

LA POBREZA EN PAUTA

UN ESTUDIO EN PRENSA ESCRITA NACIONAL Y REGIONAL



Comunicación y Pobreza

Realizado por Alianza Comunicación y Pobreza

Con el auspicio de



LA POBREZA EN PAUTA

UN ESTUDIO EN PRENSA ESCRITA NACIONAL Y REGIONAL

Autores

Fundación para la Superación de la Pobreza
Instituto de la Comunicación e Imagen, Universidad de Chile.

Título Libro

La Pobreza en Pauta
Noviembre 2006

Derechos Reservados

Inscripción registro de propiedad intelectual
N° 158707
ISBN: 956-7635-15-3

Una publicación de

Hogar de Cristo
Facultad de Comunicación y Letras, Universidad Diego Portales
Fundación para la Superación de la Pobreza

Edición

Coedición Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile y
Fundación para la Superación de la Pobreza

Diseño y Diagramación

www.cerocuatro.cl

Impreso en Chile
Claus Von Plate Impresores
2.000 ejemplares

INDICE

I COMENTARIOS INICIALES - 4

Pobreza y desarrollo

II PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA -7

Conocimiento actual sobre el tema

III JUSTIFICACIÓN Y USO DE LOS RESULTADOS -9

Vínculo del proyecto con la realidad

Tipo de información y conocimiento a obtener

Uso proyectado para la información generada

IV OBJETIVOS DEL PROYECTO -11

Objetivo general

Objetivos específicos

V METODOLOGÍA -12

Introducción

Tipo de estudio y diseño general

Aspectos metodológicos

VI DIMENSIONES E INSTRUMENTO -14

Consideraciones generales

VII ANÁLISIS: MEDIOS DE CIRCULACIÓN NACIONAL Y REGIONAL -18

La prensa bajo la lupa de la pobreza

Pobreza y jerarquía editorial

Voces, sujetos y lenguajes de la noticia

Perspectiva y foco editorial de las noticias

Una mirada hacia las regiones

VIII CRUCES RELEVANTES: NOTICIAS CENTRADAS EN POBREZA. PRENSA NACIONAL - 41

Cruces relevantes en noticias centradas en pobreza en la prensa nacional

Contenido principal de la noticia según tema central

Perfil de la vocería según tema central

Arquetipo infancia según tema central

Estructura de oportunidades según tema central

IX COMENTARIOS FINALES - 46

Jerarquía editorial

Voces, sujetos y lenguajes de la noticia

Perspectiva y foco editorial

ANEXO - 50

Capítulo I

COMENTARIOS INICIALES

POBREZA Y DESARROLLO

La creciente discusión y prioridad que los actores sociales y políticos han asignado a los problemas de la pobreza y la exclusión, ha abierto también el debate sobre cómo los ciudadanos más postergados de nuestro país se incorporan a esta reflexión.

Sin lugar a dudas, el gran desafío de Chile y Latinoamérica para los próximos años será construir un desarrollo de mayor calidad democrática, lo que deberá expresarse tanto en aspectos procesales como sustantivos. Los primeros refieren a cómo se articularán las decisiones públicas, mientras que los segundos apuntan a la calidad equitativa e inclusiva de esas opciones.

Los problemas de vivienda, asistencia sanitaria al adulto mayor y/o cobertura educacional preescolar deberán diseñarse y ejecutarse cada vez más en consuno con los beneficiarios de esas iniciativas. No es posible erradicar la pobreza al margen de los ciudadanos que la padecen.

El gobierno, los partidos políticos y los sectores más privilegiados de la sociedad deberán abrir esos espacios de diálogo e interculturalidad. No sólo será importante atender la calidad de la discusión sobre asuntos públicos, sino quiénes y cómo generan ese intercambio. O sea, cómo se incluyen en ella a los chilenos más marginados.

En esa lógica, los medios de comunicación, como los diarios nacionales y regionales, desempeñan un pa-

pel crucial, pues inciden directamente en el enfoque y tono del debate sobre pobreza y asuntos públicos. Configuran las imágenes y estereotipos sobre la personas en situación de pobreza y contribuyen indirectamente a facilitar o no su inclusión, en tanto voceros reconocidos y aceptados.

La pobreza, en definitiva no es sólo un problema material, sino también de acceso al poder, entendido éste como la capacidad de construir futuros y pactos sociales que ayuden a Chile a lograr una mayor integración social, capaz de dar sustentabilidad a la estrategia de desarrollo económico.

El presente estudio abre una línea de investigación en ese sentido. Explora cómo los medios escritos abordan los temas y sujetos de la pobreza. Reseña los aciertos y debilidades. Plantea inquietudes. En definitiva, intenta reconocer las limitaciones que tenemos como sociedad para seguir avanzando en una integración social, que cada vez necesita tener una cara más visible, más humana, más ciudadana.

INSTITUTO DE LA COMUNICACIÓN E IMAGEN DE LA UNIVERSIDAD DE CHILE

ALIANZA COMUNICACIÓN Y POBREZA:

Fundación para la Superación de la Pobreza

Hogar de Cristo

Facultad de Comunicación y Letras, Universidad

Diego Portales

EQUIPO RESPONSABLE:

Coordinaron el Estudio: Catalina Littin, Directora del Área de Comunicaciones de la Fundación para la Superación de la Pobreza (FSP) y Mauricio Weibel, Académico de la Universidad de Chile.

Diseñaron el Instrumento y la metodología de estudio: Catalina Littin y Mauricio Rosenbluth de la FSP; Mauricio Weibel de la Universidad de Chile.

Capacitaron y supervisaron la aplicación del instrumento: María José Rubio y Catalina Littin de la FSP y Mauricio Weibel de la Univ. De Chile.

Aplicaron el instrumento: Luz Bustamante y Bárbara Romero, Estudiantes de la Universidad de Chile.

Digitó los datos: Emily Arriagada de la FSP.

Procesó los datos: Ingrid Padópulos, Encargada del Área de Información Social de la FSP

Analizaron los datos y cruces: María José Rubio y Catalina Littin de la FSP y Mauricio Weibel de la Universidad de Chile.

Agradecimientos a: Augusto Gonzalez; Miguel Gonzalez; Helena Martínez y Danitza Carvajal, Directores Regionales y Secretarías de Servicio País en las regiones IX Y III por proporcionarnos la prensa analizada.

INTRODUCCIÓN

El estudio “La pobreza en pauta”, realizado en la prensa escrita de cobertura nacional y regional en el caso de las regiones de Atacama y de La Araucanía, es un proyecto realizado entre la Alianza Comunicación y Pobreza -integrada por la Fundación para la Superación de la Pobreza, el Hogar de Cristo y la Facultad de Comunicación y Letras de la Universidad Diego Portales- y el Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile, quien este año se suma a esta iniciativa, a través de este trabajo y de la incorporación de un curso de especialidad en el tema para los últimos años de periodismo.

Su objetivo fue desarrollar un seguimiento y análisis sobre la valoración y presencia del tema de la pobreza y los temas asociados en los diarios nacionales y regionales concentrando su atención en la calidad y enfoque de la cobertura noticiosa, en un periodo tan emblemático como los primeros 100 días del gobierno de la Presidenta Bachelet.

Preguntas centrales de este esfuerzo fueron ¿cómo los temas de pobreza son incorporados y priorizados en la agenda de los diarios de cobertura nacional y regional? ¿Cuáles son los sujetos o fuentes que intervienen preferentemente en la construcción de estos imaginarios? ¿Las políticas editoriales – expresadas en las pautas periodísticas- dan cuenta de las diferencias y complejidades subnacionales de estos tópicos? ¿Hay una mirada global o es más bien episódica, asociada a eventos exógenos (inundaciones, crisis sanitarias, conflictos particulares, entre otros.)?

Justificaron este esfuerzo diversas variables. Por un lado, la inexistencia de trabajos periódicos sobre la presencia de estos temas en la prensa escrita nacional y regional. Por otro, y debido al peso de la prensa en una sociedad mediatizada⁽¹⁾, es importante que como país se puedan reconocer las miradas y prioridades de la agenda de los medios, pues ella influye tanto en la agenda ciudadana como en la política institucional. O sea, en los programas de gobierno.

Se trata, por tanto, de una investigación descriptiva transeccional, apoyada en un estudio cuantitativo, donde la técnica empleada fue el análisis de contenido⁽²⁾.

Operativamente, el estudio contó con un equipo orientado a implementar sus labores de monitoreo. Del mismo modo, planea dirigir su trabajo posterior a sensibilizar a públicos diversos (comunicacional, académico y político institucional) en materias relacionadas.

Además, complementará su labor de monitoreo con la realización de actividades de extensión y docencia en pregrado y postgrado.

(1) Mouchon, Jean; "Política y medios: Los Poderes bajo la influencia", Editorial Gedisa, 1999

(2) López-Aranguren, Eduardo (2002) "El análisis de contenido tradicional", en García Ferrando, M; Ibáñez, J. y Alviera, F. El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación. Madrid: Alianza, pp. 555-574.

Capítulo II

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

CONOCIMIENTO ACTUAL SOBRE EL TEMA

En la actualidad existe una demanda y necesidad creciente por incorporar elementos de equidad y calidad democrática en los procesos de fijación de agenda, toda vez que ellos impactan en las prioridades, diseño y ejecución de las políticas públicas^[3]. O sea, en el bienestar e integración sociopolítica de los ciudadanos, en especial de los sectores más excluidos.

Conocer y discutir cómo nuestra sociedad y medios tematizan los problemas y actores del desarrollo, así como los asuntos públicos en general, constituye un aspecto indispensable en la construcción de un país conciente de sí y sus desafíos.

Se han desarrollado diversas iniciativas para generar conocimiento sobre cómo los medios abordan la producción de contenidos. Esas miradas, en general, se han centrado en determinar si existe presencia de violencia, si hay esfuerzos educativos en las políticas editoriales, el ranking de temas privilegiados u otras variables en esa línea^[4].

En Chile La Alianza Comunicación y Pobreza en el año 2004 trazó este camino a largo plazo, orientado a reflexionar sobre cómo los medios jerarquizan y abordan los temas de la pobreza, desigualdad y desarrollo, con la compilación de diferentes artículos escritos por personalidades de los medios de comunicación, Ong's, dirigentes sociales, destacados publicistas y periodistas, quienes reflexionaron sobre el rol de los medios en la superación de la pobreza, bajo el título POBRE EL QUE NO CAMBIA DE MIRADA^[5].

Asimismo la Fundación para la Superación de la Pobreza y el Hogar de Cristo, realizaron una consulta a más de 1400 personas en situación de pobreza en todo el país, sobre cómo la Televisión representaba a la pobreza^[6]. Los principales resultados indicaron que los participantes opinaron que Drogadictos, Delincuentes y Sucios, eran los atributos más presentes en la Televisión.

Finalmente en el año 2005 realizaron el estudio LA POBREZA ES NOTICIA^[7], que analizó durante cuatro meses los noticieros centrales de la TV abierta

[3] León Guzmán, "Medios de Comunicación, Opinión Pública y Política: ¿Quién influye a quien? Ponencia presentada a un seminario del Centro de Análisis de Políticas Públicas de la Universidad de Chile el 12 de enero de 1999. Ver también Orlando D` Adamo et al., "Medios de Comunicación, Efectos Políticos y Opinión Pública", Editorial Belgrano, 2000..

[4] Entre ellos están estudios previos de la Alianza Comunicación y Pobreza y el Consejo Nacional de Televisión (CNTV), por ejemplo.

[5] Fundación para la Superación de la Pobreza, Universidad Diego Portales, Hogar de Cristo, Pobre el que No Cambia de Mirada, 2004. www.comunicacionypobreza.cl; www.fundacionpobreza.cl; www.hogardecristo.cl

[6] Fundación para la Superación de la Pobreza, Hogar de Cristo, Los Pobres en la TV. Una Consulta Participativa, 2004. www.comunicacionypobreza.cl; www.fundacionpobreza.cl; www.hogardecristo.cl

[7] Fundación para la Superación de la Pobreza, Universidad Diego Portales, Hogar de Cristo, La Pobreza es Noticia.2005. www.comunicacionypobreza.cl; www.fundacionpobreza.cl; www.hogardecristo.cl

y que es sin duda, el referente inmediato del estudio que presentamos en este libro. Tanto la metodología, como el instrumento de análisis fueron adaptados para analizar la prensa escrita.

El contexto en el que esta línea de investigación se inserta presenta una industria medial que prioriza una agenda noticiosa centrada en el acontecer de la política y sus representantes, la competencia empresarial, la droga y el espectáculo, en desmedro muchas veces de temas sociales de mayor interés público.

Este fenómeno requiere de una mirada crítica, pues “en una sociedad moderna el periódico, la radio y la televisión están al alcance de todos, para proponer una visión complementaria de la realidad, a través del filtro que representa la presentación de la noticia”⁽⁸⁾. Además, esas construcciones afectan el presente y el futuro.

O sea, existe un desafío país -que se enmarca en una tendencia global- de introducir debate, diversidad y equidad en las construcciones mediales de la realidad, sobre todo en aspectos que condicionan la calidad de nuestra integración y desarrollo.

(8) Jean Mouchon, Política y Medios: Los Poderes bajo la Influencia, Edit. Gedisa, 1999.

Capítulo III

JUSTIFICACIÓN Y USO DE LOS RESULTADOS

VÍNCULO DEL PROYECTO CON LA REALIDAD

En una primera mirada, es posible plantear que este proyecto refiere a la presencia en los medios –y consecuentemente en la agenda pública- de temas relativos a pobreza.

Considera tanto un análisis de la cantidad y la calidad de esos contenidos como una estrategia de difusión, que permita posicionar la discusión en las agendas ciudadana y político - institucional.

Es posible aventurar que en los próximos años las políticas, programas e inversiones hacia los sectores en pobreza⁽⁹⁾ adquirirán una importancia creciente como parte de una estrategia global de reducción de las brechas de equidad. Los Objetivos de Desarrollo del Milenio⁽¹⁰⁾ son un ejemplo de ello.

No obstante, las iniciativas derivadas de estas nuevas demandas y necesidades podrían centrarse casi exclusivamente, en la provisión de bienes y servicios públicos, obviando desafíos relativos a la integración social y a la validación político social de los grupos objetivos.

Es importante impulsar una fuerte ampliación de la educación preescolar, pero también es necesario que la globalidad de las políticas públicas visualicen

a las personas que viven en situación de pobreza como sujetos de derecho.

