

La función política de la televisión

Es claro que la política ha buscado otros espacios de mediación, y estos han sido los medios de comunicación social en general y la televisión en particular. Por consiguiente, un tema de reflexión actual en el campo de la comunicación política es la calidad del debate político y de comunicación a través de los medios y especialmente desde la televisión que es el medio al que más acude la gente. Este uso extensivo e intenso de los medios y de la TV ha producido una renovación de la forma de hacer política

■ **Valerio Fuenzalida**

¿EL FIN DE LOS MEDIOS ESCRITOS?

Esta es una pregunta que crecientemente circula en los ambientes nacionales e internacionales relacionados con la comunicación e información en soportes escritos, especialmente acerca de materias políticas. Arthur Sulzberger, propietario y editor del *New York Times*, uno de los diarios más prestigiados del mundo, declaraba hace poco tiempo (febrero 2006) que no estaba seguro si dentro de cinco años se imprimiría su diario en papel, pero que no le preocupaba.

Un reciente informe de la Unión Internacional de Comunicaciones, obtenido sobre la base de 200 países, y preparado para su reunión mundial de diciembre de 2006 arroja resultados que confirman estas inquietudes.

Consumo de medios en horas semanales

	-18 años	18-54 años
Medios digitales	14 horas	16
TV	12	13
Radio	6	8
Periódicos y revistas	2 (incluido cine)	4
Cine	-	1

UIT - Digital Life - 2006

Las cifras de horas de exposición a medios digitales y electrónicos crecen aún más entre los jóvenes de países occidentales. Un informe de agosto del 2006 emitido por Ofcom, la oficina reguladora británica en comunicaciones, señalaba que una creciente cantidad de jóvenes entre 16-24 años están utilizando los servicios on line, abandonando la radio y los periódicos, y miran una hora menos de televisión por día

que el promedio total de la población. Bajan contenidos hacia iPods, teléfonos móviles, y participan en comunidades on line. El informe los describe como una "networked generation".

Los teens norteamericanos entre 13-18 años de edad dedican alrededor de 72 horas semanales a la conexión on line, a teléfonos móviles, a ver TV, escuchar música, y jugar video games, según el informe de diciembre del 2006 "Teen Trend Report" del Harrison Group en base a una muestra de 1.000 jóvenes (*World Screen News*. 08-12-2006).

Europa, el continente con mayor impronta lecto escrita, ha bajado su consumo de periódicos pagados de 86 millones de ejemplares en el año 2001 a algo más de 81,5 millones en el año 2005 (Asociación Mundial de Periódicos - WAN).

Las Jornadas de la Prensa en Brasil en mayo de 2006 expusieron una importante baja de lectura en libros, diarios y revistas en jóvenes entre 12-17 años junto a un incremento de la información digital (*Folha de Sao Paulo*. 25-05-2006). Argentina sigue siendo el país latinoamericano cuyos hogares más se exponen a medios escritos: uno de cada dos hogares lee el diario una vez por semana frente a la media regional de dos de cada cinco hogares; ello no obsta para que la lectura de diarios vaya en declinación, según el análisis de Pablo Sirvén a los datos proporcionados por LatinPanel y por Brand Connection (*La Nación*. Buenos Aires. 24/12/2006).

Estas cifras, que pueden ser ampliamente corroboradas con muchas otras precedentes de diversas fuentes (cfr. www.wipchile.cl), están señalando tres tendencias gruesas:

- primero, el decrecimiento de la lectura de periódicos escritos y de la asistencia al cine de salas;



Galería de Papel. Javier Pino Hernández

- segundo, la consolidación del hogar como centro de entretención, información, e interacción social;
- y tercero, la interconexión/interactividad horizontal.

Estas tendencias superan las meras variaciones en el consumo medial y más bien constituyen una profunda mutación cultural, como un nuevo telón de fondo epocal.

INFORMACIÓN Y CALIDAD DE LA POLÍTICA EN DEMOCRACIA

Una amplia lectura de prensa por la ciudadanía (y el prerrequisito de la alfabetización para la lecto-escritura) ha sido siempre considerado como una forma de comunicación altamente consonante con una actividad política democrática participativa y con la elevación en su calidad. La mutación cultural hacia sociedades con un fuerte decrecimiento en la lectura de prensa escrita, y especialmente prensa escrita con información política, desde la óptica de la asociación de lecto-escritura con calidad de política democrática, no puede ser sino profundamente inquietante. Por ello el crecimiento de la información a través de medios digitales y audiovisuales requiere de un atento examen. Pero las opiniones son tan divergentes –con aproximaciones apocalípticas o radiantes– que algunas publicaciones prefieren presentar un dossier con puntos de vista diferentes en lugar de aseveraciones supuestamente definitivas (cfr. Mercier, 2004).

PERCEPCIÓN CIUDADANA DE LA ACTIVIDAD POLÍTICA

Las series históricas proporcionadas por los estudios regionales efectuados por Latinoabarrometro (www.latinoabarometro.org) muestran algunas *percepciones contrastadas* acerca de la actividad política.

