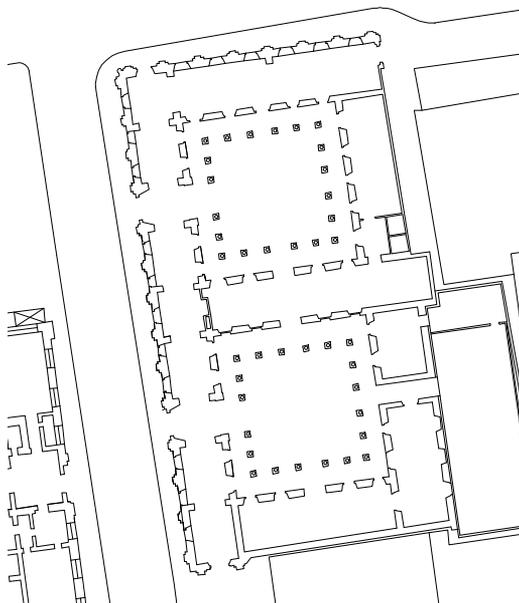


10 UNIVERSIDAD DE CHILE, FACULTAD DE ARTES. SEDE ALFONSO LETELIER LLONA



11 MUSEO DE ARTE PRECOLOMBINO

Año: 1805 (Palacio de la Real Aduana)
1980 (Museo de Arte Precolombino)
Ingeniero: José María de Atero
Declaración: Monumento Histórico



1 PLAZA DE ARMAS DE SANTIAGO

Año: 1541 (Plaza Original)
2000 (Remodelación Actual)



fig. 26 a 46 FOTOGRAFÍAS Y PLANIMETRÍAS
Fuente fotografías <https://www.google.cl/>
Fuente planimetrías elaboración propia

II.4 CONTEXTO HISTÓRICO PROYECTOS EN CURSO

1 PASEO DEL SERENO

Ex Club Dgo. Fernández Concha (1860) y Casa Goycolea (1865)
Arqto(s): OWAR y Rodrigo Pérez de Arce
Construcción: 2012



3 PLAZA DE LA JUSTICIA

Jardines del Palacio de Tribunales de Justicia de Santiago (1930)
Arqto(s): Plan Arquitectos
Construcción: 2012



2

NUEVA BIBLIOTECA DEL CONGRESO NACIONAL

Edificio Huneeus (1924)

Arqto(s): Beals + Lyon y Matías Zegers

Construcción: 2014



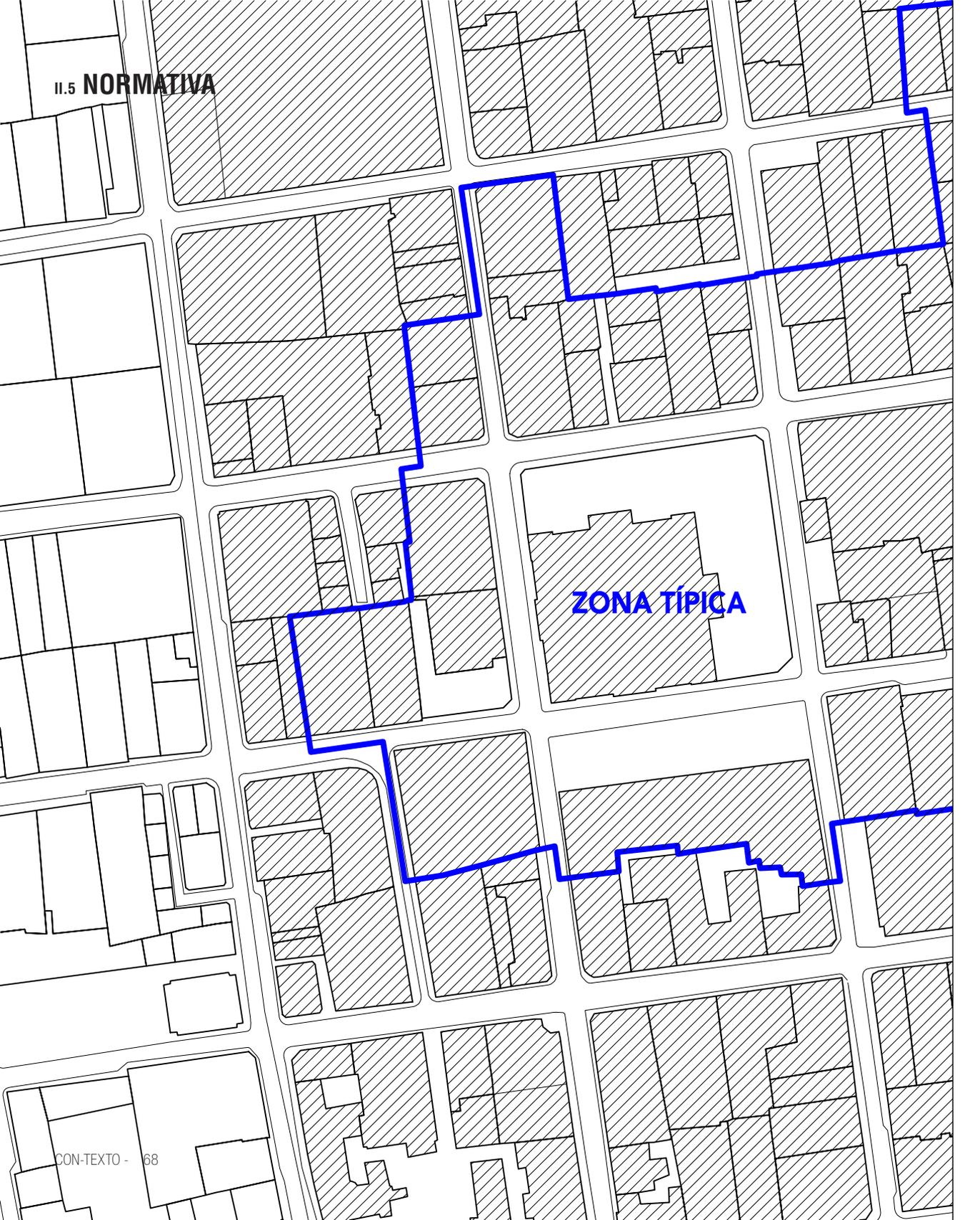
REFLEXIONES EN TORNO AL LUGAR

Tal y como se han presentado, los edificios representativos del poder, determinan ciertos patrones en la ciudad, tanto a nivel espacial como perceptual, el sentirse partícipe del poder.