En definitiva, la acción pública ha de tener un sentido que otorgue coherencia a las políticas, programas e inversiones por sobre consideraciones estrictamente técnicas. Por lo tanto, la forma cómo se construye esa discusión es relevante, pues pudiera condicionar determinados énfasis y objetivos.

Este tipo de esfuerzos ayuda a posicionar el debate, convirtiéndose en una instancia de encuentro para el intercambio de ideas y experiencias, en la medida que se genere desde los ámbitos social y universitario, permeando hacia el gobierno, los medios y los partidos políticos, además de la propia comunidad académica.

TIPO DE INFORMACIÓN Y CONOCIMIENTO A OBTENER

Lo que interesa conocer, más allá de los aspectos cuantitativos y descriptivos, es cómo se producen los fenómenos de tematización y construcción de opinión pública en lo relativo a pobreza y sus temas asociados. En definitiva, cómo se posiciona hoy ese debate, para discutir sus prioridades y enfoques hacia futuro.

(9) No es tema de este proyecto aún debatir sobre qué es pobreza o qué modelo usamos para medirla.

(10) La Declaración del Milenio, que contiene los Objetivos de Desarrollo del Milenio fue firmada el año 2000 por el Gobierno de Chile, los miembros de Naciones Unidas y 146 Jefes de Estado. En ella se establece un conjunto de objetivos de desarrollo para ser alcanzados por los países al año 2015, el primero de los cuales, es Erradicar la Pobreza y el Hambre. Disponible en <http://www.eclac.cl>

Se trata, por lo tanto, de un conocimiento que debe generar un impacto social y medial, lo que obliga a pensar en un esfuerzo de mediano y largo plazo en términos de investigación, difusión y docencia, entre otros aspectos.

USO PROYECTADO PARA LA INFORMACIÓN GENERADA

La información obtenida debiera alimentar el debate en los medios, la comunidad política y el mundo académico. Logrando:

- i) Instalar una preocupación en la discusión de la agenda pública, tanto entre líderes de opinión como entre periodistas, editores y dueños de medios de comunicación.
- ii) Generar conocimiento empírico sobre los procesos de tematización y construcción de opinión pública en los temas en comento.

Capítulo IV

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

- i) Desarrollar un estudio que centre su investigación en un seguimiento periódico de la presencia de los temas de pobreza en la prensa escrita de circulación nacional y regional.
- ii) Determinar cómo los temas de pobreza son incorporados y priorizados en la agenda de los diarios de cobertura tanto nacional como regional.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- i) Identificar y cuantificar la presencia de temas centrados o asociados a pobreza en prensa escrita de circulación nacional y subnacional.
- ii) Establecer cuáles son los sujetos o fuentes que intervienen preferentemente en la construcción de estos flujos noticiosos.
- iii) Caracterizar y correlacionar cuantitativamente las dimensiones, áreas temáticas, fuentes y variables en estudio.
- iv) Indagar si hay una mirada global o es más bien episódica, asociada a eventos exógenos (inundaciones, crisis sanitarias, conflictos particulares, etc.) en el tratamiento noticioso de los temas en estudio.
- v) Evaluar también si las políticas editoriales –expresadas en las pautas periodísticas- dan cuenta de las diferencias y complejidades subnacionales en estos tópicos.

Capítulo V

METODOLOGÍA

INTRODUCCIÓN

En este acápite, se describen la definición operacional de las variables, el tipo y las formas de medirla. Asimismo, se abordan el diseño del estudio y las técnicas y procedimientos que se utilizaron para alcanzar los objetivos propuestos para esta investigación.

TIPO DE ESTUDIO Y DISEÑO GENERAL

Se realizó una investigación descriptiva transeccional, que desarrolló un estudio cuantitativo interpretativo sobre la presencia y enfoque de temas vinculados a pobreza en diarios de circulación nacional y regional. La técnica empleada fue el análisis de contenido aplicado a diarios.

Entre los medios de circulación nacional se seleccionó a El Mercurio, La Tercera, Las Últimas Noticias y La Cuarta, mientras que en los de unidades subnacionales se incluyeron periódicos con cobertura en las regiones de Atacama y la Araucanía, El Diario de Atacama y El Chañarillo en la III región y La Última Hora y El Austral de la Araucanía en la IX región.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Universo de estudio

El universo general de estudio corresponde a las noticias publicadas sobre pobreza por los medios de circulación nacional y los medios de circulación subnacional de las regiones III y IX, en los lapsos de

marzo-abril de 2006 para ambos grupos y de junio-julio de 2006 para los diarios nacionales.

Como ya se señaló, estas regiones fueron escogidas por su alta presencia relativa de población en situación de pobreza y por las diversas realidades geográficas, productivas, étnicas y culturales que representan.

Adicionalmente, la elección no probabilística de las “ventanas de tiempo” en las que se aplicó el análisis de contenido obedece a que estudios previos de la Alianza Comunicación y Pobreza revelan cierta “estacionalidad” en la presencia y tratamiento de estos temas durante los meses escogidos.

A ello se agregó como criterio que el 11 de marzo del 2006 comenzaron los emblemáticos “100 primeros días” del gobierno de la presidenta Michelle Bachelet que culminaron el 19 de junio. En este contexto, con una agenda de gobierno centrada en las 36 medidas con foco en la equidad y la superación de la pobreza es que se plantea el presente estudio. La revisión y clasificación de noticias comienza el 11 de marzo hasta el 11 de abril en su primera etapa y culmina con la revisión de la segunda etapa entre el 11 de junio y el 11 de julio, después de tres semanas del término de anuncios y gran despliegue medial del gobierno en este sentido.

Selección y tamaño de la muestra

Se escogió trabajar con una muestra no probabilística, debido a las razones enunciadas de estacionalidad

noticiosa, además de equidad y diversidad regional. La selección de noticias incluyó publicaciones centradas en temas de pobreza y otras asociadas a estas dimensiones.

Las primeras se definen como aquellas centradas explícitamente en un hecho o tema sobre pobreza. Por su parte, las noticias asociadas a pobreza, se consignaron cuando el tema principal no fue la pobreza, sino que alusiones a ésta en vinculación con determinadas temáticas.

Esta distinción entre noticias centradas en pobreza y asociadas a pobreza se justifica desde el punto de vista del lector. Las noticias centradas en pobreza no son las únicas que “comunican y transmiten” aspectos o nociones de este fenómeno. Existe un conjunto mayor de noticias que contribuye de forma significativa a moldear “representaciones socioculturales” de la pobreza en los hogares y personas, las cuales tienen una cobertura mayor en los medios de comunicación y que se explican por la multidimensionalidad que presenta el fenómeno de la pobreza.

Unidad de análisis

Las unidades de análisis fueron las noticias que incorporaron los ámbitos temáticos definidos para esta investigación y que se publicaron en las ventanas de tiempo establecidas.

Debido a que la recolección de datos es un proceso esencialmente “subjetivo” se intentó “objetivarlo”, a través de la capacitación previa del equipo en los

procedimientos de registro. También se consideró una revisión aleatoria de períodos de tiempo, tipos de medios y regiones como medida de control de la selección y análisis de las noticias, revisión que abarcó más del 50% del total de los diarios.

Dimensiones analíticas de la investigación

Se efectuaron tanto análisis de relevancia (tiempo o extensión) como de presencia (frecuencia de la tematización), a través de cuyas correlaciones se intentó visualizar como se desarrolla:

- i) El uso de fuentes, vocerías dominantes, presencia de causas y soluciones y de estructuras de oportunidades en las informaciones.
- ii) La tematización de las políticas públicas sobre pobreza y/o infancia,
- iii) La tematización y configuración del sujeto social (“los pobres” y/o “los niños”).

Procedimientos para la recolección de información

El instrumento que se empleó para la recolección fue un registro estructurado en torno a preguntas cerradas, que permitió recabar y sistematizar la información deseada.

Por ello, tanto la recolección de noticias como su análisis particular constituyeron el primer y –quizás más importante- paso en el proceso investigativo.

Capítulo VI

DIMENSIONES E INSTRUMENTO

CONSIDERACIONES GENERALES

La matriz que se utilizó para la recolección de información constó de una multiplicidad de dimensiones que intentaron develar tanto las motivaciones, jerarquizaciones, como enfoques de los medios, así como evaluar las eventuales correlaciones entre diferentes aspectos de la publicación de noticias.

En términos generales, se abordaron dimensiones relacionadas con aspectos de: i) Jerarquía editorial, ii) Vocería y Sujeto, iii) Lenguaje y arquetipo, y iv) Perspectiva editorial o Foco de la noticia.

En la dimensión de Jerarquía editorial se abordaron los siguientes aspectos:

- **Noticias centradas o asociadas a pobreza:** como se explicó, las noticias fueron “centradas” cuando consistieron en una información sobre la pobreza o personas en situación de pobreza, y por lo tanto, el relato periodístico contenía explícitamente conceptos como “pobres”, “pobreza”, “indigencia”, “personas en situación de calle”, “poblaciones”, “vivienda social”, “empleo de emergencia”, “pensión asistencial” y otros. Asimismo, fueron noticias “asociadas” cuando el tema principal no era la pobreza en sí, sino que se alude a esta en vinculación con temáticas como: educación, salud, vivienda, servicios básicos, empleo, conflictos sociales, delincuencia, cultura, participación, etc. Y además, la noticia cumplía con nombrar conceptos relacionados a la pobreza, identificaba y daba espacio de expresión a personas en situación de pobreza o se situaba en un lugar donde

existiera concentración de pobreza. Si la noticia no cumplía con los parámetros antes indicados, y sólo mencionaba un concepto, sin estar centrada ni asociada a la pobreza, se consideró “temática”.

- **Tema principal y tema secundario de la noticia:** se identificó en cada noticia el tema predominante y un segundo tema de importancia, si es que existía. Los temas fueron: Educación, Salud, Servicios Básicos, Vivienda, Cultura, Participación, Empleo, Conflictos Sociales, Delincuencia, Consumo de Drogas, Accidentes y Desastres Naturales, Economía y Desarrollo, Solidaridad, Infancia y Protección social y pensiones.

- **Origen de la Información:** se determinó si las noticias se originaron en un hito informativo, es decir, un hecho puntual, o eran una continuidad de noticias anteriores, y se identificó si éstas eran el reflejo de anuncios, resultados de estudios o denuncias. Además, se estableció qué institucionalidad provocaba la noticia, esto es, si fue producto de un interés espontáneo del medio en abordar el tema, o si fue producto de una información generada desde la iglesia, organizaciones sociales, empresas, agentes políticos, ciudadanos no organizados o autoridades estatales.

En la dimensión de Vocería y sujeto se abordaron los siguientes aspectos:

- **Vocerías:** se identificaron las características de quienes fueron fuentes predominantes de las noticias, cuyas declaraciones aparecían citadas. Es así como se distinguió entre fuentes del gobierno cen-

tral, parlamentarios de la Concertación o de la Alianza, políticos, autoridades o funcionarios municipales, funcionarios regionales, expertos técnicos o académicos, periodistas y sus medios, dirigentes sociales (representantes de comunidades en pobreza), personas en situación de pobreza, representantes de iglesias, de la policía o empresarios.

- **Sujetos de la noticia:** cuando el vocero correspondió a dirigentes sociales o personas en situación de pobreza, se estimó que la noticia tenía “presencia de sujetos en pobreza” y se les distinguió por sexo y edad.

En la dimensión de Lenguaje y arquetipo se abordaron los siguientes aspectos:

- **Características del lenguaje:** se analizó qué tipo de lenguaje era utilizado en cada noticia, distinguiendo entre lenguaje descriptivo o neutro (informativo), emotivo (apela a sentimientos), comprometido (toma parte en el relato), de denuncia o discriminatorio.

- **Arquetipos de pobreza e infancia:** a través de esta categoría se buscó determinar la existencia de imágenes o conceptualizaciones arquetípicas que aparecían en el relato vinculadas a personas o niños en situación de pobreza. En pobreza se analizó la presencia de imágenes como “pobladores”, “trabajadores” o “campesinos”, mientras que en infancia se analizó “niños de la calle”, “niños en conflicto con la ley”, “estudiantes”, “niños trabajadores”, y otros.

Finalmente, en la dimensión de Perspectiva editorial se abordaron los siguientes aspectos:

- **Foco de la noticia:** esta categoría determinó si las noticias presentaban causas y consecuencias de los hechos informados, o sólo fueron constataciones de los mismos.

- **Actitud del sujeto en pobreza:** se constató cuál fue la “actitud” detectable en las noticias en relación con personas o comunidades en pobreza, aún cuando no se hubiera informado la presencia de un “sujeto en pobreza” en las vocerías de la noticia, pues se estima que son siempre personas o comunidades las que viven y sufren los problemas de pobreza. La actitud se analizó en términos de cómo eran mostradas las personas o comunidades en la noticia frente al problema de pobreza, más allá del hecho noticioso puntual. Se distinguió entonces una actitud de “receptor” cuando fueron presentadas como meras receptoras de beneficios o servicios, es decir, se relataba una actitud pasiva frente a su problema de pobreza. También una actitud de “co-gestor” o “gestor” cuando se identificó proactividad en las soluciones a problemas de pobreza, en cooperación con otros que ayudan o asesoran, o a partir de las propias personas o comunidades.

- **Estructura de oportunidades:** la categoría identificó al actor, institución o sector social que realiza acciones para la superación de la pobreza relatadas en la noticia, es decir, quién presenta una estructura de oportunidades que beneficia o puede ser aprovechada por las personas o comunidades en situación de pobreza. Además, se estableció en qué consistía la acción o estrategia, entendiéndose que esta podía tratarse de donaciones materiales o monetarias, estudios, capacitaciones, servicios, programas, asesorías, trabajo humano, establecimiento de redes o vínculos e infraestructura.

Datos descriptivos de diarios nacionales y regionales estudiados.