Desde un punto de vista económico, regionalmente se percibe que la democracia, aun exhibiendo problemas, es el mejor sistema de gobierno (74%); la región tiene una expectativa positiva acerca de los gobiernos: el 58% piensa que los gobiernos buscan el bien general, porcentaje que se eleva al 64% en Chile; en democracia se crean las condiciones para que las personas prosperen por su propio esfuerzo (66%). Esta tendencia a confiar en la democracia se relaciona con un crecimiento de la percepción por la responsabilidad personal acerca del propio bienestar: en

“

Los presidentes latinoamericanos de izquierda han conquistado electoralmente al centro político abandonando la ideología de la dictadura del proletariado, pero preocupados por la pobreza y la desigualdad, defendiendo la democracia con elecciones competitivas, y manejando la economía con las reglas de la economía mundial

”

una escala de 1 a 10 donde ‘1’ significa que cada uno se hace cargo del bienestar personal y ‘10’ significa que el Estado es el que debe asumir la responsabilidad del bienestar personal, el promedio de la región en el año 2006 fue de 4,8, con una baja de 0,4 respecto al año 2004, la última vez que se había preguntado. Según el informe, la relativa bonanza económica regional – crecimiento por cinco años consecutivos, según la CEPAL– ha hecho que más gente crea hoy día que la responsabilidad del bienestar recae más en los individuos y menos en el Estado (2006, 51). La mejoría del PIB per capita aparece asociada a una percepción de mejoría en las expectativas económicas personales, y presionará a los gobiernos a medidas pragmáticas de desempeño perceptible.

Desde el punto de vista político, también aparecen tendencias destacables según el informe del año 2006: la escala izquierda/derecha es un indicador estándar de la ciencia política. Se le pide al entrevistado que se ubique en una escala de 0 a 10 donde 0 es la extrema izquierda y 10 la extrema derecha. Esto permite ubicar la posición política de la población y en este caso identificar la posición ideológica y el apoyo popular que tienen los presidentes elegidos en la ola de elecciones ocurridas recientemente en la región –doce elecciones presidenciales entre fines del 2005 y

fines del 2006. La primera información importante que estos datos entregan es que la región en su conjunto se encuentra en el centro político, en el 5.4 en la escala de 0 a 10 (2006, 81); el análisis de estos datos cruzados con los electores en países en donde recientemente se ha elegido presidente con tendencia de izquierda muestra que “el presidente electo ha contado con los votos del centro político para salir elegido, porque no hay suficiente electorado de izquierda para ello. Este hecho es más que significativo e indica dos importantes fenómenos. Por una parte el hecho de que los liderazgos de izquierda interpretan mejor el centro político que los liderazgos de derecha, es decir, que la derecha no tiene el discurso adecuado para el centro político, y por otra parte que el mandato del presidente elegido con votos del centro es un mandato distinto que si fuera elegido sólo con votos de izquierda” (2006, 84). Los presidentes latinoamericanos de izquierda han conquistado electoralmente al centro político abandonando la ideología de la dictadura del proletariado, pero preocupados por la pobreza y la desigualdad, defendiendo la democracia con elecciones competitivas, y manejando la economía con las reglas de la economía mundial: “no se puede decir que esto constituye un giro a la izquierda sin a la vez decir que esta izquierda es otra izquierda” (2006, 85).

El análisis de los electores en esos países señala que los candidatos que se auto clasifican representando los intereses de los más pobres han recogido los votos de los más pobres, quebrando viejos alineamientos previos y pasando por encima de los viejos posicionamientos partidarios. “No hay evidencia aún para decir que la pobreza es la nueva ideología, que ha sobrepasado a la doctrina ideológica del marxismo o del socialismo, pero la sospecha es fuerte” (2006, 86).

Pero esa misma información de opinión pública disponible para América Latina muestra una persistente *mala imagen de la actividad política focalizada en los partidos políticos y en el Parlamento*: entre 1996-2005 ocupan el lugar más bajo de la confianza en instituciones; ocupando los primeros lugares la Iglesia y la TV. Chile exhibe percepciones peores que la media latinoamericana: sólo el 36% de los chilenos evalúa bien el desempeño del Congreso, frente al 41% regional; y en Chile sólo el 21% evalúa bien el desempeño de los partidos políticos frente al 29% regional. No es que no se quiera vivir en democracia, eliminando las libertades civiles e individuales y sin partidos políti-

cos, sino que hay un desencanto con el desempeño de los partidos políticos y un desencanto con las expectativas de superación de la pobreza y desigualdades, prometidas por los gobiernos democráticos. Varios gobiernos de la región que no han cumplido sus promesas han sido derribados por protestas populares –y no por mecanismos previstos constitucionalmente– pero no han dado paso a dictaduras sino a nuevas autoridades legitimadas por elecciones.

EL DESEMPEÑO DE LOS MEDIOS

Durante una década, entre 1996-2005, la TV aparecía como una institución de alta confianza en la región, en segundo lugar después de la Iglesia; sin embargo aparece una confianza en progresiva declinación en relación con la mayor confianza de los años iniciales (2005, 56). Pero, comparativamente entre los medios, la radio y los periódicos superan regionalmente en confianza a la TV (2005, 57).

Esta tendencia regional es diferente a la mostrada en Chile; la TV chilena en conjunto es percibida como el medio más objetivo en la información noticiosa, con el mayor porcentaje en la región: 44% versus una media regional de 30%. Evaluando la posición de varios medios de comunicación chilenos en una escala donde 0 representa a la izquierda y 10 a la derecha, *TVN* aparece evaluada con 5.02, esto es, es percibida como un medio balanceado y equilibrado en su información (Mori. Encuesta Nacional, 2004 y 2005). Entre los canales chilenos de TV, en un año electoral como el 2005, *TVN* aparece encabezando la credibilidad con un 30%, seguido con un 21% por *Canal 13* y *Chilevisión* (Mori. Encuesta Nacional, 2005). Estos datos son consistentes con las cifras de rating para los noticiarios de *TVN*: en los últimos diez años el Noticiario central de *TVN* ha ocupado el primer lugar (ocasionalmente el segundo) en la sintonía comparada.

