Las discusiones en el Congreso y en los principales medios sobre temas como el aborto, la violencia contra las mujeres y la misma participación política dan cuenta de la perplejidad con que la elite política observa las implicancias que para el orden social tienen las reivindicaciones por mayor igualdad. Desde la primera administración de la Presidenta Bachelet, los cambios parecían hilvanarse a través de simbólicos "liderazgos femeninos" que, si bien eran interpretados a partir de estereotipos de género, conseguían dar visibilidad y relevancia a las demandas de las mujeres. Quienes celebramos esas victorias mantuvimos la expectativa de que ellas pudieran contribuir a ampliar y multiplicar los espacios de participación y deliberación de sus congéneres, contribuyendo a la incipiente configuración de un nuevo mapa de las relaciones de género en el poder, más favorable a la igualdad efectiva. Eso no ha sucedido y la derrota nos obliga a replantearnos la estrategia.

Medios de comunicación

Agenda pública: la batalla perdida del Gobierno

Elisabet Gerber[1]

En *Comunicación y poder*, su libro más reciente, Manuel Castells señala que las relaciones de poder se sustentan en gran medida en la capacidad para modelar las mentes construyendo significados a través de la creación de imágenes, visuales o no.[2] En este sentido, en su actual gobierno, Michelle Bachelet fue perdiendo territorio prácticamente desde que asumió. En el primer periodo, la agenda pública estuvo copada por las reformas, y la crítica lapidaria a estas. De un tiempo a esta parte, el tema es el malestar ciudadano. La caída de las confianzas ciudadanas hacia las instituciones, el clima de descontento generalizado hacia la política y sus actores, han sido y son temas permanentes en los medios, objeto de análisis, paneles, estudios, etcétera. En ambos casos —reformas y malestar—, la disputa por la agenda no pasa centralmente por instalar temas, sino por su significación. Así, la marca "reforma" adquirió una carga negativa que parece irreversible, en tanto que el malestar y la tan mencionada "crisis" se interpretan según las necesidades y conveniencias de cada sector. En la disputa por el poder político, el predominio de los medios de comunicación como escenario privilegiado es indiscutible, así como el protagonismo que han cobrado las encuestas, asociadas a los medios. Lejos de jugar a favor de una mejor representación democrática, las encuestas se han convertido en generadoras de climas de opinión política, prestando constantemente titulares a una prensa en absoluto interesada en la validez o confiabilidad de los datos.

1 Elisabet Gerber es directora del Programa de Opinión Pública de la Fundación Chile 21.

2 M. Castells (2012), *Comunicación y poder*. Buenos Aires/México D.F.: Grupo Editorial Siglo Veintiuno.

Esta relación se da en un contexto que acentúa la asimetría entre los actores en pugna: en primer lugar, la concentración de la propiedad de medios, que pocos años atrás ya era alarmante, con el 80% en manos de los cuatro principales operadores de cada sector (índice CR4[3]), aumentó a más del 90% según informe del 2015 publicado recientemente.[4] Estos medios hiperconcentrados tienen, a su vez, fuertes vínculos con poderosos sectores empresariales. Paralelamente, no existe un sistema de medios públicos que actúe como contrapeso de los megamedios comerciales. Las modificaciones estructurales que requiere Televisión Nacional para cumplir con su misión pública se enredan en una "nueva" ley (técnicamente, una indicación sustitutiva del Ejecutivo) insuficiente y, hasta el momento, torpemente gestionada en el Congreso. En síntesis, el ámbito de las comunicaciones, como uno de los principales escenarios de las luchas de poder político, refleja con poco disimulo quiénes lo ejercen.

