



# LOS POBRES Y LA TELEVISION UNA CONSULTA PARTICIPATIVA



2004

ALIANZA COMUNICACION & POBREZA

# **LOS POBRES Y LA TELEVISION. UNA CONSULTA PARTICIPATIVA**

Santiago, noviembre 2004

Investigador Principal : Pablo Villatoro S.  
Asistente de Investigación : Pamela Fernández  
Unidad de Desarrollo y Estudios  
Hogar de Cristo

## INDICE

INTRODUCCIÓN. ....	Pág. 1
RESULTADOS. ....	5
CONCLUSIONES. ....	38
REFERENCIAS. ....	42

## INDICE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Número y porcentaje de asambleas según tipo de sujetos participantes. ....	3
<b>Tabla 2.</b> Causas y soluciones planteadas por los participantes de las Asambleas que señalaron que el pobre es mostrado como delincuente en la televisión. ....	8
<b>Tabla 3.</b> Causas y soluciones planteadas por los participantes de las Asambleas que señalaron que el pobre es mostrado como drogadicto en la televisión. ....	12
<b>Tabla 4.</b> Causas y soluciones planteadas por los participantes de las Asambleas que señalaron que el pobre es mostrado como sucio - ordinario en la televisión. ....	16
<b>Tabla 5.</b> Causas y soluciones planteadas por los participantes de las Asambleas que señalaron que el pobre es mostrado como carenciado - necesitado en la televisión. ....	21
<b>Tabla 6.</b> Causas y soluciones planteadas por los participantes de las Asambleas que señalaron que el pobre es mostrado como marginal en la televisión. ....	24
<b>Tabla 7.</b> Causas y soluciones planteadas por los participantes de las Asambleas que señalaron que el pobre es mostrado como desamparado - abandonado en la televisión. ....	27
<b>Tabla 8.</b> Causas y soluciones planteadas por los participantes de las Asambleas que señalaron que el pobre es mostrado como mendigo - miserable en la televisión. ....	30
<b>Tabla 9.</b> Causas y soluciones planteadas por los participantes de las Asambleas que señalaron que la televisión sólo muestra lo negativo y/o oculta la pobreza. ....	33
<b>Tabla 10.</b> Principales causas identificadas en la Consulta según los atributos de la representación del pobre en la televisión. ....	39

## INDICE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Respuestas de los asistentes a las asambleas ante la pregunta: ¿ cómo creen Uds. que son representados los pobres en la televisión? .....	<b>5</b>
<b>Figura 2.</b> Distribución de las asambleas que identificaron el atributo delincuente según tipo de sujetos participantes. ....	<b>7</b>
<b>Figura 3.</b> Distribución de las asambleas que identificaron el atributo drogadicto según tipo de sujetos participantes. ....	<b>11</b>
<b>Figura 4.</b> Distribución de las asambleas que identificaron el atributo sucio / ordinario según tipo de sujetos participantes. ....	<b>15</b>
<b>Figura 5.</b> Distribución de las asambleas que identificaron el atributo carenciado / necesitado según tipo de sujetos participantes. ....	<b>20</b>
<b>Figura 6.</b> Distribución de las asambleas que identificaron el atributo marginal según tipo de sujetos participantes. ....	<b>23</b>
<b>Figura 7.</b> Distribución de las asambleas que identificaron el atributo desamparados / abandonados según tipo de sujetos participantes. ....	<b>23</b>
<b>Figura 8.</b> Distribución de las asambleas que identificaron el atributo mendigo - miserable según tipo de sujetos participantes. ....	<b>29</b>
<b>Figura 9.</b> Distribución de las asambleas que señalaron que la Televisión muestra lo negativo y/o oculta la pobreza según tipo de sujetos participantes. ....	<b>32</b>

## I. INTRODUCCIÓN

Uno de los aspectos menos considerados por las políticas de superación de la pobreza en Chile ha sido la integración cultural y simbólica de los grupos más pobres. Esto refiere directamente a las modalidades en que se producen y difunden las representaciones y estereotipos sobre las personas en situación de pobreza, y sus efectos en la constitución de las identidades y en la integración social de estos grupos. La no consideración de esta dimensión del problema podría obstaculizar seriamente el diseño de políticas comunicacionales y educacionales, que permitan, por una parte, fomentar la solidaridad y responsabilidad ciudadana (Fundación para la Superación de la Pobreza [FSP], 1994), y por otra, recuperar los mundos de vida (representaciones, valores, discursos) de los actores implicados (Department for International Development [DFID], 2001; MIDEPLAN, 2002).

Ciertamente, la reflexión sobre el rol de los medios de comunicación de masas se constituye en un elemento fundamental para una estrategia que se oriente a la creación de conciencia ciudadana y que al mismo tiempo permita una recuperación adecuada de las subjetividades, identidades y mundos de vida de los más pobres. Esto es especialmente válido para la televisión abierta, debido a que es el medio con los más altos niveles de audiencia en los sectores pobres. En este sentido, se debe mencionar que los pobres han sido y son ampliamente "retratados" y "caracterizados" en distintos géneros televisivos: en efecto, estos actores aparecen en los programas matinales, de servicios, en las campañas solidarias, en las teleseries, en las noticias, en *talk - shows* y en programas humorísticos, por mencionar solamente algunos espacios de la televisión.

Hasta ahora, no se han efectuado investigaciones sistemáticas sobre el papel que juega la televisión abierta en la formación y diseminación de las representaciones sobre la pobreza. Sin embargo, el rol de la televisión en la producción y circulación de estereotipos sobre los grupos tradicionalmente discriminados (minorías étnicas y sexuales, mujeres) ha sido bastante estudiado. Se ha establecido que la televisión participa en la construcción de consensos sobre el orden social, y que contribuye al afianzamiento de los estereotipos dominantes sobre los distintos grupos sociales. Los medios suelen expresar las representaciones de las mayorías<sup>1</sup>, lo que tiende a reproducir simbólicamente la desigualdad social (Agoustinis y Reynolds, 2000; Chandler, 2001; Kuusisto, 2000; Van Dijk, 2000; Wodak, 2000). De este modo, se puede suponer que la televisión abierta constituye un instrumento a través del cual se crean (al menos en parte) y difunden discursos y representaciones hegemónicas sobre la pobreza.

Tampoco se han analizado los procesos de recepción de las representaciones televisivas que las audiencias pobres realizan en sus contextos cotidianos de vida. Como indica Shelton (2000), la focalización en los discursos de la mayoría

---

<sup>1</sup> El concepto de mayoría que se utiliza aquí refiere al poder y a la capacidad de hegemonía discursiva, no a un criterio cuantitativo.

hace que las minorías aparezcan como objetos pasivos. Sin embargo, se ha determinado que los espectadores juegan un rol activo en la construcción del significado de los programas televisivos, lo que se relaciona con el contexto sociocultural y los procesos socio-cognitivos de percepción e interpretación de los mensajes (Livingstone y Lunt, 1994). Siguiendo a Martín Barbero (1987) y Morley (1996), se puede suponer que los pobres "consumen" las representaciones que la televisión pone en juego sobre ellos, lo que implica prácticas de producción de sentidos y constitución de identidades, que tienen lugar mediante la re-significación de los contenidos presentados en la televisión. Sin embargo, hasta ahora no se han implementado espacios sistemáticos que permitan a los más pobres manifestar abiertamente sus percepciones y opiniones sobre las modalidades en que son mostrados o presentados en la televisión abierta.

En consecuencia, el Hogar de Cristo y la Fundación para la Superación de la Pobreza (FSP), han desarrollado una *Consulta Participativa* con las personas que acuden diariamente a sus programas sociales, la cual tuvo como propósito principal establecer las percepciones de los pobres atendidos por el Hogar de Cristo y el programa Servicio País de la FSP sobre las modalidades en que son representados en la televisión abierta. También se procuró identificar las principales causas que los pobres atribuyen a representaciones que aparecen para ellos como sesgadas o no ajustadas a la realidad, y adicionalmente, se trató de recoger las principales propuestas que plantean los pobres para mejorar en el tratamiento mediático de la problemática de la pobreza. Para los fines del presente estudio, se entiende por percepción "un proceso de codificación cognoscitiva por el cual se capta la significación de un objeto, aplicándole un determinado esquema o categoría" (Martín Baró, 1995, p. 190).

Desde el punto de vista epistemológico, esta Consulta consideró una postura constructivista. En esta mirada, se asume que el conocimiento de la realidad es una "objetivación" que resulta de procesos comunicativos de interacción (Berger, 1991). También se supone que la construcción social de los fenómenos depende de los roles y posiciones que los sujetos ocupan en una estructura socio-cultural determinada (Stets & Burke, 2002). De esta manera, se entiende que las percepciones sobre las representaciones de los pobres en la televisión abierta que sustentan las personas atendidas en el Hogar de Cristo y por el programa Servicio País de la FSP constituyen el resultado de las interacciones que sostienen y de los papeles sociales que desempeñan en una estructura y contexto socio-cultural específico.

Esta Consulta Participativa consideró el uso de métodos cualitativos y cuantitativos. En lo relativo a la recolección de información, se empleó una adaptación de las técnicas de ranking participativo (Rietbergen -McCracken & Narayan, 1998), la cual fue combinada con una versión simplificada de la técnica del árbol de problemas (Cohen, Martínez, Tapia & Medina, 1998). La técnica fue probada inicialmente en la investigación Radiografía de la Pobreza (Hogar de Cristo, 2004), con una muestra muy similar a la de esta consulta. Este

procedimiento permite a las personas identificar individualmente las principales dimensiones o atributos de un objeto (el pobre representado en la televisión abierta), jerarquizarlas en orden de importancia, y establecer colectivamente las causas (atribuciones) y soluciones que proponen los participantes para aquellos atributos que aparecen como deficitarios. La técnica fue aplicada en un formato de asambleas (10 participantes), por facilitadores capacitados (profesionales y operadores del Hogar de Cristo y del Servicio País).

La estrategia de muestreo empleada consistió en una muestra no probabilística por cuotas, en la que se procuró representar a los sujetos atendidos por el Hogar de Cristo y por el Servicio País, de acuerdo a la siguiente división: a) adultos mayores y discapacitados, b) personas en situación de calle, c) niños y jóvenes en riesgo social, d) mujeres adultas en situación de vulnerabilidad social (víctimas de violencia, de familias con alteraciones de tuición y ejecutoras de salas cunas), e) pobladores de campamentos y, f) residentes de zonas rurales. Se trató que las asambleas fueran lo más homogéneas posible, tomando como base los criterios arriba mencionados. La consulta consideró la realización de 141 asambleas en las trece regiones de Chile, lo que implicó un número de participantes que alcanzó a 1410 beneficiarios del Hogar de Cristo y del Servicio País. El detalle del número de asambleas, desagregadas por tipo de sujeto (usuario), se expone en la tabla 1;

**Tabla 1.**  
**Número y porcentaje de asambleas según tipo de sujetos participantes.**

TIPO DE SUJETOS PARTICIPANTES	NUMERO DE ASAMBLEAS	PORCENTAJE	NUMERO ESTIMADO DE PARTICIPANTES
Discapacitados	1	0.7	10
Adultos mayores con enfermedades terminales	1	0.7	10
Adultos mayores atendidos en centros abiertos	13	9.2	130
Adultos mayores atendidos en comedores	2	1.4	20
Adultos mayores de la calle	3	2.1	30
Mujeres de la calle	2	1.4	20
Jóvenes y adultos de la calle	14	9.9	140
Niños de la calle	2	1.4	20
Jóvenes con problemas de	7	5	70

drogodependencia			
Jóvenes en situación de deserción escolar	4	2.8	40
Niños y jóvenes hombres en riesgo social	5	3.5	50
Mujeres adolescentes en riesgo social	1	0.7	10
Madres y guardadoras de niños con alteraciones de tuición	4	2.8	40
Madres de jóvenes en riesgo social	8	5.7	80
Mujeres víctimas de violencia intrafamiliar	5	3.5	50
Mujeres encargadas de Salas Cunas	10	7.1	100
Pobladores de campamentos	11	7.8	110
Residentes en zonas rurales	48	34	480
TOTAL	141	100%	1410