COMUNICACIÓN POLÍTICA Y TV

En este panorama de cambios económico-políticos y de percepciones sociales, ¿cómo puede la TV, y en especial la TV pública latinoamericana, contribuir a elevar la calidad de la comunicación política, y a mejorar la percepción de la Política en las audiencias ciudadanas? Si Chile exhibe apenas un 22% de confianza en los partidos políticos, frente a Bolivia con 9%, Brasil 8%, y Ecuador 2% (Barómetro de Gobernabilidad Latinoamericano y de la

“

El modelo *TVN* no es único; supone un canal fuerte y masivo. Frente a la dificultad del tamaño industrial, algunos canales latinoamericanos -de tamaño pequeño e intermedio- están ensayando suprimir de su programación el género de noticiario informativo y su reemplazo por más programas de discusión política, y reportajes acerca de problemas sociales

”

Península Ibérica. CIMA 2006 - Ipsos Chile), *¿bajo cuáles condiciones podría la TV ayudar a elevar ese deteriorado nivel de confianza?*

Responder a estas preguntas significa reconocer tres problemas:

- el fracaso de la propaganda política a través de la TV gubernamental latinoamericana; el panorama resultante es de canales desprestigiados, sin credibilidad, con sintonía insignificante (1-2% de rating frente al 98-99% de rating en TV comercial-privada), sin afecto por parte de la audiencia; desde el punto de vista industrial canales desvencijados por la mala administración, y por la corrupción en algunos casos;
- el desprestigio de la política junto a la actual ingobernabilidad latinoamericana no es de origen ideológico ni por desinformación, sino más bien es el rechazo a la incapacidad de los políticos gobernantes por mejorar la calidad de vida cotidiana de los ciudadanos;
- el desencanto con la política provoca desinterés de la audiencia hacia la información política en noticiarios de TV, y en particular baja sintonía hacia programas de foros y debates políticos; esta baja de audiencia es mucho más acen-

tuada en los jóvenes, agregándose al dato de la baja lectura de prensa.

DE LA PROPAGANDA A LA INFORMACIÓN

Los datos recién mencionados acerca de la credibilidad de *TVN* en Chile muestran resultados también completamente contrastantes con el panorama latinoamericano de la TV de propaganda gubernamental; ellos señalan que una nueva condición –ya incuestionable empírica y teóricamente– es la necesidad de proporcionar a la ciudadanía una información político-cultural como un bien social, con el atributo de ser balanceada, representando los puntos de vista legítimamente en discusión social.

El modelo *TVN* no es único; supone un canal fuerte y masivo. Frente a la dificultad del tamaño industrial, algunos canales latinoamericanos –de tamaño pequeño e intermedio– están ensayando suprimir de su programación el género de noticiario informativo y su reemplazo por más programas de discusión política, y reportajes acerca de problemas sociales; estos géneros tienen algo menos de riesgo de sesgo unilateral –y de descontento justificado o injustificado por parte de los políticos– ya que su propia estructura implica la presencia de puntos de vista diferentes. Esos canales, además de ganar en pluralismo y credibilidad, han bajado sustancialmente los altos costos de sustentar un departamento de prensa.

LA SITUACIÓN EXISTENCIAL DE PERCEPCIÓN DE LA POLÍTICA

El hogar latinoamericano –donde se recibe prioritariamente la TV– está transformando la percepción del valor de la política para la audiencia-ciudadana, ya que el hogar es la situación objetivo-existencial del consumo, pero también del subconsumo y la vivencia de la pobreza, y de los malos servicios a los ciudadanos en educación, salud, seguridad, habitación y equipamiento barrial. Según la CEPAL la pobreza ha venido bajando, pero aún alcanza como promedio al 39,8% de la población, porcentaje que representa 209 millones de personas (2005); de ese porcentaje el 15,4% vive en extrema pobreza, y representa a 81 millones de personas. La investigación cualitativa de la recepción televisiva dentro del hogar está documentando que la política y los políticos tienden a ser evaluados en tanto con-

tribuyen a mejorar la calidad de vida experimentada desde el hogar del ciudadano-televidente; desde las vivencias existenciales en situación de hogar es que los ciudadanos-televidentes reinterpretan e interactúan con el concepto, el quehacer, y los desempeños de los políticos. Estos datos cualitativos son consonantes con las tendencias cuantitativas constadas por el Latinobarómetro.

Por consiguiente, no ha sido sorprendente constatar un aprecio masivo a la *comparecencia de políticos en programas televisivos de servicio público*, en vivo e interactivos para la resolución de problemas cotidianos y necesidades de la ciudadanía, dando orientaciones, soluciones, y a veces excusas a la audiencia. Los problemas cotidianos relacionados con la calidad de vida en el hogar adquieren una nueva densidad público-política e interperlan televisivamente de otra forma a los políticos.

