



UNIVERSIDAD CATÓLICA

DE LA SANTÍSIMA CONCEPCIÓN

FAC. COMUNICACIÓN, HISTORIA Y CS. SOCIALES

ESCUELA DE PERIODISMO

**Cobertura mediática de los principales hitos del proceso constituyente en
Chile: Estudio comparativo de publicaciones en Instagram de Diario
Concepción, Resumen.cl y Koncevision**

Tesis para optar al grado académico de Licenciado en

Comunicación Social y al título de periodista

Alumna

Sofía Caamaño Fuentes

Profesor Guía

Dr. Fernando Gutiérrez Atala

Concepción, julio de 2023

Tabla de contenido

CAPÍTULO I: PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA.....	1
1.1 PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN.....	1
1.1.1 PROBLEMATIZACIÓN	1
1.1.2 JUSTIFICACIÓN	4
1.2 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	6
1.2.1 PREGUNTA PRINCIPAL	6
1.2.2 PREGUNTAS SECUNDARIAS	6
1.3 OBJETIVOS	7
1.3.1 OBJETIVO GENERAL	7
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	7
1.4 PREMISA	7
1.5 DELIMITACIÓN.....	8
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL.....	9
2.1 ESTADO DEL ARTE	9
2.1.1 ESTUDIOS INTERNACIONALES:.....	9
2.1.2 ESTUDIOS NACIONALES:	12
2.2 MARCO TEÓRICO.....	16
2.2.1 NUEVOS PARADIGMAS INFORMATIVOS	16
2.2.1.1 MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES EN CHILE.....	16
2.2.1.2 NUEVOS MEDIOS Y NUEVOS CONCEPTOS.....	18
2.2.2 ESCENARIO CRÍTICO DE LOS MEDIOS TRADICIONALES.....	22
2.2.2.1 INTERNET Y LAS REDES SOCIALES COMO FACTOR DE TENSIÓN	22
2.2.2.2 LA CENTRALIZACIÓN Y LA CONCENTRACIÓN DE LA INFORMACIÓN COMO MECANISMOS DE CONTROL INFORMATIVO	25
2.2.2.3 DESCONTENTO A LA COBERTURA TRADICIONAL	29
2.2.3 EL ESTALLIDO SOCIAL COMO FACTOR DETONANTE PARA LA APARICIÓN Y EL DESPLAZAMIENTO HACÍA MEDIOS ALTERNATIVOS	31
2.2.3.1 CAMBIO DE LA OPINIÓN PÚBLICA CON RESPECTO A LOS MEDIOS TRADICIONALES A PARTIR DEL ESTALLIDO SOCIAL	31

2.2.3.2	PLURALISMO Y DEMOCRATIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN A PARTIR DEL CIBERACTIVISMO...	34
2.2.3.3	EL PROCESO CONSTITUYENTE EN CHILE: RIESGOS PRODUCIDOS POR LOS DESÓRDENES	
	INFORMATIVOS	37
	CAPÍTULO III: EXPLICACIONES METODOLÓGICAS.....	41
3.1	ENFOQUE	41
3.2	ALCANCE	42
3.3	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	43
3.4	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	43
3.5	HERRAMIENTA DE RECOLECCIÓN.....	45
3.6	UNIVERSO O POBLACIÓN.....	51
3.7	MUESTRA	52
3.8	MECANISMO DE ANÁLISIS DE DATOS.....	53
	CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	54
4.1	CORPUS DE LA INVESTIGACIÓN.....	54
4.1.1	HITO INFORMATIVO 1: CEREMONIA DE INAUGURACIÓN DE LA CONVENCION CONSTITUCIONAL, 4 DE JULIO DE 2021	55
4.1.2	HITO INFORMATIVO 2: PROPUESTA CONSTITUCIONAL “CÁMARA DE LAS REGIONES” PARA EL REEMPLAZO DEL SENADO, 13 DE ABRIL DE 2022	64
4.1.3	HITO INFORMATIVO 3: BORRADOR OFICIAL DE LA NUEVA CONSTITUCIÓN, 15 DE MAYO DE 2022 73	
4.1.4	HITO INFORMATIVO 4: PLEBISCITO CONSTITUCIONAL DE SALIDA, 4 DE SEPTIEMBRE DE 2022 ..	82
5.	CAPÍTULO V: CONCLUSIONES.....	91
5.1.	CONCLUSIONES	91
5.2	PROYECCIONES Y PROPUESTAS.....	96
	REFERENCIAS.....	98

