

Agenda de los medios, agenda ciudadana: caminos que se bifurcan

Elisabet Gerber¹

Luis Breull²

Las mayores corporaciones de medios de comunicación en Chile también tienen intereses directos en la propiedad de empresas vinculadas con inversiones en los mercados: inmobiliario, financiero, *retail*, alimentos, agrícola y agroindustrial, entre otros. Esto supone condicionantes en la cobertura informativa que se otorga a ciertos temas, donde operan mecanismos como la “agenda por omisión”. El artículo analiza, por una parte, la evolución reciente en el escenario de concentración de la propiedad de medios; por otra, releva los temas más significativos de la agenda ciudadana en los últimos meses según diversos estudios. De esta forma abre la pregunta sobre el poder de agenda de los principales medios y la conformación de corrientes de opinión en contextos críticos como los que vive Chile desde octubre de 2019.

1 Concentración medial en Chile

Cualquiera sea su signo ideológico, la legitimidad de las democracias contemporáneas depende no solo de los mecanismos de elección y representación populares, sino también del entramado institucional del Estado y de la forma como los ciudadanos conocen/configuran sus realidades a través de

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

2 Luis Breull, periodista y académico de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

los medios de comunicación que tienen a su alcance de modo cotidiano. El acceso a los contenidos informativos/periodísticos, magazine o de entretenimiento *mainstream*³ que ofrecen los medios, así como los ejes de conformación de agendas y el énfasis en el tratamiento o en la representación explícita e implícita de los valores/intereses de sus propietarios, adquieren creciente importancia para el fortalecimiento democrático y de vida en comunidad. Mayor relevancia cobra aún este fenómeno si consideramos que Chile tiene un régimen político hiperpresidencialista con dualidad de fuentes de legitimidad democrática,⁴ condición que suele ralentizar el abordaje consensuado de temas como los señalados. También es necesario destacar que la penetración de las tecnologías de la información y comunicación en las prácticas de negocios, junto con el globalismo de empresas y corporaciones, han marcado el modo de resolver los asuntos de poder y ciudadanía con nuevas temáticas y tensiones emergentes.⁵

La concentración de medios no es nueva en el debate político nacional. Desde la instauración violenta de la dictadura militar, comenzó a cristalizar una nueva forma de configuración duopólica tanto de la propiedad de la prensa escrita como del control de radios y canales de TV, insertos todos en celosos mecanismos de censura política, valórica y cultural.⁶ Es esta una cuestión que la transición y consolidación de la democracia no han podido resolver, cumplidas casi tres décadas de iniciado tal proceso.

Lo anterior se produce sin freno alguno a la participación de distintos sectores de la economía y del empresariado en la propiedad de medios, bajo el único supuesto de no ser alguno de ellos un controlador monopólico dentro de las distintas plataformas o industrias mediales (cuestión que supervisa la Comisión Antimonopolios de la Fiscalía Nacional Económica). Esto deja a Chile muy lejos de la legislación internacional de países del primer mundo, como Alemania, Holanda, Inglaterra, Francia, Estados Unidos, entre otros, que salvaguardan la pluralidad de propietarios de medios a través de leyes específicas que limitan o prohíben su injerencia cuando traspasan ciertos umbrales de participación de mercado o cuando representan intereses de sectores que se declaran incompatibles (como la banca). Sigue pendiente contar en nuestro

3 Véase Frédéric Martel, *La cultura mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas* (Madrid: Taurus, 2011).

4 Arturo Valenzuela, "Crisis de representación y reforma política en Chile" (Santiago, Chile: CEP, Centro de Estudios Públicos / Cieplan, Corporación de Estudios para Latinoamérica, 2011). <https://bit.ly/2DLD-VmM>

5 Ulrich Beck, *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización* (Barcelona: Paidós, 2008). Disponible en https://ocw.uca.es/pluginfile.php/1496/mod_resource/content/1/beckulrichqueeslaglobalizacion.pdf

6 Guillermo Sunkel y Esteban Geoffroy, *Concentración económica de los medios de comunicación* (Santiago, Chile: LOM Ediciones, 2001).

territorio con una nueva institucionalidad legal que descentralice el poder y el control de la propiedad de los medios, y que garantice la subsistencia de nuevos medios y el acceso de estos a la participación en recursos provenientes de la inversión publicitaria. Se trata de una discusión que se ha revitalizado en las universidades y desde ahí en distintos ámbitos sociales, y que tanto la Organización de Estados Americanos (OEA) como el Parlamento Europeo han tratado de modo especial (2015 y 2013, respectivamente).