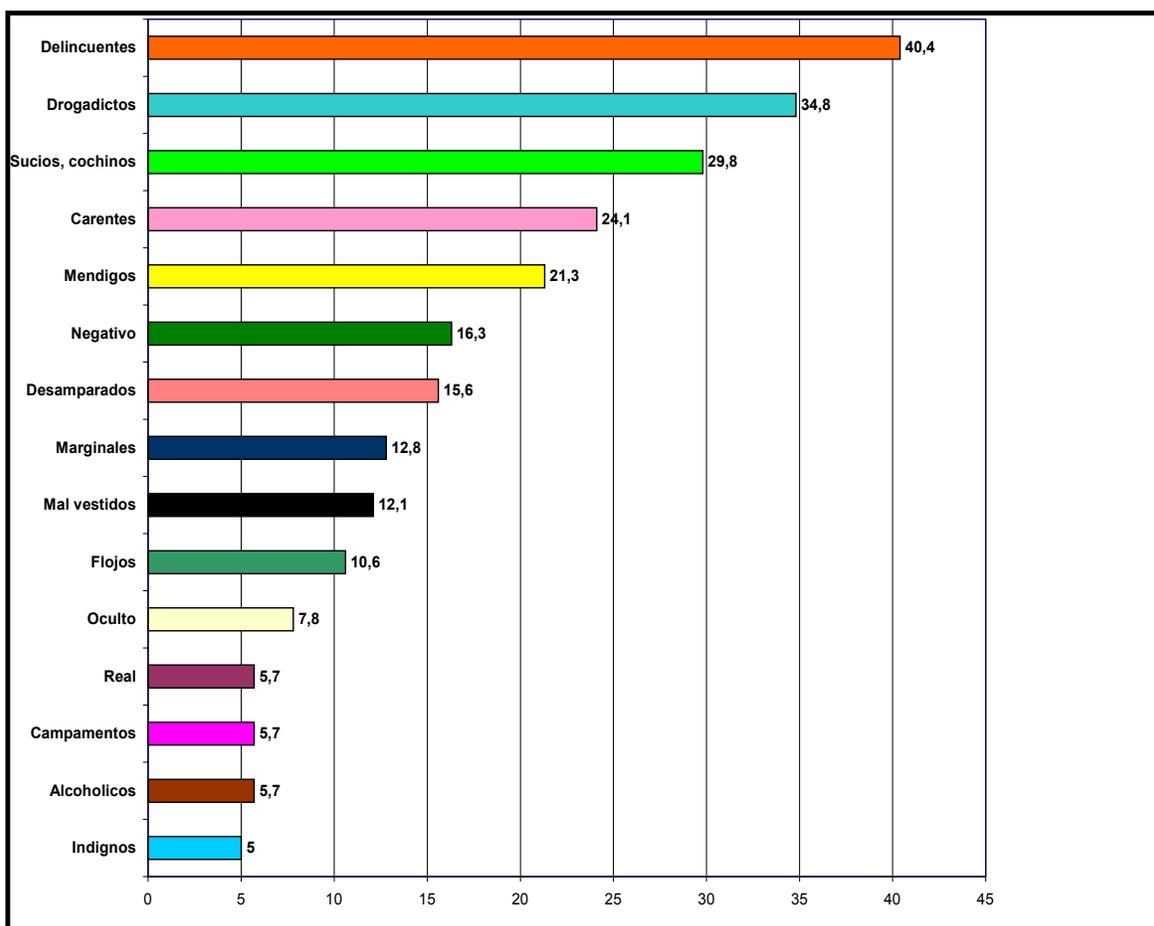
Este informe se organiza de la siguiente manera: en una primera sección de resultados, se presentan los atributos de la representación televisiva del pobre que identificaron los participantes en las asambleas, se realizan comparaciones del peso de los atributos de acuerdo al tipo de sujeto que participó en las asambleas y se describen las causas y soluciones que señalan los asistentes a la consulta para los atributos que alcanzaron un mayor peso. Finalmente, se agrega un breve capítulo de conclusiones, en el que se exponen e interpretan sintéticamente los principales resultados de la consulta, y se plantean sugerencias y recomendaciones, tanto al nivel del diseño de políticas como en el ámbito de la investigación del tema comunicación y pobreza.

Por último, y a modo de advertencia para el lector, es necesario señalar que no se debe esperar de este informe elaboraciones teóricas sofisticadas realizadas por "expertos" en comunicación sobre las representaciones de la pobreza en la televisión: por el contrario, el sustrato epistemológico de esta consulta es entregar el protagonismo en la calificación y explicación de las representaciones de los pobres en la televisión a los mismos actores retratados. Así, son los mismos pobres los que construyen colectivamente explicaciones, sin mayores mediaciones. Se trata, utilizando un antiguo slogan radial, de dar voz a los que no tienen voz.

## II. RESULTADOS

Figura 1.

Respuestas de los asistentes a las asambleas ante la pregunta: ¿ cómo creen Uds. que son representados los pobres en la televisión?



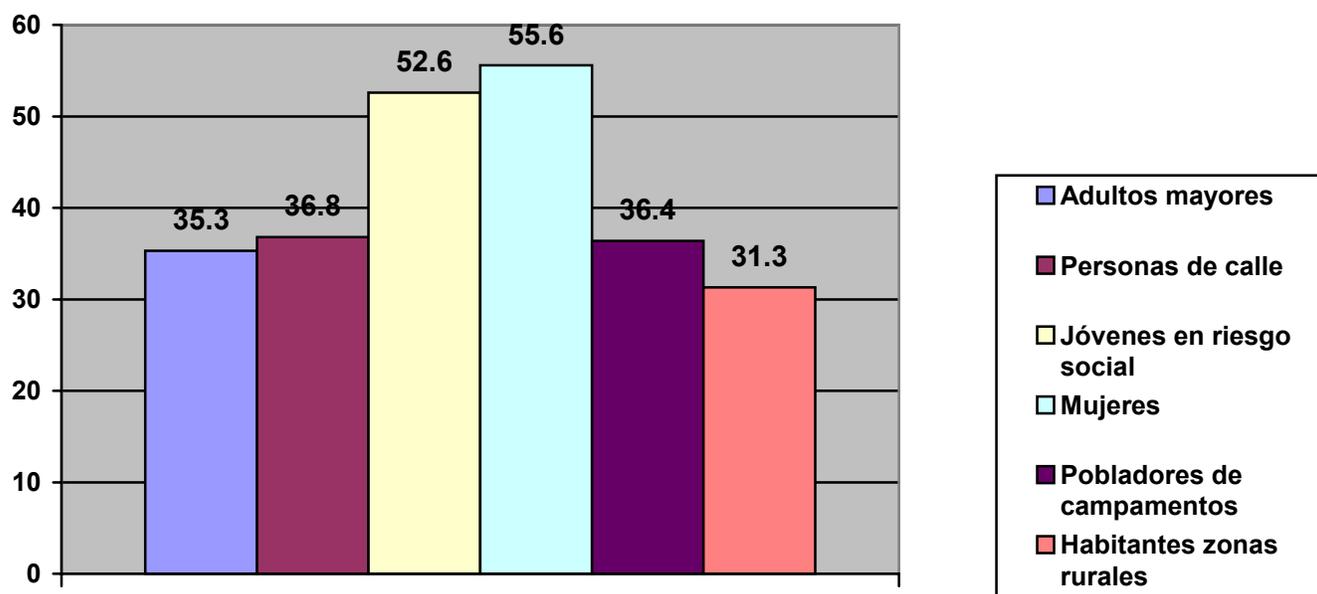
NOTA. OCULT = la televisión oculta la pobreza. NEG = la televisión muestra sólo lo negativo. REAL = la televisión muestra la realidad de los pobres. CAMP = campamentos, lugares sucios, fundaciones de beneficencia. MEND = mendigos, miserables. DELI = delincuentes. DROG = drogadictos. ALCH = alcohólicos. IND = indignos, dan lástima. MALV = mal vestidos, ordinarios, ignorantes, hablan mal, feos. SUC = sucios, cochinos. FLOJ = flojos, incapaces, oportunistas, irresponsables. DES = desamparados, abandonados, débiles, tristes, solos. MAR = marginales. CAR = carentes, necesitados. Los porcentajes refieren al número de asambleas en las cuales al menos un 50% de los participantes seleccionó el atributo, sobre el total de asambleas.

En primer lugar, se debe señalar que los atributos identificados en las asambleas pueden ser clasificados en las siguientes categorías: a) escenarios en los cuales se ponen en juego las representaciones (campamentos, lugares sucios, fundaciones de beneficencia), b) actores o categorías sociales a las que pertenecen los sujetos representados en la televisión (delincuentes, drogadictos, marginales), c) atributos psicológicos que caracterizan o definen a los actores que se muestran en pantalla (flojos, incapaces, irresponsables), d) estilo o modalidad de "presentación" de los personajes - actores en la televisión (sucios, ordinarios, indignos) y, e) principales dificultades que afectan a los actores, los cuáles pueden ser divididos en problemas vinculados con la posesión de bienes materiales (carentes, necesitados), y con la falta de afecto y/o de apoyo social (desamparados, abandonados). Es importante mencionar que las respuestas de los participantes en las asambleas no se limitan a "describir" lo que se expone en la televisión, sino que también problematizan la veracidad / funcionalidad de las representaciones: en este ámbito, se indica que la puesta en pantalla de los pobres corresponde a la realidad (muestra los problemas propios de la pobreza), oculta la pobreza (se esconde la marginación social), o bien corresponde a una representación sesgada (se presenta sólo lo negativo).

Como se puede apreciar en la figura 1, en un 40.4% de las asambleas los participantes señalaron que los pobres eran representados en la televisión como delincuentes. En segundo lugar se encuentra la categoría social drogadicto, que fue mencionado en el 34.8% de las asambleas, y en tercer término el atributo sucio - cochino, que fue identificado en el 29.8% de las asambleas. También alcanzan pesos importantes los atributos carentes - necesitados (24.1%), mendigos - miserables (21.3%), desamparados - abandonados (15.6%), marginales (12.8%) y mal vestidos/ ordinarios (12.1%). En lo relativo a la veracidad de las representaciones, predomina la percepción de que la televisión muestra solamente lo negativo de la pobreza (16.3%), o que oculta la pobreza (7.8%). Estos dos últimos atributos (negativo - oculta) sumados fueron mencionados en el 24.1% de las asambleas, mientras que solo en un 5.7% de las asambleas se asumió que la representación era ajustada a la realidad.

En consecuencia, se puede observar que los asistentes a las asambleas tienden a vincular a los pobres representados en la televisión con categorías sociales estigmatizadas o segregadas (drogadictos / delincuentes / marginales / mendigos) y a relacionarlos con sujetos que se encuentran en condiciones deplorables de presentación personal (sucios - cochinos - mal vestidos - ordinarios) y en situación de carencia o necesidad. También se identifica a los pobres exhibidos en la televisión como personas que presentan atributos psicológicos, existenciales y relacionales deficitarios (desamparados, abandonados, flojos, irresponsables, incapaces). No debe extrañar que, en este escenario de percepciones negativas generalizadas, se constate la ausencia de atributos positivos: en efecto, en ninguna de las asambleas se vinculó a los pobres expuestos en la televisión con características deseables socialmente.

**Figura 2.**  
**Distribución de las asambleas que identificaron el atributo delincuente según tipo de sujetos participantes**



NOTA: Chi cuadrado 0.328, df = 5,  $p > 0.05$

En la figura 2 se presenta una comparación de la saliencia<sup>2</sup> del atributo delincuente según el tipo de sujetos que participaron en las asambleas. Como se puede apreciar, la percepción de la representación televisiva del pobre como delincuente fue más importante entre las mujeres (55.2%) y los jóvenes en riesgo social (52.6%). En los otros grupos, los porcentajes no resultaron tan altos, pero de todas maneras se sitúan por sobre el 30%, lo cual indica que esta percepción no es idiosincrásica a algún grupo en particular, sino que más bien tiende a ser transversal a todos los tipos de sujetos que participaron en las asambleas.

<sup>2</sup> Una identidad o categorización saliente es aquella que tiene una alta probabilidad de ser activada automáticamente ante la presentación de algún estímulo asociado con la identidad o categorización (Forehand, Deshpandé y Reed II, 2002).

Tabla 2.

Causas y soluciones planteadas por los participantes de las Asambleas que señalaron que el pobre es mostrado como delincuente en la televisión.

CAUSAS	SOLUCIONES Y PROPUESTAS
<b>LOS FINES COMERCIALES Y EL ESTILO DE HACER TELEVISIÓN</b>	
<p>-Para llamar la atención, aumentar el rating y vender más.</p> <p><i>"Por darle color a las noticias"</i>  <i>"Porque los delincuentes se muestran bacanes, choros, llaman la atención"</i>  <i>"Para vender más y ganar dinero"</i></p> <p>-Por sensacionalismo, falta de valores</p> <p><i>"La tele es culpable de muchas cosas. Se muestran muchas cosas como peleas, matanzas, crímenes. En las teleseries no se muestran valores"</i></p> <p>-Para cumplir con fines políticos o de otro tipo</p> <p><i>"Por temas políticos. Viva el cambio"</i></p>	<p>-Que la televisión muestre historias reales de las personas pobres, sin acentuar algunos aspectos o situaciones negativas</p> <p><i>"Que muestren reportajes de historias reales de las personas pobres, sin colocarle demás"</i></p> <p>-Que la televisión no se burle y fomente la lástima por los pobres</p>
<b>POR DESCONOCIMIENTO, PREJUICIO Y/O DISCRIMINACIÓN HACIA LOS POBRES</b>	
<p>- Los medios de comunicación desconocen la pobreza, no saben las necesidades de los más pobres</p> <p><i>"Nunca han vivido en pobreza"</i>  <i>"Crean que la mayoría de los delitos se hacen en lugares marginados"</i></p> <p>- La televisión generaliza. No hace diferencia entre los pobres que cometen delitos y quienes no lo hacen.</p>	<p>-Que la televisión investigue más la pobreza, y que muestre su realidad desde adentro</p> <p><i>"Que se vea desde adentro y en profundidad la pobreza"</i>  <i>"Que los periodistas se acerquen, conozcan y se involucren con los pobres"</i>  <i>"Que la TV se acerque a conocer la realidad de los campamentos"</i></p> <p>- Que la televisión no muestre solamente la delincuencia, sino que también presente los problemas de</p>