Estas manifestaciones son, en su mayoría, de orden magnánimo, proyectando fachadas monumentales, volúmenes macizos y ornamento. Dentro de aquel esquema, el espacio público pareciese supeditarse y tener menor relevancia, siendo en algunos casos la antesala a estos edificios (jardines del ex-Congreso) y en otros una manifestación más privada (club Domingo Fernández Concha). Si este espacio ha de adquirir fuerza, debe ser de la mano de quien lo necesite y logre darle el valor y significado que merece.



fig. 47 a 51 FOTOGRAFÍAS proyectos en curso
Fuente <https://www.google.cl/>



ZONA TÍPICA

PLAN REGULADOR COMUNAL DE SANTIAGO ZONA A

El sector escogido está sujeto a la zonificación "A" dada por el Plan Regulador Comunal de Santiago (información corroborada en el certificado de informaciones previas correspondiente). Ésta permite usos de suelo residencial, equipamiento, algunas actividades productivas, infraestructura, espacio público y áreas verdes, considerándose el "Observatorio Nacional de Medios" dentro de los usos especificados en la denominación de equipamientos.

El sector, además, se encuentra dividido por dos sectores especiales, Zona de Conservación Histórica A1, Micro Centro y **Zona típica 3, Plaza de Armas, el Congreso Nacional y su entorno**. Los predios escogidos para el emplazamiento del proyecto comparten ambas denominaciones.

Con respecto a la Zona de Conservación Histórica A1, regirán las normas especificadas a continuación:

- Usos de suelo: prohíbe actividades productivas e infraestructura permitidas en zona A.
- Sistema de agrupamiento: **continuo**
- Coeficiente de constructibilidad: **7,38** (uso no residencial con fusión predial).
- Alturas: mínima 9 m y máxima **35,5m**.
- Para proyectos nuevos de galerías o pasajes peatonales interiores de uso público, se debe considerar un ancho mínimo (al servir a locales) de 3 m con ingreso sólo en un costado y 4 m con ingreso por ambos costados.

NORMAS ESPECÍFICAS ZONA DE CONSERVACIÓN HISTÓRICA

Se permiten intervenciones de reparación, restauración, rehabilitación, reconstrucción, remodelación y obras nuevas, todas ellas con aprobación previa de la SEREMI Metropolitana de Vivienda y Urbanismo.

Toda intervención u obra nueva debe respetar la **materialidad opaca**, permitiéndose sólo en obra nueva el uso de vidrio transparente hasta los 8 m de altura.

Normas Morfológicas

La composición de la fachada del proyecto debe diferenciar claramente un cuerpo superior, conformado por el último piso que podrá estar retirado, y uno inferior, parte restante de la fachada donde quedarán inscritos los ingresos. En relación a los vanos, éstos deberán ocupar entre un 35% y 40% de la superficie total de la fachada, su estructura debe ser rectangular y su composición debe mantener un ritmo vertical u horizontal.

fig. 52 PLANIMETRÍAS normativa
Fuente elaboración propia en base a
planos de la municipalidad de Santiago

Con respecto a la Zona Típica, Plaza de Armas, el Congreso Nacional y su entorno, regirán las normas especificadas a continuación:

-Usos de suelo permitidos: vivienda y equipamiento

-Sistema de agrupamiento: **continuo**

-Coeficiente máximo de ocupación de suelo: 1 hasta 9 m y 0,7 sobre los 9 m (uso no residencial).

-Alturas: mínimas 12 m y máxima **24 m**, con primer piso de 3 m mínimo para obra nueva.

NORMAS ESPECÍFICAS PARA PREDIOS QUE ENFRENTAN TOTAL O PARCIALMENTE A UN MONUMENTO HISTÓRICO.

Los nuevos proyectos edificados deben supeditar el tratamiento de fachadas, volumetría y altura a los de dichos inmuebles, siendo esta característica más importante que las especificaciones de respectiva zona o sector.

Normas Específicas Zona Típica

Igual a Normas Específicas Zona de Conservación Histórica.

Normas Morfológicas

Las nuevas obras deben integrarse en forma armónica con la edificación existente, para lo que debe mantener tres ordenamientos definidos claramente:

-Orden Inferior (hasta segundo piso): debe presentar un zócalo o basamento que

corresponda a una franja del ancho total de la fachada, cuya altura y materialidad debe corresponder con la de los inmuebles colindantes.

-Orden Central: debe respetar terminaciones y carácter de las construcciones existentes en el sector, empleando una predominancia de materiales opacos, se excluye la utilización de muros cortina o similares.

-Coronación o Terraza: debe tener un piso de altura y continuar con estilo y morfología del cuerpo central. Si no contempla terraza, obligatoriamente debe presentar una cornisa u otro elemento decorativo que marque la diferencia entre éste y el cuerpo central.

Además, en relación a la materialidad, quedan excluidas las fachadas con predominio de vidrio y materiales brillantes y, en cuanto a las cubiertas, si son visibles deben tener terminaciones acordes a las de fachada y no se aceptarán techos ligeros agregados sobre terrazas.

fig. 53 PLANIMETRÍAS normativa
Fuente elaboración propia en base a
planos de la municipalidad de Santiago

III.

TEXTO

OBSERVATORIO NACIONAL DE MEDIOS

“La libertad es un hecho, y entre los hechos que observamos, no hay ninguno que sea más claro” (Henri Bergson)

III.1 OBSERVATORIO NACIONAL DE MEDIOS DEONTOLOGÍA

La crisis de representatividad fue el punto de partida, de ella surgió la problemática de la información y los medios de comunicación, desembocando todo en la propuesta del observatorio internacional de medios.