PRENSA				
NACIONAL	COBERTURA	CONTROLADOR	SECCIONES / PRODUCTOS	CIRCULACIÓN/LECTORÍA
La Nación	Nacional	Editado por la Empresa Periódica La Nación S.A. El 69% de su propiedad pertenece al Fisco, mientras que el resto de su capital es privado.	Secciones: Opinión, País, Economía, Sociedad, Internacional, Cultura y Deportes. Productos: La Nación Domingo, Revista Fusta.	- Venta: 6 mil 137 ejemplares a la semana con proyección de 24 mil ejemplares promedio al mes. -No informa índice de lectoría. - Fuente: ANP/KPMG. -Periodo enero-junio 2006.
Las Últimas Noticias	Nacional	Editado por El Mercurio SAP, grupo Edwards.	Secciones: El Día, Política, Economía, Sociedad, Internacional, Deportes, Tiempo Libre, y Cultura. Productos: Reportajes, domingo. Primera Fila, viernes. Mercado Mayorista, lunes. Pymes, martes.	- Venta: 145 mil 207 a la semana con proyección de 580 mil ejemplares promedio al mes. - Índice de lectoría: 378 mil 034 lectores en Santiago como promedio semanal. - Fuente: ANP/KPMG. -Periodo enero-junio 2006.
El Mercurio	Nacional	Editado por El Mercurio SAP, grupo Edwards.	Secciones: Cuerpo A, Internacional, Editorial y Vida Social; Cuerpo B, Economía y Negocios; Cuerpo C, Nacional, Política, Tribunales y Policía, Vida y Salud, Cultura y Espectáculos. Productos: Cuerpo de Reportajes, Artes y Letras. Revistas: De Libros, Del Campo, El Sábado, Wikén, El Domingo, Ya, Timón y Vivienda y Decoración.	- Venta: 153 mil 872 a la semana con proyección de 615 mil ejemplares promedio al mes. - Índice de lectoría: 381 mil 125 lectores en Santiago como promedio semanal. - Fuente: ANP/KPMG. -Periodo enero-junio 2006.
La Cuarta	Nacional	Editado por Consorcio Periódico de Chile, Copesa. Grupo Saieh.	Secciones: Crónica, La Cuarta Deportiva, La Cuarta Espectacular, La Vuelta al Mundo, El dedo en la llaga, Ventanita Sentimental. Productos: Vida Afectiva y Sexual.	- Venta: 146 mil 723 a la semana con proyección de 586 mil ejemplares promedio al mes. - Índice de lectoría: 457 mil 052 lectores en Santiago como promedio semanal. - Fuente: ANP/KPMG. -Periodo enero-junio 2006.
La Tercera	Nacional	Editado por Consorcio Periódico de Chile, Copesa. Grupo Saieh.	Secciones: Política, Mundo, Nacional, Tendencias, Negocios, eClass, Deportes, Hípica, Cultura, Espectáculos y Vitrina. Productos: Revista Deportes, Revista Mujer, Glamorama, Icarito, Virus, Mouse, Ediciones Especiales, Reportajes del Domingo.	- Venta: 131 mil 783 a la semana con proyección de 527 mil ejemplares promedio al mes. - Índice de lectoría: 258 mil 591 lectores en Santiago como promedio semanal. - Fuente: ANP/KPMG. -Periodo enero-junio 2006.

PRENSA REGIONAL	COBERTURA	CONTROLADOR	SECCIONES/PRODUCTOS	CIRCULACIÓN/LECTORÍA
Austral de la Araucanía	IX Región	Editado por Sociedad Periodística Araucanía S.A., filial de El Mercurio S.A.P.	Secciones: Opinión, Crónica, Economía, Deportes, Espectáculos, Reportajes, El Mundo. Productos: Campo Sureño, Ediciones Especiales.	-56% de venta semanal en la región según estudio de lectoría del año 2003 (Consultora Cheskin). - Venta: se supone una circulación cercana a los 21.300 ejemplares (Fuente SII). - Índice de lectoría: $x 4 = 85.200$ lectores (fuente SII).
Última Hora	IX Región	Editado por Sociedad Periodística LCL Ltda.	Secciones: Variables Productos: Sin información	- Venta: sin información disponible - Índice de lectoría: sin información disponible
Chañarcillo	III Región	Editado por Sociedad Editora y Periodística El Chañar S.A.	Secciones: Crónica, Política, Policial, Deportes, Economía y Minería, Opinión, Chile y el Mundo, y Cultura y Espectáculos. Productos: Sin información	- Venta: 4.500 ejemplares en circulación y 1000 suscriptores - Índice de lectoría: 18.000 potenciales lectores según regla x4
Atacama	III Región	Editado por Sociedad Periodística El Norte S.A., filial de El Mercurio S.A.P.	Secciones: Opinión, Crónica, Policía, Economía, Minería, Comuna, Deportes, Espectáculos y El Mundo. Productos: Ediciones especiales como Mundo Minero y Mundo Estudiantil.	- Venta: circulación informada de 3 mil 500 ejemplares semanales con proyección de 14 mil números al mes a nivel regional. - Índice de lectoría: se aplica regla general x 4. - Fuente: Diario Atacama.

La agenda informativa: datos descriptivos del período noticioso analizado

Periodo	Principales hechos noticiosos
11 de marzo al 11 de abril	<ul style="list-style-type: none"> • Puesta en marcha del plan de "36 medidas" para los primeros cien días de gobierno: Inauguran primeras salas cuna gratuitas como parte del cuidado a la infancia y como incentivo a la participación laboral femenina. • Gobierno anuncia envío de los tres primeros proyectos sociales: reajuste de jubilaciones mínimas, pago de asignaciones familiares a las madres y acceso automático de adultos mayores a pensiones asistenciales. Se da inicio a atención gratuita a mayores de 60 años en el sistema público de salud. • Se constituye Consejo Asesor para la Reforma Previsional (Comisión Marcel) • Mideplan anuncia reemplazo de ficha CAS por ficha de Protección Social. Mideplan anuncia nuevo sistema de protección social. • Comienza trabajo de Consejo Asesor para Políticas de la Infancia.
11 de junio al 11 de julio	<ul style="list-style-type: none"> • Reciente creación del Consejo Asesor para la Educación (7 de junio) • El 19 de junio se cumplen los primeros 100 días de gobierno y La Moneda declara cumplido el Plan de 36 medidas. • Recrudece Toma de Peñalolén: 250 familias sin casa. • Gobierno lanza plan de apoyo a Mypes y creación de empleos. • Consejo Asesor para Políticas de la Infancia entrega informe a la Presidenta el 29 de junio. • Consejo Asesor para la Reforma Previsional entrega informe al gobierno el 7 de julio.

ANÁLISIS: MEDIOS DE CIRCULACIÓN NACIONAL Y REGIONAL

Capítulo VII

LA PRENSA BAJO LA LUPA DE LA POBREZA

LA PRENSA NACIONAL

Como se ha señalado, el presente estudio ha pretendido explorar la forma cómo la prensa escrita aborda y presenta los problemas de la pobreza. Ese análisis, pensando en situarlo en contextos políticamente más pertinentes, se efectuó en torno a dos hitos bien definidos: La asunción de la Presidenta Michelle Bachelet y el cumplimiento de los primeros cien días de su Gobierno.

Lo que se ha buscado es precisamente visualizar cómo la industria medial y también la sociedad plantean estas discusiones, en momentos altamente significativos para la agenda política.

Si bien no es posible hacer generalizaciones taxativas, sí es factible identificar tanto las tendencias que desnudan carencias y nos muestran problemas, como aquellas que iluminan interesantes esfuerzos y nos plantean desafíos.

Metodológicamente, se ha intencionado el análisis en torno a categorizaciones que permiten indagar sobre: i) la jerarquía editorial que a estos temas le asignan los medios, ii) las voces y sujetos que intervienen en la construcción del relato, iii) el lenguaje y los arquetipos que se presentan y iv) la perspectiva o foco editorial sobre la noticia.

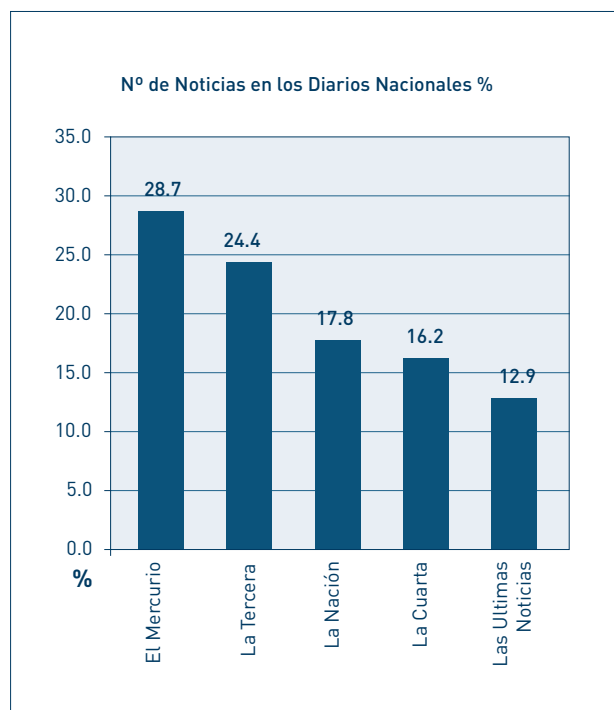
Pero más allá del estudio individual de categorías, lo interesante es inferir la actitud de los medios ante estos asuntos públicos y, sobre todo, frente a los ciudadanos que hoy están marginados política y

socialmente del desarrollo. Desde esa observación podremos plantear preocupaciones, proponer ideas y debates.

POBREZA Y JERARQUÍA EDITORIAL

Existe una presencia austera de los temas vinculados a la pobreza en el comento en la agenda noticiosa de los diarios analizados, sin embargo hay indicios que plantean perspectivas eventualmente de cambio, más en la línea de la preeminencia, que en la discusión sobre la equidad e inclusión social que ha comenzado a adquirir el discurso público.

En los dos períodos estudiados (11 marzo - 11 abril y 11 junio - 11 julio), un total de 512 noticias estuvieron centradas o asociadas a temas de pobreza en los diarios El Mercurio, La Tercera, Las Últimas Noticias, La Cuarta y La Nación.



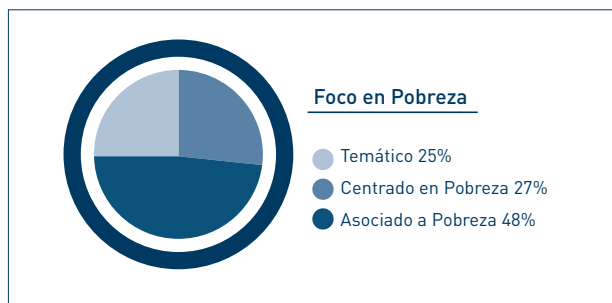
Esta distribución, eso sí, no ha sido homogénea. El Mercurio y La Tercera concentran el 53.1% de las publicaciones (28.7% y 24.4%, respectivamente). Ninguno de los otros medios publica más de una noticia al día como se observa en el cuadro, incluido La Nación que es el periódico ligado al gobierno.

Número promedio de apariciones diarias de noticias de pobreza en los periódicos

Periódico	Promedio de noticias por diario publicadas en los dos periodos analizados.
El Mercurio	2.47
La Tercera	2.36
Las Últimas noticias	1.48
La Cuarta	1.80
La Nación	1.66

Lo anterior permite inferir que más allá de las eventuales diferencias políticas entre las distintas líneas editoriales de los medios, existe un enfoque que no prioriza en la pauta noticiosa el problema de la pobreza, la inequidad y exclusión social, temas centrales hoy para un país que aspira a lograr el desarrollo al 2010.

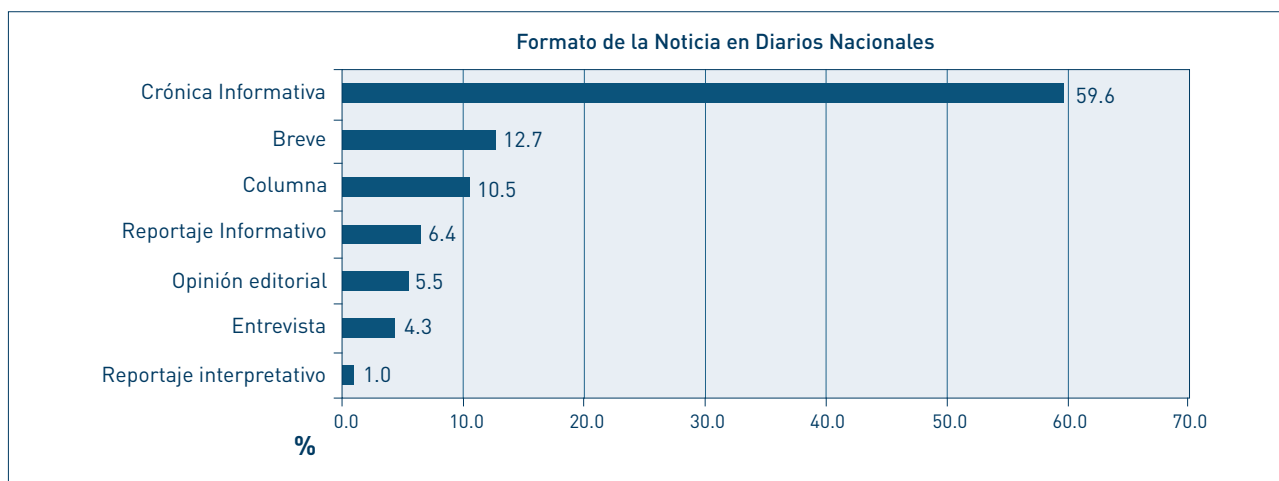
En línea con estas apreciaciones y resultados, el estudio arrojó que un 72,6 por ciento de las noticias eran asociadas a pobreza o lo que se definió como temáticas (mencionaban el tema, pero no contenían sujeto o lugar de pobreza). Apenas un 27,3% de las publicaciones fueron redactadas centradas en estos tópicos. Este resultado es en cierta medida coherente con las características multidimensionales del tema de la pobreza, lo que hace que la asociatividad a otras temáticas sea abundante. El problema se plantea cuando esta asociatividad no es investigada rigurosamente y pasa desapercibida por el lector, lo que se manifiesta en la percepción parcializada del tema.



La renovada preocupación por las personas en situación de pobreza, expresada con fuerza en la campaña presidencial reciente y la idea de construir un “sistema de protección social para el Bicentenario”, no se ha traducido todavía en una priorización mediática significativa, que permita enriquecer el debate sobre las estrategias de inclusión social.

Refuerza esta conclusión el hecho que el 54,5% de las noticias publicadas ocupan un cuarto de página o menos. En contraste, sólo un 13,5% que corresponden a crónicas o reportajes de una plana de extensión.

Por lo mismo, no extraña que un 72,3% de las noticias sean breves o crónicas informativas, mientras que sólo un 6,4% esté constituido por reportajes. No obstante todo lo anterior, resulta interesante que un 10,5% de las informaciones correspondan a columnas de opinión.