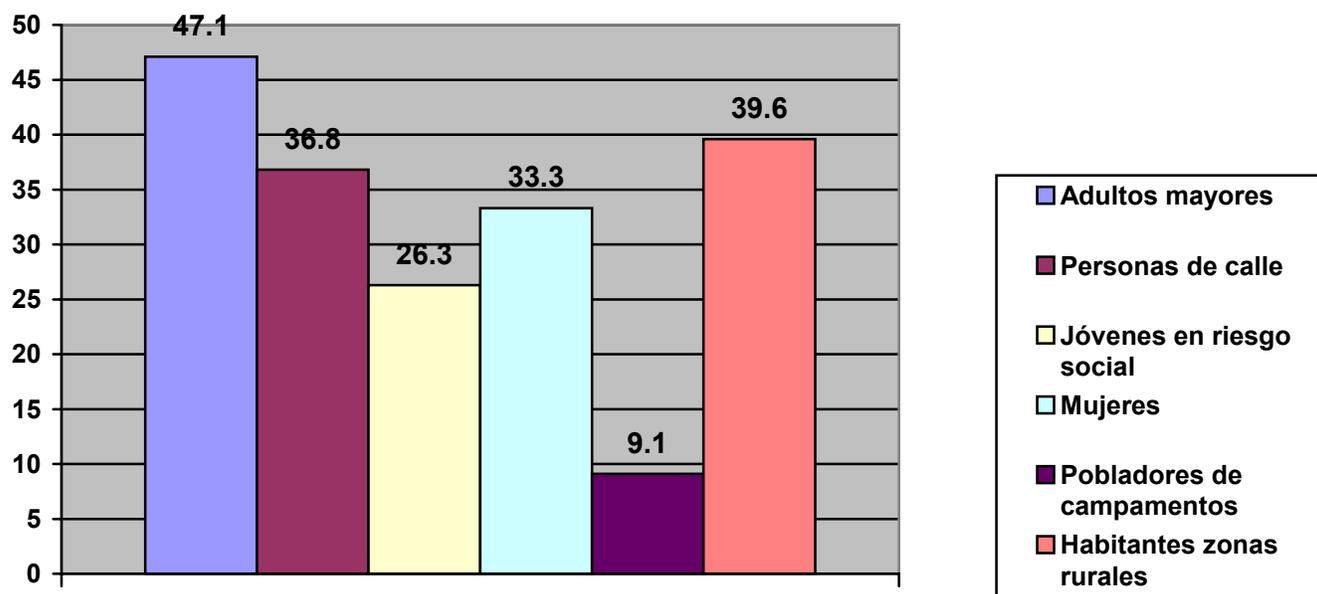
<p><i>"Algunos roban y creen que todos lo hacen"</i></p> <p><i>"Pagan justos por pecadores"</i></p> <p><i>"Meten a todos en el mismo saco"</i></p> <p>-La televisión asocia la pobreza a la delincuencia de manera discriminatoria, por la condición económica de los pobres, por su apariencia física y presentación personal</p> <p><i>"Ser pobre es ser ladrón"</i></p> <p><i>"La publicidad siempre discrimina a los pobres"</i></p> <p><i>"Creen que por como se visten son delincuentes"</i></p> <p><i>"Por la forma de vestir de las personas en el campamento que aparecen en los reportajes"</i></p> <p>-Discriminación por clasismo y porque los pobres son más vulnerables</p> <p><i>"Porque tienen más dinero, para discriminar a los más pobres"</i></p> <p><i>"Es más fácil cagarse a un pobre que a un rico"</i></p> <p><i>"Los ricos roban y no salen en la TV"</i></p> <p><i>"A los pobres se les puede atacar más, son más vulnerables. Cuando esto ocurre con la gente de la sociedad, se esconde. Pero si cae un pobre lo crucifican"</i></p> <p><i>"Los pobres no tienen influencia. Los ricos compran influencia"</i></p>	<p>fondo, la realidad de la pobreza y soluciones a los problemas</p> <p><i>"Que muestren el problema de fondo: el desempleo"</i></p> <p><i>"Mostrar la realidad de la pobreza y no solo las riñas y peleas de los delincuentes"</i></p> <p><i>"Que se muestre que no todos los pobres son ladrones"</i></p> <p>-Que la televisión no discrimine a los pobres y que no los asocie con la delincuencia.</p> <p><i>"Que haya un trato igualitario para todos"</i></p> <p><i>"No asociar a los pobres con culpables"</i></p> <p><i>"Que no los juzguen por como se visten"</i></p> <p>-Que la televisión muestre los aspectos positivos de la vida de los pobres: que se destaquen sus esfuerzos y avances y sus iniciativas de superación personal</p> <p><i>"Que muestren a los pobres que trabajan o crean sus propias oportunidades laborales"</i></p> <p><i>"Deberían mostrar más los avances"</i></p> <p><i>"Mostrar gente que salió adelante"</i></p> <p><i>"Mostrar lo que hacen los pobres en ayuda de su comunidad"</i></p> <p><i>"Mostrar a las personas que se esfuerzan y se ganan el pan de cada día"</i></p> <p><i>"Que muestren una imagen sana del pobre"</i></p> <p>-Que la televisión no utilice a los pobres para encubrir a los verdaderos culpables, y que se identifique públicamente a los delincuentes ricos</p>
---	---

	<p><i>“Que aparezcan los nombres de los delincuentes ricos y donde viven igual que con los pobres”</i></p> <p><i>“Que no haya coimas con los ricos”</i></p>
<b>LA TELEVISIÓN MUESTRA UN PROBLEMA QUE ES REAL</b>	
-La representación es real. Los pobres roban por la falta de recursos económicos (desempleo), por la carencia de apoyo familiar, por el rechazo social, por la drogadicción y por las “malas juntas”	-Si se muestra el problema, que se ayude a las personas y se fomente la preocupación de autoridades empresarios.

En la tabla 2 se presentan las principales causas y soluciones identificadas por los participantes en las asambleas ante la representación televisiva del pobre como delincuente. En lo referido a las causas, se establece que la asociación pobre -delincuente se debe al uso de la imagen del pobre con propósitos comerciales (llamar la atención, aumentar la audiencia y mejorar las ventas de los canales), al estilo sensacionalista de hacer televisión y a la manipulación política. Simultáneamente, se señalan causas vinculadas al desconocimiento de la realidad de la pobreza y al prejuicio y la discriminación existente en la televisión hacia los más pobres. En este último caso, se denuncia especialmente la adjudicación de la condición de delincuente a los pobres por su situación económica desfavorecida y por su apariencia y presentación personal. Adicionalmente, se indica la existencia de clasismo, el que se agrava por la mayor vulnerabilidad y la falta de poder de los pobres, y se señala que la televisión generaliza y no hace diferencia entre los pobres que cometen delitos y los que no lo hacen. Sin embargo, se debe mencionar que en algunas asambleas se llegó al acuerdo de que la representación se ajusta a la realidad (el problema existe y se explica por distintos factores), aunque no se percibieron objetivos de sensibilización y generación de conciencia social por parte de la televisión.

En cuanto a las soluciones, los participantes en las asambleas proponen que la televisión muestre historias reales de los pobres, sin hacer tanta referencia a situaciones negativas, que no se fomente la lástima por la pobreza, que se investigue con mayor profundidad la pobreza y se la muestre “desde adentro”, que se pongan a la luz los problemas de fondo y que se planteen soluciones. Adicionalmente, se sugiere que la televisión rescate los aspectos positivos de la vida de los pobres (esfuerzos, avances, superación personal), que no discrimine y que efectúe un trato más equitativo del tema de la delincuencia, presentando casos de delitos cometidos por los grupos sociales más privilegiados.

**Figura 3.**  
Distribución de las asambleas que identificaron el atributo drogadicto según tipo de sujetos participantes



NOTA: Chi cuadrado 0.360, df = 5,  $p > 0.05$

Al comparar la saliencia del atributo drogadicto según el tipo de sujeto, se observa que los mayores porcentajes se encuentran en las asambleas integradas por adultos mayores (47.1%), habitantes de zonas rurales (39.6%) y personas de calle (36.8%). Entre los residentes en campamentos, esta proporción resulta mucho más baja (9.1%). También se debe mencionar que en las asambleas en las cuales participaron jóvenes en riesgo social, el atributo drogadicto fue señalado en un 26.3%. Aquí se puede apreciar que la selección del atributo drogadicto no se correlacionó con la categoría social a la cual pertenecen los sujetos (una buena parte de la muestra de jóvenes en riesgo social estaba integrada por sujetos en rehabilitación de drogas). Una hipótesis plausible es que la saliencia de un atributo negativo (drogadicto) sea determinada por la medida en que los sujetos perciban que la adjudicación (en la representación televisiva) es injusta, arbitraria o inconsistente con sus categorizaciones o con su identidad social. Así, es posible que los jóvenes en tratamiento de drogas no perciban la categorización como arbitraria, debido a que ellos tienen el problema retratado en la televisión. Por el contrario, en los otros grupos, que en teoría no tienen

dificultades con las drogas, la adjudicación podría resultar más injusta o derogatoria de sus identidades sociales.

Tabla 3.

Causas y soluciones planteadas por los participantes de las Asambleas que señalaron que el pobre es mostrado como drogadicto en la televisión

CAUSAS	SOLUCIONES Y PROPUESTAS
<b>LA TELEVISIÓN BUSCA GENERAR CONCIENCIA SOCIAL SOBRE EL PROBLEMA</b>	
<p>-Para mostrar temas sociales importantes, hacer que las autoridades vean la realidad y ayuden a las personas</p> <p><i>"Para que las autoridades vean esa realidad"</i>  <i>"Para que haya mejor rehabilitación"</i>  <i>"Para que vean como está el país"</i></p>	<p>- Para mejorar, los medios deberían inculcar valores, presentar alternativas educativas en salud y drogas y destacar la rehabilitación.</p> <p><i>"Que los medios inculquen valores"</i>  <i>"Advertir sobre la droga, educar"</i>  <i>"Destacar la rehabilitación"</i></p>
<b>LA ASOCIACIÓN POBRE - DROGADICTO ES FÁCILMENTE UTILIZABLE, PROVOCA IMPACTO, AUMENTA EL RATING Y GENERA ÉXITO COMERCIAL</b>	
<p>-Porque el tema provoca impacto, emociona y apunta a la morbosidad del público</p> <p><i>"Porque es más interesante, tiene emoción, eso le gusta a la gente"</i>  <i>"Apunta a la morbosidad del público"</i>  <i>"Provoca impacto"</i></p> <p>-Porque el problema de las drogas es muy visible y las personas afectadas se dejan mostrar</p> <p><i>"Porque en las esquinas se ven niños drogados"</i>  <i>"Es lo que más se ve y hace la gente"</i>  <i>"Porque se dejan mostrar"</i></p> <p>-Se utiliza el tema para obtener mayor rating y vender más.</p> <p><i>"Por el rating de la TV, es lo que más</i></p>	<p>-Que la televisión no muestre tanto el problema de las drogas en los sectores pobres, que ayude a solucionar el problema y que genere conciencia social.</p> <p><i>"Que no muestren tanto y que ayuden con la plata que tienen esas personas"</i>  <i>"No apuntar al morbo del público, sino a su conciencia social"</i>  <i>"Que no se muestre tanto y que ayuden con la plata que tienen esas personas"</i></p>

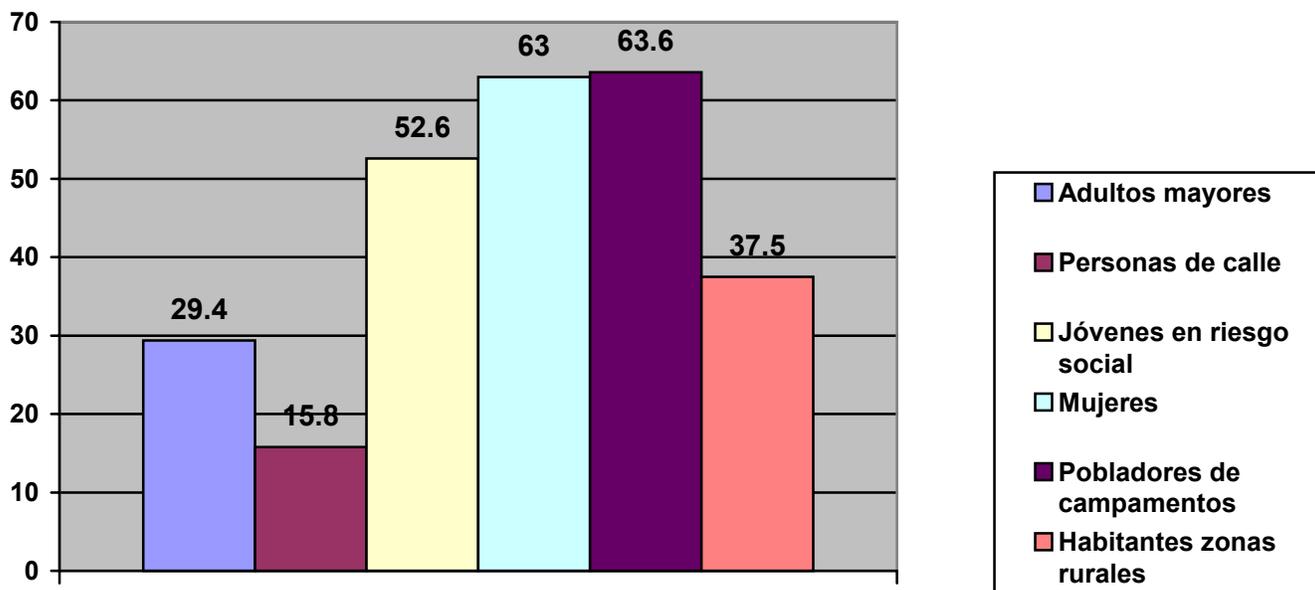
<p style="text-align: center;"><i>vende”</i> <i>“Explotan la imagen por negocio”</i></p>	
<p style="text-align: center;"><b>MANIPULACIÓN DE LOS POBRES PARA JUSTIFICAR LA POBREZA, OCULTAR LOS PROBLEMAS MAS IMPORTANTES QUE LOS AFECTAN Y CREAR INSEGURIDAD</b></p>	
<p>-Porque se manipula a los pobres para justificar la pobreza y ocultar los verdaderos problemas que los afectan</p> <p style="text-align: center;"><i>“Para tapar la realidad y los problemas de fondo”</i> <i>“Porque les conviene justificar la pobreza y la falta de dinero”</i></p> <p>-Se manipula a los pobres para crear inseguridad ciudadana o cumplir con otros fines</p> <p style="text-align: center;"><i>“El pobre es utilizado para mostrar diferentes temas”</i> <i>“Se los usa como trampolín”</i> <i>“Para crear inseguridad ciudadana”</i></p>	<p>-Debe existir un cambio de mentalidad en los medios de comunicación y de la sociedad en general sobre la utilización de la pobreza</p> <p>- La televisión debería presentar reportajes que muestren la realidad de la pobreza</p> <p>-Se debería prohibir el uso de personas y drogadictas en la televisión.</p> <p style="text-align: center;"><i>“Prohibir el uso de personas drogadictas y alcohólicas en TV, porque no tiene uso de razón”</i></p>
<p style="text-align: center;"><b>PREJUICIO, DISCRIMINACIÓN Y VULNERABILIDAD</b></p>	
<p>-Los pobres no cuentan con recursos económicos como para defenderse</p> <p>-Existe prejuicio hacia los más pobres</p> <p style="text-align: center;"><i>“Es más fácil clasificar al pobre como drogadicto”</i> <i>“Se generaliza a partir de unos pocos”</i> <i>“Piensan que todos los pobres son iguales”</i> <i>“Porque relacionan con la delincuencia”</i></p> <p>-Existe discriminación hacia los más pobres</p> <p style="text-align: center;"><i>“Se esconde este problema en los ricos”</i> <i>“Este problema también existe en la gente que no es pobre. En el caso de la droga, consumen más y mejor”</i></p>	<p>-Que la televisión no generalice, investigue con mayor profundidad el tema y que muestre a pobres que no son drogadictos</p> <p style="text-align: center;"><i>“Mostrar pobres que no son drogadictos y que viven decentemente”</i> <i>“Que las teleseries no muestren siempre a los pobres como drogadictos”</i> <i>“Investigar más objetivamente el tema”</i></p> <p>-Que la televisión muestre los aspectos buenos y positivos de los pobres, no sólo lo malo.</p> <p style="text-align: center;"><i>“Mostrar las cosas buenas del pobre”</i> <i>“Mostrar la solidaridad del pobre en vez de tanto problema”</i></p> <p>-Que la televisión no discrimine a los pobres, y que muestre el problema de</p>