1.1 Descentralizar medios, contenidos y poder como tarea pendiente

Tal como se ha relevado a lo largo de los últimos años en el Barómetro de Política y Equidad, en Chile existe una alta tasa de concentración de la propiedad medial y de participación en el mercado de avisaje de cada industria en particular. Esto sitúa al país como uno de los que registran los mayores niveles de concentración en América Latina, al tiempo que la desregulación facilita que un núcleo pequeño de actores controle los medios de mayor incidencia en la construcción de las agendas en la opinión pública. Esta situación requiere ser abordada desde el Gobierno, el Congreso, los gremios vinculados a las industrias mediales (Asociación Nacional de la Prensa, Asociación Nacional de Radiodifusores, Asociación Nacional de Televisión, Asociación Regional de Canales de Televisión y las diversas organizaciones que agrupan a los medios digitales), entidades reguladoras públicas como el Consejo Nacional de Televisión, más las ONG y observatorios relacionados con los medios de comunicación, universidades y centros de investigación. La realidad del país denota la falta de una propuesta de Ley de Medios que garantice el Derecho a la Información y la Comunicación plural, que incentive mediante la entrega de subsidios y fondos públicos la creación de nuevos medios de comunicación descentralizados (de carácter regional, local y comunitarios), al tiempo que limite la participación de los grandes conglomerados controladores de la prensa, radio y TV en cuanto a su cuota de participación en el mercado publicitario y determine límites para la asignación del avisaje estatal.

En el año 2015, dos grupos empresariales acaparaban el 80% de lectoría y el 82,8% de avisaje de diarios nacionales y regionales (Grupo El Mercurio, de la familia Edwards, y Grupo Consorcio Periodístico Sociedad Anónima Copesa, de propiedad de Álvaro Saieh), cifras que en 2019 subieron a 81,0% y 87,8%, respectivamente. Si se considera el indicador de concentración de los cuatro primeros grupos operadores se alcanza el 100% en ambas categorías, lo que denota un grave problema de distribución tanto de recursos en la prensa escrita de alcance nacional, como de sistemas de validación de inversión publicitaria, que excluye a medios de alcance local o regional alternativos. Es así como el Índice de Herfindahl e Hirschman (IHH) ubica a los diarios de prensa escrita

en el top del ranking de industrias concentradas, con 3646 puntos en audiencia y 4116 en avisaje (una altísima cifra histórica).

En la industria radial de alcance nacional, en tanto, el conglomerado español Prisa —a través de Iberoamericana Radio Chile—, propietario de una decena de radios, hace cinco años se llevaba cuatro de cada diez pesos invertidos en publicidad en las casi mil emisoras que transmiten en todo el territorio, junto al 47% de las audiencias, mientras que el año pasado este último índice bajó a 43%. Al actualizar los datos al año 2019 para los primeros cuatro grupos operadores, baja de 77% a 76% en concentración de audiencias, y de 2582 a 2320 los puntos en el IHH (pasando de alta concentración a concentración moderada-alta). No fue posible acceder a las cifras de inversión publicitaria al 2019 en forma detallada, aunque de las radios ubicadas en el *top ten*, cinco corresponden a Prisa, con un 23,63% del avisaje. Le siguen Radio Cooperativa, de la Compañía Chilena de Comunicaciones S.A., con 10,71%; radio de la Sociedad Nacional de Agricultura, con 10,68%; El Conquistador, de la familia Molfino, con 6,55%; Radio Bío-Bío, de la familia Mosciatti, con 4,72%; y Tele13 Radio, de Andrónico Luksic, con un 3,89%, respectivamente. Es decir, solo diez radios que pertenecen a seis grupos concentran el 60,16% del total de la inversión publicitaria, quedando el 39,82% restante para ser repartido entre casi mil emisoras. En el caso de la Iglesia católica, segundo grupo en términos de cantidad de emisoras en Chile a través de la Asociación de Radios Católicas (ARCA), es importante aclarar que, en general, remite a señales de presencia regional o local, con programación de nicho confesional y segmentada, sin validarse en el mercado sus indicadores de audiencia o de inversión publicitaria.