En ese mismo sentido, el análisis indica que la sección de Opinión / Editorial es una de las tres donde más se concentran artículos sobre pobreza (13,7%). Las otras son Crónica (40,0%) y Sociales (21,1%), donde suelen relevase en un tono promocional actos o iniciativas asociadas a la lucha contra la pobreza.

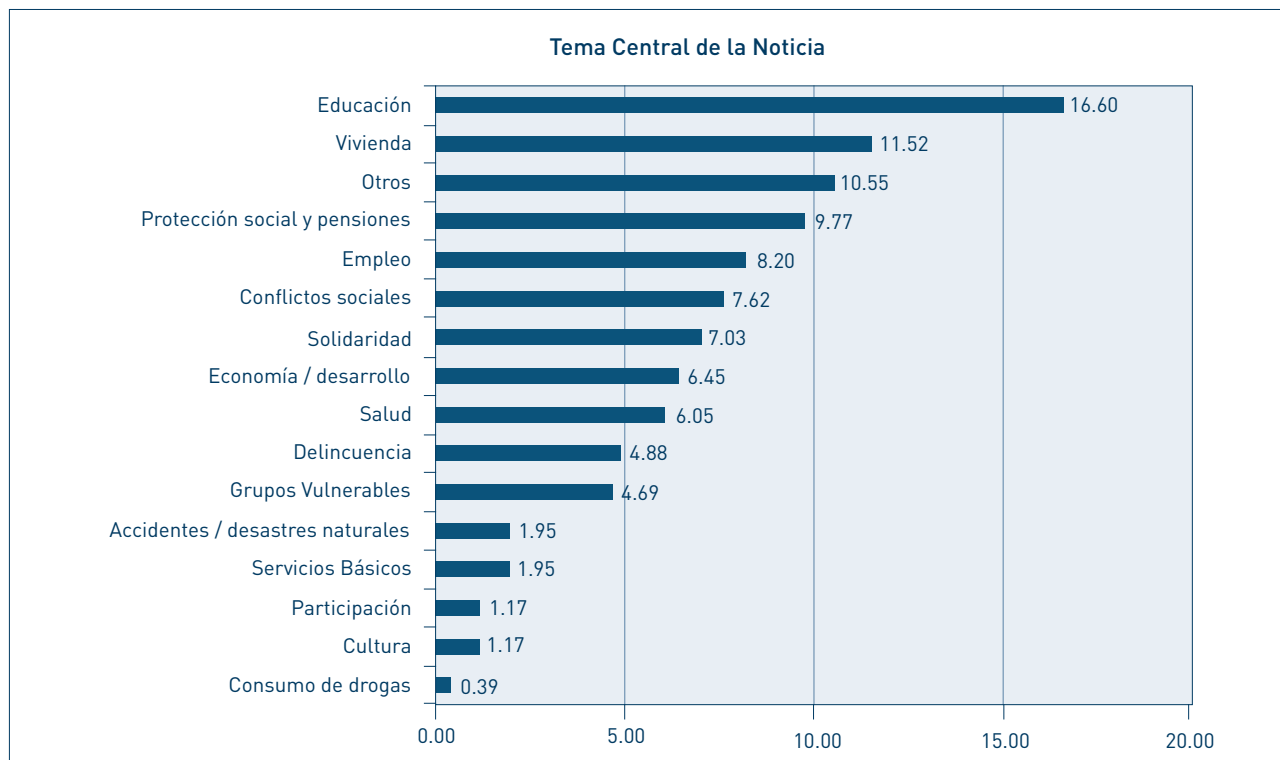
Si bien no existe un punto de comparación, por ser este el primer estudio en su tipo, pareciera posible aventurar que la austera presencia de la pobreza en la pauta noticiosa, incluso en épocas políticamente sensibles al tema, tiene como moneda de cambio una significativa presencia en la discusión editorial, lo que pudiere empujar o irradiar hacia las demás secciones de los medios.

El enfoque predominantemente informativo más que interpretativo de las noticias del estudio, está acompañado por un proceso de “nacionalización” de los temas. O sea, las noticias son construidas en un 46.7% con una mirada general, que particulariza poco en la situación regional o comunal (29.3%) lugar de origen y de distribución principal de los diarios El Mercurio, La Tercera, Las Últimas Noticias, La Cuarta y La Nación. Ello, como se verá, se traduce en una baja presencia de los sujetos en situación de pobreza como actores del relato, el cual tiende a despersonalizarse, a diferencia de lo que ocurre en regiones, en diarios de una misma cadena.

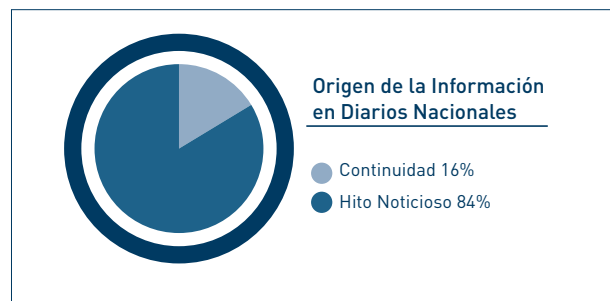
Los temas presentes:

Los temas predominantes en las noticias analizadas son aquellos que coinciden con grandes anuncios por parte del gobierno. Es así como Educación (16%) Vivienda (11.5%) y Protección Social (9.8%), dominan la agenda informativa. Los tres ámbitos son pilares del plan de gobierno y han sido generadores de diversos anuncios y medidas políticas ampliamente difundidas a través de los medios de comunicación.

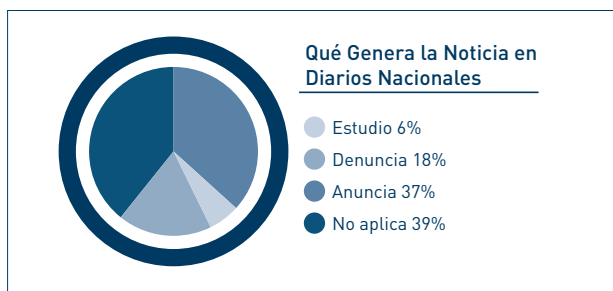
Se destaca que temas de alto impacto en televisión, no lo son para prensa escrita, como aquellos ligados a los desastres naturales o la delincuencia, que alcanzan porcentajes menores al 5%. Cabe señalar que la alternativa “otros” contiene un importante número de temas que no son posibles de reclasificar, por su dispersión y baja incidencia.



Al hacer el cruce entre origen de la información y jerarquía editorial, los datos también son coincidentes. Por ejemplo, un 83,8% de las informaciones tienen su motivación en hitos noticiosos (tomadas de terrenos, protestas, anuncios gubernamentales, entre otros).



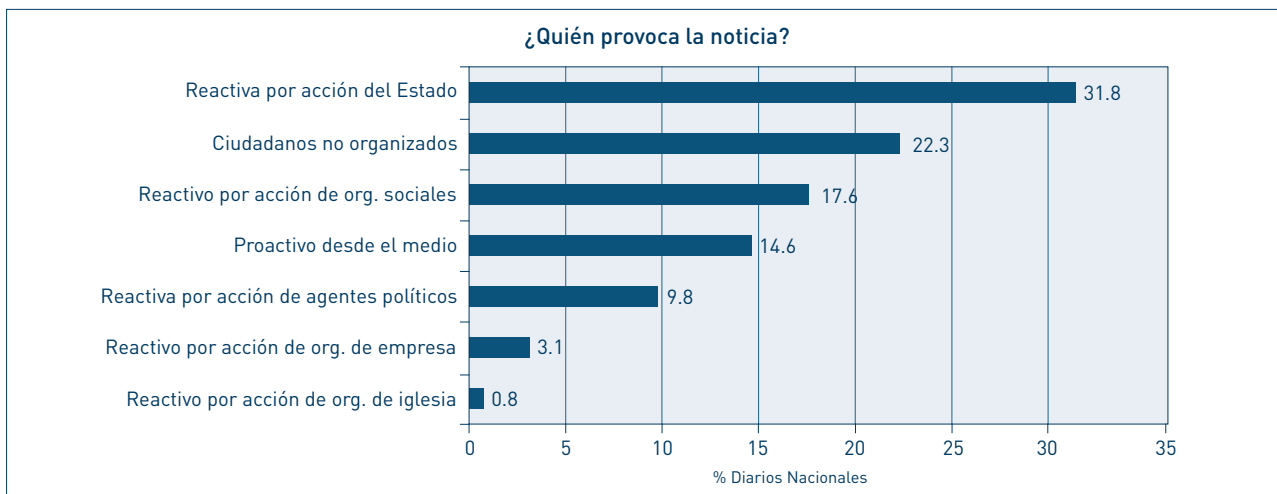
Como información complementaria, el estudio contempló clasificar esta información, de acuerdo al contexto o formato de origen que se eligió para dar a conocer la noticia. El gráfico señala que los anuncios fueron predominantes con un 37%, seguidos por las denuncias 18% y los estudios con un 6%. Cabe señalar que el 39% de las noticias no respondieron a esta clasificación.



En línea con esta información, se constató que los sujetos o actores que provocan o instan la información son externos al diario. De hecho, las noticias que son "Proactivas desde el medio" representan apenas un 14,6% del total de publicaciones y corresponden generalmente a columnas de opinión y editoriales.

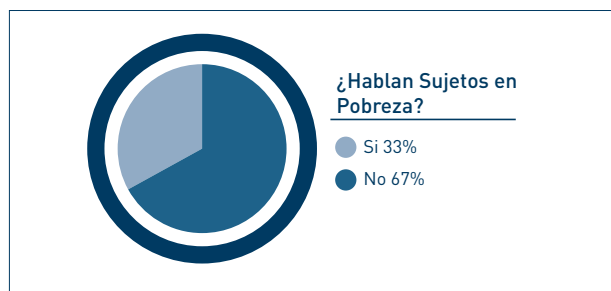
El estado es quien domina el escenario mediático en torno a la pobreza, ya que el 31,8% de las noticias son gatilladas por acción del mismo. Los ciudadanos no organizados y las organizaciones sociales son las que generan, después del Estado, el 22% y el 17,6% de las informaciones en la prensa escrita.

Destaca la baja proporción de noticias generadas por la incidencia de las iglesias y los actores políticos como generadores de este debate, la que se presenta como marginal o mínima.



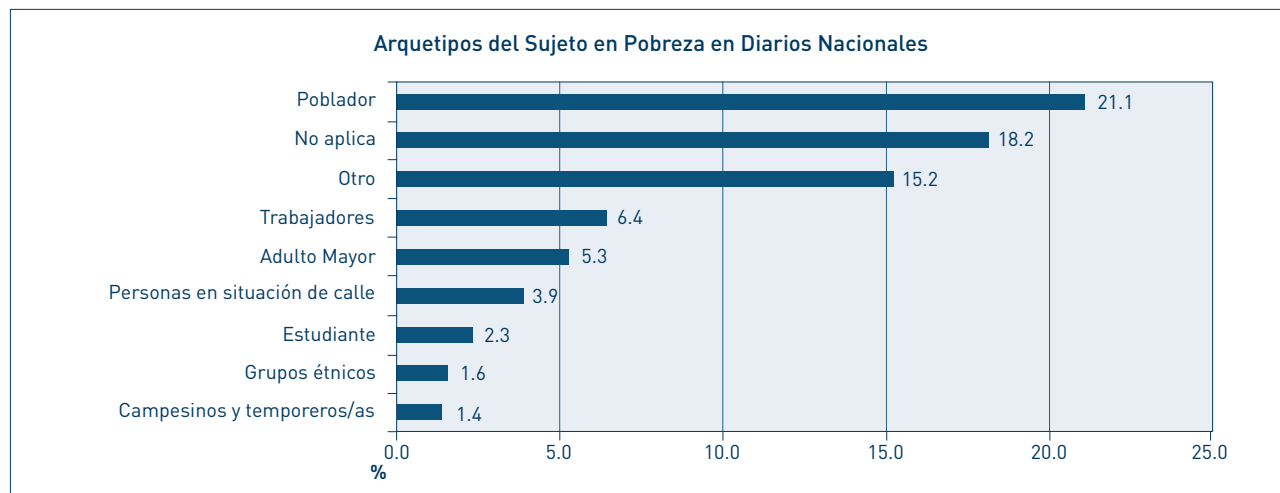
VOCES, SUJETOS Y LENGUAJES DE LA NOTICIA

En correspondencia con los resultados anteriores, el análisis de contenido efectuado a la muestra determinó que en el 67,1% de las informaciones no se identificaba a dirigentes o personas en situación de pobreza. O sea, de la pobreza se habla, pero excluyendo de ese diálogo a quienes la padecen.



Más aún, cuando se identifican es a través de generalizaciones. De hecho, en el 82,7 % de los casos sólo se les reconoce genéricamente como hombres o mujeres, sin mayores especificaciones.

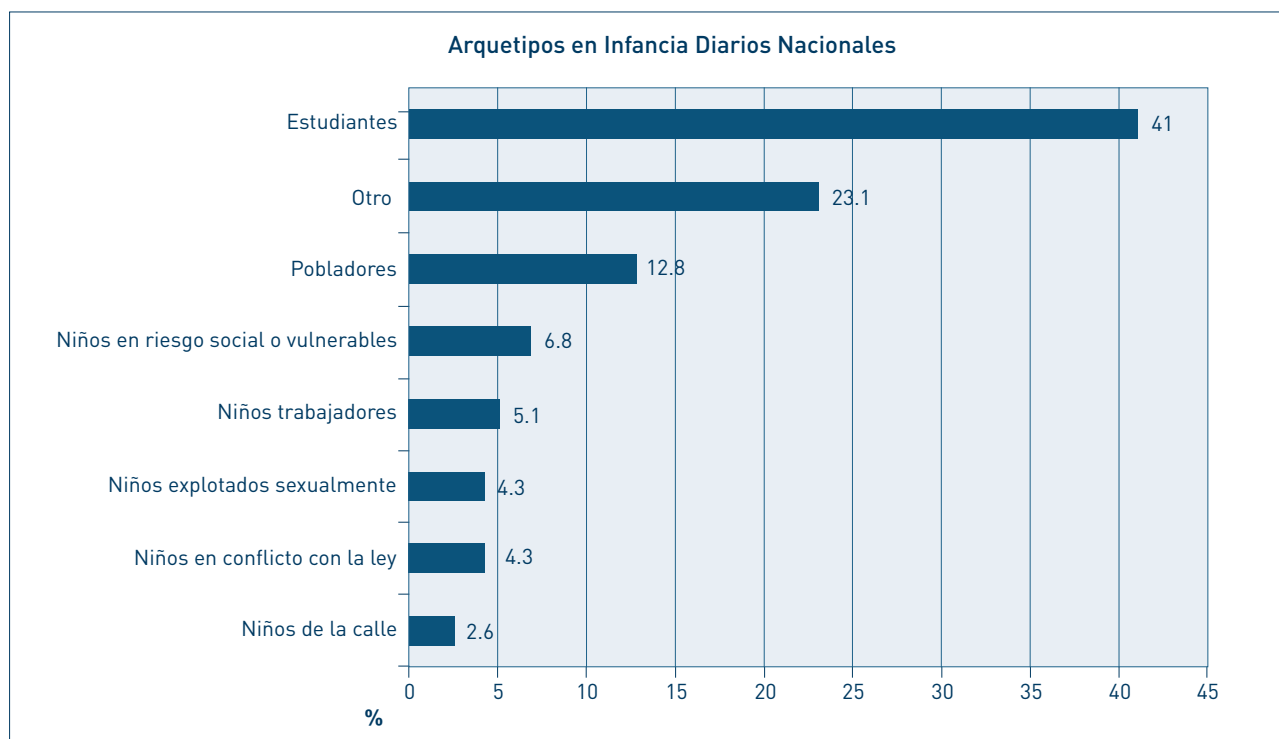
Los arquetipos más recurrentes, entendidos éstos como las imágenes más reiteradas que se posicionan sobre las personas en situación de pobreza, son los de poblador y adulto mayor, lo que pareciera estar en estrecha relación con la prioridad que tuvieron los conflictos de vivienda y los debates sobre el sistema de pensiones en los períodos analizados.