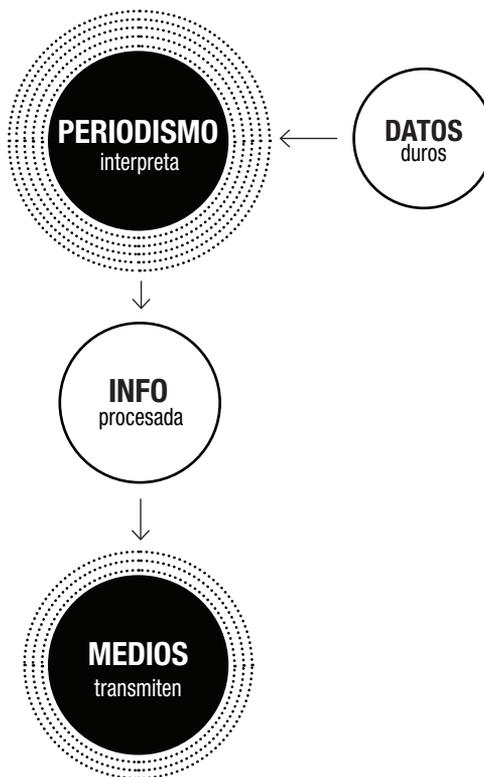
En el caso chileno, la propuesta de programa se transforma en el **OBSERVATORIO NACIONAL DE MEDIOS**, formando parte del proyecto internacional que se propone. La necesidad de un nuevo organismo concerniente a los medios se ve reflejado en la concentración de medios nacionales y su poca fiscalización, proponer esta estructura busca darle un significado al habitar espacios de poder de manera diferente a los actuales, pues este viene a ser representado por una democracia social más que la actual representativa.

El Observatorio busca ser el origen del debate, un organismo confiable a nivel nacional e internacional, el cual sirva como referente en cuanto a calidad y veracidad de la información. Un espacio donde el ciudadano pueda informarse fehacientemente y pueda cumplir su rol democrático de una manera más activa e informada.

Anteriormente, se ha hablado sobre el poder de la información y sobre los receptores de ésta, los que conforman el quinto poder, sin embargo, el medio más apto para llegar a ellos sigue siendo el periodismo. En otras palabras, el programa para el cual se trabaja tiene como objetivo dos usuarios, el periodista en un nivel espacial y el consumidor de información en un nivel ideológico.

El paso hacia la arquitectura viene dado por el entendimiento de cómo el Observatorio debe ser para ambos usuarios y el significado que tiene dentro del contexto nacional. El programa debe ser, en esencia, de carácter público, puesto que el observatorio se alimenta del quinto poder, el poder de la gente para erigirse frente al poder de los medios. En su origen debe tener la capacidad de atraer al público e interesarlo en su propuesta, esto tanto de una manera ideológica como espacial.

La manera en cómo funciona el Observatorio y busca los objetivos antes expuestos, se basa en tres objetivos fundamentales, que se expresa en la figura 20.



objetivos del **OBSERVATORIO**

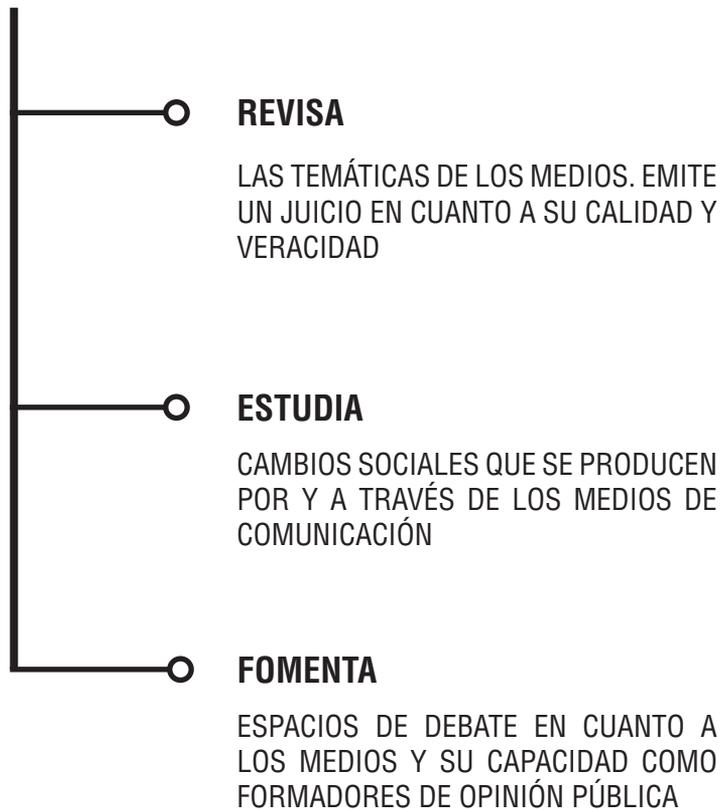


fig. 54 y 55 ESQUEMAS proceso de la información y observatorio
. Fuente Elaboración propia.

III.2 OBSERVATORIOS NACIONALES Y LATINOAMERICANOS ASOCIACIONES

El programa de observatorio como un ente de monitoreo, tanto moral como normativo, no lleva mucho tiempo en curso. Estos observatorios pueden ser de múltiples disciplinas, pero todos con el énfasis puesto en transparentar y cuidar la calidad de la información que se transmite y expone. Las **manifestaciones nacionales** tampoco son muchas, y entre ellas se definen como:



1. OBSERVATORIO DE MEDIOS FUCATEL. Es un centro de estudios independiente cuyo principal objetivo es la reflexión sobre las transformaciones sociales y el impacto público de los medios de comunicación en las modernas sociedades democráticas.



2. OBSERVATORIO DE COMUNICACIÓN (PUCV). Surge con el propósito de investigar y reflexionar acerca de los medios de comunicación nacionales y acerca del fenómeno de la comunicación, en términos generales. Por lo tanto, busca ser una plataforma de encuentro entre investigadores, académicos, estudiantes y profesionales de la comunicación y las ciencias sociales para que desde aquí se pueda contribuir al debate de ideas, investigación, análisis y fiscalización de la práctica periodística en los medios de comunicación y de las diversas líneas de investigación que se están desarrollando en el país.



3. OBSERVATORIO DE MEDIOS DE CORPORACIÓN HUMANAS. Entendiendo que los medios de comunicación son una plataforma simbólica desde donde se transmiten patrones

fig.56,57 y 58 IMAGEN logos observatorios chilenos
. Fuente <https://www.google.cl/>

culturales y sociales, el Boletín “Mujeres en los medios”, realiza un seguimiento a la cobertura de la prensa en la temática de la Violencia contra las Mujeres, con el objetivo de convertirse en un instrumento de visibilización de dichos patrones y en un insumo para la reflexión en torno a la construcción de la igualdad de género

Pasando al caso latinoamericano, éste se destaca por la extensiva red de observatorios que existen, pues la ausencia de regulación mediática se repite en estos países. Los observatorios existentes son:

ARGENTINA: OBSERVATORIO DE MEDIOS, POLÍTICO, SOCIAL Y CULTURAL. Yuxtapone las prácticas concretas que se originan y a la vez recrean las teorías y visiones que aportamos el conjunto de fuerzas que se juegan y expresan en el campo popular. Haciendo definitivamente nuestra la tarea de enriquecer el controvertido desafío de aportar en la construcción de una propuesta política, social y económica, que conlleva, inexorablemente, una de las batallas más impostergables de este siglo: La batalla en el plano de las ideas.