	<p>las drogas en todos los grupos sociales.</p> <p><i>“Mostrar a todos por igual, hay ricos drogadictos”</i></p>
--	--

En cuanto a las causas identificadas en las asambleas que señalaron que el pobre era mostrado como drogadicto en la televisión, se atribuye esta asociación a la alta visibilidad del problema y a que los sujetos afectados son fácilmente inducidos a presentarse en la televisión, a que el tema drogas impacta a la audiencia e incrementa el rating, y a la utilización de los pobres para justificar la pobreza, ocultar los problemas sociales de fondo y crear inseguridad ciudadana. Paralelamente, y al igual que en lo observado para el vínculo pobre - delincuente, se indica que los pobres son presentados como drogadictos por prejuicio y discriminación y porque no cuentan con recursos como para defenderse de la manipulación televisiva. Sin embargo, en algunas asambleas se propone que la televisión busca generar conciencia social - especialmente en las autoridades - de manera de permitir una solución al problema de la drogadicción. Esta explicación difiere de lo indicado para la vinculación pobre - delincuente, debido a que para esta asociación, no se identificaron objetivos de sensibilización social.

En cuanto a las soluciones, los participantes en las asambleas proponen un cambio de mentalidad en la sociedad en general y en los medios de comunicación en particular, sobre la manera en que tratan el tema de la pobreza. También sugieren a la televisión que no generalice y que investigue con mayor profundidad el problema de la pobreza, que muestre los aspectos positivos de los pobres, que no discrimine y que presente la drogadicción en todos los grupos sociales, no solamente entre las personas que se encuentran en situación de pobreza. Adicionalmente, se indica la necesidad de regular el uso de personas con problemas de drogodependencia en la televisión (prohibir su utilización), debido a que no estarían en condiciones de decidir racionalmente la conveniencia de ser presentadas y expuestas públicamente.

**Figura 4.**  
Distribución de las asambleas que identificaron el atributo sucio / ordinario según tipo de sujetos participantes.



NOTA: Chi cuadrado 14.660, df = 5,  $p < 0.05^*$

En la figura 4 se presenta una comparación de la saliencia de los atributos sucio - ordinario (agregados) según el tipo de sujetos participantes en las asambleas. Como se puede observar, los mayores pesos se verifican entre los pobladores de campamentos (63.6%) y en los grupos conformados exclusivamente por mujeres (63%). Por su parte, la importancia de los atributos sucio - ordinario en las asambleas integradas por residentes en zonas rurales, adultos mayores y personas de calle es bastante más baja (37.5%, 29.4% y 15.8% respectivamente). Las diferencias resultan estadísticamente significativas.

Estos datos tienden a proporcionar apoyo a la hipótesis enunciada para el análisis de la saliencia del atributo drogadicto: en efecto, las personas en situación de calle (que son las que normalmente presentan mayores problemas de higiene) identifican en mucho menor medida los atributos vinculados a la presentación personal, lo que evidencia que la adjudicación no es percibida como injusta o discriminatoria, o bien que éste aspecto no es relevante para ellas. Por su parte, que en los grupos conformados por mujeres la saliencia del atributo "sucio - ordinario" resulte más importante, podría atribuirse a que para los participantes de género femenino, este atributo (limpieza) sería altamente relevante, debido a factores vinculados con la identidad de género. Por este motivo, tenderían a

percibir la representación televisiva que asocia al pobre con la suciedad y la ordinariéz como especialmente derogatoria.

Tabla 4.

Causas y soluciones planteadas por los participantes de las Asambleas que señalaron que el pobre es mostrado como sucio - ordinario en la televisión

CAUSAS	SOLUCIONES
<b>TIENE EL MAYOR IMPACTO EN EL RATING Y LAS VENTAS DE LOS CANALES DE TV</b>	
<p>-La televisión, a través de un enfoque sensacionalista, busca aumentar el rating y mejorar sus ventas</p> <p><i>"Buscan sensacionalismo porque eso vende"</i></p> <p><i>"Ganan plata mostrando los lugares sucios"</i></p> <p>-La televisión busca causar impacto, llamar la atención e inspirar lástima</p> <p><i>"El periodismo exagerado causa impacto"</i></p>	<p>-Se sugiere una televisión más solidaria, no tan centrada en el lucro, con una mirada distinta de la pobreza y que sea un puente entre los pobres y las autoridades.</p> <p><i>"Que sean un puente entre la gente pobre y las autoridades"</i></p> <p><i>"Una TV más solidaria, que no busque tanto lucro"</i></p> <p><i>"Que tenga un enfoque positivo de la pobreza"</i></p>
<b>SE UTILIZA Y EXPLOTA SELECTIVAMENTE LA IMAGEN DE LOS POBRES</b>	
<p>-La televisión utiliza y se aprovecha de la imagen de los pobres, ya sea por fama o por fines políticos</p> <p><i>"Utilizan la pobreza por fama"</i></p> <p><i>"Utilizan la pobreza por fines políticos"</i></p> <p><i>"Se aprovechan de la imagen de los niños y abuelos"</i></p> <p>-La televisión selecciona y pone en pantalla sistemáticamente lo peor, lo más malo de los pobres</p> <p><i>"La TV muestra lo peor de los pobres para vender en sus programas"</i></p> <p><i>"Los sucios son foco de atención para la TV"</i></p> <p><i>"Muestran sólo lo que da pena"</i></p> <p><i>"Buscan al más sucio para"</i></p>	<p>-La televisión debería mostrar de manera positiva a los pobres, destacando ejemplos de esfuerzo y superación de pobreza.</p> <p><i>"Que las instituciones que trabajan con los pobres muestren cosas buenas que han logrado"</i></p> <p><i>"Que la TV muestre las personas que participan en programas de superación de la pobreza"</i></p>

<p><i>representarlo”</i></p> <p><i>“Solo muestran barrios marginales, sin urbanización”</i></p> <p><i>“Muestran que viven cerca de basurales y desagües”</i></p>	<p><i>“Mostrar acciones y logros de superación de la pobreza”</i></p> <p><i>“Ser representados como somos: trabajadores, fuertes, honestos, solidarios, con valores y con garra”</i></p> <p>-La televisión debería mostrar a los pobres con dignidad, limpios, bien vestidos, conversando adecuadamente, alegres y en ambiente familiar</p> <p><i>“Mostrar la pobreza dignificada, rostros limpios”</i></p> <p><i>“Mostrándolos en familia, compartiendo”</i></p> <p><i>“Mostrarlos bien vestidos, en casas limpias, conversando bien”</i></p> <p><i>“Mostrar la alegría que existe en la gente pobre”</i></p> <p>-Los pobres deberían hacer esfuerzos para mostrar su propia visión de las cosas, con apoyo de la televisión y de las autoridades</p> <p><i>“Reaccionando los propios pobres para mostrar su otra cara”</i></p> <p><i>“Mostrando la realidad desde el otro lado”</i></p> <p><i>“Demostrar que no es así”</i></p> <p><i>“Recibiendo apoyo de las autoridades para mostrar cosas buenas”</i></p> <p><i>“Otorgar un espacio en la TV para mostrarnos como somos realmente”</i></p> <p><i>“Que los pobres se preocupen de mejorar su imagen”</i></p>
<p><b>POR PREJUICIO O DISCRIMINACIÓN</b></p>	

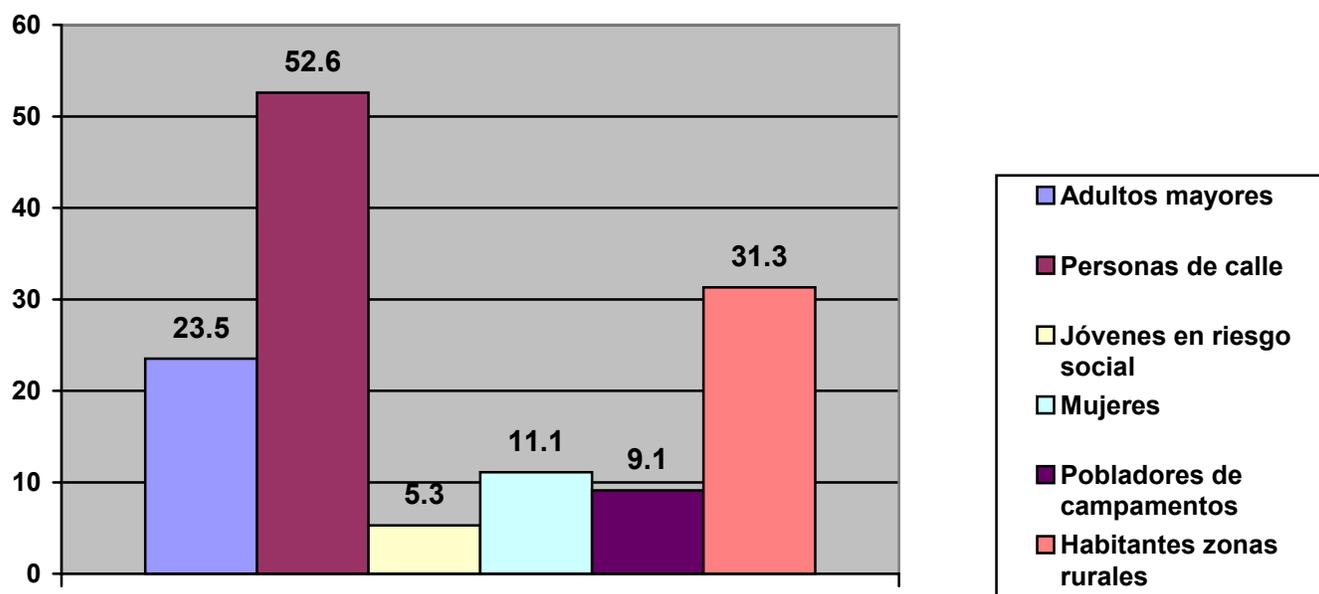
<p>-Se discrimina a los pobres por no tener recursos económicos</p> <p><i>"Hay discriminación por ser pobres, por tener menos plata"</i></p> <p><i>"La sociedad necesita asociar a los pobres con situaciones negativas, que se tapan con plata en los sectores altos"</i></p> <p>-Se asocia a los pobres a la suciedad y la ordinariez, y se generalizan los problemas que afectan a unos pocos</p> <p><i>" La TV confunde pobreza con higiene"</i></p> <p><i>"Se muestra a los más ignorantes y piensan que todos somos así"</i></p> <p><i>"Alguna gente que vive en la calle es sucia y generalizan por todos"</i></p>	<p>- Que la televisión no discrimine a los pobres, que haya más tolerancia y respeto por los derechos de las personas</p> <p><i>"Que seamos representados como personas, aunque no tengamos dinero"</i></p> <p><i>"Que realicen una comparación entre una familia pobre y una rica (sin empleada) para ver cual de las dos es más limpia"</i></p> <p><i>"Que haya personas que defiendan los derechos de los pobres"</i></p> <p>-Que la televisión investigue con más profundidad, no generalice y muestre la realidad tal cual es.</p> <p><i>"Que los periodistas tengan otra visión del tema, que los vean en terreno, que conozcan por dentro"</i></p> <p><i>"Que no generalicen, si muestran un campamento con mala situación vean otro que sí está bien"</i></p> <p><i>"Que la TV no asocie pobreza con suciedad"</i></p> <p><i>"Que no se identifique al pobre como cochino"</i></p>
<p><b>EL PROBLEMA ES REAL, Y MOSTRARLO ES LA FORMA MAS EFICAZ PARA GENERAR CONCIENCIA SOCIAL Y CONSEGUIR AYUDA PARA LOS MAS POBRES</b></p>	
<p>-Es la mejor manera para sensibilizar a la sociedad y obtener apoyo para las personas más pobres</p> <p><i>"Es la mejor manera para sensibilizar a la gente"</i></p> <p><i>"Es la mejor imagen para representar a un pobre"</i></p> <p><i>"El Hogar de Cristo lo hace para que les ayuden"</i></p> <p>-La televisión muestra un problema real, que se explica por las condiciones precarias en que viven los pobres, por la falta de acceso a servicios y por los</p>	<p>-Que la televisión apoye con espacios educativos y de denuncia de vertederos y basureros ilegales</p>

bajos niveles educacionales	
-----------------------------	--

Al igual que en lo sucedido en el análisis de las causas para las representaciones de los pobres como delincuentes y drogadictos, en las asambleas cuyos participantes señalaron que el pobre es mostrado como sucio y ordinario se identificaron causas relativas a la obtención de un alto rating y el incremento de las ventas de los canales de televisión, y al prejuicio y la discriminación (ya sea por la condición social de los pobres o mediante el mecanismo de la generalización). Adicionalmente, los participantes enfatizan que la televisión utiliza y explota selectivamente la imagen de los pobres, colocando sistemáticamente en pantalla lo peor y lo más malo de la vida de éstos. Sin embargo, en algunas asambleas se propone que la puesta en la televisión de imágenes de pobres sucios - cochinos es la forma más eficaz para lograr los objetivos de sensibilización, generación de conciencia social y obtención de ayuda para los pobres.