EL VEROSÍMIL EN EL GÉNERO NOTICARIOS: EXHIBICIÓN COMPETITIVA DE LIDERAZGO

En un noticiero televisivo central de una hora aproximadamente, financiado con publicidad comercial, pueden presentarse entre 30-40 notas informativas de un minuto como promedio de duración. La prensa escrita tiene mucho más espacio para entregar información; la cantidad de palabras que cabe en un noticiero de TV de una hora es equivalente aproximadamente a dos páginas escritas en un diario formato tabloide.

Además de la limitación cuantitativa, la información de los noticieros radiales y televisivos tiene limitaciones cualitativas que provienen del verosímil del género, esto es, el pacto de lectura entre el emisor social del programa y el horizonte de expectativas de las audiencias. El actual verosímil del género de noticieros centrales en TV está constituido por dos áreas generales de contenidos informativos (en tensión mutua): los *acontecimientos extraordinarios que rompen el orden rutinario habitual* (negativamente como accidentes, catástrofes, crímenes, guerras, y otros; y positivamente como el evento extraordinario de carácter cultural, logro, resultado en competencia, etc.) y *la exhibición competitiva medial de los sectores dirigentes de la sociedad*, especialmente políticos, pero también empresariales, religiosos, gremiales, y otros.

La exhibición competitiva medial de los sectores dirigentes de la sociedad es

“

Focalizar las exigencias exclusivamente en el género noticioso impide apreciar la importancia de otros géneros y formas televisivas de comunicación política. Es esa totalidad de la oferta multigéneros lo que constituye el concepto de comunicación completa, y la variedad en la oferta es una medida de calidad

”

propia de las sociedades democráticas ya que bajo gobiernos dictatoriales no hay controversia medial acerca del buen o mal desempeño de los dirigentes en la administración gubernamental; más bien la propaganda tiende a homogeneizar y uniformar las percepciones; también en gobiernos dictatoriales la presencia noticiosa del desorden social tiende a ser eliminada, o atribuida a enemigos del régimen, o desplazada al exterior del país. En contextos económico-políticos competitivos, estas dos grandes áreas generales de contenidos tendrán mayor o menor presencia y sesgos, según las opciones editorial-ideológicas del medio y sus cálculos de sintonía.

Los dirigentes sociales estiman que el *deber ser* prioritario de un noticiero es la exhibición de su liderazgo; en especial la clase política tiende a considerar políticamente relevante la información en donde ella comparece en *competencia de protagonismo* ante la ciudadanía-audiencia medial: en exhibición de conducción ante los problemas o, al revés, el cuestionamiento a esa capacidad; de ahí su preocupación por su presencia o ausencia (y posibles sesgos) en los noticieros centrales de la TV; cuando un medio público (como TVN) tiene la misión de entregar información política balanceada, el noticiero cambia desde un género de propaganda y culto a la personalidad hacia un género de con-

frontación de protagonismos en competencia.

En relación con la exhibición televisiva del desorden social, también aparece en una sociedad democrática una lucha competitiva: todo gobierno (de cualquier signo) critica el *exceso de malas noticias*, el cual cuestiona como tendencioso y de nefastas consecuencias sociales, mientras la oposición política (de cualquier signo) elogia esa presencia en tanto visibiliza la inoperancia gubernamental y la necesidad de un recambio político.

Los políticos con funciones ejecutivas tienen más posibilidad de presencia televisiva por los eventos positivos que pueden exhibir o el enfrentamiento de los acontecimientos negativos. La función política deliberativa tiene más dificultad de comparecer bajo este doble verosímil; para comparecer en la TV, algunos políticos tienden a llamar la atención ingresando en el área de lo extraordinario: generando denuncia, escándalo, polémica, participando de la farándula, etc.

Hoy semióticamente se reconoce que el género informativo entrega una percepción limitada acerca de la realidad informada, y por ello el concepto de calidad de la comunicación política por TV no puede ser medida sólo por la cantidad de horas del género noticiarios; una información televisiva con el atributo de completa (y por tanto la calidad informativa en un canal y en un sistema televisivo) se cumple a través de la oferta de otros géneros complementarios al noticiero que profundizan en el acontecer, como las entrevistas y debates, las revistas semanales, los reportajes en profundidad temáticamente especializados, y otros. Focalizar las exigencias exclusivamente en el género noticioso impide apreciar la importancia de otros géneros y formas televisivas de comunicación política. *Es esa totalidad de la oferta multigéneros lo que constituye el concepto de comunicación completa, y la variedad en la oferta es una medida de calidad.*

COMUNICACIÓN Y CALIDAD DEL DEBATE POLÍTICO: VIEJOS Y NUEVOS FORMATOS

Están apareciendo cambios en algunos géneros políticos de radio y TV, que ayudan a precisar los desafectos de la audiencia, nuevas preferencias, y nuevos propósitos para destinatarios diferenciados para la comunicación política; esto es, una comunicación con propósitos más diferenciados y así, menos repetitiva o redundante.