Si se observa el escenario de la TV generalista o de libre recepción comparando los períodos 2015 y 2019, se observa que en el año de inicio de la comparación cuatro canales de TV de libre recepción acaparaban 87 de cada 100 pesos provenientes del avisaje,⁷ cuestión que subió a 94 el año pasado, alcanzando también el 94% de las audiencias totales. El primer grupo operador, Bethia, con su señal Mega, subió su participación en audiencias de 27% a 33%; y en la torta publicitaria, de 29% a 51%, generando un vuelco en torno a ser esta la industria que pasa del tercer al segundo lugar en el indicador de concentración IHH, de 2109 a 3350 puntos.

En el campo de los medios digitales no existe un validador consensuado, por lo que las cifras empleadas corresponden a un ranking promedio de visitantes únicos elaborado por ComScore para el año 2019, donde las empresas auditadas pagan por aparecer. Esto excluye a otros referentes digitales como *El*

7 Luis Breull, "Informe de Concentración de Medios en Chile, 2015-2016". Investigación para el Consejo Nacional de Televisión, Santiago, 2016, diapo. 43. Puede verse documento en PPT en <https://bit.ly/3izLE65>

Mostrador, El Desconcierto y El Ciudadano. Por ello, refieren a un solo modo de establecer el consumo de los portales informativos y de medios de entretenimiento.

En síntesis, en Chile tenemos concentración medial expresada en diversos formatos o conceptos diferenciadores que justifican un nuevo marco regulatorio:

- a) Integración vertical en telecomunicaciones y TV de pago (VTR y Telefónica).
- b) Concentración horizontal o monomedial en diarios (grupos El Mercurio y Copesa), radios (grupos Prisa con Iberoamericana Radio Chile, Bethia con radios de Megamedia, y Luksic con radios 13 SpA), y medios digitales (grupos Betazeta y Mi Voz/Diarios Ciudadanos).
- c) Concentración multimedial o convergente (grupos Copesa, Luksic-Canal 13 SpA, Bethia y El Mercurio).
- d) Concentración multisectorial o en diversos sectores de la economía (grupos Copesa, Luksic-Canal 13 SpA, Bethia, El Mercurio y Cámara Chilena de la Construcción).
- e) Concentración por integración internacional o *holding* de medios con presencia transnacional (Prisa en radios: Time Warner a través de Turner en CHV, CNN Chile y Canal del Fútbol; Betazeta en plataformas digitales: Grupo Discovery y O Globo en Bethia; grupo Albavisión de Remigio Ángel González en La Red/Telecanal). Actualmente se negocia una eventual llegada a Chile del grupo Antena Tres de España y Viacom de Estados Unidos, que ya cuenta con la propiedad de Telefé en Argentina. Esto en términos de eventual venta de Canal 13 y de Chilevisión.
- f) Concentración declarada también en la industria de servicios de telefonía fija y móvil, de banda ancha fija y móvil, de servicios de TV paga, donde actores como VTR o Telefónica son dos de los actores transversales.
- g) Concentración moderada en el campo de las agencias de publicidad o grupos de empresas que definen la estructuración de los planes de medios para resolver la inversión en avisaje en las distintas industrias mediales.
- h) La concentración en diversos grupos de la economía se manifiesta también al observar los principales avisadores, entre quienes se encuentran empresas de multitiendas, de *retail*, alimentos, industria de bienes y servicios domésticos, además de servicios financieros. Todas ellas tienen vínculos directos de propiedad, rasgo que se evidencia al analizarse los campos de inversión del principal controlador de Copesa, Álvaro Saieh, o de Andrónico Luksic para el Grupo Canal 13, o de Carlos Heller Solaria en el Grupo Bethia, dueño de Mega (controla también una de las empresas líder en inversión publicitaria, Falabella).