1 El derrumbe de la confianza ciudadana

En Chile —como también sucede en otros países de la región— diversos estudios dan cuenta de la caída de la confianza en las instituciones, de una percepción de abuso por parte de las elites tanto económica como política, y de una demanda generalizada por transformaciones estructurales desde la sociedad chilena. Entre ellos destacamos trabajos de la Universidad de Santiago de Chile (Usach) 2015[5] y Universidad de Santiago de Chile/Centro de Investigación Sociedad y Economía (Usach/Cisec) 2016,[6] del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) 2014, 2016;[7] y de la Fundación Chile 21, 2015 y 2016.[8] Así, el estudio de Valores Sociales correspondiente al primer semestre de 2016 del Cisec/Usach[9] indica que:

3 El CR4 es una herramienta (un índice) para medir la concentración en un mercado económico, que permite establecer la cuota en el mercado de las cuatro empresas más grandes; en los casos aquí citados, los cuatro primeros operadores en niveles de facturación y audiencia.

4 "Informe revela que la concentración de medios en Chile es una de las más altas de la región", *Observacom*, Actualidad Chile, 16 agosto 2016 [http://www.observacom.org/informe-revela-que-la-concentracion-de-medios-en-chile-es-una-de-las-mas-altas-de-la-region/].

5 Universidad de Santiago de Chile (2015), *Estudio de valores sociales*. Santiago: Facultad de Administración y Economía.

6 Universidad de Santiago de Chile/Centro de Investigación Sociedad y Economía (2016). Santiago: Estudio Triangular, Facultad de Administración y Economía.

7 Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) (2016), *IV Encuesta Nacional Auditoría a la Democracia*, http://auditoriaalademocracia.org/web/

8 Fundación Chile 21/Criteria (2016), *Encuesta Otra Mirada Ciudadana*, http://www.chile21.cl/22967/

9 Centro de Investigación en Sociedad, Economía y Cultura (Cisec), Universidad de Santiago de Chile (Usach) – Triangular (2016, primer semestre), Triangular – Primer informe multimetodológico de la opinión pública. Santiago: Departamento de Gestión y Políticas Públicas, Facultad de Administración y Economía, Universidad de Santiago de Chile, http://www.cisec.cl/index/sites/default/files/TRIANGULAR.pdf

- ha aumentado la percepción de fuerte desigualdad y corrupción;
- crece el porcentaje de la ciudadanía que menciona la necesidad de generar transformaciones importantes, llegando a 75% en el primer semestre de 2016 ("hay que cambiar totalmente la sociedad chilena");
- la mayor parte de la ciudadanía cree que Chile es un país corrupto/muy corrupto (en escala de 1-10, un 77,5% lo sitúa entre 6-10);
- las elites (tanto política como económica) son "corruptas (42%), lejanas (49%), egoístas (56%), y en el caso específico de la política, incompetentes (44%)";
- las instituciones tienden a abusar de la ciudadanía (el Gobierno, el Congreso, aunque también instituciones religiosas y el gran empresariado).

Ya en 2014, el Informe "Auditoría a la Democracia: Más y mejor democracia para un Chile inclusivo"[10] concluye que uno de los desafíos de la democracia chilena es recomponer la valoración y legitimidad de la política. El Informe Auditoría a la Democracia 2016 revela una importante caída en la confianza en cada una de las instituciones u organizaciones, principalmente entre 2010 y 2016, como lo refleja la siguiente tabla.

Tabla 1. Confianza en las instituciones (en porcentajes)

"A continuación le voy a leer los nombres de algunas instituciones.
¿Cuánta confianza tiene usted en cada una de ellas?"

Institución / organización	Aprobación	
	2010	2016
Carabineros	61	50
Fuerzas Armadas	60	41
Radios	56	40
Policía de Investigaciones (PDI)		35
Iglesia católica	48	30
Movimiento estudiantil	34*	25
Iglesias evangélicas	34	24
Diarios	41	24
Municipalidades	38	24
Televisión	49	23
Sindicatos	31	23
Ministerio Público	33	14

(Continúa)

10 Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) (2014), *Encuesta Nacional Auditoría a la Democracia*, http://auditoriaalademocracia.org/web/

(Continuación)

Institución / organización	Aprobación	
	2010	2016
Gobierno	42	13
Empresas privadas	31	13
Tribunales de justicia	23	12
El Congreso	28	8
Partidos Políticos	15	9

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la encuesta Auditoría a la Democracia (PNUD, 2016).