Índice de tablas y figuras

Tabla 1 Principales características de los medios alternativos. Fuente: Corrales y Hernández, 2009, pág. 8.	20
Tabla 2 Términos asociados a la evasión del metro dentro del top 5 de tendencia de Twitter en Chile, Fuente: Apablaza, consultado el 25 de agosto de 2022.....	35
Tabla 3 Caracterización de invitados(as) a paneles de medios de comunicación. Fuente: Ciper, consultado el 21 de junio de 2022	38
Tabla 4 Tendencia política de invitados(as) a paneles de debate constituyente. Fuente: Ciper, consultado el 21 de junio de 2022.	39
Tabla 5 Hitos informativos. Fuente: Elaboración propia.....	44
Tabla 6 Definición de las variables cualitativas. Fuente: Humanes, Mellado y Márquez, 2017, p. 176	46
Tabla 7 Ficha de registro. Fuente: Elaboración propia.....	48
Ilustración 1 Grupos de medios. Fuente: Programa de Investigación de Medios, Universidad Alberto Hurtado.	18
Ilustración 2 Número de usuarios de internet por país en América Latina en enero de 2022. Fuente: Statista, consultado el 17 de junio de 2022.	23
Ilustración 3 Cartografía de concentración de medios. Fuente: Programa de Investigación de Medios, Universidad Alberto Hurtado.....	28
Ilustración 4 Evaluación de confianza en formas de comunicación en escala de 1 a 10. Fuente: Encuesta Termómetro Social, octubre 2019.....	31

Capítulo I: Presentación del problema

1.1 Problema y justificación

1.1.1 Problematización

Desde el fin de la dictadura militar chilena se han originado distintos proyectos comunicacionales alternativos frente a aquellos conglomerados de información que controlaban el sistema mediático del país. Para Montero, González y Riquelme (2006) desde los años 90, distintos periodistas buscaron crear nuevas voces mediante nuevos medios. Según los autores, aquellos “reporteros que poseían la confianza en la transición democrática decidieron llevar adelante sus proyectos de medios alternativos que observarían la contingencia nacional e internacional con una mirada distinta” (p. 2).

Esta visión contrahegemónica a los medios comunicación tradicionales del país intentó por años instalarse a lo largo del llamado “retorno a la democracia”, sin embargo muchas de estas iniciativas alternativas no lograron mantenerse en el mercado de la comunicación debido a las bajas ventas y apoyo de los usuarios, y a la gran influencia ejercida por los duopolios dominantes: El Mercurio y Copesa (Parra y Quezada, 2006, p. 19).

En el contexto de esta investigación se identifican al menos 3 tipos de medios de comunicación: los medios tradicionales, que se han conservado y propagado de generación a generación o a lo largo de un gran periodo de tiempo, destacándose con un importante rol democrático (Jiménez y Muñoz, 2008, p. 6); los medios independientes, que “surgen de proyectos periodísticos desligados de financiamiento gubernamental o corporativo (...) con un alto sentido de participación ciudadana y servicio público” (Lemus, 2022, p. 3); y finalmente los medios alternativos, una forma de lucha social ejercida por distintos grupos y movimientos en contra de la dominación por parte de los grandes conglomerados mediáticos (Sel, 2009).