1.2 La concentración y su "cadena de contagios"

La alta concentración detectada en las industrias mediales presentes en Chile, al igual que en el caso de los proveedores de servicios como telefonía

fija y móvil, más internet banda ancha fija/móvil, unido a lo que sucede con la densidad del mercado que ocupan los *holdings* de agencias de medios, reportan un problema de múltiples dimensiones y posibles focos de impacto:

- Hegemonía de un número reducido de grupos empresariales que controlan consorcios de medios de alcance masivo o nacional, con un acceso privilegiado al financiamiento de estudios de audiencia y validación de inversión publicitaria. Estos sirven de parámetro para los futuros planes de medios, generando una circularidad que limita el acceso de medios independientes o de baja cobertura territorial a estos espacios y vías de obtención de recursos.
- Impacto en libertad de expresión, pluralismo y diversidad temática, al concentrar las agendas de los medios de mayor masividad.
- Configuración simbólica de la calidad de la democracia y la confianza en las instituciones, en la medida en que la agenda no se apegue a la relevancia pública de los temas, sino al interés particular (político o comercial) de los dueños de medios en el trato a sus avisadores principales.

2 Agenda pública entre el estallido y la pandemia

En el escenario descrito, cabe indagar de qué manera se configura la agenda pública cuando, desde los medios masivos de comunicación, parece escaso el margen para el despliegue de contenidos que no respondan al interés particular (político o comercial) de los dueños de medios. Resultan claves en este sentido las preguntas relativas a cómo se configura la agenda pública y, en estrecha relación, cómo se establecen corrientes de opinión. Las respuestas suelen aludir a teorías de *agenda setting* que, en los lejanos años setenta, postulaban que “el público es consciente o ignora, presta atención o descuida, enfatiza o pasa por alto elementos específicos de los escenarios públicos”⁸. Es decir, las personas tenderían a incluir en su campo de conocimiento y otorgar importancia a aquello que los medios incluyen o excluyen de su contenido. En rigor, los postulados de esta hipótesis no se comprobaron, entre otras cosas, porque hay distintos factores que intervienen en la configuración de las agendas del público que, además, son múltiples y diversas. Sin embargo, la (mal) llamada teoría de la *agenda setting* provee instrumentos que permiten identificar y comparar las opiniones que canalizan los medios y las de los ciudadanos.

En un escenario en que la propiedad de medios altamente concentrada recae en grupos identificados políticamente más bien con el oficialismo, y/o en

8 Eugene F. Shaw, “Agenda-setting and mass communication theory”, *Gazette* 25, no. 2 (1979): 96. <https://doi.org/10.1177%2F001654927902500203>

sectores identificados como la derecha chilena, podría presumirse la incidencia de tales actores en la configuración de la agenda pública. Sin embargo, se registran contrastes importantes entre los intereses que atraviesan la agenda de los medios, por un lado, y las agendas ciudadanas, por el otro. En este contexto, se analiza a continuación la percepción del gobierno y de los principales contenidos de la agenda pública desde el comienzo de la pandemia y de cara al plebiscito de octubre próximo, desde la perspectiva de la opinión pública.

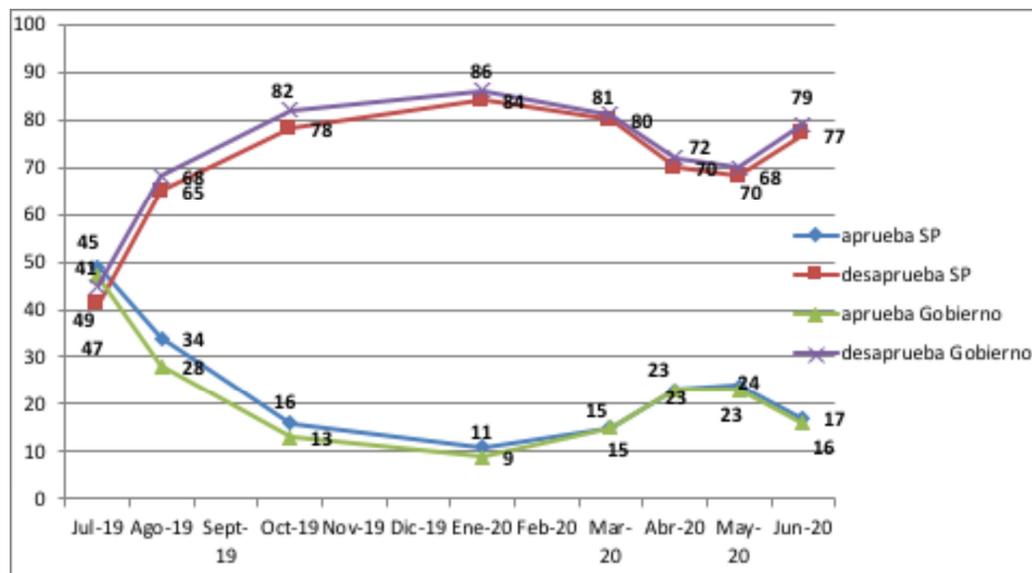
2.1 El gobierno desde la mirada de la opinión pública