BOLIVIA: OBSERVATORIO NACIONAL DE MEDIOS (ONADEM). Realiza tareas de monitoreo, investigación, análisis y difusión sobre la información, la opinión y la interpretación periodísticas producidas en Bolivia.



fig. 59 y 60 IMAGEN logos observatorios chilenos . Fuente <https://www.google.cl/>



BRASIL: OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA. Es una entidad no gubernamental que pretende acompañar, junto a otras organizaciones de la sociedad civil, el desempeño de la prensa brasileña. El Observatório da Imprensa funciona como un forum permanente donde los usuarios de los medios de comunicación , organizados en asociaciones desvinculadas del establecimiento periodístico pueden expresarse y participar activamente en un proceso en el que hasta hace poco han sido agentes pasivos.



ECUADOR: FUNDAMEDIOS. Es una organización de la sociedad civil, laica y apolítica que ayuda a los periodistas y medios de comunicación a mejorar la calidad de su trabajo. Se basa en dos pasiones fundamentales: El amor a la palabra, y la adicción a la duda.



MÉXICO: OBSERVATORIO DE MEDIOS DE LA UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA. Es un espacio diseñado para promover una reflexión sobre la calidad profesional del tratamiento periodístico de la información. Busca proporcionar al público en general, a los académicos y a los propios periodistas material útil para mejorar el trabajo cotidiano y acercar más al público con los medios.



PERÚ: CALANDRIA. Es una institución de la sociedad civil peruana, que desde la comunicación promueve la construcción de intereses comunes como país, impulsando un debate público que visibilice las diversas voces, agendas y propuestas para lograr un desarrollo humano en la democracia.

VENEZUELA: OBSERVATORIO GLOBAL DE MEDIOS.

El Observatorio Global de Medios, es una organización social cuyo propósito fundamental es ejercer, a través del análisis riguroso y responsable, la observación permanente de la información proporcionada por los medios de comunicación social venezolanos. Asimismo, el Observatorio velará por la vigencia de los Derechos de la libre expresión y de información consagrados constitucionalmente y que gozan de reconocimiento universal.



LATINOAMÉRICA: MAPEO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LAS AMÉRICAS.

Busca investigar la relación entre medios de comunicación y democracia en Canadá y en 11 países de Latinoamérica. El proyecto proporciona información sobre la ubicación, cobertura, y estructura de propiedad de los medios de comunicación latinoamericanos (incluyendo televisión, radio, y medios escritos), así como datos clave sobre demografía y resultados electorales.



LATINOAMÉRICA: RED ANDI AMÉRICA LATINA. Está compuesta por doce agencias de noticias por los derechos de la infancia y están comprometidas con el uso de la comunicación para el desarrollo humano y social, en especial en la promoción de los derechos de la niñez y la adolescencia. Cada una de ellas es una entidad no gubernamental y representan a un país de América Latina, y son responsables por la ejecución de un conjunto de acciones estratégicas basadas en una metodología creada, aprobada y consolidada por ANDI.



fig. 61 a 67 IMAGEN logos observatorios latinoamericanos
. Fuente <https://www.google.cl/>

III.3 ASOCIACIONES NACIONALES RETROALIMENTACIÓN CON EL OBSERVATORIO



Diversas son los grupos asociados en el periodismo, a los cuales el observatorio desea albergar, los más importante a nivel nacional son:

1. ASOCIACIÓN NACIONAL DE LA PRENSA. Agrupa a los principales diarios y revistas del país y tiene como misión fomentar la industria de la prensa, defender los derechos y deberes de los chilenos de informar y de estar informados, velando constantemente por la Libertad de Expresión.

2. FUNDACIÓN DE LA PRENSA. Sus principales objetivos son promover la defensa de la libertad de prensa, de expresión y de opinión, y el conocimiento, mejoramiento, perfeccionamiento y difusión del periodismo y de todas aquellas disciplinas relacionadas con ellos.

3. ANATEL. Es la asociación gremial que reúne a los canales chilenos de televisión abierta de alcance nacional y fue creada el 29 de noviembre de 1991.

4. CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN. es el organismo que debe velar por el correcto funcionamiento de la televisión chilena a través de políticas institucionales que tiendan a orientar, estimular y regular la actividad de los actores involucrados en el fenómeno televisivo, en sintonía con los cambios tecnológicos y socio-culturales, en un contexto de creciente internacionalización.

5. ASOCIACIÓN DE RADIODIFUSORES DE CHILE.

ARCHI. La defensa del gremio, que se materializa en la gestión permanente ante los tres poderes del Estado para prever, accionar y reaccionar según sea el caso, ante iniciativas legislativas que pudieran beneficiar o perjudicar a la industria, como así también ante los organismos públicos, en especial el ente regulador, para contrarrestar eventuales acciones abusivas de la autoridad y exigir el cabal cumplimiento de su rol.

6. FEDERACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE CHILE (CONSEJO DE ÉTICA).

Surge como un órgano de autorregulación en materia de ética informativa de la labor que realizan aquellos medios que pertenecen a alguna de las empresas afiliadas a las asociaciones que la integran. Dicho Consejo cumplirá en este ámbito una labor tanto preventiva como resolutive.



fig. 68 a 73 IMAGEN logos asociaciones periodismo chileno.
Fuente <https://www.google.cl/>

III.3 PROGRAMA EL EJERCICIO DEL PERIODISMO

Así, cada una de estas agrupaciones vela por intereses y principios, casi todos basados en la libertad de prensa y expresión, buscando mejorar la calidad de la información y promoviendo su regulación. Se presentó que existen tres observatorios nacionales dedicados específicamente a los medios, pues el observar no es inherente sólo a esta rama. En el caso latinoamericano, su influencia es mayor, existen redes de apoyo en torno a estos organismos, existiendo incluso Observatorios de carácter nacional, tal es el caso de Bolivia. Si generar estas asociaciones son necesarias en el ámbito latinoamericano, lo son aún más en el nacional. Bajo esta premisa, el Observatorio debe trabajar en conjunto con las unidades de periodistas antes mencionadas, el consejo de ética y fundaciones para poder lograr la ficción deseada

EL EJERCICIO DEL PERIODISMO

Para el periodista, su fuente de datos es la realidad, la expresión de cada uno de los sucesos diario es el origen de su trabajo, debe interpretarla y presentarla públicamente. En este caso, las interpelaciones al poder se encuentran a un paso del lugar donde residen.