* Esta cifra surge de una medición de 2012, ya que en 2010 no se incluyó esta pregunta.

En el sondeo del año 2016, todas las organizaciones o instituciones por las que se preguntó registraron caídas en los niveles de confianza, incluidos algunas que, en general, escapaban a esta tendencia, como los medios de comunicación o las fuerzas de seguridad.

2 Medios: ¿la desconfianza vende?

El clima de desconfianza generalizada mencionado involucra a los medios de comunicación por doble vía: por una parte, ya no escapan a la ola negativa, dado que su credibilidad también resulta cada vez más cuestionada. Aunque las personas siguen informándose básicamente a través de los medios (TV en primer lugar), no por eso "compran" a ciegas sus contenidos: los públicos tienen capacidad crítica. En este sentido, consumo de medios no se correlaciona con credibilidad. Por otra parte, ¿cómo opera la variable "medios" en este clima generalizado de desconfianza? Permanentemente se alude a los medios como constructores de realidad, y a su capacidad de instalar temas en la agenda pública. Sin desconocer el enorme poder que tienen en este sentido, resulta importante superar interpretaciones reduccionistas propias de las primeras corrientes de investigación en Comunicación, que atribuían a los medios efectos directos sobre la conducta de las audiencias. Sin duda, la constante enfatización de algunos temas, aspectos y problemas forma un marco interpretativo (un *frame*) que aporta a dar sentido a lo que observamos. En nuestra perspectiva, los medios son co-constructores de realidades; no obstante, la relación medios-ciudanía es asimétrica en términos de capacidad de instalar agenda y generar climas de opinión, con un claro predominio de los medios.

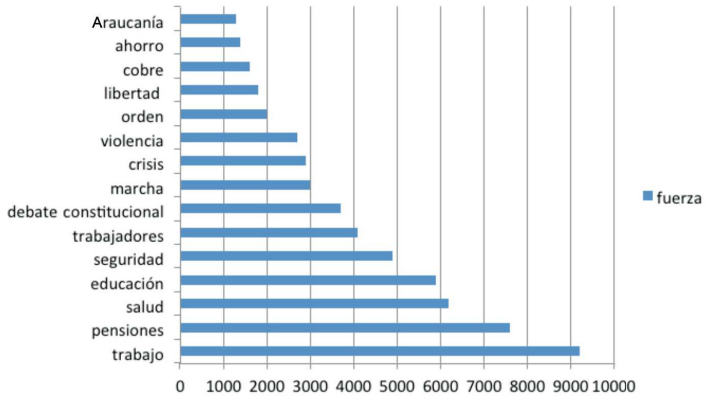
La caída de las confianzas ciudadanas hacia las instituciones, el clima de descontento generalizado hacia la política y sus actores, han sido y son tema permanente en los medios, objeto de análisis, paneles, estudios, etcétera. No obstante, la disputa ya no gira en torno a la instalación del tema —omnipresente desde hace un buen tiempo—, sino a su interpretación. Desde la perspectiva de la disputa por la agenda pública, la cuestión es: ¿qué significado se le otorga al descontento?

2.1 Los issues *de los medios*

El "Informe Big Data" mensual del equipo Usach/Cisec[11] refleja cuáles son los temas más recurrentes en la agenda de algunos de los medios escritos más importantes. En el mes de julio de este año (2016) los temas que registraron mayor intensidad fueron trabajo, salud, educación, seguridad, pensiones, crisis (trabajo, en particular, tuvo la mayor intensidad, 11.500, a importante distancia de salud y educación).

A continuación se exponen los gráficos correspondientes a agosto y septiembre.