Pese a que el foco de atención sobre la caída de los niveles de adhesión al gobierno suele centrarse en el quiebre producido a partir del estallido social de octubre de 2019, las cifras corroboran que los altos niveles de rechazo a Piñera y su gobierno no se explican a partir del estallido, sino que la relación causal sería inversa. Y aunque diversos sondeos de opinión de marzo y abril de 2020 revelan una mejora en la percepción de la imagen del presidente Piñera y del gobierno, el fenómeno no es exclusivo de Chile: la subida promedio sería de nueve puntos en el caso de las diez democracias más grandes por número de habitantes.⁹ En momentos de impacto social masivo, existiría un fenómeno conocido como *“to rally around the flag”*, que alude a la tendencia a unirse alrededor de símbolos compartidos vinculados con la noción de patria o nación; entre ellos, el líder. Según la encuesta Critería Research del mes de julio,¹⁰ ya en mayo la aprobación al presidente Piñera comenzaba a descender, llegando en julio a un 12%, porcentaje equivalente a los meses posestallido social del octubre. Esto se vincularía, en parte, con una percepción negativa sobre el manejo de la pandemia y de la crisis sanitaria por parte del gobierno.

9 Mencionado en BBC noticias, <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-52186602>

10 Tipo de Estudio: Cuantitativo, no probabilístico, a través de la aplicación de encuestas autoadministradas mediante el uso de un panel certificado de acceso *online*. Grupo objetivo: mujeres y hombres de 18 o más años, de los niveles socioeconómicos ABCD, residentes de todo el país. Muestra mínima mensual: 800 casos. Fecha de campo: entre el 27 y el 31 de julio de 2020, a través de un panel *online*.

Gráfico 1. Aprobación/desaprobación presidencial y gubernamental, julio 2019–abril 2020



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Critería Research, julio 2020.

2.2 La pandemia, caja de Pandora de las crisis

En marzo de 2020, la pandemia del COVID-19 encontró a Chile en el clima de tensión social y política que se hizo público en octubre de 2019. El gobierno de Sebastián Piñera no había logrado hasta entonces encontrar vías de resolución de conflictos; más aun, su opción por políticas represivas y punitivas en el contexto de las protestas sociales exacerbó la irritación y tensión social. Más allá del paréntesis que abrió el COVID-19, son pensables escenarios donde se conjuguen las tensiones de las crisis visibilizadas en el “octubre chileno”, con sus implicadas en la pandemia. En este sentido, los temas que marcaban la agenda pública en noviembre de 2019, según el “Termómetro Social”,¹¹ son, básicamente, “justicia” y “desigualdad”, a la vez que las soluciones se vislumbraban en torno a la acción de escucha por parte de las autoridades.

11 Estudio del Núcleo Milenio en Desarrollo Social (DESOC), Centro de Microdatos de la Universidad de Chile y el Centro de Estudios de Conflicto y Cohesión Social (COES). Encuesta nacional aplicada a población residente en Chile de 15 años y más de edad que habite en hogares particulares de zonas urbanas y rurales de las 16 regiones del país; levantamiento de datos por vía telefónica entre martes 29 octubre y viernes 1 de noviembre; 1033 encuestas completadas.



Figura 1. IZQUIERDA: palabras clave para definir el movimiento social | DERECHA: palabras que resumen cómo se podría resolver el descontento ciudadano. Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Termómetro Social, noviembre 2019.

A este registro sobre la desigualdad en la sociedad chilena se suma, indudablemente, la preocupación por la situación económica: las percepciones en torno al curso presente y futuro de la economía del país, surgidas tras el estallido social de octubre, han empeorado durante la pandemia. Aunque la pandemia otorgaría al gobierno de Chile la oportunidad de retomar el liderazgo de la agenda pública, una seguidilla de decisiones erradas en las áreas claves de las políticas públicas —salud, políticas sociales, economía— lo conduce al abismo político: las crisis se superponen y retroalimentan.