En conversaciones con periodistas, se ha podido extraer, sobre qué lugares son los más importantes para su ejercicio, lo siguiente:

"...(la) necesidad de retroalimentación con otros periodistas, es decir, un lugar de trabajo común y conectado, tener accesibilidad a las fuentes de información y poseer espacio disponible para trabajar (oficinas)"²⁰

Es decir, la elección de lugar se confirma y los espacios habitables deben estar proyectados en conexión.

20 Información obtenida en conversaciones con el periodista Ernesto Carmona, ex-integrante del Colegio de Periodistas; con Gabriela Ortiz, estudiante de periodismo quinto año UCHILE; y Valeria Romero, periodista USACH.

programa del **OBSERVATORIO**



fig. 74 ESQUEMA programa del observatorio
Fuente Elaboración propia.

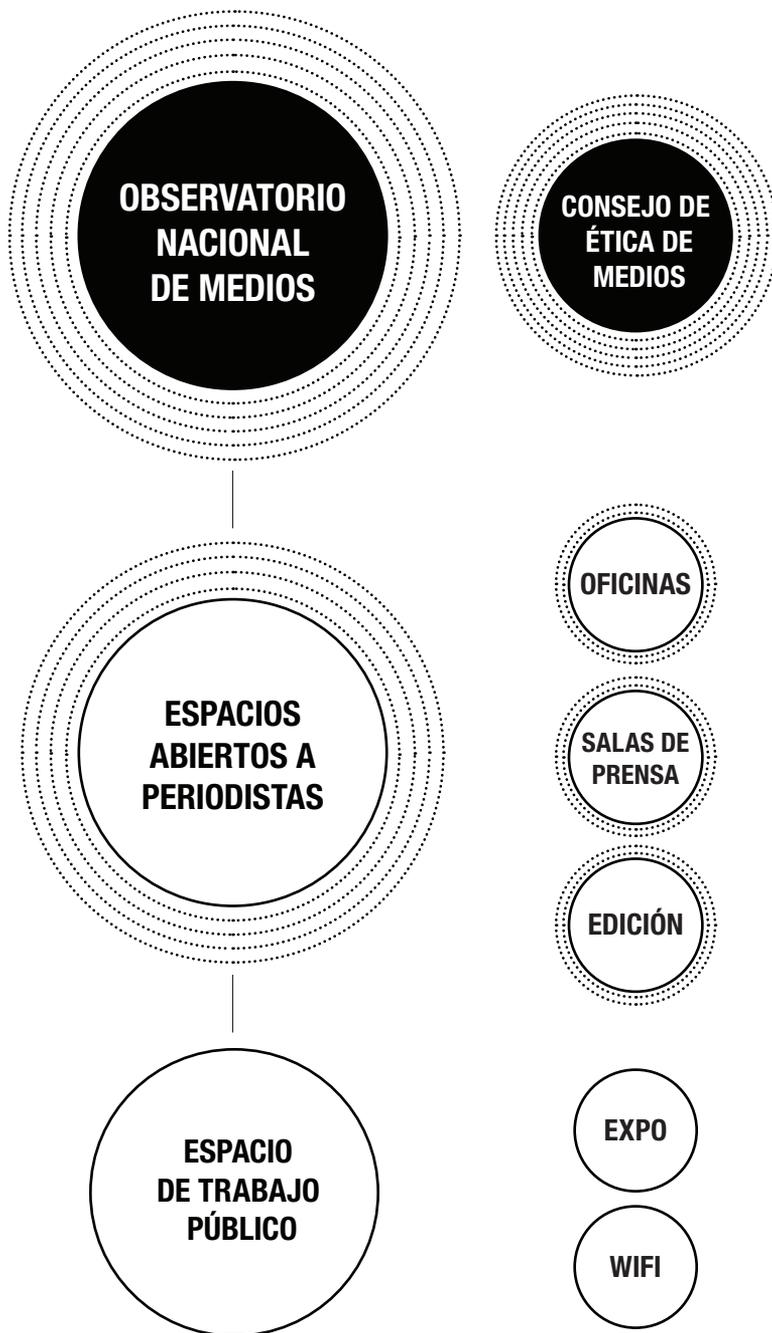


fig. 75 ESQUEMA programa del observatorio
Fuente Elaboración propia.

IV.

**PROCESO DE
DISEÑO**

IV.1 PROCESO PRIMERAS APROXIMACIONES

1. PROBLEMÁTICA Y LUGAR

ONM
OBSERVATORIO
NACIONAL DE MEDIOS



2. CONCEPTUALIZACIÓN

CONTEXTO ARQUITECTÓNICO

EL HABITAR NO FUNCIONA SIN EL PODER RECORRIDO ENTRE LOS PODERES B O R D E S IDENTITARIOS PARÁMETROS NUEVAS INSTITUCIONES NUEVAS ESTRUCTURAS DE PODER HIPERCONEXIÓN ARQUITECTÓNICA EL EJERCICIO DEL PODERES HABITARLO SOSTENIBILIDAD DE LA PROPUESTA

CONTEXTO SOCIAL

DISTRIBUCIÓN Y LEGITIMIDAD DEL PODER PODER QUE SE ENFRENTA A LOS DEMÁS CAMBIOS PROFUNDOS EN LA SOCIEDAD SIMBOLISMO DEL PODER PODER DE INTERACCIÓN DE LAS PERSONAS ESCRUTINIO PÚBLICO NUEVA CIUDADANÍA ORGANIZACIÓN CIVIL

EJERCICIO DE DEMOCRACIA CIUDADANA EXPRESIÓN CÍVICA RAPIDEZ SIMULTANEIDAD INTERCONEXIÓN ACERCAMIENTO DE LA INSTITUCIÓN

CONTEXTO DE MEDIOS

ACERCAR LA FORMA DE COMUNICARNOS AL PODER CAMBIOS EN LA FORMA DE COMUNICACIÓN VIRTUALES REFLEJO DE LA REALIDAD PERSONALIZACIÓN HIPER CONECTIVIDAD ESTRUCTURAS EN RED MOVILIDAD DIGITAL HIPERMOVILIDAD

Las primeras aproximaciones giraron en torno al eje cívico, a su significancia en cuanto al poder y las relaciones que pudiese generar con las edificaciones allí existentes (edificios del estado). El Observatorio se parte entendiendo como un poder adicional a los existentes y la ficción que puede generar en su contexto.