Gráfico 1 Términos con mayor fuerza en prensa, agosto 2016

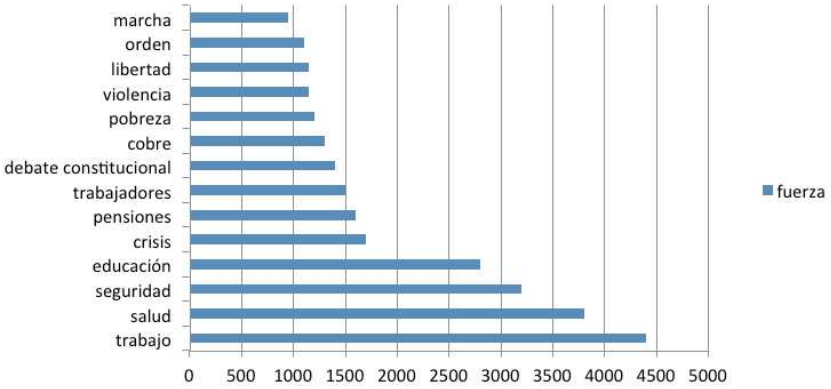


Fuente: Cisec/CITIAPS - Big Data de prensa. Seguimiento de medios escritos en Chile, agosto 2016 [http://www.cisec.cl/index/sites/default/files/BDagosto.pdf]

La temática "pensiones" explota a fines de julio. En agosto, la coyuntura sobre AFP es de gran intensidad, tanto si se la compara con otras movilizaciones sociales, como si se la relaciona con otras coyunturas de impacto institucional y político. "Pensiones" sube desde el quinto lugar en julio al segundo tema con más fuerza en agosto.

11 Su objetivo es medir la "fuerza" (dada por la frecuencia de presencia de un concepto) de una serie actores, temas, valores y coyunturas, según sus apariciones en notas de prensa publicadas en los sitios de Internet de una serie de medios de comunicación chilenos. Para ello se buscan las apariciones de los términos tanto en el título de la noticia, como en su cuerpo. Los medios analizados son *Emol*, *La Segunda*, *SoyChile*, *La Tercera*, *El Mostrador*, *La Nación*.

Gráfico 2 Términos con mayor fuerza en prensa, septiembre 2016



Fuente: Big Data, CISEC/USACH – Triangular, 2016 [http://www.cisec.cl/index/sites/default/files/TRIANGULAR.pdf].

Septiembre, en general, es un mes menos intenso en cuanto a la agenda política; no obstante se observan constantes: trabajo; salud, seguridad, pensiones. A estos sigue, en posición variable pero siempre presente, "crisis". La alusión a la crisis se condice con la percepción ciudadana de recogida en entrevistas cualitativas del Informe Triangular realizado por el mismo equipo de estudios Cisec/Usach, que revelan una fuerte demanda por orden. "El orden se vuelve una demanda urgente cuando la inseguridad ciudadana, la delincuencia, parece ser una amenaza cada vez más abrumadora" (Diapo. 13). Esto se complementa con una visión de país está poblada de adjetivos negativos: "Está mal", "caos", "descontrol", "todo patas para arriba", "situación desastrosa", "insostenible", "confusión" (Diapo. 23).

El análisis de medios que plantea Big Data parte de un enfoque cuantitativo y busca consignar recurrencia temática; no obstante, una aproximación más bien cualitativa desde los contenidos apunta en sentido similar y, más aun, arroja luces sobre la relación medios-encuestas-políticos.

3 Medios-encuestas-políticos: el triángulo infernal

En este mismo ejemplar del BPE, en el capítulo "Elecciones y representación democrática", Augusto Varas advierte acerca de la especial relación entre agenda política, medios de comunicación y sondeos de opinión pública, y su incidencia en la construcción de una agenda hegemónica. En este sentido,

la eficaz instrumentalización de las encuestas en este segundo gobierno de Michelle Bachelet podría convertir este periodo en un caso paradigmático de estudio.