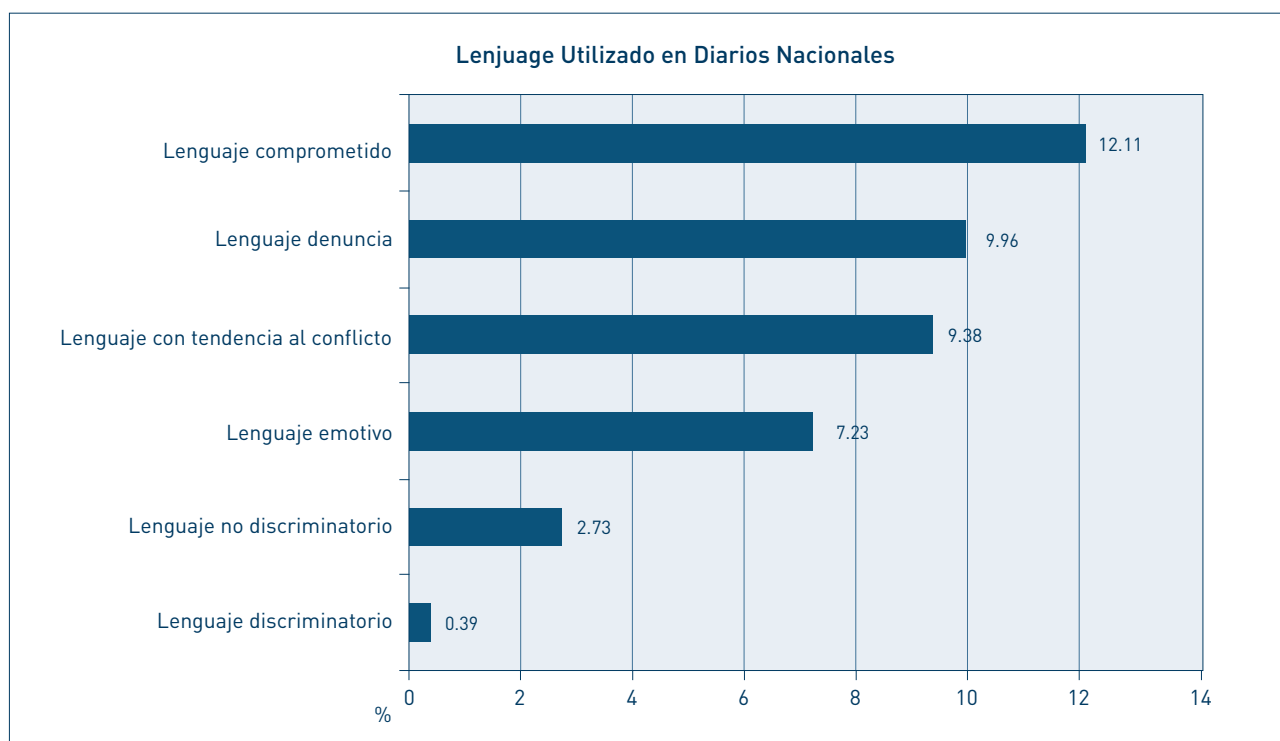
Cabe destacar positivamente la alta respuesta a la variable "No Aplica", pues indica la ausencia de construcciones de este tipo en el relato.

En el caso de la infancia, el actor más relevante fueron los estudiantes, lo que está relacionado obviamente con la crisis estudiantil de 2006.

No es posible, por tanto, establecer una intencionalidad o sesgo del medio, sino más bien se puede aventurar una falta de iniciativa de mostrar a las personas en situación de pobreza, sin los disfraces de la misma. Es decir, el que una noticia se produzca en una población, no reduce a sus habitantes a ser clasificados o definidos sólo por el lugar en el que habitan, antes que meros pobladores, son trabajadores, hombres, mujeres, entre otros.



Sin embargo, y en un plano positivo, coincidente tal vez con la preocupación expresada en la sección Opinión, los diarios utilizan mayoritariamente lenguajes catalogados como “descriptivo neutro” o “comprometido” frente a los temas de pobreza. Los relatos construidos en tonos con “tendencia al conflicto” (12,4%) o “discriminatorios” (0,5 %) son considerablemente bajos.

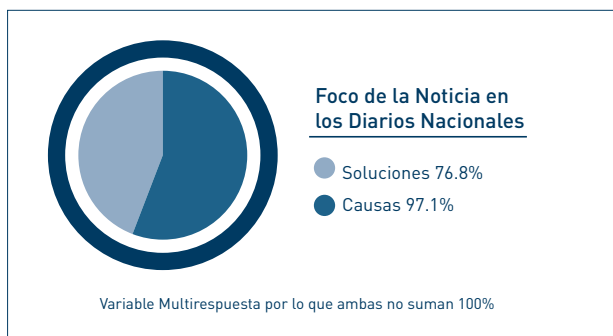


PERSPECTIVA Y FOCO EDITORIAL DE LAS NOTICIAS

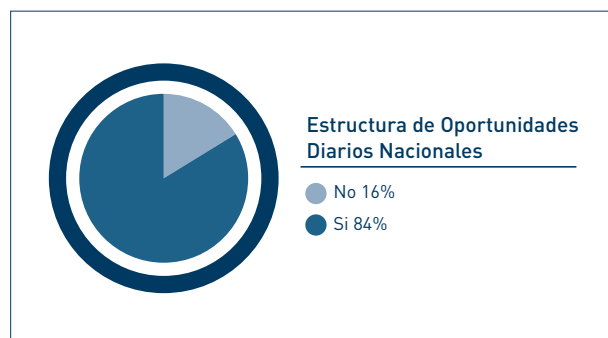
Hasta ahora se ha planteado que los resultados de la muestra develan una modesta presencia de informaciones sobre pobreza, ausencia de los sujetos en pobreza en los relatos y un lenguaje mayoritariamente neutro frente al tema y sus actores. Adicionalmente, se ha sostenido que hay un flujo de artículos editoriales significativo.

Todo lo anterior conforma un cuadro que describe una situación con matices, pero donde uno de los aspectos más relevantes tiene relación con la decisión editorial de los periódicos para identificar en sus relatos, tanto causas como soluciones a los problemas de pobreza involucrados en las noticias publicadas. O sea, de construir informaciones integrales, que no se queden en lo anecdótico.

En cifras, en el 97,1 % de las noticias los periodistas identifican las causas de los problemas, mientras que en un 76,8 % de los casos hacen lo propio con las soluciones.



En relación a la presencia de estructuras de oportunidades para la superación de la pobreza, presentes en la investigación periodística, se observa que en un porcentaje mayoritario se hace referencia a alguna de las estructuras posibles, lo que se explica en gran medida porque es el Estado el principal generador de noticias y es coincidentemente al que aparecen asociadas el mayor porcentaje de estructuras presentes en las noticias.



Los resultados evidencian que el Estado es el principal proveedor de soluciones (77,3%), seguido por la sociedad civil con un 27,7% de las menciones. También se contemplaron las estructuras de oportunidades provenientes desde: las acciones Individuales o familiares, las colectivas o comunitarias, las del mercado y finalmente las provenientes de la Iglesia.

En la siguiente tabla se observa las expresiones dominantes en que se dan las estructuras de oportunidades antes señaladas.

Estructura de Oportunidades y Estrategias identificadas en la Prensa Nacional

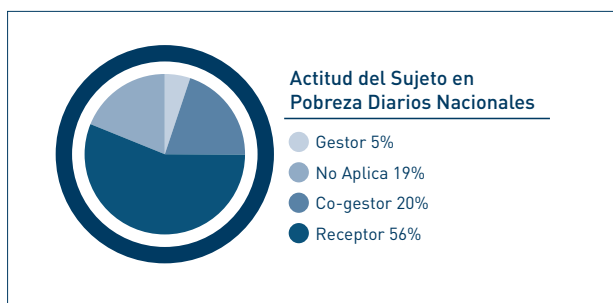
Estrategia identificada	Estructura de Oportunidades		Individuales o familiares		Colectivas o comunitarias		Estado		Sociedad Civil		Mercado		Iglesia	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Donaciones monetarias	1	3.8	0	0.0	1	0.4	10	12.0	4	23.5	0	0.0		
Donaciones Materiales	0	0	4	6.8	3	1.3	9	10.8	5	29.4	4	66.7		
Estudios / capacitaciones	3	11.5	0	0.0	9	3.9	16	19.3	5	29.4	0	0.0		
Servicios / programas	0	0	4	6.8	198	85.3	22	26.5	1	5.9	0	0.0		
Asesorías	0	0	1	1.7	5	2.2	10	12	0	0.0	0	0.0		
Trabajo Humano	16	61.5	12	20.3	2	0.9	14	16.9	1	5.9	0	0.0		
Redes / Vínculos	6	23.1	41	69.5	16	6.9	20	24.1	1	5.9	2	33.3		
Infraestructura	0	0	1	1.7	25	10.8	4	4.8	1	5.9	0	0.0		
Otros	2	7.7	1	1.7	3	1.3	0		1	5.9	0	0.0		
Fichas con respuestas	26	100	59	100	232	100	83	100	17	100	6	100		

El mercado, como el sector que entrega soluciones en torno a la superación de la pobreza, es visualizado sólo en un 5,7% de las veces. Este último punto revela una contradicción interesante, pues mientras los medios y actores suelen insistir en que el desarrollo sólo es posible, a través del perfeccionamiento del mercado como generador de crecimiento, lo cierto es que al hablar de pobreza todos vuelcan sus mira-

das al Estado, independiente de la postura editorial de los medios.

Pero, desde una mirada más global, este resultado también pudiere denotar la incapacidad de la sociedad civil de auto generar instancias de desarrollo o de comunicar y visibilizar su quehacer. Quizás también, la ausencia de políticas significativas de fomento al desarrollo social comunitario.

Este resultado es coherente con la forma en que es presentado el sujeto en pobreza en la noticia. "Receptor" es la manera en que es identificado mayoritariamente el sujeto, mientras que visiones más promocionales de los esfuerzos que realizan día a día familias que tienen que lidiar con la pobreza, como gestor o co-gestor, tienen porcentajes bastante menores.



UNA MIRADA HACIA LAS REGIONES

Como se señaló con anterioridad, se incluyeron en este estudio cuatro periódicos con cobertura en las regiones de Atacama y de la Araucanía: Diario Atacama y El Chañarillo de la Región de Atacama, y La Última Hora y El Austral de la Araucanía, de la Novena Región. Estas regiones se seleccionaron a partir de la alta presencia relativa de población en situación de pobreza en ellas, según las mediciones de la Encuesta Casen realizadas desde 1987 a 2003. También se consideró relevante su disparidad geo-

gráfica y sus diversas características respecto de los recursos naturales, actividades productivas, culturales y realidad demográficas.

Cabe señalar que a diferencia del análisis en los medios de circulación nacional, para el caso de la mirada hacia regiones se determinó un intervalo de tiempo único en el análisis, que corresponde al primer periodo general, esto es, del 11 de marzo al 11 de abril de 2006.

Breve caracterización de la pobreza en las regiones de Atacama y de la Araucanía⁽¹¹⁾

	POBREZA	INDIGENCIA	TOTAL
NACIONAL	14.1%	4,7%	18.8%
ATACAMA	16.8%	8.1%	24.9%
ARAUCANÍA	20.2%	9.5%	29.7%

Al igual que en el resto del país, la incidencia de la pobreza en ambas regiones ha disminuido de forma considerable desde 1990 a la última medición realizada en 2003. La región de La Araucanía pasó de un 46.4% en 1990 a un 29.7% en 2003. En tanto que la región de Atacama registró un 34,2% en 1990 y menos de un 25% en 2003. Sin embargo, hay comunas de ambas regiones que aún presentan niveles de indigencia superiores al 10% como Chañaral (11.8%) en Atacama y Toltén (16.8) en La Araucanía. Que persistan niveles significativos de personas que no tienen ingresos suficientes para satisfacer sus nece-

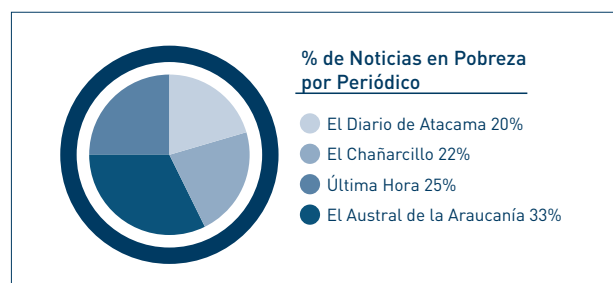
(11) Según Encuesta CASEN 2003. En www.mideplan.cl

sidades mínimas y que viven con menos de una canasta básica mensual, da cuenta de territorios donde la pobreza extrema es aún una realidad extendida, que se agudiza en las zonas rurales y aisladas.