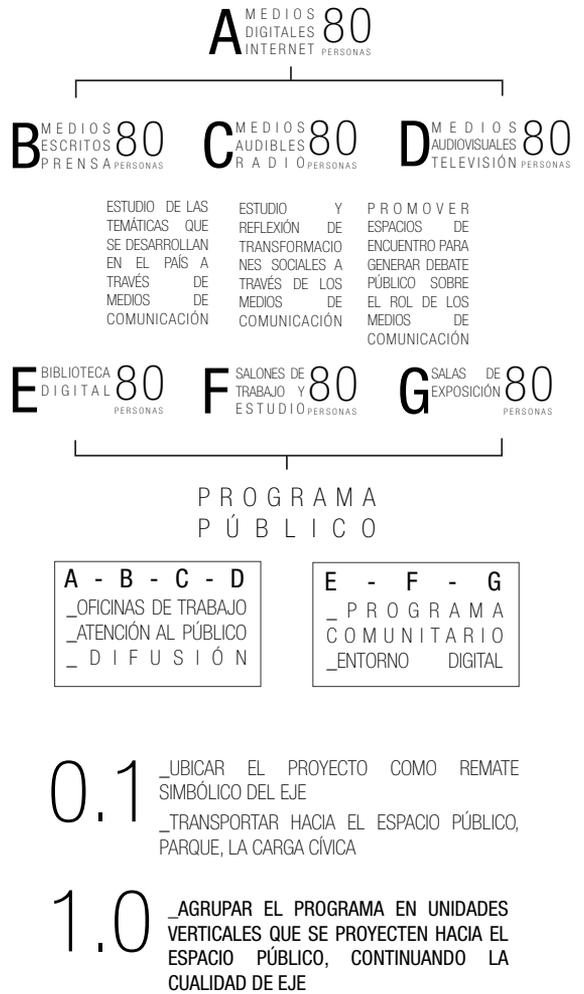


fig. 76 LÁMINA proceso del observatorio
Fuente Elaboración propia.

IV.1 PROCESO PRIMERAS APROXIMACIONES

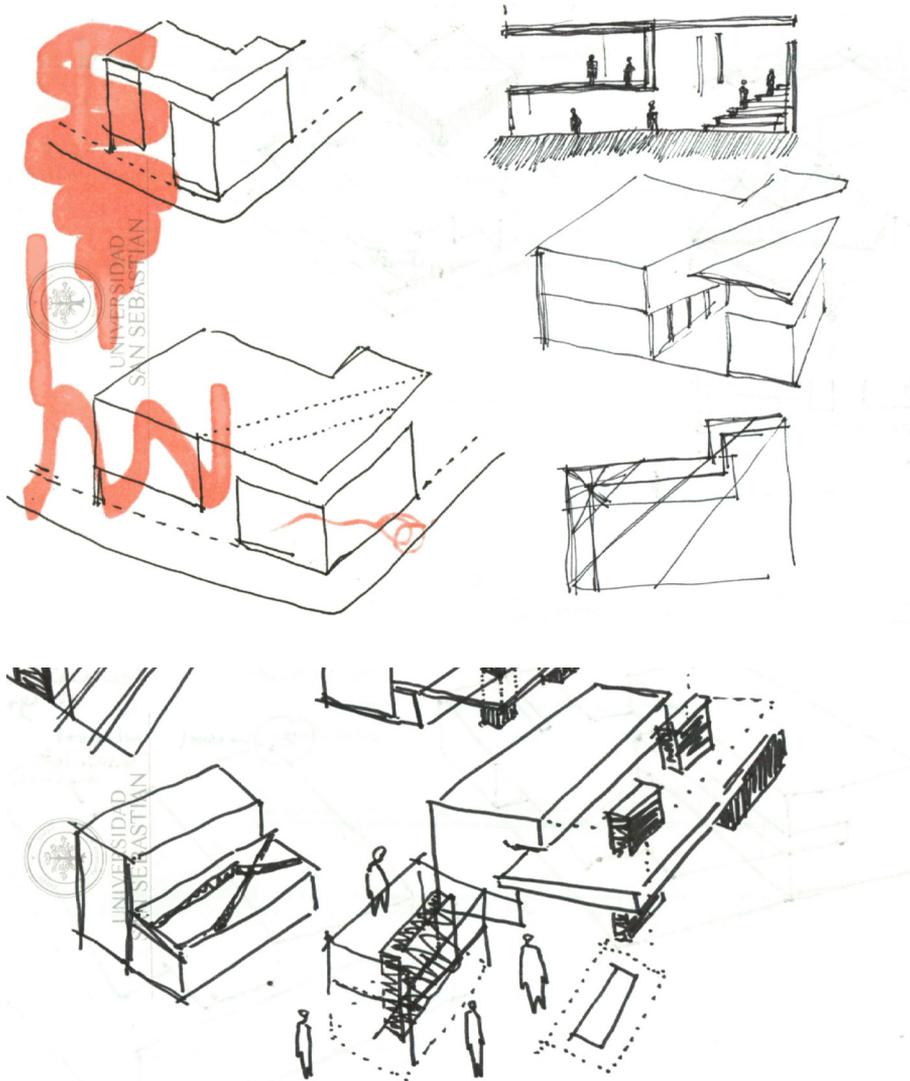
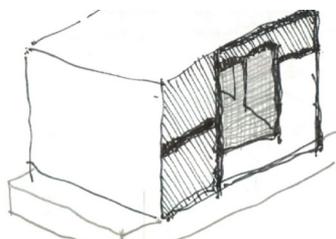


fig. 77 y 78 CROQUIS proceso del diseño del observatorio
Fuente Elaboración propia.