El mal uso y abuso del instrumento ha llevado al descrédito de las encuestas; sin embargo, estas no merecen oprobio ni apología, ya que su objetivo no es reflejar la opinión pública "químicamente pura", como lo señala René Maigret,[12] sino ayudarla a representarse de manera continua y contradictoria. Ahora bien, la relación medios-encuestas no es exclusiva del escenario político chileno actual. En un texto de 2001, Dominique Wolton vincula tres actores centrales en el escenario político: los medios de comunicación, los políticos (la clase política) y la opinión pública, en lo que el autor llama "el triángulo infernal".[13] La omnipresencia de las encuestas estimularía la cultura de lo instantáneo, ya que estas se ubican en el nivel más superficial y volátil de la actualidad y los sucesos; en este sentido, Wolton considera nefasta para la vida política la alianza encuestas-medios. La paradoja, en todo caso, es que mientras las encuestas deberían permitir a los políticos aprehender mejor la realidad y agudizar la mirada crítica de la ciudadanía, terminan operando en sentido contrario, como instrumentos de sobreexposición al corto plazo que enturbian la mirada ciudadana.

En Chile, las encuestas han ingresado en el circuito de generación de opinión con gran protagonismo, como resulta evidente ya desde hace años en el caso de la agenda CEP (Centro de Estudios Públicos) y su medición de "presidenciables" —sobre todo al definir con criterios de la propia institución quiénes se incluyen en la medición—, así como en esa suerte de evaluación permanente que se hace del actual gobierno. En lo que respecta a la actual coyuntura política, y como hemos consignado en números anteriores del BPE, desde los primeros meses de gobierno, la prensa (sobre todo la vinculada a los medios tradicionales) ha sido vocera de encuestas que reiteran el rechazo a las reformas. En este sentido resulta paradigmática la encuesta Cadem, que se publica cada lunes y que —pese a su dudosa validez, dada la metodología *sui generis* que aplica[14]— es replicada por varios medios y se ha constituido en referente de algo así como el clima político del país. Titulares del diario electrónico *El Mostrador* son ejemplos contundentes de este fenómeno, al plantear nada menos que un cambio de gabinete fundado en los resultados de esta encuesta:

12 E. Maigret (2005), *Sociología de la comunicación y de los medios*. Bogotá: Fondo de Cultura Económica.

13 D. Wolton (2001), *Pensar la Comunicación. Punto de vista para periodistas y políticos*. Buenos Aires: Docencia.

14 La encuesta Cadem mezcla encuestas telefónicas y coincidentales/cara a cara. La muestra se compone de 714 casos, 494 entrevistas aplicadas telefónicamente y 220 entrevistas cara a cara en puntos de afluencia. Señala un margen de error (+/- 3,7 puntos), aunque no es probabilística.

> Oficialismo presiona a La Moneda para que realice un cambio de gabinete tras nueva caída de aprobación de Bachelet. [15]

Aunque uno de los requisitos de la noticiabilidad es lo novedoso/sorprendente, la caída de la imagen presidencial y del Gobierno, son explotados desde los primeros meses de su mandato:

> Encuesta Plaza Pública-Cadem: Aprobación a gestión de Bachelet alcanza un nuevo mínimo histórico de 19%.[16]

Sobre los mismos datos endebles se evalúa, prácticamente, a cada ministro o ministra:

> Ministro Valdés es calificado con nota 4,4 y es responsabilizado por bajo crecimiento.[17]

Otra perspectiva interesante para analizar la relación medios-encuestas, es qué encuestas prefieren determinados medios. El siguiente gráfico refleja la frecuencia con que los medios mencionados han recurrido a la encuesta CEP en sus titulares: *Emol* y *La Tercera* en sus versiones digitales llevan gran distancia frente a los demás.