Con la aparición de las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), el panorama mediático dio un giro con las redes sociales que facilitaron el proceso de aparición

de medios independientes y alternativos, los cuales adquirieron el respaldo de la reciente generación tecnológica. Según Natanson (2014) los medios de comunicación:

Atraviesan una etapa de crisis profunda (...) en primer lugar, tecnológica, pues la irrupción de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (de internet a las tabletas y los celulares inteligentes, de Twitter a los portales de noticias) está cambiando a toda velocidad la forma en que se conciben los medios, su relación con el público y los procesos de construcción de la noticia. (p. 50)

Este fenómeno originó una crisis de confianza y credibilidad hacia los medios tradicionales, ya que se evidenció la existencia de un escenario crítico en donde la comunicación se encuentra centralizada y concentrada, es decir, el campo informativo se encuentra capturado y manejado por los grandes conglomerados de comunicación que están presentes en mayor medida en la capital y zonas centrales.

Para Orchard (2021), quien reflexiona a partir de la Encuesta Estado del Periodismo Nacional (EEP) realizada por la Universidad Alberto Hurtado en 2017, los profesionales de la comunicación encuestados identifican una “problemática relación que se establece entre medios de comunicación, poder político y económico” lo que produce “consecuencias para la autonomía editorial y la calidad de los contenidos difundidos” (p. 50).

Así también lo afirma Escribano (2020), quien expresa que parte de la población “considera que la prensa no ha ayudado a construir una sociedad más unida sino que más bien, históricamente se ha encargado de excluir a las minorías (políticas) a través de operaciones psicopolíticas” (p. 18) y agrega que:

Existe una desconfianza general y disconformidad hacia los medios de comunicación sobre todo por el llamado “monopolio de medios”, consolidado en la dictadura militar, el cual es controlado por grandes grupos económicos que, a su vez, tienen múltiples voces y votos en la política nacional. (p. 19)

Frente a esto, la adquisición de poder de las redes sociales, visto en forma de una gran movilización de contenidos y acumulación de audiencias, ha ampliado la oportunidad de

entrar al área de las comunicaciones a todas las personas, incluso si éstos carecen de formación en periodismo o medios. Esto se ha relacionado con un incremento en la aparición y movilización de *fake news* o noticias engañosas las cuales han llegado a ser difundidas tanto por medios tradicionales como por aquellos autodenominados “medios de comunicación”, quienes además muchas veces generarían contenidos con un gran componente ideológico y valorizaciones personales, incumpliendo así con la ética periodística y sus deberes profesionales.

Para Corrales y Hernández (2009) una de las limitantes de la comunicación alternativa es la falta de credibilidad debido a que “al ser medios creados por individuos (en su mayoría) ajenos a los medios tradicionales, los medios alternativos se plantean como dudosos y/o tendenciosos” (p. 18), además afirman que “en su práctica acertada, tienen la posibilidad de lograr concientización social (...) Sin embargo, dentro de este boom de medios alternativos, encontramos a muchos que más que alternancia generan confusión” (p. 26).

Además, Cerqueira y Rodrigo (2018) afirman que: “las redes sociales han sido, por un lado, uno de los principales vehículos de las fake news para producir posverdad” (p. 231) por lo que, en un escenario digital (dónde incluso los medios tradicionales pueden caer en noticias engañosas) en el que circulan contenidos alternativos “es fácil perder la credibilidad y la confianza del público” (p. 231). Finalmente, los autores agregan que:

El profesionalismo es lo que distingue al buen periodista de quien no lo es (...) el uso responsable de esta libertad, con información transmitida de modo competente, es lo que distingue al periodismo de otras formas de hacer y comunicarse (...) Para Bilbeny (2012), los principios que nortean la actividad periodística son: el deber de la verdad, la búsqueda por la preservación de la autonomía, la defensa del interés público, y el compromiso con la justicia. Estos principios son los generadores de la credibilidad, elemento fundamental en el periodismo serio y no sensacionalista que, en la era de la posverdad, se aproxima en ocasiones a la emotividad. (Cerqueira y Rodrigo, 2018, p. 232)