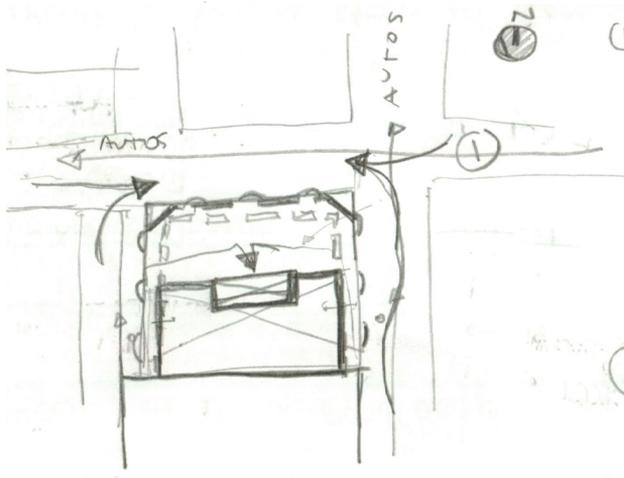
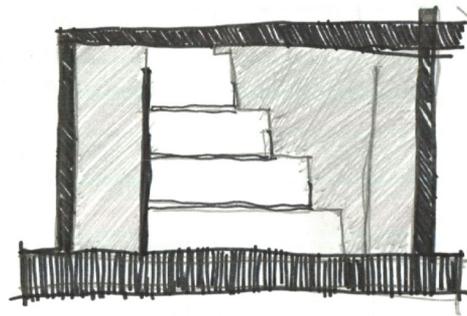
→ ¿POR QUÉ VER? ¿CON CUIRADIAND? (1)
 → ¿POR QUÉ VER COMO PERIODISTA? (2)

(2) TRABAJO Y COMPROMISO / LA NA: HACER DEL PAIS UN LUGAR CON MEJOR CALIDAD DE INFORMACION.

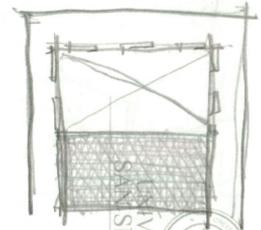
ESPACIO INTERESANTE ES EL ORIGEN DEL DEBATE PUBLICO.



UNIVERSIDAD SAN SEBASTIAN



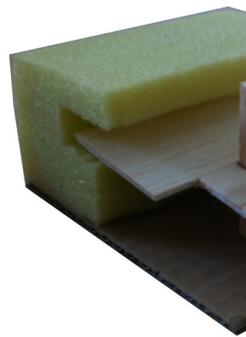
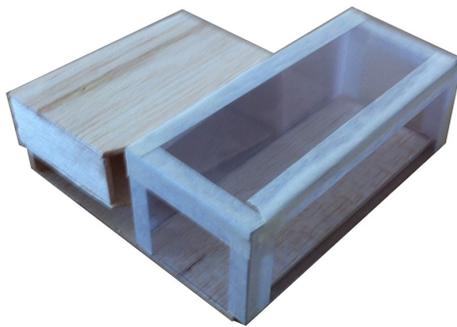
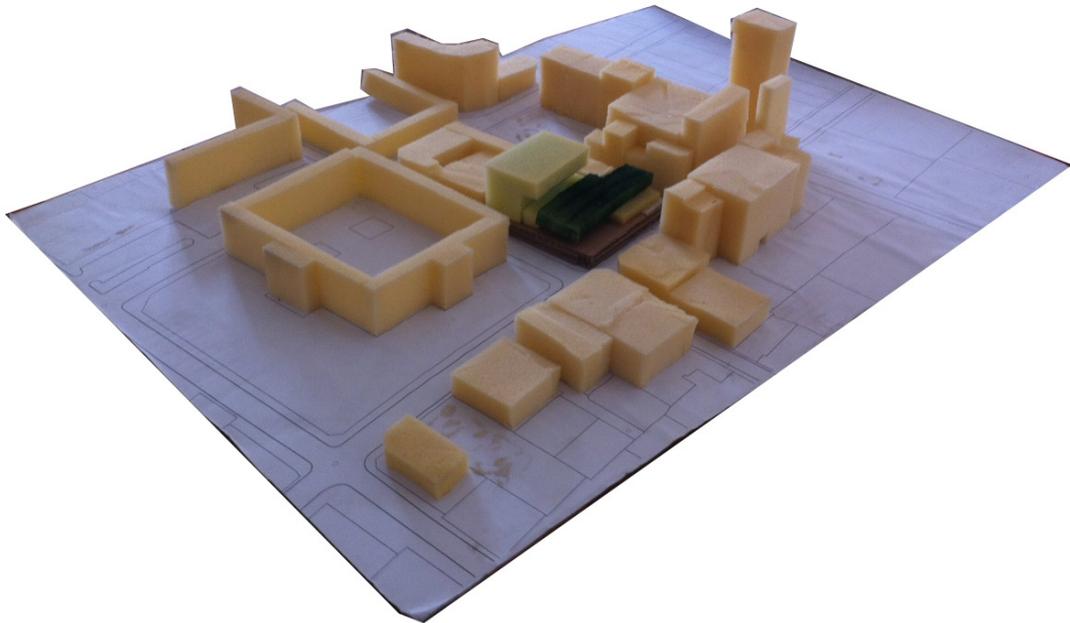
(1) RECONSTRUCCION DE LA FACHADA



(2) ACCESOS PEATONAL VEHICULAR

En los croquis, se observa la intención de abordar el espacio público y común como el que active el fenómeno arquitectónico, el que generara la intención que subyace detrás.

IV.2 PROCESO MAQUETAS DE ESTUDIO



Las maquetas de proceso representan las formas de trabajar el espacio público, a través de llenos, vacíos, interacciones con la vereda, transparencia y placas elevadas.