Pobreza y Jerarquía Editorial

Los resultados indican que existe una alta presencia de noticias con contenido de pobreza en los cuatro periódicos analizados, pues se registró un total de 428 noticias de este tipo en el período único estudiado, es decir, un promedio de 3.5 noticias por diario. El periódico con más noticias fue el Austral de la Araucanía, con casi 5 noticias diarias.

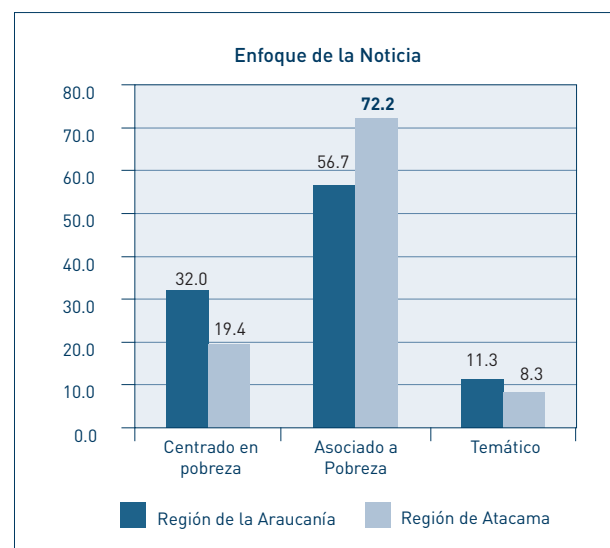
Se comprueba asimismo que las noticias sobre pobreza en los diarios de La Araucanía superan ampliamente al número de éstas registrado en los diarios de Atacama, situación que ciertamente se puede vincular a la alta incidencia de pobreza que existe en la región y sobretodo la alta indigencia y pobreza de sus comunas. En al menos 19 comunas de la región existe indigencia mayor al 10% y en al menos 7 comunas la pobreza total supera el 40%.



La gran mayoría de las noticias analizadas se encontraron en la sección Crónica con porcentajes mayores al 50% en el caso del Austral de la Araucanía y Última Hora, y mayores al 70% en Diario Atacama y El Chañarillo.

En cuanto a la extensión de las noticias, una gran mayoría ocupó menos de un cuarto o un cuarto de página. Y en relación al día de la semana en que fueron publicadas, la distribución es homogénea.

Es interesante constatar también que una gran mayoría de las noticias corresponden en su localización, a noticias sobre la misma región de circulación del diario: 67.6% en el caso de La Araucanía y 75.7% en el caso de Atacama.



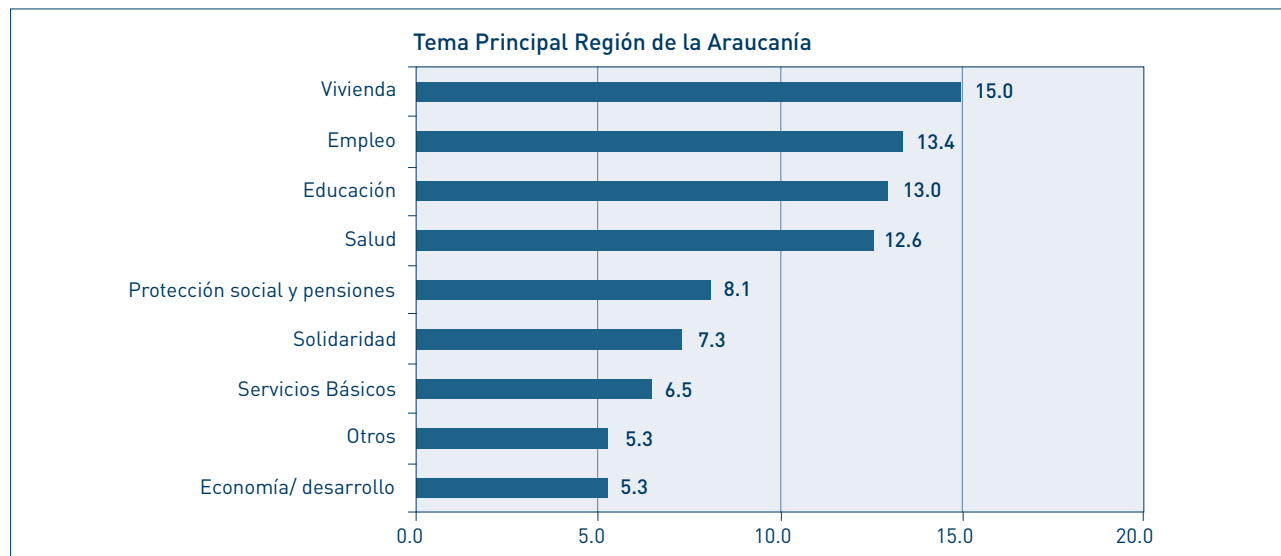
De las 428 noticias analizadas, la mayoría corresponde a noticias asociadas a pobreza, es decir, noticias cuyo foco o tema principal no es la pobreza sino que la aluden o vinculan a partir de otras temáticas. Consistente con el mayor número de noticias registradas en los diarios de La Araucanía, se detectó que más de un 30% de ellas se centra en la pobreza, versus un 19.4% en los diarios de Atacama.

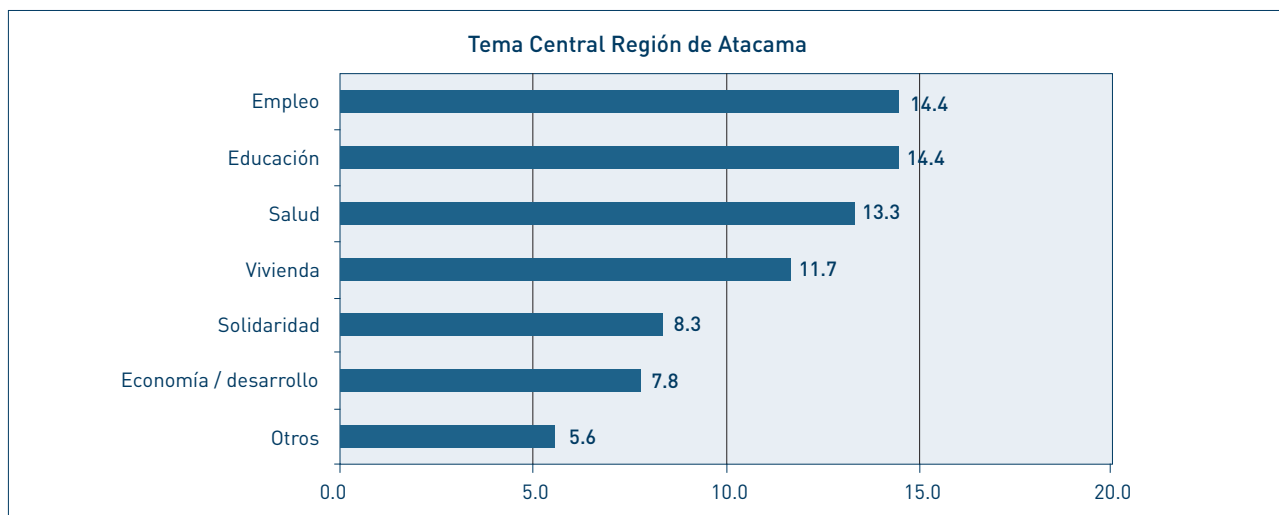
Al indagar en los temas que más se presentan en las noticias centradas y asociadas a la pobreza, se obtuvo un predominio del tema Vivienda en los diarios de La Araucanía y del tema Empleo en Atacama.

Es interesante notar que Empleo y Educación son temas importantes en ambas regiones, así como Salud y Vivienda, pues se ubican en los cuatro primeros lugares.

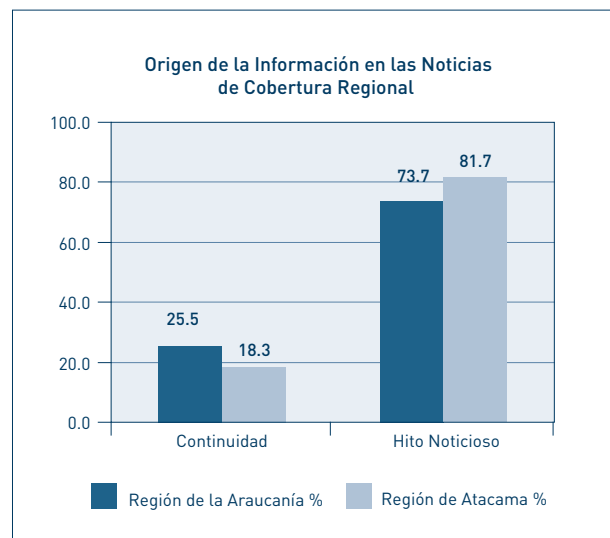
Cabe señalar que este resultado se conecta con la agenda política del período, pues los diversos anuncios correspondientes a las “36 medidas” que el gobierno recién asumido se planteó, se enmarcan justamente en los temas predominantes.

La diferencia que se puede observar entre las regiones en torno a los temas predominantes, es que Protección Social y Pensiones es frecuente en los diarios de La Araucanía, y no así en Atacama.



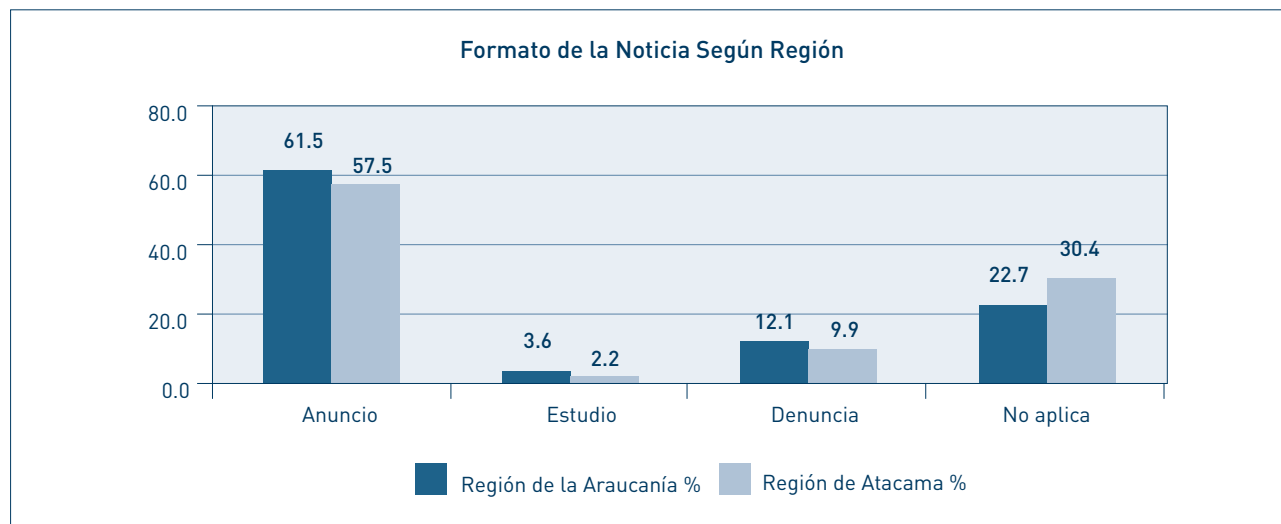


Con respecto a las ausencias, se debe señalar que los temas con menos presencia en los diarios de ambas regiones son Cultura, con menos del 3% y Delincuencia, Consumo de Drogas y Participación con menos del 2%. Tampoco se encuentra contenido de pobreza con temas como desastres naturales o tragedias. Aún cuando varias de estas noticias se situaban en lugares donde existe pobreza, como por ejemplo en el caso de incendios en poblaciones o accidentes, la sola vinculación de lugar no permitía incorporarlas al análisis, de acuerdo a la pauta metodológica señalada, pues no se encontraban conceptos ni sujetos en pobreza con espacio para expresarse.



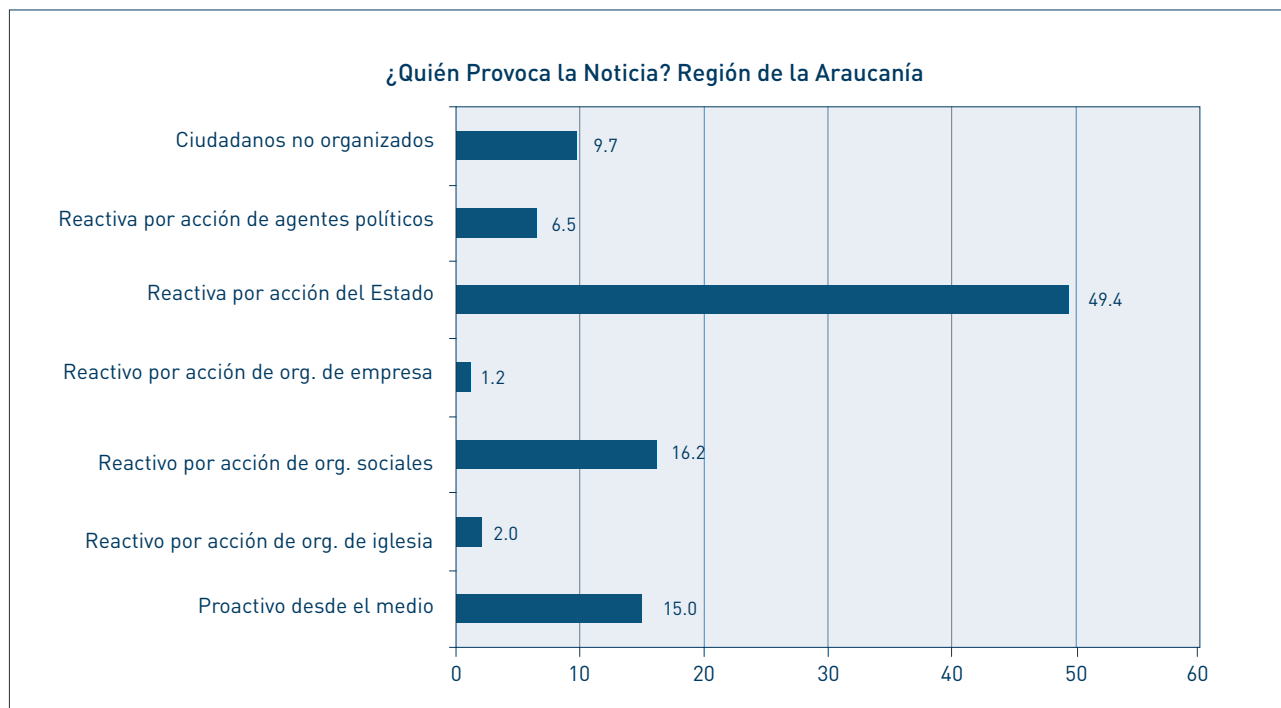
La gran cantidad de noticias analizadas que tuvo su origen en un hito noticioso se relaciona estrechamente con la gran cantidad de anuncios - cerca de un 60% en ambas regiones - registrados en el período, y que tienen que ver también con los resultados en cuanto al tema de la noticia: los anuncios de la autoridad correspondieron a medidas que se implementarían para las áreas de la política social más importantes para los grupos vulnerables, como son la salud, la educación, el empleo y la vivienda.