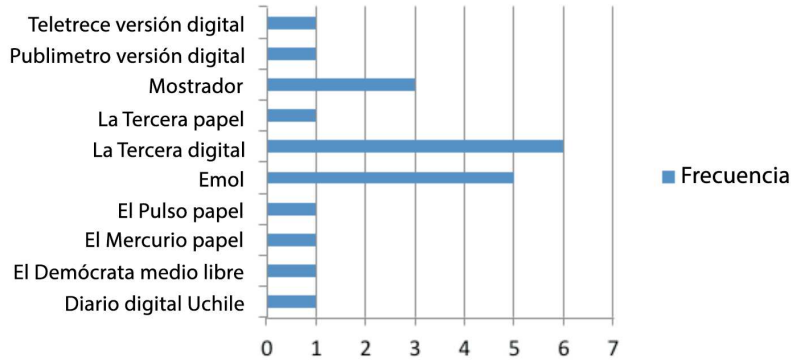
Esta primacía de la sociedad medios-encuestas en la definición de la agenda pública encuentra un campo despejado en las evidentes debilidades en términos de comunicación política por parte del Gobierno. Cabe recordar que la Secretaría de Comunicaciones, dependiente del Ministerio Secretaría General de Gobierno, lleva tres cambios en su dirección, con un largo periodo errático en cuanto al diseño o implementación de alguna estrategia comunicacional. A su vez, en una perspectiva de mediano y/o largo plazo, la falta de contrapesos a un sistema de medios altamente concentrado juega malas pasadas. En este sentido, en muchos países se considera que un sistema de medios públicos fortalecido es importante en términos de garantizar ciertas cuotas de diversidad y pluralismo, un rol que debería cumplir el canal público Televisión Nacional (TVN).

15 *elmostrador*, País, "Oficialismo presiona a La Moneda para que realice cambio de gabinete tras nueva caída de aprobación de Bachelet", 8 agosto 2016, http://www.elmostrador.cl/noticias/pais/2016/08/08/oficialismo-presiona-a-la-moneda-para-que-realice-cambio-de-gabinete-tras-nueva-caida-de-aprobacion-de-bachelet/

16 *elmostrador*, País, "Encuesta Plaza Pública-Cadem: Aprobación a gestión de Bachelet alcanza un nuevo mínimo histórico de 19%", 7 agosto 2016, http://www.elmostrador.cl/noticias/pais/2016/08/07/encuesta-plaza-publica-cadem-aprobacion-a-gestion-de-bachelet-alcanza-un-nuevo-minimo-historico-de-19/

17 *elmostrador*, País, "Cadem: ministro Valdés es calificado con nota 4,4 y es responsabilizado por bajo crecimiento", 25 julio 2016, http://www.elmostrador.cl/noticias/pais/2016/07/25/cadem-ministro-valdes-es-calificado-con-nota-44-y-es-responsabilizado-por-bajo-crecimiento/

Gráfico 3 Representación de encuesta CEP en prensa. Periodo 1 agosto a 6 octubre 2016



Fuente: Gráfico elaborado por Patricia Rodríguez Heredia en el contexto del curso "Comunicación Política" del Magíster de Gerencia y Políticas Públicas de la Usach, octubre de 2016.

Ahora bien, el Programa de Gobierno de Michelle Bachelet preveía una importante reformulación de Televisión Nacional, que iba desde la definición de su misión, hasta el cambio del modelo de financiamiento.[18] Sin embargo, como se detalla a continuación, el avance de este proceso está en duda.