En lo relativo a las soluciones, se plantea la necesidad de tener una televisión menos centrada en el mercado, que tenga una visión distinta de la pobreza y que sirva como un puente entre los pobres y las autoridades. También se sugiere que la televisión muestre positivamente a los pobres, rescatando ejemplos de esfuerzo y superación, y que la representación considere personas dignas, capaces de tener una conversación adecuada, limpias y bien vestidas, en una escena de ambiente familiar y con alegría. Adicionalmente, se señala que la televisión no debería discriminar a los pobres, y que sería importante que investigue el tema de la pobreza con más profundidad. Por último, también se debe mencionar que en estas asambleas aparece por primera vez la necesidad de que los pobres realicen esfuerzos para mostrar su propia mirada, con el apoyo de la televisión y de las autoridades.

**Figura 5.**  
**Distribución de las asambleas que identificaron el atributo carenciado / necesitado según tipo de sujetos participantes.**



NOTA: Chi cuadrado 17.324, df = 5,  $p < 0.01^*$

En la figura 5 se presentan los porcentajes de participantes en las asambleas que identificaron el atributo carenciado - necesitado según tipo de sujetos. Como se puede observar, las proporciones más altas se encuentran entre las personas en situación de calle (52.6%), entre los residentes en zonas rurales (31.3%) y entre los adultos mayores (23.5%). En los grupos restantes, el atributo carencia material alcanza un peso bastante menor. De este modo, el atributo carenciado - necesitado constituye una percepción que se elicitó principalmente en las asambleas conformadas por personas en situación de calle.

Tabla 5.

Causas y soluciones planteadas por los participantes de las Asambleas que señalaron que el pobre es mostrado como carenciado - necesitado en la televisión

CAUSAS	SOLUCIONES O PROPUESTAS
<b>GENERACION DE IMPACTO, AUMENTO DEL RATING Y USO POLITICO</b>	
<p>-La televisión utiliza la imagen de los pobres para causar lástima, llamar la atención, aumentar la audiencia y las ventas de los canales.</p> <p><i>“Porque nos utilizan para sus propios intereses”</i></p> <p><i>“Por publicidad y ganar más plata”</i></p> <p><i>“Para causar lástima”</i></p> <p><i>“Los noticiarios ocupan imágenes claras y crudas para captar al telespectador”</i></p>	<p>-Que la televisión no haga negocio con la imagen de los pobres, que no la utilice y que informe con mayor profundidad sobre la pobreza</p> <p><i>“No sacar provecho de ellos”</i></p> <p><i>“Que deje de ser un negocio”</i></p> <p><i>“Enseñar qué significa la pobreza”</i></p> <p><i>“Realizar un reportaje que muestre porqué están mendigando”</i></p> <p>-Que se muestren imágenes positivas de los pobres, que enfatizen el esfuerzo y la superación.</p> <p><i>“Que muestren cosas más positivas”</i></p> <p><i>“Que muestren el esfuerzo y la dedicación”</i></p> <p><i>“Mostrar el esfuerzo de los pobres para estudiar”</i></p> <p><i>“Que lo muestren feliz”</i></p> <p><i>“Que muestre a los pobres organizados y tratando de resolver sus problemas”</i></p> <p>-Que se regule el uso de la imagen de los pobres en la televisión, y que los pobres tengan derecho a decidir</p> <p><i>“Censurar, que no se muestren esas cosas”</i></p> <p><i>“Crear una entidad que regule la información dada en los medios de comunicación”</i></p> <p><i>“Protestar por la forma en que se trata el tema”</i></p> <p><i>“Que el pobre tenga más derecho a decidir”</i></p>

<p>-La televisión hace un uso político de la imagen de los pobres, ya sea para desviar la atención, o convencer de la incapacidad del gobierno</p> <p><i>“Quieren vender la incapacidad del gobierno para afrontar la cesantía. Los medios de comunicación son manejados por la derecha”</i></p> <p><i>“Para desviar la atención de la opinión pública”</i></p>	
<p><b>MOSTRAR LA REALIDAD, GENERAR CONCIENCIA SOCIAL Y CONCITAR AYUDA PARA LOS MAS POBRES</b></p>	
<p>-La televisión busca informar de la realidad de los pobres, sensibilizar - especialmente a los empresarios y al gobierno -, crear conciencia y convocar la ayuda para los más pobres</p> <p><i>“Porque buscan conseguir ayuda para los pobres”</i></p> <p><i>“Para que la gente se informe y pueda ayudar”</i></p> <p><i>“Sensibilizar a los más ricos”</i></p> <p><i>“Para despertar conciencia en el empresariado”</i></p> <p><i>“Todos se benefician mostrando la necesidad, es decir, las familias y la TV también (mayor audiencia)”</i></p> <p><i>“Hacer presión hacia las autoridades para mostrar la realidad que el gobierno intenta disfrazar”</i></p>	<p>-Para mejorar, la televisión debería crear instancias concretas de ayuda, como publicitar ofertas de trabajo para los pobres</p> <p><i>“Crear un programa para encontrar trabajo por la TV”</i></p> <p><i>“Promocionen ofertas de trabajo”</i></p> <p><i>“Que la TV promueva instancias donde los ricos puedan ayudar a los pobres”</i></p>

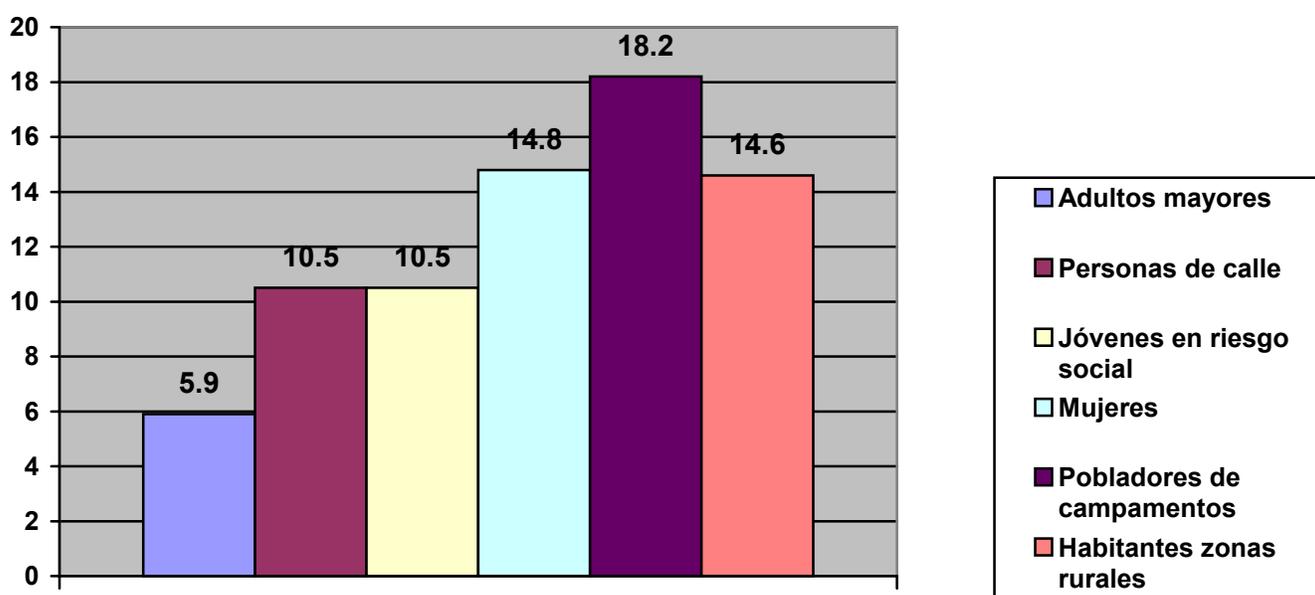
Como se puede apreciar en la tabla 5, entre las causas identificadas para la representación del pobre como carenciado - necesitado, destacan las atribuciones de que la representación se debe a la necesidad de generar impacto y aumentar el rating y también a la manipulación política de la imagen. Sin embargo, en esta categoría aparecen con más fuerza las atribuciones positivas y menos críticas: así, se indica que la imagen de carencia y necesidad se presenta con fines de mostrar la realidad, sensibilizar y crear conciencia ciudadana

(especialmente al gobierno y al empresariado) y obtener ayuda para los más pobres. Se debe tener en cuenta el doble beneficio señalado en una asamblea, vale decir, que tanto la televisión como los pobres ganan a partir de exhibir la necesidad: la primera obtiene audiencia y los segundos logran ayuda social.

Entre las soluciones, se sugiere que la televisión no utilice comercial ni políticamente la imagen de los pobres, y que informe con mayor profundidad sobre la realidad de la pobreza. En este mismo ámbito, nuevamente se indica la importancia de regular el uso de la imagen de los pobres en la televisión, y se enfatiza la relevancia de mostrar imágenes positivas. Finalmente, en lo relativo a la generación de conciencia social y la convocatoria de ayuda, se propone que la televisión implemente iniciativas concretas de asistencia.

**Figura 6.**

**Distribución de las asambleas que identificaron el atributo marginal según tipo de sujetos participantes.**



NOTA: Chi cuadrado 1.428, df = 5,  $p > 0.05$

Como se puede observar en la figura 6, las asambleas integradas por pobladores de campamentos, mujeres y habitantes de zonas rurales fueron las que identificaron en mayor medida el atributo marginal (18.2%, 14.8% y 14.6% respectivamente). En las asambleas conformadas por jóvenes en riesgo social,

personas de calle y adultos mayores, estas proporciones resultaron bastante más bajas.

Tabla 6.

Causas y soluciones planteadas por los participantes de las Asambleas que señalaron que el pobre es mostrado como marginal en la televisión

CAUSAS	SOLUCIONES
<b>MANIPULACIÓN DE LOS POBRES, COMPETENCIA DE LOS CANALES, EL ESTILO PERIODÍSTICO Y LA BÚSQUEDA DE RATING</b>	
<p>- La televisión los presenta así por la competencia entre los canales, porque aumenta el rating y vende</p> <p><i>“Por competencia y rating”</i> <i>“Para lucrar de los pobres”</i></p> <p>-Existe un periodismo que explota la morbosidad y que no tiene criterio</p> <p><i>“Periodismo morboso”</i> <i>“Periodismo poco serio y falto de criterio”</i></p>	<p>-Que la televisión cambie su manera de informar, que realice un periodismo serio y que investigue la realidad de la pobreza</p> <p><i>“Que se produzca un cambio en la manera de informar”</i> <i>“Un periodismo serio”</i> <i>“Que la TV investigue a fondo la realidad de la pobreza”</i></p>
<b>POR DISCRIMINACIÓN Y PREJUICIO SOCIAL</b>	
<p>-Por desconocimiento de la realidad de la pobreza y porque no escuchan a los pobres</p> <p><i>“No tener conocimiento real de la pobreza”</i> <i>“Porque no los escuchan”</i></p> <p>-La televisión discrimina a los pobres por la apariencia física, por la forma de hablar, por la higiene y porque se cree que son peligrosos y conflictivos</p> <p><i>“Por ser feos, diferentes en ropa y lenguaje”</i> <i>“Porque se piensa que las personas pobres son conflictivas”</i></p>	<p>-Que la televisión muestre a los pobres de manera positiva, enfatizando el esfuerzo, la superación, los logros, los modelos de éxito y la alegría de vivir</p> <p><i>“Deberían mostrar lo que cuesta salir adelante”</i> <i>“Mostrar lo positivo, las capacitaciones que se realizan en sectores pobres (microempresas)”</i> <i>“Mostraría las cosas que han logrado”</i> <i>“Decirle a la gente que los pobres no son malos”</i> <i>“Mostrar a los pobres bien vestidos y conversando bien”</i> <i>“Mostrar la alegría que existe en la gente pobre”</i></p>