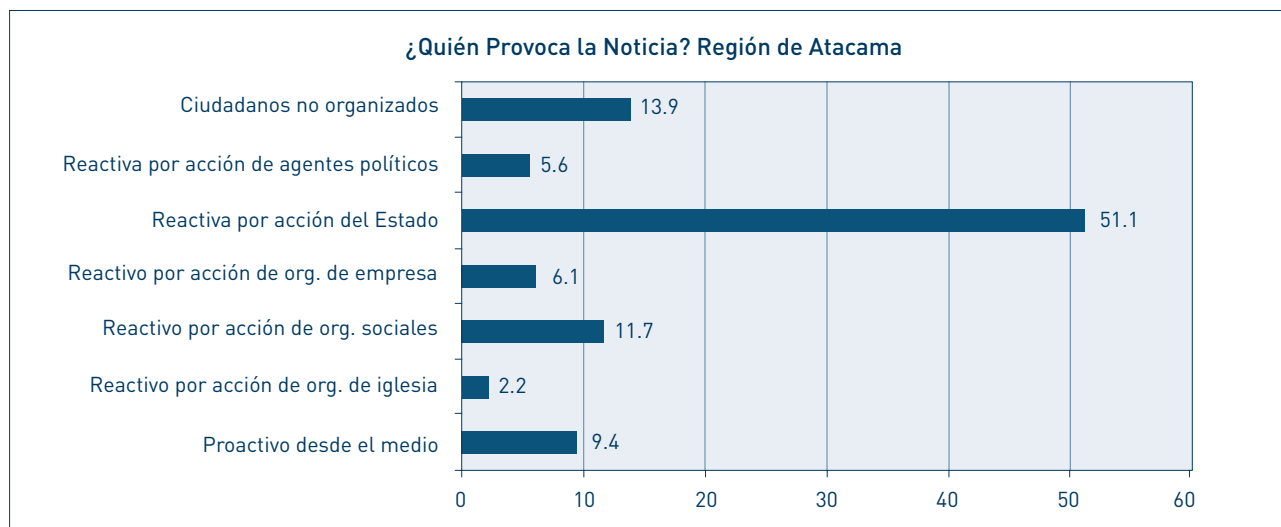
Es así como se registra un bajo número de noticias que hacen seguimiento a estos anuncios, y por lo tanto, tenemos que los diarios dan cuenta de las medidas anunciadas, pero no vuelven a abordarlas desde aristas distintas o profundizando.



Un porcentaje relativamente alto de noticias no se generaron ni en denuncias, estudios ni anuncios, sino que correspondían a hechos noticiosos del día con diversos orígenes.

Al analizar el origen de las informaciones en relación a la institucionalidad que las provocaba, el resultado fue coincidente con la alta cantidad de anuncios gubernamentales del período, correspondientes a las “36 medidas”. Es así como el Estado, comprendido como el gobierno central, los gobiernos regionales, los servicios y los municipios, concentra la mayoría de las noticias en los diarios de las regiones.



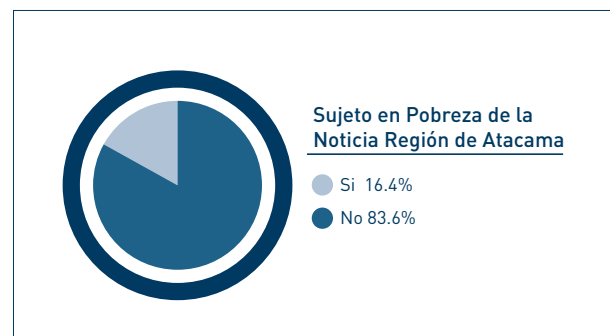
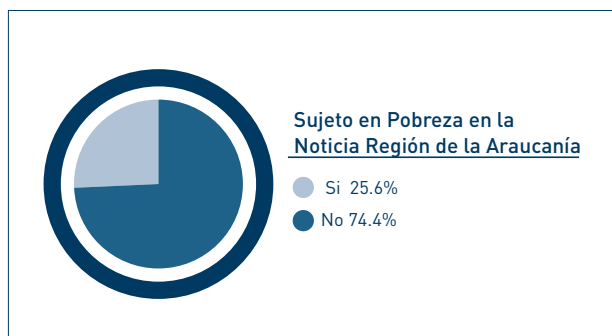


El resultado en relación a noticias originadas por organizaciones sociales de La Araucanía y Atacama (16,2% y 11,7%, respectivamente) es interesante, pues son noticias sobre o que nacen por el interés de organizaciones sin fines de lucro, y organizaciones sociales de base, en torno a sus inquietudes y problemas, que los medios visibilizan y difunden. También es llamativa la proactividad registrada por parte del medio. En este sentido cabe señalar que corresponde en gran cantidad a contenido de pobreza detectado en columnas de opinión y editoriales, géneros que dan cuenta de la decisión editorial del medio por abordar determinadas temáticas, que no necesariamente son contingentes en la pauta diaria. Con respecto al género o tipo de información, se descubrió que la Crónica Informativa es el predominante en ambas regiones, pero con algunas diferencias:

en el caso de los diarios de La Araucanía, ésta corresponde al 52,6%, mientras que en Atacama a un 71,3% de las noticias. El segundo género más frecuente en ambas regiones es el Breve y se constata gran escasez de Reportajes informativos o interpretativos.

Voces, sujetos y lenguajes de la noticia

A pesar de la alta cantidad de noticias con contenido de pobreza detectadas en la muestra, en éstas no está presente en forma predominante quien sufre la situación o problema específico de pobreza. En La Araucanía, sólo un 25,6% de las noticias identificaban a personas en situación de pobreza o dirigentes sociales que los representan. En Atacama, es aún menor esta presencia, con un 16,4%.



Al analizar ¿quién habla? en las noticias, el resultado es afín con los señalados anteriormente en torno a la institucionalidad que origina la información: el gobierno, las autoridades locales y regionales, concentran la mayor cantidad de participación como voceros de la noticia, es decir, como fuentes a las que el periódico acudió para informar y construir la noticia.

Cabe señalar que los casos en que no se pudo establecer vocería (14.8%) corresponden a noticias breves o crónicas sin declaraciones.

Un porcentaje menor, pero no insignificante, identificaba efectivamente a personas en situación de pobreza o dirigentes sociales en las noticias. Sin embargo, al analizar si éstos “hablaban” en las noticias, los resultados son muy negativos.

Perfil de Vocería	Región de la Araucanía	Región de Atacama	Total
Gobierno	13.7	7.9	11.2
Autoridades/ funcionarios municipales	6.4	9.1	7.6
Autoridades/funcionarios regionales y provinciales	12.8	27.9	19.3
Experto técnico o académico	6.8	6.7	6.8
Dirigentes sociales	10.0	4.2	7.6
Personas en situación de pobreza	9.6	3.0	6.8
No aplica	13.7	16.4	14.8

Nota: en la tabla se incorporaron las respuestas con más alta frecuencia.

Las características del lenguaje predominante corresponden a las propias de la Crónica Informativa, es decir, un lenguaje Descriptivo o Neutro, en el 63% de las noticias.

Lenguaje Predominante Según Cobertura del Periódico						
	Región de la Araucanía		Región de Atacama		Total	
	n	%	n	%	n	%
Lenguaje con tendencia al conflicto	5	2.3	0	0	5	1.3
Lenguaje descriptivo o neutro	141	64.4	101	61.2	242	63
Lenguaje emotivo	15	6.8	15	9.1	30	7.81
Lenguaje comprometido	38	17.4	37	22.4	75	19.5
Lenguaje denuncia	14	6.4	10	6.1	24	6.25
Lenguaje discriminatorio	1	0.5	0	0	1	0.26
Lenguaje no discriminatorio	5	2.3	2	1.2	7	1.82
Total	219	100	165	100	384	100

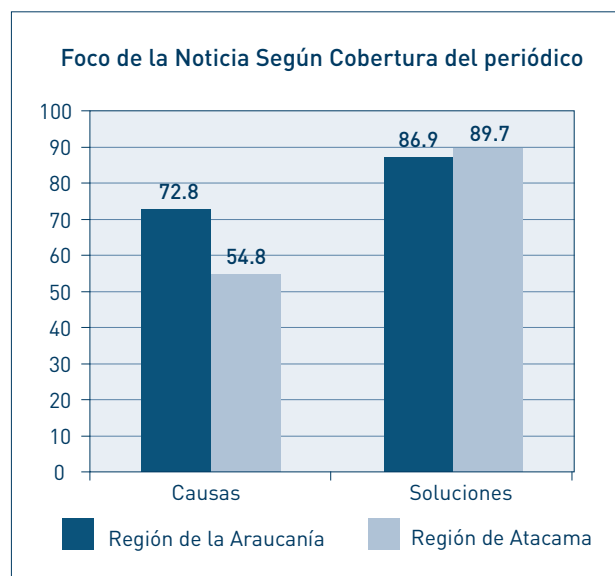
Con respecto a los arquetipos identificables en las noticias, se reveló que el más frecuente es “Poblador” (21.9% en La Araucanía y 20% en Atacama), seguido de “Trabajador” (13.9% y 13.2%) y “Adulto Mayor” (12.7% y 11.4%).

Sin embargo es positivo el resultado con respecto a las noticias donde no se identificó arquetipos de ningún tipo, pues alcanza al 37.6% en los periódicos de La Araucanía y a un 19.6% en los de Atacama.

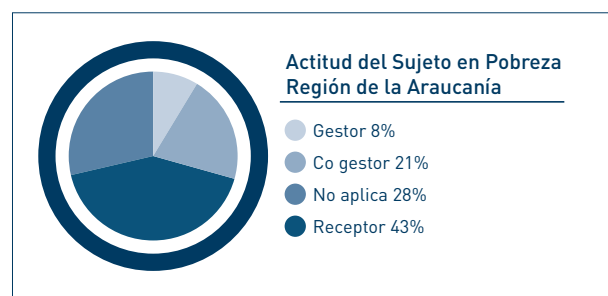
Más marcada es esta situación con respecto a los arquetipos en infancia. En los diarios de ambas regiones se detectó que más de un 70% de las noticias no contenían arquetipos. En las que sí habían construcciones de este tipo, se detectó a “Estudiantes” (15.2% en La Araucanía y 13.2% en Atacama), como la más significativa.

Perspectiva y Foco Editorial de las Noticias

Se ha establecido en los resultados, que los diarios presentan gran cantidad de noticias con contenido de pobreza durante el período estudiado y que sin embargo, las personas en situación de pobreza o los dirigentes sociales no son predominantes como voceros que están presentes en el relato periodístico. Es ahora necesario analizar los puntos clave sobre el tratamiento de la pobreza en los periódicos, es decir, preguntarnos si las noticias visibilizan las causas y soluciones de los hechos informados, si existe estructura de oportunidades para superar la pobreza y en qué consiste, y cómo es presentado el sujeto en situación de pobreza en cuanto a su actitud.



Un alto porcentaje de noticias presentan causas y soluciones de los hechos informados, característica que da cuenta de una construcción global de las noticias, que no se queda en la mera constatación de los hechos.



Aún cuando no participen como voceros en las noticias, son siempre personas y comunidades las que viven y sufren los problemas de pobreza que están presentes en las noticias. Por ello, se les alude y tienen cierta presencia en cada noticia. Es por ello que se analizó con qué actitud son presentadas o relatadas las personas en situación de pobreza. En un 28% de las noticias no se identificó una actitud al respecto, sin embargo en una mayoría de 43% de las noticias se detectó que las personas y comunidades en situación de pobreza son presentadas como meros receptores de beneficios o servicios, o beneficiarios de medidas que anuncia la autoridad, es decir, tienen una actitud pasiva frente a su problema de pobreza. Predomina aquí una perspectiva asistencialista con respecto a las personas en situación de pobreza.

En un 21% de las noticias los sujetos en pobreza son presentados como co-gestores, es decir, con una actitud proactiva de cooperación con otros que los ayudan o asesoran para solucionar su situación. Sin embargo sólo en un 8% de las noticias se los muestra como únicos responsables de acciones de superación, es decir, como gestores, activos en la búsqueda de soluciones.

Región Estructura de Oportunidades	Región de la Araucanía		Región de Atacama		Total	
	n	%	n	%	n	%
Individuales o familiares	18	9.2	13	9.2	31	9.2
Colectivas o Comunitarias	38	19.4	18	12.8	56	16.6
Estado	160	81.6	101	71.6	261	77.4
Sociedad civil	21	10.7	28	19.9	49	14.5
Mercado	4	2.0	12	8.5	16	4.7
Iglesia	4	2.0	3	2.1	7	2.1
Otro	2	1.0	3	2.1	5	1.5
	196	100	141	100	337	100

Con respecto a la existencia en las noticias de estructuras de oportunidades que las personas en situación de pobreza puedan aprovechar para superar el problema, se establece que en un 89.5% de las noticias, está presente alguna estructura de este tipo. Con respecto a quién o qué institucionalidad la ejecuta, se detectó que en un gran porcentaje es el Estado [77.4%] la entidad responsable, y en menor

medida la Sociedad Civil (14.5). Es relevante eso sí, el porcentaje de estructura de oportunidades generada desde la propia colectividad o comunidad pobre (16.6%), resultado coherente con la actitud de co-gestión analizada anteriormente.

Al analizar en qué consiste la acción realizada para superar pobreza, se determinó que la predominancia está en servicios y programas desde el Estado (76.9% en las noticias cuya estructura de oportunidades fue dada por el Estado).

Cuando la estructura de oportunidades se generó en la colectividad o comunidad, esta consistió principalmente en Redes y Vínculos Corporativos (76.3%). Y en el caso de la sociedad civil, la estrategia o acción de superación es diversa: estudios y capacitaciones (28.6), Servicios y Programas (33%), y Redes (33%).