4 Ley "larga" de TVN: botón de muestra

Desde mediados de 2016, se debate en la Comisión de Transporte y Telecomunicaciones del Senado la llamada "ley larga" de Televisión Nacional, Ley 19.132, que reemplazaría a la actual, que data de 1992. Cabe señalar que, a diferencia de la mayoría de las televisiones públicas de la región y del mundo, Televisión Nacional no recibe ningún financiamiento público y debe competir como un canal comercial más, a la vez que no estaba definido su rol diferenciado como medio público. La nueva ley, basada en realidad en una indicación sustitutiva del Ejecutivo, plantea mejoras a la ley vigente, pero sobre todo abre peligrosos vacíos. El texto propuesto define y describe la misión pública del canal, diferenciándola por fin del carácter comercial —y esto en sí constituye un importante avance—, a la vez que prevé la creación de un canal cultural. Sin embar-

18 "Se enviará un proyecto al Congreso para realizar un conjunto de modificaciones en materia de televisión pública orientados al cumplimiento de su misión pública. Una medida de alto impacto es la incorporación de financiamiento público de manera sistemática". *Programa de Gobierno de Michelle Bachelet 2014-2018*, p. 135, http://michellebachelet.cl/programa/

go, padece de carencias estructurales, en tanto no contempla financiamiento para cumplir con esta misión. Solo se prevén recursos financieros para permitir la adecuación tecnológica necesaria en el marco de la digitalización y para el inicio de un canal cultural, pero "no asegura financiamiento para la mantención a través del tiempo de una grilla programática de calidad".[19]

El peligro que se advierte es que, si a futuro TVN no cuenta con recursos para cumplir con las exigencias que supone su misión, se vuelve un proyecto inviable, con consecuencias impredecibles. El proyecto de ley en debate tiene dos temas principales: financiamiento y estructura de gobierno del canal. Este último tema ha sido objeto de crítica durante largo tiempo, ya que el canal público tiene un directorio básicamente "cuoteado" entre las dos grandes coaliciones mayoritarias en Chile. El nuevo texto aumenta el número de miembros del cuerpo directivo; sin embargo, por los requisitos que establece, no se vislumbra un cambio cualitativo importante. Por el contrario, determina que los nuevos integrantes sean designados por los Ministerios de Cultura y Educación, y por el tipo de requisitos que define —haber ocupado altos cargos en el Gobierno o en empresa pública—, finalmente se trataría de un nuevo "cuoteo". Por otra parte, el proyecto indica la creación de un Consejo Consultivo, que sí abriría espacio a organizaciones de la sociedad civil, sin embargo, su capacidad de incidencia real parece dudosa.

En todo caso, el avance del debate y votación en el Parlamento —desde hace meses en la Comisión de Transportes y Telecomunicaciones del Senado— es a cuentagotas. Los parlamentarios más activos en la formulación de indicaciones a este texto sustitutivo del Ejecutivo han sido los senadores Navarro, Quintana y Girardi. En los primeros días de octubre, el Colegio de Periodistas propuso indicaciones patrocinadas por el senador Guillier. Algunas de ellas, como la paridad de género en el Directorio, ya estaba contemplada en las indicaciones de los senadores Quintana y Navarro (cuota 50%), y Girardi (40%).[20] Aunque el Ejecutivo se habría planteado sacar adelante esta ley durante este año (2016), hacia fines de octubre recién se ha comenzado a debatir la primera indicación. Todo sugiere la carencia de un trabajo prelegislativo orientado a pavimentar el avance del proyecto.

En cuanto al canal cultural, la indicación sustitutiva prevé su financiamiento inicial (hasta USD 70 millones); sin embargo, no está definida la continuidad

19 J. Mondría, "Falla estructural de la nueva ley larga de TVN", *elmostrador*, Noticias / Blogs y Opinión, 26 septiembre 2016 [http://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/2016/09/26/falla-estructural-de-la-nueva-ley-larga-de-tvn/].