Desde el inicio de la década de los '90 fue patente en Chile y en América Latina (cfr. Jornadas de la Prensa en Brasil - *Folha de Sao Paulo*. 25-05-2006) el progresivo desinterés de las audiencias, especialmente en grupos juveniles, por programas de debate y foro político, géneros tradicionales en la TV pero suprimidos en Chile durante los 17 años de dictadura. Esos programas habitualmente exhiben a los políticos interactuando entre sí y excluyen la participación de las audiencias-ciudadanas; es un formato anticuado de realización televisiva, justamente en una época en que se evoluciona hacia la interactividad, y cuando la TV busca realizar programas con diversas formas de participación de las audiencias (presencia en estudio, fax, teléfono, Internet, etc.). Los estudios cualitativos de audiencia señalan que los programas de debate político a menudo son incomprensibles para la audiencia por su lenguaje altamente técnico, y provocan, incluso, la percepción en la ciudadanía de que los políticos histrionizan disputas escénicas para impresionar a la audiencia. También se ha descubierto que frente a estos diversos programas las audiencias tienen intereses relativamente segmentados; esta es una realidad que no puede ser ignorada ni contestada de modo simplista, como por ejemplo con oferta obligatoria de programas con el fin de *domesticar* a las audiencias.

PROGRAMAS CONCEPTUALES Y PROGRAMAS VISUALES

Una revisión del rating otorgado a los diferentes géneros de programas muestra claramente un contraste entre una audiencia relativamente baja para los programas de debate y conversación frente a la alta audiencia que alcanzan los espacios de reportaje de actualidad socio-política, como Contacto, Informe Especial, En la Mira, y otros. Las audiencias masivas se involucran menos en el *debate verbal-conceptual* acerca de la vida política, debate que por su naturaleza de diagnóstico social general más bien se expresa a través de abstracciones; así no puede sorprender que estos espacios interesen prioritariamente a los sectores dirigentes de la sociedad. Los reportajes, en cambio, son *narraciones visuales*, muy a menudo acerca de situaciones cotidianas y personas concretas, y cuando se refieren a situaciones generales (estado de la salud en el país, por ejemplo) ya todos los editores lo hacen a través del testimonio experiencial de casos concretos, de fuerte impacto emocional; dado el

“

Hay pues un desplazamiento hacia el aprecio por formatos televisivos y radiales en donde periodistas preguntan al, o a los políticos; éstos abandonan el rol protagónico de los antiguos géneros (interpretado por la audiencia como auto exhibición) y los periodistas aparecen representando las preguntas e inquietudes de las audiencias

”

adecuado uso del lenguaje audiovisual, tampoco puede, pues, sorprender su atractivo masivo.

El anterior contraste destaca un *nuevo valor político para los formatos segmentados*; frente a la baja sintonía y credibilidad al tradicional género de debate entre varios políticos, conducido por un periodista estrella, aparece un aprecio (segmentado de parte de dirigentes sociales) a *magazines semanales* con discusión entre varios periodistas especializados; también hacia *entrevistas en profundidad a políticos* por parte de varios periodistas (Entrevista del Domingo en TVN, programa con importante influencia editorial segmentada). También aparece un aprecio segmentado al *informativo en TV de medianoche*, en donde se focaliza un tema principal del día y se entrevista a los actores participantes. Estos espacios segmentados adquieren un nuevo rol comunicacional; no es la tradicional información vertical desde los políticos hacia la ciudadanía receptora sino espacios mediales donde la entrevista y la revisión en profundidad de algunos temas pueden contribuir más bien a *elegir el debate al interior de los sectores dirigentes*, sopesando la calidad de las propuestas y la discusión de las mejores ideas ante las audiencias.

Se constata un interesante *reaprecio de la radio oralizada* post dictadura en Amé-

rica Latina: esto es, un reflorecimiento de programas de conversación y de análisis político entre varios periodistas con diversos puntos de vista, en lugar del programa radial con un solo periodista *gurú*, preponderante hace unas décadas.

Hay pues un desplazamiento hacia el aprecio por formatos televisivos y radiales en donde periodistas preguntan al, o a los políticos; éstos abandonan el rol protagónico de los antiguos géneros (interpretado por la audiencia como auto exhibición) y los periodistas aparecen representando las preguntas e inquietudes de las audiencias.

Estos cambios han provocado un desplazamiento de las audiencias hacia el *aprecio a periodistas con formación profesional e independencia política*, y mayor desconfianza hacia periodistas percibidos como relacionadores públicos de partidos y de figuras políticas; estos periodistas son fácilmente contaminados por la desconfianza hacia la política y por la mala imagen de los políticos.

CANALES DEL PARLAMENTO: AMPLIAR LA DELIBERACIÓN

En nuestra época se ha constatado una importante brecha entre el individuo y la representación política colectiva, la cual afecta especialmente a la representación parlamentaria (cf. Beck & Beck-Gernsheim, 2003, cap. 2), al punto que se discute si no estaríamos frente a un período *posparlamentario* (Marschall, 2002). Como un intento por exhibir televisivamente ante las audiencias el valor de la función política deliberativa, y como respuesta de visibilidad ante la desaparición del Parlamento en la época de las dictaduras, en la década de los '90 comienzan a ser creados los canales de TV cable del Parlamento en América Latina (Brasil, México, Colombia, Chile, entre otros). Pero esos canales tienen una sintonía totalmente ínfima, ya que fueron diseñados constituyendo a la ciudadanía en el hogar como espectadora pasiva del *espectáculo del Parlamento*, mientras las tecnologías digitales y la TV evolucionaban para presentar diversas formas de interacción con las audiencias.

Los canales del Parlamento necesitan ser rediseñados para exhibir no tanto la actividad intraparlamentaria sino para procurar *una comunicación que permita la incorporación deliberativa de grupos más amplios de la sociedad*. El Parlamento puede ampliarse televisivamente comunicando la deliberación de los dirigentes políticos con representantes de organizacio-

nes sociales y regionales, y con profesionales expertos en diversas áreas. No se requiere tampoco la presencia física en un mismo set; las tecnologías permiten la interacción telefónica y audiovisual a distancia.