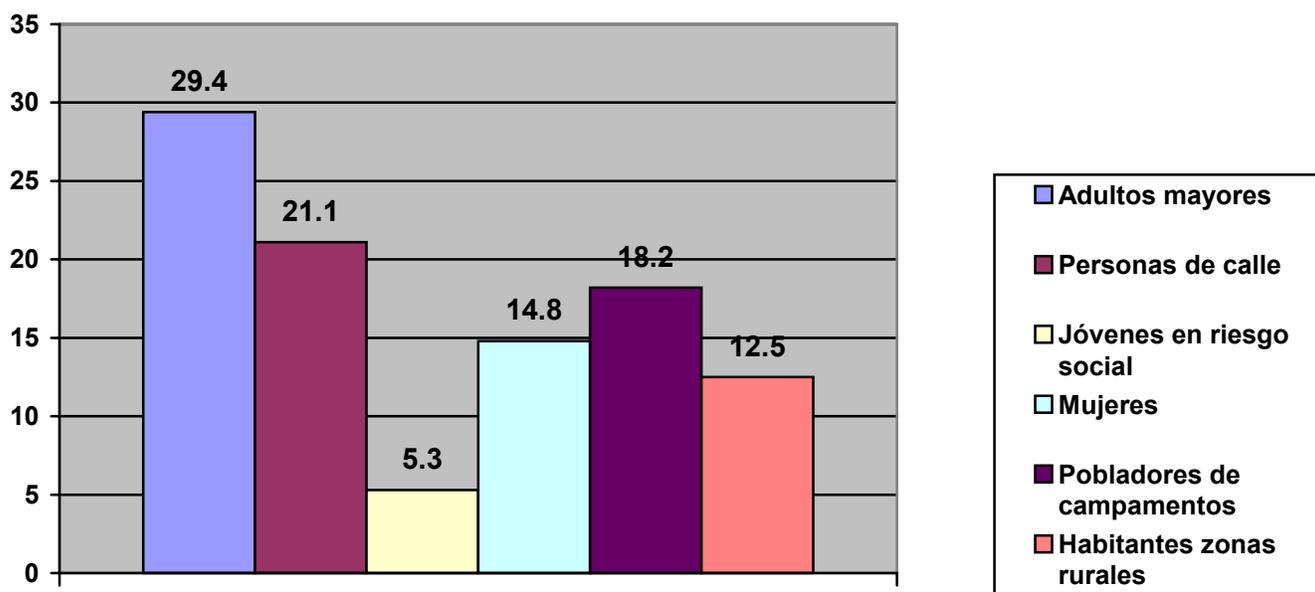
<p><i>" Por considerarlos peligrosos"</i>  <i>"La TV es un reflejo de lo que piensa la sociedad, por la apariencia y la forma de vestir son descalificados"</i></p> <p>-La televisión presenta solamente las situaciones más visibles y negativas que afectan a los pobres</p> <p><i>"Se muestra solamente los campamentos, lo que se ve, y no muestran la pobreza escondida"</i>  <i>"Los muestran en casas no muy limpias"</i>  <i>"Los muestran sin estudio"</i></p> <p>-La televisión busca dividir a las personas, y abusa de los pobres</p> <p><i>"Los medios lo hacen para dividir, para que la gente no se mezcle"</i>  <i>"Abusan de las necesidades de los pobres"</i></p>	<p><i>"Que muestren a los pobres de gerentes, que muestren gente como el Conejo"</i></p> <p>- Que la sociedad no discrimine y sea más tolerante, y que escuche y respete los derechos de los pobres</p> <p><i>"Que no se nos discrimine"</i>  <i>"Ser más escuchados"</i>  <i>"Tener una conciencia más tolerante y de respeto"</i></p>
<p><b>LA TELEVISIÓN MUESTRA UN PROBLEMA REAL Y BUSCA GENERAR CONCIENCIA SOCIAL</b></p>	
<p>-Para generar conciencia y hacer respetar los derechos de los pobres</p> <p>-La televisión muestra una realidad nacional, que se explica por la falta de educación, empleo, acceso a la salud y a la justicia y las malas condiciones de vida</p> <p><i>"Para que sepan que a pesar de ser pobres se deben respetar sus derechos"</i>  <i>"Para remover conciencias"</i>  <i>"Para que la sociedad los tome en cuenta"</i></p>	<p>-Para mejorar, que la televisión oriente, acompañe y ayude con soluciones concretas a los pobres</p> <p><i>"Que los programas ayuden a erradicar los campamentos"</i>  <i>"Que se enfoque en buscar soluciones concretas"</i>  <i>"Que la TV sea un espacio de orientación para las personas que viven en pobreza"</i></p>

Entre las causas que señalan los asistentes a las asambleas que indicaron que el pobre es representado como marginal en la televisión abierta, nuevamente destacan los aspectos vinculados al carácter comercial de la televisión y al estilo de hacer periodismo (búsqueda de rating, periodismo morboso). Igualmente se identifican factores relativos al prejuicio y la discriminación social

(desconocimiento de la realidad, sesgo hacia lo más negativo y visible y trato derogatorio a los pobres por presentar determinadas características). No obstante, también se indica que la televisión, al mostrar a los pobres como marginales, informa de un problema real y busca generar conciencia social.

Por su parte, entre las soluciones se menciona la necesidad de que la televisión cambie su manera de informar, que realice un periodismo serio y más profundo y que presente positivamente a los pobres (mostrándolos como personas esforzadas, capaces de superación, alegres y enfatizando modelos de éxito). En lo relativo a la sociedad, se plantea la importancia de la no discriminación hacia los pobres y de una mayor tolerancia y respeto por los derechos de las personas.

**Figura 7. Distribución de las asambleas que identificaron el atributo desamparados /abandonados según tipo de sujetos participantes.**



NOTA: Chi cuadrado 4.825, df = 5,  $p > 0.05$

En la figura 7 se observa que las asambleas en las que se identificó en mayor medida la representación del pobre como desamparado / abandonado fueron las integradas por adultos mayores (29.4%) y personas de calle (21.1%). Estos porcentajes fueron más bajos en las asambleas conformadas por habitantes de zonas rurales y jóvenes en riesgo social (12.5% y 5.3% respectivamente).

Tabla 7.

Causas y soluciones planteadas por los participantes de las Asambleas que señalaron que el pobre es mostrado como desamparado - abandonado en la televisión

CAUSAS	SOLUCIONES
<b>LA TELEVISIÓN MUESTRA UNA SITUACIÓN REAL, Y BUSCA SENSIBILIZAR Y OBTENER AYUDA</b>	
<p>-Se presenta al pobre como desamparado para llamar la atención y sensibilizar a los que tienen recursos y a las autoridades</p> <p><i>“Para sensibilizar al que tiene recursos”</i></p> <p><i>“Para llamar la atención de los ricos y de las autoridades”</i></p> <p><i>“Para que sientan piedad”</i></p> <p>-El desamparo y el abandono existen, y se deben a las condiciones de vida de los pobres, y al rechazo familiar y social</p>	<p>-Que la televisión no se limite a mostrar los problemas, sino que también proponga soluciones, difunda las oportunidades existentes, sensibilice a las autoridades y realice campañas solidarias</p> <p><i>“Que la TV de soluciones”</i></p> <p><i>“Que se difundan las oportunidades existentes”</i></p> <p><i>“Más campañas solidarias”</i></p> <p><i>“Llamar la atención de la comunidad a través de la TV para dar apoyo psicológico”</i></p> <p><i>“Que las autoridades vean con más atención la realidad”</i></p>
<b>FALTA DE ETICA Y UTILIZACION DE LA IMAGEN DEL POBRE CON FINES COMERCIALES</b>	
<p>-La televisión utiliza la imagen del pobre para tener mayores ventas e impacto</p> <p><i>“La TV utiliza al pobre”</i></p> <p><i>“Imagen comercial, vende”</i></p> <p><i>“Produce impacto”</i></p> <p>-El periodismo no tiene valores, moral y ética clara, y privilegia un enfoque sensacionalista</p>	<p>-Que la televisión se preocupe menos del rating y más de educar a las personas</p> <p>-Que la televisión muestre a los pobres en su vida diaria, rescatando sus capacidades y presentando los logros alcanzados</p> <p><i>“Que los representen en el diario vivir”</i></p> <p><i>“Rescaten los valores y las capacidades de los pobres”</i></p> <p><i>“Mostrar los cambios que se generan por la intervención de los programas sociales”</i></p> <p>-Que los periodistas realicen su trabajo con más ética y menos sensacionalismo, con respeto por los</p>

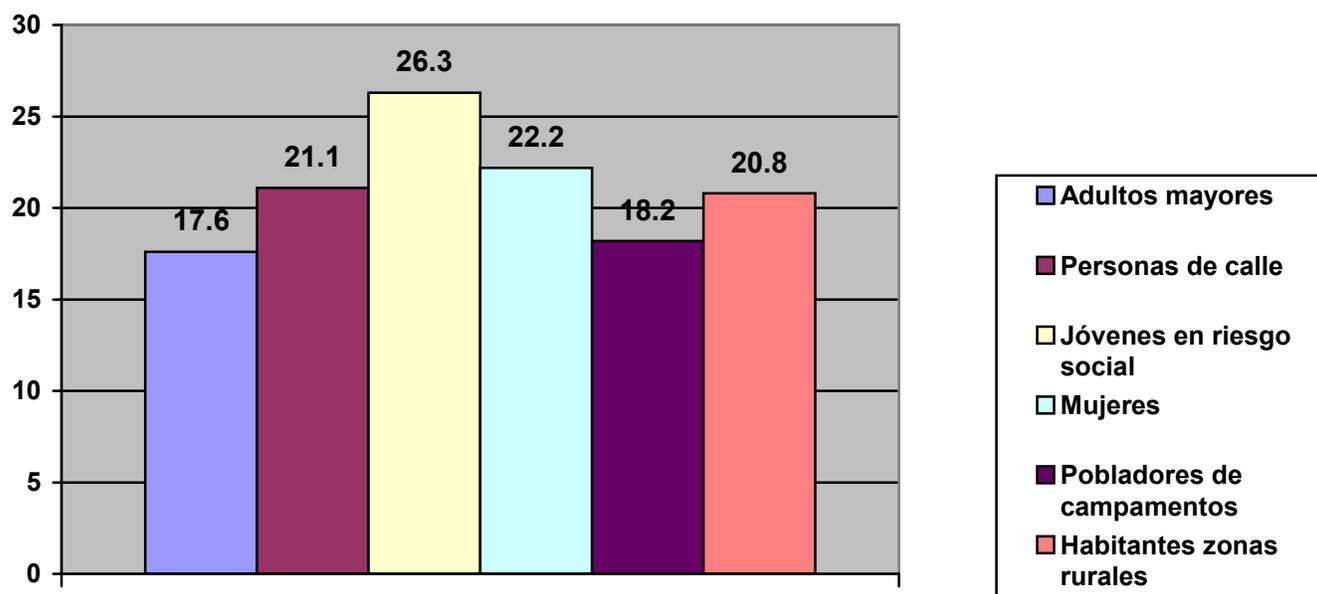
<p><i>“Falta de valores en la TV”</i>  <i>“El periodismo no tiene un asunto moral y ético claro”</i>  <i>“Sensacionalismo”</i></p>	<p>derechos y la privacidad de las personas.</p> <p><i>“El periodista debe respetar la ética de su trabajo”</i>  <i>“Que la TV sea menos invasora y más prudente”</i>  <i>“Respetando los derechos y la privacidad de las personas”</i>  <i>“Que los medios tomen conciencia y muestren la realidad tal cual es, sin sensacionalismo”</i></p>
<p><b>LA SOCIEDAD NECESITA TENER Y MOSTRAR POBRES DESAMPARADOS Y DEBILES</b></p>	
<p>-La sociedad necesita tener personas desamparadas, y para ello se debe mostrar al pobre como un ser rechazado y despreciable</p> <p><i>“La sociedad necesita tener personas débiles, pobres y desamparadas”</i>  <i>“Porque quieren mostrar a un pobre rechazado, despreciable”</i></p>	<p>-Que la sociedad cambie sus conceptos sobre como son los pobres y lo que es la pobreza</p> <p><i>“Enviando cartas a la TV y a las autoridades para cambiar los conceptos asociados a la pobreza”</i>  <i>“Que se hagan más estudios directos con los pobres”</i>  <i>“Cambio de actitud de la sociedad hacia los pobres”</i></p>
<p><b>FALTA DE INFORMACION DE LA TELEVISION Y VULNERABILIDAD DE LOS POBRES</b></p>	
<p>-La televisión carece de información sobre la realidad de los pobres</p> <p>-Los pobres son más vulnerables, y pueden ser utilizados fácilmente en un programa de televisión</p> <p><i>“Son personas vulnerables, fáciles de acceder para ser utilizadas en un programa”</i>  <i>“Es más fácil mostrar los problemas del pobre en la TV”</i></p>	

Entre las causas de la representación televisiva del pobre como desamparado - abandonado se señaló el tratar de llamar la atención y de sensibilizar a las

autoridades sobre la pobreza. También se indicó que la situación representada en la televisión es real, y que se debe a múltiples factores (condiciones de vida de los pobres, rechazo familiar y social). Entre las atribuciones negativas, se pueden destacar la falta de ética y la utilización de la imagen del pobre desamparado con fines comerciales, la carencia de información de la televisión y la vulnerabilidad de los pobres, y la necesidad social de tener y mostrar personas pobres desamparadas y débiles.

En lo relativo a las soluciones, se sugiere que la televisión se preocupe menos del rating y más de educar a las personas, y que los periodistas realicen su trabajo con más ética y menos sensacionalismo, respetando los derechos y la privacidad de las personas. Adicionalmente, se propone que la sociedad cambie sus conceptos sobre como son los pobres y lo que es la pobreza. En el ámbito de la sensibilización, se plantea la importancia que la televisión no se limite a mostrar los problemas, sino que al mismo tiempo proponga soluciones, difunda las oportunidades existentes para los más pobres y realice campañas solidarias.

**Figura 8. Distribución de las asambleas que identificaron el atributo mendigo - miserable según tipo de sujetos participantes.**



NOTA: Chi cuadrado 0.505, df = 5,  $p > 0.05$

En la figura 8 se puede apreciar que la percepción de la representación televisiva del pobre como mendigo - miserable fue mayor entre los jóvenes en riesgo social

(26.3%) y las mujeres (22.2%). En los otros grupos, estos porcentajes son algo más bajos. En todo caso, las diferencias no son significativas.

Tabla 8.