20 "Colegio de Periodistas y senador Guillier ingresan indicaciones para pluralizar directorio de TVN", *colegiodeperiodistas.cl*, 4 octubre 201 [http://www.colegiodeperiodistas.cl/2016/10/colegio-de-periodistas-y-senador.html].

del financiamiento. Tal como está planteada la "nueva ley",[21] prácticamente se encarga a productoras privadas la producción audiovisual. Esta tendencia se observa también en otros países: se externaliza la producción de la televisión pública mediante la compra de programas a empresas privadas. Por una parte, es valorable fomentar la producción nacional independiente, fundamental en términos de cuidado del patrimonio cultural; sin embargo, es necesario evitar que el canal se convierta en el comprador de programas de bajo *rating* que los privados rechazan. Más allá de esta posible derivación, lo que resulta alarmante es que el financiamiento de TVN se derive al canal cultural para la compra de material audiovisual.

Un posible financiamiento público del canal público genera grandes resistencias en Chile y da lugar a cuestionamientos de la TV pública. Uno de los argumentos que se esgrime con frecuencia es la pronta muerte de la TV en manos de instrumentos que brindarán las nuevas tecnologías. Al respecto son necesarias algunas precisiones. Que las audiencias consuman a través de variados dispositivos y/o pantallas (smartphones, tablets, Smart TV, iPods, etcétera) no significa que no vean TV, y no altera las definiciones fundamentales del proyecto de ley. A su vez, como desde fines de los noventa se profetiza la desaparición del cine, la TV, los periódicos, entre otros, en manos de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), varios expertos en televisión recomiendan no decretar la muerte de la TV hasta que no se produzca. No solo en Chile, sino que en Europa y Estados Unidos, el consumo promedio de TV es tres horas diarias, aunque cambien los soportes a través de los que accedemos a ese medio.

Otro argumento apunta a la crisis que atraviesa la TV pública en el mundo; algo cierto, pero que obedece a diversos motivos. Uno de ellos es la competencia e indiferenciación con los canales privados, ya que, por una parte, se exige a los privados cubrir ciertos contenidos culturales; y al mismo tiempo, se pide que la TV pública dé espacio al entretenimiento y ofrezca productos de alto *rating*. Esta presión ya data de los años ochenta y condujo a varias estaciones públicas a tomar un modelo de financiamiento "mixto". Actualmente, la misma BBC cerró uno de sus canales más grandes, BBC3, y lo convirtió en un servicio *online* para ahorrar, pero también para llegar a sectores más jóvenes. Sin embargo, se trata de uno de sus varios canales; la BBC sigue siendo una de las tres teledifusoras públicas más grandes del mundo junto con ARD (Alemania) y NHK (Japón). En Europa, las teledifusoras públicas juegan un papel central en el escenario *massmedia*: ARD (Alemania), RAI (Italia) y BBC1 (Inglaterra) lideran el *rating* en sus países.

21 En estricto rigor, como está dicho, se trata de una indicación sustitutiva del Ejecutivo que modifica la Ley N° 19.132 de Televisión Nacional de Chile.

Conclusiones

Para el Gobierno, la disputa por la agenda pública, el intento de liderar la construcción de sentidos compartidos, parece hoy (octubre de 2016) una batalla perdida. Desde ya, no cabe demonizar a los medios como únicos responsables del devenir de los hechos. Quien debió ser contraparte poderosa en la construcción de agenda, se disuelve por doble vía: en lo inmediato y en el mediano plazo. En lo inmediato, por la fallida o ausente comunicación política, supuestamente en manos de la Secretaría de Comunicaciones. En el mediano y largo plazo, las políticas de comunicación —en tanto regulación del sistema de medios— son tierra de nadie. La esperanza de reformular la misión, el financiamiento y gobierno de Televisión Nacional, se opaca de la mano de la tramitación de la llamada "ley larga de TVN" que, como otros procesos parlamentarios, se asfixia en un mar de obstáculos políticos y burocráticos, poniendo en evidencia la falta de trabajo prelegislativo, así como la precariedad de la gestión política y técnica. De esta manera, los vacíos que deja el Gobierno al desertar de la comunicación política y de las políticas de comunicación, permiten la invasión del campo por parte de otros contendores.

Ciudad y reconstrucción