Este no es un rediseño fácil, sino más bien acechado por muchas amenazas, como incapacidad de conducción televisiva, odiosidad política partidaria, mera expresión de frustración, caudillismo oportunista ante la audiencia, etc. Pero ensayos exitosos en los canales del Parlamento con nuevos formatos de interacción entre parlamentarios y representantes de la sociedad civil y representantes del conocimiento podrían contribuir a ampliar la deliberación y la gobernabilidad, y prestigiar la función parlamentaria, tan desvalorizada en la región latinoamericana.

LA INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA

En los años recientes se ha incrementado un género televisivo de información con alto aprecio por la audiencia; en efecto, en algunos noticieros televisivos se están insertando *breves reportajes de investigación*, que gozan no sólo de sintonía sino de alta credibilidad: comparece lo extraordinario de carácter negativo no como breve noticia procedente de otra fuente habitual sino como investigación periodística por propia iniciativa del canal. Muy a menudo la temática de estos breves reportajes está relacionada con la vida cotidiana de las personas; así aparece nuevamente la calidad de vida cotidiana como objeto de información valorada.

También en programas de Prime Time bajo la forma de *grandes reportajes* (Informe Especial, Contacto, En la Mira, Aquí en Vivo) la TV ha asumido el rol de denunciar algunos problemas que afectan la vida cotidiana de los ciudadanos, y de investigación para denunciar la corrupción (abusos y engaños a consumidores en productos y servicios, etc.; caso Paul Schaeffer, caso Lavandero, y otros)¹; son temas de vida cotidiana y casos de corrupción que a menudo no tienen expresión pública por parte de la clase política.

Estas denuncias e investigaciones periodísticas son formas nuevas de información televisada, y se constituyen en una interpelación medial a la clase política, frecuentemente *exponiendo temáticas de vida cotidiana que no están en la agenda de los políticos*.

A raíz de esta forma de comunicación política, es posible prever una tendencia a mayores roces entre el periodismo y los

“

el hurgar periodístico en la vida privada de los políticos tiene ahora menos el antiguo carácter de *chismorreo* y adquiere más bien la función de testear el doblez o la entereza de personalidad, y la confiabilidad del representante, y al hacerlo se haría entrega de información de valor público a la audiencia para que los ciudadanos tomen decisiones políticas

”

políticos. Estos roces tienen una historia de varios siglos, ya que la lucha por la libertad de opinión y expresión ha sido justamente contra los políticos en el poder. Sin embargo, ahora adquiere nuevos énfasis. Por una parte, los políticos continúan buscando instrumentalizar a los periodistas de acuerdo a sus estrategias, contratándolos como asesores de comunicación y relaciones públicas, o estableciendo oscuras relaciones privilegiadas. Por otra parte, los propios periodistas y los medios, operan en un contexto de fuerte competencia por las audiencias, en donde los pactos entre políticos y medios se hacen más difíciles y se acentúan las prácticas de vigilancia y denuncia del actuar político corrupto o desdorado. Según Thompson (2000), el hurgar periodístico en la vida privada de los políticos tiene ahora menos el antiguo carácter de *chismorreo* y adquiere más bien la función de testear el doblez o la entereza de personalidad, y la confiabilidad del representante, y al hacerlo se haría entrega de información de valor público a la audiencia para que los ciudadanos tomen decisiones políticas. Tal información es altamente valorada por la audiencia de los medios y es bienvenida como parte de la *función de vigilancia anticorrupción de los medios*. En este ambiente, las leyes de desacato, y de protección a la vida privada y honra de las per-

sonas públicas tenderán a la laxitud, en comparación con la protección a los ciudadanos privados.

CONCIENCIA DE LAS LIMITACIONES DE LA TV

Hoy existe mayor conciencia que el medio televisivo y los programas de información política, aún remozados y con nuevos objetivos, tienen importantes limitaciones para elevar la calidad de la política.

Hay *limitaciones semióticas propias del lenguaje televisivo* –pero que afectan más a algunos formatos que a otros– ya que los signos audiovisuales son menos aptos para el análisis racional, la discusión conceptual, y la abstracción-generalización, necesarios en la política. En cambio, acentúan la personalización corporalizada, la representación dramática, la histriónización, el show, la apelación emocional, el caso individual por encima de los indicadores generales abstractos, la inmediatez por sobre la maduración temporal². Esta limitación semiótica de la TV, acentuada en los formatos que buscan alta audiencia, nuevamente concluye en la necesidad de una multiplicidad de géneros televisivos de comunicación, en lugar de focalizar la responsabilidad de la información política solo en el género del informativo noticioso.

Existe otra *limitación originada en la recepción*: según la psicología cognitiva, la emisión televisiva percibida en el hogar en una situación psico-cultural básicamente de descanso tiende a ser procesada a través de los sistemas periféricos, de una manera rápida y sin otorgar una atención cognitiva dedicada, a diferencia del procesamiento central o sistemático que ocurre en situaciones (de rendimiento) dedicadas al trabajo y al aprendizaje. El procesamiento periférico recurre rápidamente a actitudes implícitas formadas previamente (como prejuicios y simpatías), y caracterizadas por fuerte estabilidad. La complejidad de las decisiones involucradas en la información política demanda un procesamiento cognitivo atento desde el sistema central; pero la mayor parte de los televidentes no tiene ánimo de activarlo cuando está viendo TV en situación de descanso, ya que en esa situación de modo autónomo se han activado los neurotransmisores bioquímicos que sicosomáticamente predisponen a la relajación.