Causas y soluciones planteadas por los participantes de las Asambleas que señalaron que el pobre es mostrado como mendigo - miserable en la televisión

CAUSAS	SOLUCIONES O PROPUESTAS
<b>SENSIBILIZACION, CREACION DE CONCIENCIA, BUSQUEDA DE AYUDA Y SOLUCIONES AL PROBLEMA</b>	
<p>-La televisión busca sensibilizar y crear conciencia sobre el problema de la pobreza</p> <p><i>"Para sensibilizar, crear conciencia sobre la pobreza"</i></p> <p>-La televisión busca conseguir ayuda, especialmente en el gobierno y entre quienes tienen más recursos, y solucionar el problema.</p> <p><i>"Para que el gobierno se preocupe de esas personas"</i> <i>"Para mostrarles a las autoridades que tienen que hacer algo"</i> <i>"Para pedir ayuda a los que tienen más"</i></p> <p>-La televisión busca mostrar la gravedad del problema y dar a conocer la realidad de la pobreza en Chile</p> <p><i>"Son muchos en Chile y hay que mostrarlo"</i> <i>"Para que la gente conozca como es la pobreza"</i></p>	<p>Para mejorar, la televisión debería desarrollar más campañas solidarias para los pobres, sensibilizar sobre los principales problemas que los afectan e implementar iniciativas concretas de asistencia</p> <p><i>"Que la TV ayude a que los pobres no sean discriminados por los carabineros"</i> <i>"Que la TV sensibilice para que los inválidos que piden en la calle tengan trabajo"</i> <i>"Que la TV haga programas de ayuda a los pobres"</i> <i>"Que con algunas ganancias que obtiene la TV se hagan lugares donde la gente duerma"</i> <i>"Que promocionen ofertas de trabajo"</i> <i>"Más solidaridad"</i> <i>"Que la TV haga campañas para que la gente con dinero haga un hogar para sanar a la gente"</i></p>
<b>ALTO IMPACTO, OBTENCION DE RATING E INCREMENTO DE LAS VENTAS DE LA TELEVISIÓN</b>	
<p>-La televisión busca aumentar el rating y obtener lucro económico con la imagen de los pobres</p>	<p>-Que la televisión y los periodistas respeten los derechos de las personas, no las utilicen y que</p>

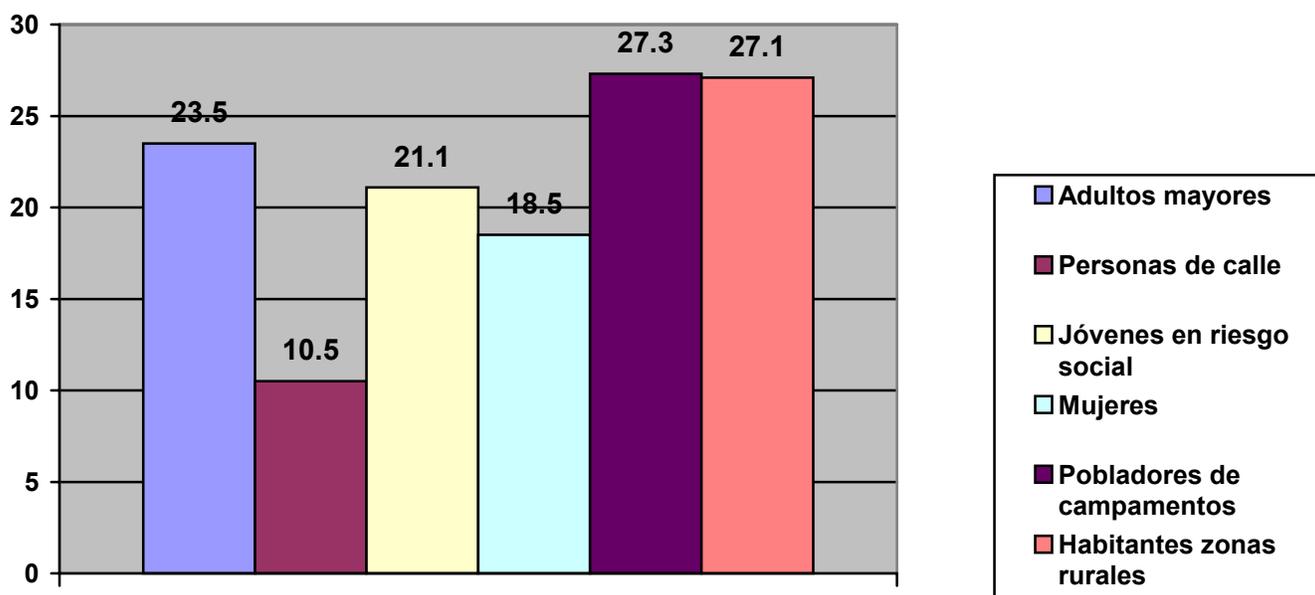
<p><i>“Para que la TV gane más plata”</i> <i>“Esta imagen vende”</i> <i>“Para subir el rating y vender sus productos”</i></p> <p>-La televisión busca generar lástima y conmover y así tener más impacto</p> <p><i>“Es una noticia impactante”</i> <i>“Para causar lástima”</i> <i>“Morbo, por conmover”</i></p> <p>-La televisión selecciona a las personas que están en peores condiciones.</p> <p><i>“Se muestra a los que están más mal”</i> <i>“Porque entrevistan a los que están más mal”</i> <i>“Muestran mucho campamento”</i></p>	<p>investiguen con mayor profundidad la realidad de la pobreza</p> <p><i>“Que la TV no utilice a los pobres y sean conscientes de la situación de los pobres”</i> <i>“Que los periodistas no se caguen a los pobres”</i> <i>“Que investiguen más los periodistas”</i> <i>“Más respeto por la indigencia y que no se la mal utilice”</i> <i>“Expresar la molestia ante el Consejo Nacional de TV”</i></p> <p>-Que la televisión enfoque con mayor profundidad la pobreza y muestre aspectos positivos, como los esfuerzos de superación, la vida familiar digna y el trabajo y la capacitación.</p> <p><i>“Profundizar en las historias de las personas”</i> <i>“No quedarse con la primera imagen”</i> <i>“Mostrar un hogar, una familia digna”</i> <i>“Que muestren el esfuerzo y la dedicación”</i> <i>“Que la TV muestre familias que están bien”</i> <i>“Mostrar a los pobres que trabajan”</i> <i>“Que la TV muestre más la capacitación de las mujeres”</i></p>
<p><b>VULNERABILIDAD Y UTILIZACION DE LA IMAGEN DE LOS POBRES CON FINES POLÍTICOS</b></p>	
<p>-Se utiliza la imagen de los pobres con fines políticos, para desprestigiar al gobierno y señalar que los recursos son mal usados</p> <p><i>“Se necesita justificar que los recursos son mal invertidos a través de esas personas”</i> <i>“Para desprestigiar al gobierno”</i></p>	<p>- Que la televisión deje trabajar al gobierno</p>

<i>"Por interés político"</i>	
-------------------------------	--

En cuanto a las atribuciones de causalidad que los participantes en las asambleas realizaron para la representación del pobre como mendigo - miserable, destacan la sensibilización y la generación de conciencia sobre la pobreza, la búsqueda de ayuda para solucionar el problema, y el dar a conocer la realidad del problema en el país. Sin embargo, también se destacan propósitos vinculados a la utilización de la imagen de los pobres para tener un alto impacto, aumentar el rating y mejorar las ventas de los canales de televisión, la manipulación con fines políticos y la alta vulnerabilidad de los pobres.

Las soluciones propuestas por los asistentes a las asambleas refieren a que la televisión respete los derechos de las personas, no las utilice e investigue con más profundidad el tema de la pobreza. También se indica la necesidad de mostrar los aspectos positivos de la vida de los pobres (esfuerzos de superación, vida familiar). Adicionalmente, se propone que la televisión realice campañas solidarias y que implemente iniciativas concretas de asistencia.

**Figura 9. Distribución de las asambleas que señalaron que la Televisión muestra lo negativo y/o oculta la pobreza según tipo de sujetos participantes.**



NOTA: Chi cuadrado 2.583 df = 5,  $p > 0.05$

En la figura 9 se observa que las asambleas que tendieron a señalar en mayor medida que la televisión sólo muestra lo negativo y/o oculta la pobreza fueron conformadas por los pobladores de campamentos (27.3%), los habitantes de las zonas rurales (27.1%) y los adultos mayores (21%). Este porcentaje resultó más bajo entre las mujeres (18%) y especialmente en las personas de calle (10.5%).

**Tabla 9.**

**Causas y soluciones planteadas por los participantes de las Asambleas que señalaron que la televisión sólo muestra lo negativo y/o oculta la pobreza**

CAUSAS	SOLUCIONES O PROPUESTAS
<b>EXPLOTACION COMERCIAL DE LA POBREZA</b>	
<p>-La pobreza es un negocio para la televisión: se busca aumentar la audiencia y mejorar las ventas</p> <p><i>“La pobreza se usa para subir el rating, es un negocio de la TV”</i>  <i>“Los medios muestran las cosas negativas porque tienen mayor audiencia”</i>  <i>“Se explota la pobreza y se lucra con eso”</i>  <i>“ Las imágenes de los pobres son un negocio para los medios de comunicación”</i></p> <p>-La televisión busca generar sentimientos de compasión y explotar la morbosidad de las personas</p> <p><i>“Se quiere generar compasión”</i>  <i>“Morbo de la gente, aumento de la audiencia”</i>  <i>“Los seres humanos nos alimentamos de carroña. Gozamos viendo imágenes crudas, peleas. Se explota la pobreza”</i></p>	<p>-Que la televisión no haga un periodismo sensacionalista, y que se atenga a la realidad</p> <p><i>“No utilizar la pobreza para exagerar y conmover”</i>  <i>“Que los medios de comunicación muestren la realidad sin sensacionalismo”</i>  <i>“Que no se preocupen de mostrar solamente golpes noticiosos”</i></p>
<b>FALTA DE ETICA, DESINTERES Y UTILIZACION DE LA POBREZA CON FINES POLITICOS Y DE OTRO TIPO</b>	
<p>- La televisión tiene problemas éticos, utiliza y atropella la dignidad de las personas.</p>	<p>-Que la televisión respete la dignidad de las personas pobres</p> <p><i>“No denigrar a las personas”</i></p>

<p><i>"Invasión y falta de respeto a las personas. Se aprovechan"</i>  <i>"Algunos pobres se dejan atropellar"</i>  <i>"Falta de valores"</i></p> <p>-Los canales de televisión no tienen un interés real en la pobreza</p> <p><i>"Por que no les interesa mostrar la realidad de la pobreza"</i>  <i>"No hay interés real por los pobres"</i></p>	<p><i>"Que respeten a las personas en su dignidad y orgullo"</i>  <i>"Que los diarios y la TV se preocupen de mirar a la gente pobre con la misma dignidad que a otros"</i>  <i>"Que se pongan en el lugar de las personas"</i></p> <p>-Que los pobres no se dejen utilizar ni ser atropellados en su dignidad</p> <p><i>"La gente pobre no debería dejarse utilizar por la TV"</i>  <i>"Educar a las personas afectadas para que no se presten para eso"</i>  <i>"Instancias locales para reclamar y hacer valer derechos"</i>  <i>"Mayor educación a la población para hacer valer sus derechos y apoyo jurídico"</i></p> <p>-Creación de legislación y de un organismo que fiscalice el uso de las imágenes en la televisión y que proteja la vida privada de los pobres.</p> <p><i>"Legislar sobre el uso de imágenes con que presentan a la pobreza"</i>  <i>"Ley que favorezca al pobre para resguardar su privacidad"</i>  <i>"Que exista un organismo que fiscalice lo que se quiere mostrar de la pobreza"</i></p> <p>-Que la televisión se interese de verdad en la pobreza, y que muestre la realidad tal cual es.</p> <p><i>"Que se preocupen más de los problemas sociales, no de la farándula"</i>  <i>"Que la TV muestre la realidad en Chile"</i>  <i>"No esconder la realidad"</i></p>
--	---

<p>-Se manipula la imagen de los pobres, por intereses políticos o de otro tipo</p> <p><i>“Por interés electoral”</i>  <i>“El gobierno tapa la pobreza”</i>  <i>“Se les utiliza para sacar votos en campañas políticas”</i>  <i>“Por manipulación político - religiosa”</i>  <i>“Depende de quién la muestra es quien quiere obtener bienestar propio”</i></p>	<p>-Que los políticos entreguen más espacios a la gente pobre, no solamente en las elecciones</p>
<p><b>PREJUICIO Y DISCRIMINACIÓN</b></p>	
<p>-La televisión tiene prejuicios con los pobres o no cuenta con información suficiente, y siempre los asocia a situaciones negativas</p> <p><i>“Prejuicio: la TV siempre representa a los pobres como drogadictos y marginales”</i>  <i>“Falta de información sobre los pobres”</i>  <i>“La TV no muestra las dos caras de la pobreza, siempre la negativa”</i>  <i>“No indagan lo suficiente y juzgan”</i></p>	<p>-Que la televisión se informe y conozca más la pobreza, y que muestre los aspectos positivos de la vida de los pobres</p> <p><i>“Que muestren a la gente pobre que es luchadora y que trata de obtener un mejor pasar”</i>  <i>“Que muestren gente esforzada y trabajadora”</i>  <i>“Que los noticieros y los programas muestren que los pobres tienen ganas de salir adelante y que tienen capacidades”</i>  <i>“Que la TV realice estudios sobre la pobreza”</i>  <i>“Acercamiento de los medios a los pobres (peñas, hip- hop)”</i>  <i>“Que se acerquen a la realidad del pobre”</i>  <i>“Que la TV tenga más cuidado con lo que muestra y dice de la pobreza”</i></p>
<p>-La televisión discrimina a los pobres por su clase social, por el lugar donde viven, por la apariencia y su forma de vestir, por la raza y el apellido y por la falta de educación.</p> <p><i>“Se discrimina por la raza”</i>  <i>“La TV discrimina a las personas porque viven en sectores mal”</i></p>	<p>-Que exista un cambio en la mentalidad social, a favor de la tolerancia y en contra de la discriminación</p> <p><i>“Campaña de NO a la DISCRIMINACION”</i>  <i>“Fomentar la tolerancia”</i>  <i>“Cambio de mentalidad de la”</i></p>

<p><i>catalogados”</i>  <i>“Clasismo”</i>  <i>“En la selección de personas en los reality, no aparecieron pobres, solo ricos”</i>  <i>“Por la mala apariencia física”</i>  <i>“Por no tener ropa bonita”</i>  <i>“Por ignorante”</i>  <i>“Por la educación que uno tiene”</i></p>	<p><i>sociedad”</i>  <i>“Una campaña para que no los miren mal”</i></p> <p>-Que la televisión no discrimine, y que muestre también los problemas de las familias con dinero</p> <p>-Que los pobres no crean en lo que se muestra en la televisión, y que se generen espacios para que los pobres puedan expresarse</p> <p><i>“No dejarse llevar por lo que se muestra en la TV. No caer en su juego”</i>  <i>“Que los pobres intenten cambiar la visión que la sociedad tiene de ellos”</i>  <i>“Que los programas de la TV entreguen espacios a los pobres”</i>  <i>“Dando oportunidades de expresión a los pobres”</i></p>
---	--

Como se observa en la tabla 9, las asambleas que establecieron que la representación de los pobres en la televisión solo muestra lo negativo y/o oculta la pobreza fueron las más críticas. En efecto, se indicaron como causas la explotación comercial de la pobreza (se busca aumentar la audiencia y mejorar las ventas, se procura generar compasión y explotar la morbosidad de las personas), la falta de ética de los periodistas y el escaso interés real en el tema de la pobreza, la manipulación de la imagen de los pobres con fines políticos o de otro tipo y el prejuicio y la discriminación (asociación de la pobreza a situaciones negativas, trato derogatorio según la clase social y el lugar de residencia, la apariencia personal y la raza, entre otros aspectos).