**CRUCES RELEVANTES : NOTICIAS CENTRADAS EN
POBREZA EN LA PRENSA NACIONAL**

Capítulo VIII

CRUCES RELEVANTES : NOTICIAS CENTRADAS EN POBREZA EN LA PRENSA NACIONAL

Es posible constatar que los temas “Vivienda” (19.3%) y “Educación” (10.7%) son aquellos preferentemente tratados como temáticas centradas en

pobreza en las noticias publicadas y “Educación” el tema que presenta mayor asociatividad con el tema.

CONTENIDO PRINCIPAL DE LA NOTICIA SEGÚN TEMA CENTRAL

		Tema central							
		Centrado en pobreza		Asociado a Pobreza		Temático		Total	
		n	%	n	%	n	%	n	%
Categoría principal	Educación	15	10.7	46	18.7	24	18.9	85	16.6
	Salud	10	7.1	15	6.1	6	4.7	31	6.0
	Servicios Básicos	5	3.6	5	2.0			10	1.9
	Vivienda	27	19.3	30	12.2	2	1.6	59	11.5
	Cultura	2	1.4	4	1.6			6	1.2
	Participación	1	0.7	5	2.0			6	1.2
	Empleo	7	5.0	20	8.1	15	11.8	42	8.2
	Conflictos sociales	9	6.4	21	8.5	9	7.1	39	7.6
	Delincuencia	3	2.1	16	6.5	6	4.7	25	4.9
	Consumo de drogas			2	0.8			2	0.4
	Accidentes/desastres naturales	3	2.1	6	2.4	1	0.8	10	1.9
	Economía/ desarrollo	6	4.3	9	3.7	18	14.2	33	6.4
	Solidaridad	12	8.6	15	6.1	9	7.1	36	7.0
	Otros	15	10.7	26	10.6	14	11.0	55	10.7
	Protección social y pensiones	17	12.1	13	5.3	20	15.7	50	9.7
Grupos vulnerables (infancia, adulto mayor, etnia)	8	5.7	13	5.3	3	2.4	24	4.7	
Total		140	100.0	246	100.0	127	100.0	513	100.0

Noticias centradas en pobreza. Prensa nacional 2006.

Al cruzar el perfil de las vocerías por grado de centralidad o asociatividad de la noticia a la pobreza se puede constatar que los “expertos” son las fuentes privilegiadas para abordar estos temas desde este enfoque y que por otro lado las personas en situa-

ción de pobreza son las voces predominantes en las noticias de carácter asociado. En ambas categorías el gobierno se encuentra en tercer lugar de preferencia y en general las autoridades presentan una baja presencia.

PERFIL DE LA VOCERIA SEGÚN TEMA CENTRAL

		Centrado en pobreza		Asociado a Pobreza		Total	
		n	%	n	%	n	%
Los sujetos de la noticia Categoría Principal	Gobierno	21	15.0	37	15.0	58	15.0
	Parlamentarios gobierno	2	1.4	3	1.2	5	1.3
	Parlamentarios oposición derecha			2	0.8	2	0.5
	Políticos gobierno con cargo	5	3.6	5	2.0	10	2.6
	Políticos opos. derecha sin cargo			1	0.4	1	0.3
	Autoridades/ funcionarios municipales	2	1.4	8	3.3	10	2.6
	Autoridades/funcionarios regionales y provinciales	1	0.7	8	3.3	9	2.3
	Experto técnico o académico	40	28.6	41	16.7	81	21.0
	Dirigentes sociales	11	7.9	26	10.6	37	9.6
	Personas en situación de pobreza	18	12.9	45	18.3	63	16.3
	Iglesias	2	1.4			2	0.5
	Periodistas/el medio	22	15.7	19	7.7	41	10.6
	Policías	1	0.7	1	0.4	2	0.5
	Empresarios			6	2.4	6	1.6
	Otros	1	0.7	15	6.1	16	4.1
	Personas Comunes	4	2.9	5	2.0	9	2.3
	Dirigentes de otros organismos			2	0.8	2	0.5
No aplica	10	7.1	22	8.9	32	8.3	
Total		140	100.0	246	100.0	386	100.0

Noticias centradas en pobreza. Prensa nacional 2006.

En relación con los arquetipos en infancia se encuentran resultados interesantes. En las noticias centradas en pobreza se observa que el arquetipo “estudiantes” es predominante con un 8.6% de pre-

sencia en las noticias analizadas, sin embargo y a pesar de ser el porcentaje más alto en las noticias del tipo asociadas, éste es 6 puntos más alto que en la primera categoría.

ARQUETIPO INFANCIA SEGÚN TEMA CENTRAL

		Centrado en pobreza		Asociado a Pobreza		Total	
		n	%	n	%	n	%
Infancia (arquetipos)	Niños de la calle	2	1.4	1	0.4	3	0.8
	Niños en conflicto con la ley			5	2.0	5	1.3
	Estudiantes	12	8.6	36	14.6	48	12.4
	Pobladores	6	4.3	9	3.7	15	3.9
	Niños trabajadores	3	2.1	3	1.2	6	1.6
	Niños explotados sexualmente	1	0.7	4	1.6	5	1.3
	Otro	8	5.7	19	7.7	27	7.0
	Niños en riesgo social o vulnerables	1	0.7	7	2.8	8	2.1
	No Aplica	107	76.4	162	65.9	269	69.7
Total		140	100.0	246	100.0	386	100.0

Noticias centradas en pobreza. Prensa nacional 2006.

Al mirar la estructura de oportunidades en relación al tipo de noticias, se observa que hubo mayor presencia de estructuras de oportunidades para la superación de la pobreza en las noticias asociadas.

ESTRUCTURA DE OPORTUNIDADES SEGÚN TEMA CENTRAL

		Centrado en pobreza		Asociado a Pobreza		Total	
		n	%	n	%	n	%
Estructura de oportunidades	Individuales o familiares	11	8.8	15	7.54	26	8.02
	Colectivas o Comunitarias	14	11.2	45	22.61	59	18.21
	Estado	87	69.6	145	72.86	232	71.60
	Sociedad civil	42	33.6	41	20.60	83	25.62
	Mercado	5	4	12	6.03	17	5.25
	Iglesia	5	4	1	0.50	6	1.85
	Otro	3	2.4	6	3.02	9	2.78
Total		125	100	199	100.00	324	100.00

Noticias centradas en pobreza. Prensa nacional 2006.

COMENTARIOS FINALES

Capítulo IX

COMENTARIOS FINALES

Una de las conclusiones más significativas del estudio dice relación con las diferencias detectadas en los tratamientos editoriales y periodísticos que los periódicos otorgaron al tema de la pobreza.

La jerarquía asignada, las voces del relato y los enfoques variaron, según se tratara de medios de circulación nacional o regional. Más aún, se comprobaron asimetrías entre los matutinos del norte y el sur del país.

Es imposible ser taxativo al momento de explicar estas particularidades. Sólo es posible constatar que contrariamente a lo que creemos como lectores, existe una variedad de tratamientos periodísticos en coexistencia en el país.

Desde el alcance de este estudio es inviable construir respuestas a estos fenómenos. Sólo podemos identificarlos. Por lo tanto, algunas preguntas que permanecen abiertas son: ¿Cómo la situación material de pobreza afecta o no estas conductas mediales? ¿Por qué algunos medios logran visualizar mejor a las personas en situación de pobreza que otros? ¿Cuál es la razón para la ausencia de los actores políticos en la discusión de los temas centrados o asociados a pobreza? ¿Por qué es el gobierno quien concentra las vocerías sobre estos asuntos públicos? ¿A qué se debe la escasa presencia de actores éticos en el debate, como las iglesias?

Pero por el momento, y en base a los datos disponibles, sólo se puede construir un diagnóstico inicial, sobre el cual seguir dialogando como sociedad.

JERARQUÍA EDITORIAL

Una primera distinción ocurre en la cobertura. Los diarios de circulación nacional publican entre 1 y 2 noticias diarias sobre pobreza, mientras que los de regiones llegan a difundir un promedio de 3,5 por día, a excepción de 4,4 noticias en el caso de El Austral de la Araucanía.

Probablemente, lo que aquí opera es una asimetría en el sentido de comunidad. Los diarios de regiones responden a un público más reducido, más visible, que los interpela con mayor facilidad. En cambio, los medios de comunicación de circulación nacional construyen una mirada más global.

Sin embargo, también hay coincidencias. Por ejemplo, en todos los diarios se detectó que la mayoría de las noticias publicadas son asociadas a pobreza. O sea que el número de artículos centrados en un problema de la pobreza es menor.

También es coincidente la fuerte prevalencia de la acción del Gobierno como pauta noticiosa. Los temas que predominan la cobertura son justamente aquellos vinculados a “las 36 medidas de los primeros cien días” de la Presidenta Michelle Bachelet.

Coinciden los medios también en su baja proactividad. En todos los casos, en torno al 80% por ciento de las publicaciones tienen su origen en un hito noticioso.

En definitiva, si bien los diarios de regiones tienen una cobertura mucho mayor de noticias centradas o asociadas a pobreza, todos mantienen ciertas pautas de trabajo editorial común.

O sea, las diferencias de cobertura no son necesariamente traspasables a las prácticas periodísticas, donde pareciera existir un formato de trabajo compartido.

VOCES, SUJETOS Y LENGUAJES DE LA NOTICIA

Al analizar quién habla en las noticias o desde qué voces se construye el relato, la ausencia de las personas en situación de pobreza es mayoritaria. En Atacama, por ejemplo, sólo en el 16,4% de los artículos se identifica a personas en situación de pobreza o a dirigentes sociales como fuentes. La cifra sube a 25,6% en la Araucanía y se empina a 32,9% en los periódicos metropolitanos de circulación nacional.

Sin embargo, en este punto también hay diferencias, pues las fuentes usadas para la construcción de las noticias difieren, según el origen del medio. En Santiago, por ejemplo, las fuentes preferidas son los expertos técnicos (21%), seguido de personas en pobreza (16%) y el Gobierno (15%).

En regiones, en tanto, la voz principal de los relatos es el gobierno en sus niveles nacional (11,2%), provincial / regional (19,3%) y municipal (7,6%). O sea, el 38,5% de las noticias tiene su respaldo en una autoridad oficial.

Los dirigentes políticos –independiente de su filiación partidista o cargo– no figuran como voces presentes en la discusión sobre la pobreza.

Respecto de los lenguajes, en regiones el estilo es básicamente “neutro” (63%) y comprometido (19%), mientras que en Santiago se observa una mayor presencia de la denuncia (13%). No obstante, los lenguajes “neutro” (44%) y “comprometido” (16%) siguen siendo los principales.

PERSPECTIVA Y FOCO EDITORIAL

Esta es una de las áreas con mayores coincidencias. En la mayoría de las regiones se observa una fuerte identificación de las causas de las situaciones de pobreza abordadas en los artículos, aunque la Región de Atacama presenta los índices más bajos. Un 54,8% que se compara negativamente con el 97,1% de los medios de circulación nacional.

Las soluciones también son identificadas en niveles que superan en todos los casos el 70%, lo que da cuenta de una preocupación especial de los medios al respecto.

En línea con lo anterior, resulta llamativo que tanto en regiones como en Santiago un 77% de las estructuras de oportunidades se asocien al Estado. En definitiva, los medios siguen presentando en forma abrumadora al Estado como el único proveedor y responsable de soluciones para combatir la pobreza. Sin embargo, es destacable la alta presencia de una estructura de oportunidades en el relato periodísti-

co, ya que da cuenta una investigación o interés editorial por mostrar las diferentes aristas del problema planteado.

Finalmente, se pudiere aventurar que la preocupación por las personas en situación de pobreza, expresada con fuerza en las campañas presidenciales y en la idea de construir un “Sistema de protección social para el Bicentenario”, no se ha traducido todavía en una priorización mediática significativa, que permita enriquecer el debate sobre las estrategias de inclusión social.

ANEXO

EL PERFIL EDITORIAL DE LOS DIARIOS ANALIZADOS

A raíz de las variables analizadas en este estudio es posible configurar un perfil distintivo para cada medio, consignando aquellas variables que señalan con mayor certeza qué diario aborda de manera más o menos integral el tema de la pobreza.

PERFILES DE LOS PERIÓDICOS SEGÚN SU ÉNFASIS EN LAS NOTICIAS EN POBREZA PERIÓDICOS NACIONALES

Ámbito	Categorías	El Mercurio	La Tercera	Las Últimas Noticias	La Cuarta	La Nación
Temática central	Centrado en pobreza	34.3	17.9	16.4	15.7	15.7
	Asociado a Pobreza	20.7	28.5	13.0	20.7	17.1
	Temático	38.1	23.8	8.7	7.9	21.4
Perfil de Vocería	Se identifica personas en situación de pobreza	25.3	14.7	60.0	56.2	21.9
Foco de la noticia	Causas	98.0	94.7	96.3	97.3	100.0
	Soluciones	76.8	84.0	70.4	78.1	69.8
Estructura de oportunidades	Individuales o familiares	8.9	1.2	14.0	14.8	5.7
	Colectivas o Comunitarias	14.4	17.9	25.6	22.2	15.1
	Estado	83.3	75.0	39.5	63.0	81.1
	Sociedad civil	24.4	25.0	32.6	25.9	22.6
	Mercado	3.3	3.6	7.0	5.6	9.4
	Iglesia	4.4	1.2	2.3		
	Otro	2.2	3.6	2.3	3.7	1.9

PERFILES DE LOS PERIODICOS SEGÚN SU ÉNFASIS EN LAS NOTICIAS EN POBREZA PERIÓDICOS REGIONALES

Ámbito	Categorías	El Diario de Atacama (%)	El Chañarcillo (%)	El Austral de la Araucanía (%)	Última Hora (%)
Temática central	Centrado en pobreza	21.2	17.9	28.4	36.8
	Asociado a Pobreza	65.9	77.9	58.9	53.8
	Temático	12.9	4.2	12.8	9.4
Perfil de Vocería	Se identifica personas en situación de pobreza	23.0	11.0	30.9	18.8
Foco de la noticia	Causas	62.7	48.9	66.4	80.9
	Soluciones	89.6	89.8	85.7	88.3
Estructura de oportunidades	Individuales o familiares	8.3	9.9	10.9	7.0
	Colectivas o Comunitarias	18.3	8.6	22.7	15.1
	Estado	61.7	79.0	77.3	87.2
	Sociedad civil	20.0	19.8	11.8	9.3
	Mercado	5.0	11.1	3.6	
	Iglesia	3.3	1.2	3.6	
	Otro		3.7	1.8	