3 La relación medios-agenda pública: casos contrastantes

La pandemia en Chile se entrama en escenarios político-comunicacionales complejos, donde contrastan el poder de agenda de los principales medios, que responden a características de alta concentración, con las agendas ciudadanas. A continuación se describen tres casos que consideramos de alta significación en la relación medios masivos/agenda ciudadana:

- a) Presidente de la Confederación de la Producción y del Comercio (CPC) retira avisaje de CNN-Chilevisión: maridaje anunciantes/agenda de los medios.
- b) Retiro de 10% de fondos de pensión: la agenda por omisión.
- c) El plebiscito: agenda propia.

3.1 *Presidente de la CPC retira avisaje de CNN-Chilevisión: maridaje anunciantes/agenda de los medios*

Una de las principales vías de presión e incidencia en la agenda de los medios es el avisaje. Ejemplo de ello es lo sucedido en la cobertura informativa del estallido de octubre por parte de los canales de televisión, cuando el presidente de la CPC, Juan Sutil, comunicó al grupo Turner que dejaría de auspiciar el programa Agenda Agrícola por “tener una línea sesgada e ideologizada en la cobertura de las protestas producto del estallido social que se vive actualmen-

te en el país”, a la vez que manifestaba su esperanza de que otros auspiciadores hicieran lo mismo.¹² También la empresa Agrosúper suspendió temporalmente las campañas publicitarias en todos los medios del país, aunque señalando que se trataba meramente de un “momento de diálogo y reflexión”. Sobre el caso CNN-Chilevisión, el Colegio de Periodistas denunció una antidemocrática práctica de censura, un intento de coartar la libertad de expresión y de opinión a ambos canales.¹³

3.2 Retiro del 10% del fondo de pensiones. La agenda por omisión

La aprobación en el Senado a fines de julio pasado del mecanismo que permitiría a los cotizantes el retiro del 10% de sus fondos previsionales, y así enfrentar la crisis económica por el COVID-19, abrió un escenario de incertidumbre sobre el modelo de seguridad social en Chile. Este mecanismo de salvataje transitorio venía siendo testeado periódicamente en distintos estudios de opinión pública de alcance nacional desde el inicio de la cuarentena, con amplios niveles de apoyo por parte de los encuestados (sobre 70%). Fue un proceso que avanzó pese a la fuerte resistencia del gobierno e independientemente de las sucesivas propuestas de apoyo crediticio a las pequeñas y medianas empresas, de subsidios y entrega de cajas alimentos a los sectores más pobres, así como del posterior debate en torno a cómo paliar también la crisis en los sectores medios de la población. La iniciativa legal superó los altos quórums requeridos en ambas Cámaras (3/5), sumando votos de la oposición y del oficialismo. Esta desalineación de las propuestas gubernamentales generó un intenso despliegue informativo y editorial en la agenda de *El Mercurio* y *La Tercera* — los dos principales diarios de la prensa nacional, de corte oligopólico y alta concentración— que, antes de las votaciones, alertaron insistentemente sobre los riesgos de lesionar la estabilidad económica que abriría el retiro de parte de los fondos previsionales, deteriorando incluso el régimen democrático. El término “populismo” se activó en editoriales, columnas de expertos, entrevistas y reportajes de modo frecuente e indistinto, disociando la iniciativa tanto respecto de su amplio respaldo en los estudios de opinión pública, como de voces alternativas que evalúan positivamente el proyecto. Este tema ha sido el más relevante del mes de julio en la agenda pública y en de los medios. A su vez, habría impactado negativamente sobre el Ejecutivo, pero positivamente sobre el Congreso, que subió 10 puntos porcentuales respecto de su “aporte a la superación de la crisis” (Criteria Research, julio 2020).