Desde el punto de vista de las audiencias, la *fragmentación de la sintonía* en varios canales de la TV abierta chilena, junto a la creciente audiencia en el cable (alre-

dedor de 7% de rating promedio en conjunto en el 2006) provoca un escenario muy diferente a las altas concentraciones de sintonía en un par de canales, como ocurría hasta 1990. En USA el año 1977, tres canales de TV abierta recibían el 90% de la audiencia en Prime Time; en la actualidad las tres redes mayores de la TV abierta alcanzan el 17,3% del tiempo destinado a ver TV; *el patrón fragmentado de consumo televisivo se parece más al consumo radial y al de Internet* (Webster, 2005). La TV por cable sigue ampliando su cobertura (alrededor de 35% de hogares en Chile) y con una creciente oferta de canales. Según Nielsen en el año 2006 el hogar promedio de USA recibía 104 señales de cable. En Chile VTR ofrece 67 canales de cable y Direct TV+ hasta 87 canales satelitales (2007).³ De esa amplia oferta, los diferentes grupos étnico-culturales no los ven todos dedicadamente, sino que seleccionan como sus favoritos diferentes paquetes de canales, entre los cuales deambulan.

Existen *limitaciones editoriales* para todos los géneros televisivos en todos los canales, sean públicos o privados; el caso del senador Lavandero en Chile apareció en *Canal 13*, y no por azar: su presencia en el canal público *TVN* habría sido seguramente criticada como un atentado a la imagen corporativa de la clase política y como atentado a un partido político. *Canal 13*, en cambio, tiene limitaciones editoriales en temas que afectan a la Iglesia Católica. Los canales privados chilenos indudablemente tienen opciones y limitaciones para tocar algunos temas. Por ello, es el sistema televisivo en conjunto, con canales públicos y privados, el responsable final de entregar una información más compleja y completa.

En la mayoría de los países de la región, *la TV es altamente centralizada en la capital*, incluyendo los canales públicos, con las excepciones de México y Colombia. Hay que tener claro que esta centralización es una *opción política antes que televisiva*, y ciertamente influye negativamente en el desarrollo socio-político-cultural de las regiones. En Chile, la dictadura no impulsó una política de regionalización para *TVN* y la Concertación no ha querido efectuar las inversiones necesarias a tal efecto.

Frente a estas limitaciones de la TV y frente a la declinación de la lectura de la prensa escrita, el *resurgimiento de la radio oralizada* con nuevos formatos políticos es una oportunidad que no puede ser subvalorada ni desaprovechada. El surgi-

“

En la mayoría de los países de la región, *la TV es altamente centralizada en la capital*, incluyendo los canales públicos, con las excepciones de México y Colombia. Hay que tener claro que esta centralización es una *opción política antes que televisiva*, y ciertamente influye negativamente en el desarrollo socio-político-cultural de las regiones

”

miento de páginas en Internet y blogs es otra manera de reintroducir la lecto-escritura en soportes audiovisuales, y es especialmente apreciada por la *networked generation*.

Finalmente, el desencanto de las ciudadanías regionales con la política es menos por una carencia de información –los datos del Latinobarómetro (2004) muestran una percepción de suficiencia acerca de la información medial– sino básicamente por la incapacidad de los políticos para resolver las demandas por mejorar la calidad de vida. Hacer descansar en la información por TV y en la TV pública la responsabilidad enorme de mejorar la calidad de la política y la confianza ciudadana en los políticos es una *sobreexigencia irreal e ingenua*, basada en el desacreditado mito de la omnipotencia de la TV. Es inaceptable éticamente, pero también empíricamente irreal, esperar que la TV maquille a la política para contrarrestar las malas percepciones ciudadanas. Algunos políticos desfasados siguen ilusionándose con esa fantasmagórica manipulación sin asumir que ya las dictaduras latinoamericanas fracasaron con la desinformación a las audiencias y con el maquillaje. El problema es más profundo: “vivimos una erosión de la importancia de los partidos políticos y su capacidad de representación a la ciudadanía” (Marshall, 2007); lo cual lleva a la

mera lucha por el poder, y por parte de la ciudadanía a la percepción de lejanía y desconfianza. La política requiere renovarse *ex se*, y a partir de sí misma reencantar a la ciudadanía; la TV, junto a otros medios, y con formatos remozados, pueden ayudar a comunicar esa renovación y el reencantamiento necesarios⁴.

RUPTURA DE LÍMITES ENTRE INFORMACIÓN-ENTRETENCIÓN-EDUCACIÓN

La expectativa de la ciudadanía por elevar la calidad de vida en el hogar no sólo puede ser cumplida por los políticos a través del dar cuenta de su gestión en los géneros de la información y con la participación en programas de servicio a la ciudadanía; a través de renovados formatos audiovisuales –con nuevos propósitos menos verticales sino más horizontales– es posible elevar la calidad de la política justamente al interior de los dirigentes, y extender la deliberación social para mejorar la percepción de los problemas, precisar discrepancias, y generar consensos más amplios.