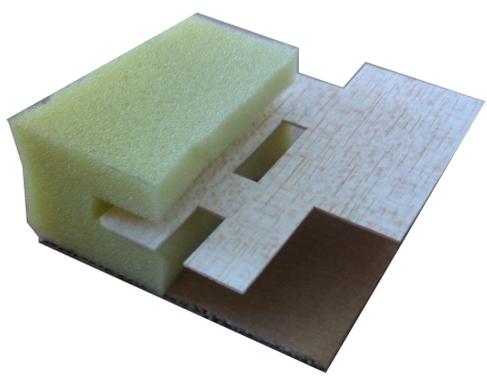
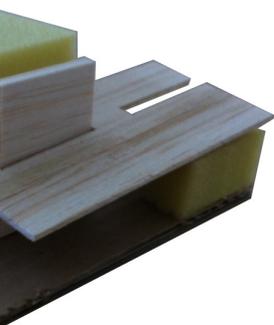
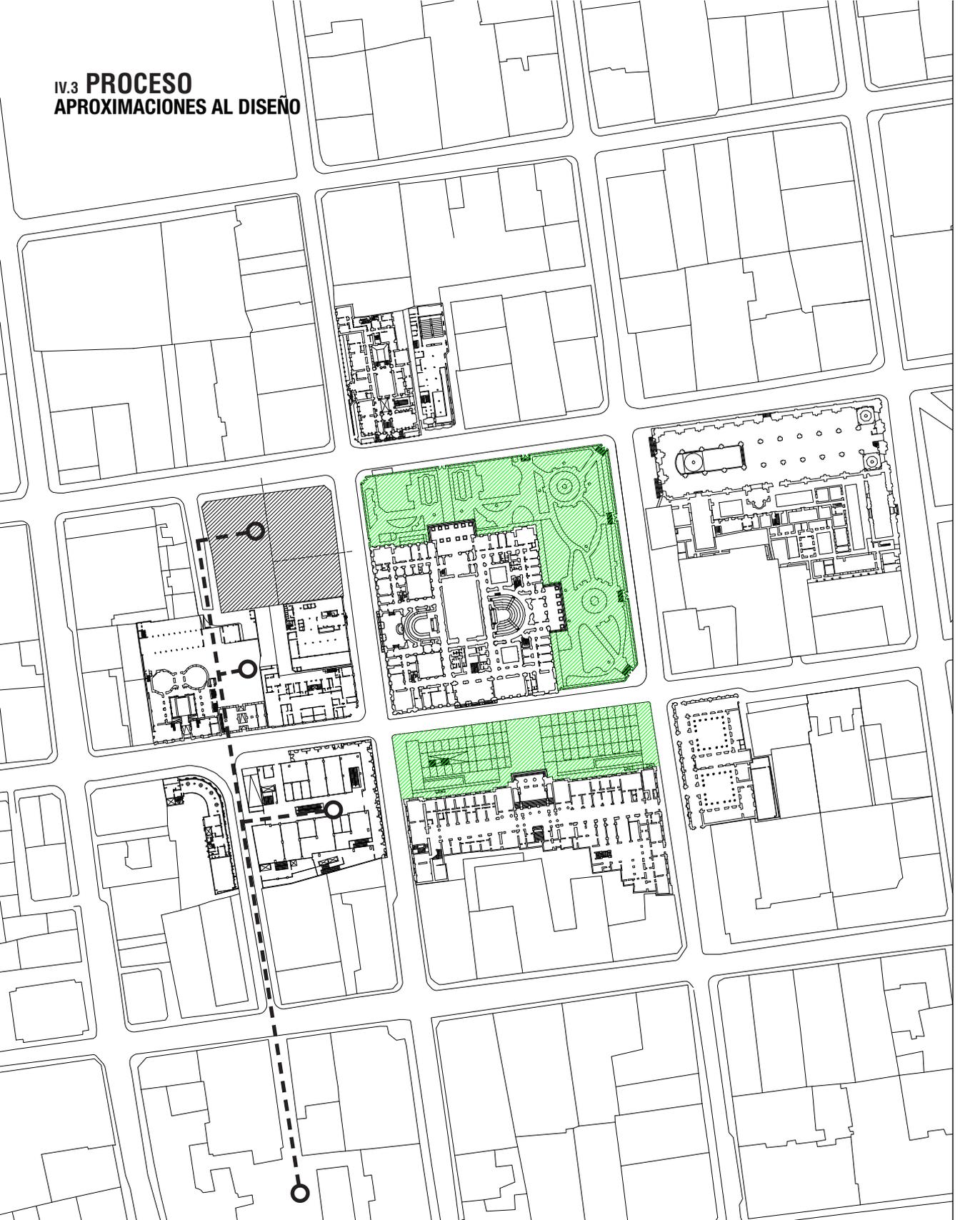


fig. 79 a 85 MAQUETAS proceso del observatorio
Fuente Archivo propio.

IV.3 PROCESO APROXIMACIONES AL DISEÑO



En el esquema se aprecian los dos ejes de proyecto provenientes del contexto. La franja verde proveniente del Palacio de Tribunales y del ex-Congreso y sus jardines; y la conexión peatonal existente por la calle Sótero del río. Esto determina **3 fachadas de proyecto**, teniendo que cada una responder a la manifestación que le corresponda y en su conjunto, poder idear la ficción arquitectónica.

1. Continuar con la franja verde de **espacio público**
2. Sectorizar áreas de **programa** en pública (oriente) y privada (poniente)
3. Continuar el **eje peatonal** poniente

fig. 86 PLANIMETRÍA diagrama de diseño
Fuente elaboración propia

v.

**BIBLIO-
GRAFÍA**

v. BIBLIOGRAFÍA

-Boswall, Jeffery (2010, octubre 28). Entrevista a Jeffery Boswall, ex productor BBC Londres. Recuperado el 15 de noviembre de 2013, de [http://www.unav.es/fcom/fcompass/noticias/jeffery-boswall-ex-productor-de-la-bbc-\"un-buen-documental-debe-informar-educar-y-entretener\"/](http://www.unav.es/fcom/fcompass/noticias/jeffery-boswall-ex-productor-de-la-bbc-\)

-Fernández, Bastián (2013, agosto 13). La inédita concentración horizontal de medios de Álvaro Saieh que supera los estándares del mundo desarrollado. Recuperado el 20 de noviembre de <http://www.elmostrador.cl/pais>

-Fernández Buey, Francisco (2012). Sobre \"cuarto poder\" y democracia mediática. Recuperado el 19 de noviembre de 2013, de http://www.upf.edu/materials/polietica/_pdf/medios1.pdf

-Martínez, Matías (2007). La crisis de los grandes periódicos. Revista Infoamérica, pág. 139-148.

-Ramonet, Ignacio (1998). La tiranía de la comunicación. Madrid & Ramonet, Ignacio (2001) Propagandas silenciosas. La Habana, Instituto Cubano del Libro.

-Ramonet, Ignacio (2003, octubre). El quinto poder. Recuperado el 15 de Junio de 2013, de <http://www.lemondediplomatique.cl/El-quinto-poder.html>

-Rodríguez-Cano, Soledad (2008) Tesoros Arquitectónicos del Centro de Santiago. ARC Editores.

-Weil, González & Phillips (2011, julio). Ficciones Arquitectónicas: un medio para comunicar identidad. Revista Sociedad & Equidad n°2

Este ejemplar que cuenta de 06 copias,
se terminó de imprimir en los talleres de
Carrión 1692, el día Viernes 29 de Noviembre
del Año 2013. Fecha en la que, en 1781, nace
Andrés Bello, principal gestor y primer rector de la
Universidad de Chile.