12 Véase al respecto “Agrosuper quita financiamiento a Chilevisión y CNN Chile y en todos los medios del país: ‘Es momento de diálogo y reflexión’”, *El Universal Chile*, 10 de noviembre, 1999; <https://bit.ly/2XUnAmC>. Carta de J. Sutil a CNN Chile y Chilevisión puede verse en <https://bit.ly/2PJKdWv>

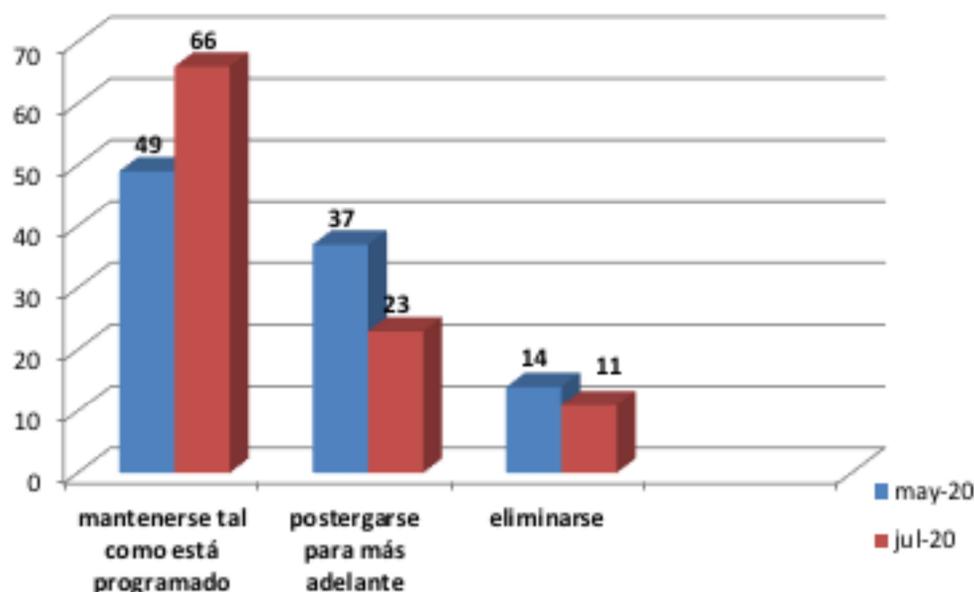
13 <https://www.publimetro.cl/cl/entretenimiento/2019/11/09/acusan-censura-indirecta-colegio-periodistas-rechazo-extorsion-economica-empresario-agricola-cnn-chv-cobertura-del-estallido-social.html>

3.3 El plebiscito: agenda propia

Tal como en meses anteriores, las expectativas en torno a no postergar el plebiscito de octubre siguieron siendo mayoritarias en julio y aumentaron a 66%, en tanto la idea de suspenderlo definitivamente solo reúne un 11% de las preferencias. En cuanto a las tendencias de voto en las opciones apruebo/rechazo, el porcentaje de quienes aprobarían ronda el 75%, frente a un 17% de quienes desaprobaban, cifras similares a las registradas para el plebiscito que habría tenido lugar en abril de este año y que debió ser postergado ante la llegada del coronavirus (Criteria Research, julio 2020).

Gráfico 2. Posible postergación del proceso de cambio constitucional

“El proceso de cambio constitucional debiera...”



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Criteria Research, julio 2020.

4 CONCLUSIONES

Los altos niveles y tipos de concentración que marcan el paisaje massmediático chileno implican un desafío al sistema político, en tanto sus relatos se construyen, juegan, distribuyen y reconstruyen desde un sistema de medios de comunicación con creciente incidencia de grandes conglomerados, transversales en su presencia en otros sectores, como el sistema económico, y propendiendo a acrecentar su impacto en los recursos disponibles en tanto industrias. Sin embargo, pese al indudable poder de agenda de los principales conglomerados de medios, atravesados por intereses de grandes sectores de

la industria y el mundo financiero, existen márgenes aún inexplorados en donde se configuran corrientes de opinión divergentes del *mainstream*. Ejemplo de ello es la presión ejercida desde la agenda ciudadana por la aprobación del retiro del 10% de los fondos de las AFP, que se trasladó a la agenda política pese a la resistencia del *establishment*, retratada en los dos principales diarios del país. Otro ejemplo es la persistencia del apoyo a la Nueva Constitución por la ciudadanía, que desde 2011 es “masivo y transversal”.¹⁴ Incluso en el contexto de pandemia, una mayoría de la ciudadanía estaría por la no postergación del plebiscito y votaría “apruebo” en octubre próximo.

14 Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD Chile), *Opinión ciudadana y cambio constitucional. Análisis desde la opinión pública*. Serie Más y Mejor Democracia. Número 1 (Santiago: PNUD, 2015), 74. <https://bit.ly/2DXVD6p>