Entre las soluciones planteadas, se destaca la importancia de tener un periodismo no sensacionalista y que se atenga a la realidad, de respetar los derechos y la dignidad de los pobres y de la creación de instrumentos que permitan fiscalizar el uso de la imagen de los pobres en la televisión y que proteja su derecho a la privacidad. También se indica la necesidad de que los mismos pobres no se dejen utilizar por la televisión. En lo relativo al prejuicio y la discriminación, se plantea que la televisión debería conocer con mayor profundidad la pobreza y que tendría que mostrar los aspectos positivos de la existencia de los pobres. Al mismo tiempo, se sugiere un cambio en la mentalidad social, a favor de la tolerancia y en contra de la discriminación, y que la televisión muestre los problemas de las personas más adineradas.

Finalmente, se establece la relevancia de que los pobres no crean en lo que se presenta en la televisión, y se plantea la generación de espacios autónomos para que los pobres puedan expresarse por sí mismos, sin mediaciones.

### III. CONCLUSIONES

En esta sección se presentan, de manera breve, los principales resultados y conclusiones de una Consulta Participativa desarrollada con las personas atendidas por el Hogar de Cristo y por el programa Servicio País de la FSP en las trece regiones de Chile, que tuvo como objetivos identificar las percepciones de los pobres sobre las maneras en que son representados en la televisión abierta, establecer las causas que los pobres atribuyen a representaciones que aparecen para ellos como no ajustadas a la realidad, y recoger sus principales propuestas para mejorar en el tratamiento televisivo de la pobreza.

Los resultados de la Consulta muestran que los pobres atendidos por el Hogar de Cristo y por el Servicio País perciben negativamente las modalidades en que son representados en la televisión abierta. Los participantes opinan que la televisión los vincula con categorías sociales estigmatizadas (delincuentes, drogadictos, marginales), los asocia a sujetos que están en condiciones precarias de presentación y apariencia personal (sucios/cochinos, mal vestidos) y que se encuentran en situación de carencia (necesitados), y los presenta como personas que tienen atributos psicológicos, relacionales y existenciales deficitarios (desamparados, abandonados, flojos, irresponsables, incapaces). Al mismo tiempo, los asistentes a las asambleas no identifican atributos positivos o socialmente deseables del pobre representado en la televisión, y se pronuncian críticamente sobre la veracidad de las representaciones, señalando que la televisión solamente muestra lo negativo u oculta la pobreza.

En lo relativo a las causas, la mayoría de las atribuciones que realizan los participantes en las asambleas son negativas, y tienden a centrarse en factores vinculados a los propósitos comerciales (búsqueda de rating e incremento de ventas), y al estilo dominante de hacer televisión (sensacionalismo, explotación de la morbosidad). Estas causas son señaladas para todos los atributos de la representación del pobre que alcanzaron los mayores pesos en la consulta, como se puede apreciar en la tabla 9. También se destaca la manipulación política (o de otro tipo), y se menciona, aunque en menor medida, el uso sistemático de lo peor de la vida de los pobres, la visibilidad de los problemas que los afectan y su alta vulnerabilidad (pocas posibilidades de hacer respetar sus derechos e impedir la utilización televisiva).

En la tabla 10 también se observa otro grupo importante de atribuciones negativas, que aluden al prejuicio y la discriminación social, y que se expresan principalmente en los atributos delincuente, drogadicto, marginal, sucio - cochino, y en los casos en que se indicó que la representación del pobre en la televisión se centra exclusivamente en lo negativo u oculta la pobreza. El prejuicio y la discriminación operan fundamentalmente en la forma del desconocimiento de la realidad, la adjudicación de condiciones negativas a los pobres (según su situación socioeconómica, su forma de vestir y apariencia

personal, su lugar de residencia, etc.) y por medio del mecanismo de la generalización.

**Tabla 10**

**Principales causas identificadas en la Consulta según los atributos de la representación del pobre en la televisión.**

CAUSAS -ATRIBUTOS	DELINCUE NTE	DROGADIC TO	SUCIO	NECESI TADO	MARGIN AL	DESAMP ARADO	MEND IGO	NEGA/ OCULTA	TOTA L
EXPLOTACION CON FINES COMERCIALES (USO DE LA IMAGEN POR RATING Y VENTAS)	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	8
ESTILO DE HACER TELEVISION (SENSACIONALISMO, EXPLOTACION DEL MORBO)	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	8
FALTA DE INTERES REAL POR LA POBREZA	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	1
USO SISTEMATICO DE LO PEOR, LO MAS NEGATIVO DE LOS POBRES	NO	NO	SI	NO	SI	SI	SI	NO	4
MANIPULACION POLITICA O DE OTRO TIPO	SI	SI	SI	SI	NO	NO	SI	SI	6
VULNERABILIDAD DE LOS POBRES	SI	SI	NO	NO	NO	SI	NO	NO	3
VISIBILIDAD DEL PROBLEMA (FACIL MANIPULACION)	NO	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO	3
PREJUICIO SOCIAL O DESCONOCIMIENTO	SI	SI	SI	NO	SI	SI	NO	SI	6
DISCRIMINACION SOCIAL	SI	SI	SI	NO	SI	NO	NO	SI	5
EL PROBLEMA ES REAL	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	7
GENERACIÓN DE CONCIENCIA, SENSIBILIZACION SOCIAL	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	6

Al mismo tiempo, los participantes en las asambleas también efectúan atribuciones positivas, que establecen que la televisión muestra problemas que son reales, busca generar conciencia, sensibilizar a la sociedad (especialmente a las autoridades y a los grupos con más recursos económicos) y concitar la asistencia. Estas atribuciones se presentan en casi todos los aspectos de la representación televisiva del pobre que alcanzaron los mayores pesos en la consulta, como se observa en la tabla 9, salvo en el caso del atributo

“delincuente” y en aquellas asambleas donde se estableció que la televisión muestra deliberadamente solo lo negativo u oculta la pobreza.

La coexistencia de atribuciones positivas y negativas sugiere que el costo de la exposición en la televisión para los pobres es la devaluación de su imagen, mientras que el beneficio consiste en la obtención de ayuda material. Desde esta mirada, se podría plantear como hipótesis que la televisión propone a los pobres una transacción (pacto), que se expresa en mostrarlos en las peores condiciones (y así aumentar la audiencia). Por cierto, las instituciones de asistencia se constituirían, en este esquema, en mediadores o árbitros de la transacción, aunque el intercambio podría realizarse perfectamente sin mediación alguna. En este caso, caben las siguientes preguntas: ¿los pobres están en condiciones de negociar?: ¿tienen la posibilidad de elegir?: ¿cuáles son las externalidades del pacto?: ¿no se estará fomentando la reproducción de los estereotipos que configuran la discriminación social y justifican simbólicamente la desigualdad?.

En lo referido a las soluciones, la demanda dominante de los participantes en las asambleas consiste en que la televisión muestre los aspectos positivos de la vida de los pobres, enfatizando aspectos relativos al esfuerzo y la superación personal. Igualmente, se establece como central que la televisión investigue más la realidad de la pobreza y muestre los problemas de fondo. Además, se propone una televisión que no discrimine a los pobres y que no los asocie a situaciones negativas. Así, los participantes en las asambleas buscan una televisión menos centrada en el lucro y más solidaria, que no solamente muestre los problemas sino que también contribuya con alternativas de solución.

En este plano, es importante señalar que los asistentes a las asambleas mencionan bastante menos soluciones que les confieren un papel activo (por ejemplo, organizarse para evitar la utilización de la imagen de los pobres en los medios y proteger la privacidad de las personas), y aunque en algunas asambleas se indica la importancia de que los pobres generen espacios propios en los cuales puedan mostrar su perspectiva, no se mencionan como alternativas a las radios o a la televisión comunitaria, y tampoco se hace referencia a las posibilidades que entregan las nuevas tecnologías de la información y comunicación. Así, las soluciones que visualizan más bien se centran en aspectos punitivos, que se expresan en el establecimiento de entidades e instrumentos de regulación y sanción a los medios que no respeten los derechos de las personas (organismo fiscalizador, legislación que proteja la privacidad).

Finalmente, cabe preguntarse, desde la perspectiva de los pobres, si es posible una televisión abierta distinta, que construya la imagen de los grupos más vulnerables desde lo positivo y no a partir de la negatividad. La respuesta a esa pregunta determinará la factibilidad de una televisión masiva que no contribuya a reproducir los estereotipos y representaciones que legitimen y justifiquen simbólicamente la desigualdad, y que logre captar adecuadamente las

identidades, subjetividades y mundos de vida de los más pobres. Hasta ahora, y de acuerdo a lo resultados de esta consulta, eso no está sucediendo.

#### IV. REFERENCIAS

Agoustinos, M., Reynolds, K. (2000). *Understanding the psychology of prejudice and racism*. London: Sage

Berger, P. (1991). "El Matrimonio y la Construcción Social de la Realidad" en *Estudios Públicos*, N° 43, Santiago.

Chandler, D. (2001). *Semiotics for beginners*. Disponible en: [www.aber.ac.uk/media/functions/mcs.html](http://www.aber.ac.uk/media/functions/mcs.html)

Cohen, E., Martínez, R., Tapia, L. & Medina, A. (1998). Metodología para el análisis de la gestión de programas sociales. Volumen II. *Serie Políticas Sociales n°25*. Santiago: CEPAL (pp.1,10). Disponible en: <http://www.eclac.cl/cgi-bin/getProd.asp?xml=/publicaciones/xml/5/6565/P6565.xml&xsl=/dds/tpl/p9f.xsl&base=/tpl/top-bottom.xslt>

Department for International Development (2002). The significance of Information and Communication Technologies for reducing poverty. Disponible en: [www.dfid.gov.uk](http://www.dfid.gov.uk)

Forehand, M., Deshpandé, R., Reed III, A. (2002). Identity salience and the influence of differential activation of the Social Schema on advertising response. *Harvard Business School Research Papers*. Disponible en: [http://ssrn.com/abstract\\_id=345280](http://ssrn.com/abstract_id=345280)

Fundación para la Superación de la Pobreza (1994). El mundo de los pobres. *Documento para la reflexión*. Santiago

Hogar de Cristo (1994). Radiografía humana de la pobreza. Una consulta participativa. Santiago, ed.

Kuusisto, P. (2000). *Racism and cultural diversity in the mass media*. Disponible en: [eumc.eu.int/publications/media-report/MR-CH4-13-Finland.pdf](http://eumc.eu.int/publications/media-report/MR-CH4-13-Finland.pdf)

Livingstone, S., Lunt, P. (1994). *Talk on television. Audience participation and public debate*. London: Routledge.

Martín Baró, I. (1995). *Acción e ideología. Psicología Social desde Centroamérica*. San Salvador: UCA Editores.

Martín-Barbero, J. (1987). De los Medios a las Mediaciones. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

MIDEPLAN (2002). Contexto y desafíos de la política social del 2000. Disponible en: [www.mideplan.cl](http://www.mideplan.cl)

Morley, D. (1996). *Televisión, Audiencias y Estudios Culturales*, Amorrortu, Buenos Aires.

Rietbergen - McCracken, J. & Narayan, D. (1998). Participation and Social Assessment: tools and techniques. Washington D.C.: World Bank (pp.121,131). Disponible en: [http://www-wds.worldbank.org/servlet/WDS\\_IBank\\_Servlet?pcont=details&eid=000009265\\_3980624143608](http://www-wds.worldbank.org/servlet/WDS_IBank_Servlet?pcont=details&eid=000009265_3980624143608)

Shelton, J.N. (2000). A reconceptualization of how we study issues of racial prejudice. *Personality and Social Psychology Review* 4 (4): 3, 74-90.

Stets, J., Burke, P. (2002). *A sociological approach to self and identity*. Disponible en: [www.people.fas.harvard.edu/~johnston/burke.pdf](http://www.people.fas.harvard.edu/~johnston/burke.pdf)

Van Dijk, T. (2000). *From text grammar to Critical Discourse Analysis*. Disponible en: [www.aber.ac.uk/media/sections/textan02.html](http://www.aber.ac.uk/media/sections/textan02.html)

Wodak, R. (2000). *Inter/Transdisciplinary Research in Discourse, Politics, Identity*. Viena: Austrian Academy of Sciences