Según los estudios de recepción televisiva hay evidencia que la educación apreciada por las audiencias no se relaciona con la escolarización formal ni con alta cultura sino con programas de entretenimiento y compañía afectiva en vivo, en donde comparecen segmentos con ayuda para elevar calidad de vida en el hogar. Igualmente hay evidencia que el documental latinoamericano –género híbrido con casos reales pero ficcionalizados con la estética narrativa de la telenovela– es interpretado por audiencias masivas como un aprendizaje a partir de la identificación ficcional con experiencias parecidas. La mayoría de los nuevos programas infantiles han abandonado el esquema profesor-alumno para presentar narraciones donde los mismos niños son protagonistas. Así, el lenguaje televisivo y su situación de recepción en el hogar rompen los bordes entre los géneros de información, de entretenimiento, y de educación, de modo que las audiencias aprenden y se informan desde el interior de la ficción y de la entretenimiento (Fuenzalida, 2005).

La TV, especialmente una TV Pública útil a las necesidades latinoamericanas, no sólo puede ayudar a elevar el nivel de la política y a la gobernabilidad regional con una indispensable comunicación política renovada. Se requiere adicionalmente revalorizar la entretenimiento y la ficción como espacios de recreación, en su doble acep-

ción: descanso reenergizador, pero también re-generación social y antropológica⁵.

■ **Valerio Fuenzalida**
Profesor de la Universidad Católica de Santiago de Chile, especialista en el tema de televisión y educación. Coordinador del grupo OBITEL de Chile.

Referencias

- BECK, U. & BECK-GERNSHEIM, E. (2003): *La individualización*. Barcelona: Paidós.
- FUENZALIDA, V. (2005): *Expectativas Educativas de las Audiencias Televisivas*. Bogotá: Ed. Norma.
- MARSCHALL, S. (2002): "El parlamento en la sociedad de medios – interacción entre el debate parlamentario y mediático". En: Priess F. (ed.) *Relación entre Política y Medios. Propuestas alemanas en una perspectiva comparada*. Buenos Aires: KAS.
- MARSHALL, J. (2007): "El Chile que viene". *El Diario Financiero*, 24 de enero. Santiago.
- MERCIER, A. (ed.) (2004): "Télévision et Politique". En: *La documentation française*. N° 900. Mai, Paris.
- THOMPSON, J.B. (2000): *Political Scandal: Power and Visibility in the Media Age*. Cambridge: Polity Press.
- WEBSTER J. G. (2005): "Beneath the Veneer of Fragmentation: Television Audience Polarization in a Multichannel World". *Journal of Communication*. June, Vol. 55 N° 2. pp. 366-382.

Notas

- 1 El programa Contacto en su edición del 25 de julio del 2006 logró ubicar y entrevistar en París (antes que la policía) a la supuesta implicada en un masivo fraude a productores, en el caso llamado *quesitos*.
- 2 Jorge Marshall señala que "las grandes políticas hay que trabajarlas en el horizonte de una generación" y que una de las grandes trabas es el excesivo cálculo electoral que lleva a los partidos políticos al cortoplacismo de mirar la próxima elección. (*El Diario Financiero*, 2007). Así el lenguaje televisivo se acopla con la inmediatez actual en el actuar de los partidos políticos. Juan Carlos Castilla, destacado biólogo y ecólogo de la PUC, también ha destacado que las políticas públicas hacia el medio ambiente deben asumir el largo plazo, junto a ciertas medidas atenuadoras que deben tomarse en el corto plazo.
- 3 Un informe de la consultora Euroconsult estima que el mercado global de los canales temáticos de TV subirá de 57 billones de dólares en el 2006 a 120 billones el año 2016 (Thematic TV channels, Key Economics and Prospects to 2016, World Screen.com. May 17, 2007).
- 4 Roland Cayrol reconociendo la importancia del audiovisual hace una defensa del libro en la comunicación política, lo cual parece también una denuncia de la carencia de ideas expresadas por escrito, con las exigencias de articulación, argumentación, y con la amplitud requeridas; señala que "todo hombre político que aspire a cualquier función de nivel nacional debe escribir (o hacer escribir) y publicar un libro"; para Cayrol publicar un libro es un *must* de la comunicación para políticos de un cierto nivel; permite expresarse ampliamente, lo cual no es posible en la comunicación habitual por otros medios, especialmente la TV y la radio; su función es renovar con ideas el debate social y en especial al sector dirigente; pero aun si es poco leído—como ocurre por lo general— el libro ha llegado a ser fundamental como imagen para un político de primer nivel (Cayrol, en Mercier, op. cit. p. 94).
- 5 La carencia de espacio no permite profundizar en el nuevo escenario de cambio más radical: si la lecto-escritura y su concreción en medios escritos (libros, revistas y periódicos) han sido asociadas con la deliberación esclarecida, base de la democracia representativa occidental, una mutación comunicacional en donde decrece sustantivamente la lecto-escritura y es reemplazada por redes virtuales situadas más bien en el hogar, y por nuevas formas audiovisuales de lecto-escritura, ¿qué transformaciones conllevarían para la deliberación y para la representación por las instituciones políticas tradicionales? Cuando todavía se discute cómo manejar la comunicación política en el escenario introducido por la TV, aparece un nuevo cambio tecnológico que comienza a desplazar a la TV. En los sectores más jóvenes el problema es doble: demuestran poco interés en los programas políticos de TV y ahora están abandonando la TV en favor de Internet.