Finalmente, Puente, Saavedra y Grassau (2011), quienes analizaron los contenidos de medios ciudadanos de Chile, concluyeron en su estudio que estos “no ofrecen al público

contenidos que cumplan con la entrega verificable, jerarquizada y contextualizada de la información” (p. 28), si bien se han instalado como una forma de “enriquecer la pauta temática”, en estos espacios ciudadanos: “no produce(n) informaciones socialmente relevantes, profesionalmente conseguidas, elaboradas y difundidas” (p. 29).

A partir de esto se propone que es necesario estudiar la necesidad de implementar medidas de formalización y regularización para los medios de comunicación online. Según el proyecto de Ley presentado ante el Senado en el boletín N° 14.561-19, las plataformas digitales “han sido capaces de crear contenidos culturales, aportar servicios de utilidad pública, ser fuente activa de información, de conexión y un potente motor del mercado. Pero también, una fuente de flagrantes vulneraciones a los derechos de las personas” (Boletín N° 14.561-19, 2021).

Este proyecto busca resolver el rol del Estado frente a la regulación de las plataformas digitales, su finalidad es proteger al consumidor del “enorme poder que tiene algunas redes sociales” (Boletín N°14.561-19, 2021). Se destaca que existen problemas de privacidad y acceso a datos personales, abuso hacia el usuario, control sobre los contenidos, noticias engañosas e incluso espacios de descredito o “funas” como un acto de juicio social. Frente a esto, el proyecto de Ley tiene como objetivo hacer valer los mismos derechos y obligaciones del entorno natural hacia el mundo digital.

Si bien aún se encuentra en discusión, es una de las primeras instancias en las que se plantean los peligros que se corren al no contar con una estrategia regulatoria hacia los medios digitales. Por lo que en esta investigación se dará seguimiento al transcurso de este proyecto.

1.1.2 Justificación

Los medios tradicionales atraviesan un complejo panorama informativo (Natanson, 2014; Serrano 2020; Monje, Rivero y Zanotti, 2020) al ver distintas opiniones o juicios en su contra durante el estallido social de octubre de 2019, cuando se leía: “no más manipulación mediática”, “la prensa chilena miente”, “apaga la tele” y entre otros. A partir de estos cambios de percepción hacia el panorama informativo, los medios digitales lograron un alcance a nivel

nacional, debido a que transmitieron contenidos destinados aquellos que no estaban conformes con la cobertura tradicional (Flores y González, 2020).

Frente a este nuevo contexto del área informativa en el que coexisten al menos tres tipos de medios distintos uno del otro (estos son tradicionales, independientes y alternativos), se deja en evidencia una crisis de confianza y un escenario en donde predominan los contenidos digitalizados como una alternativa a lo tradicional. Con este cambio de plataformas, es necesario determinar cómo funcionan y qué características están presentes en la transmisión de información en las plataformas digitales.

Por medio de un análisis de contenido, basado en la cobertura dada por los distintos tipos de medios que existen, en este caso, se trataría de medios tradicionales, independientes y alternativos, se pudo caracterizar y conocer la forma en que tratan la información y la interacción que tienen estos medios, y cuáles son los principales elementos presentes que los diferencian o asemejan unos de otros.

Al tener información sobre cómo transmiten los medios en redes sociales, que en el contexto de esta investigación se trabajó con aquellos alojados en la plataforma Instagram, se podrá determinar e interpretar cómo actúan estos en el entorno digital, cuáles son sus estrategias para abordar los contenidos y la interacción que mantienen con el público, y cómo esto podría definir la disposición a elegir un medio por sobre otro.

Además, se buscó aportar información para una propuesta de mejora al sistema de regularización de medios de comunicación presentes en las plataformas digitales. En el contexto actual del país, en septiembre de 2021 entró a la cámara del Senado un proyecto de Ley cuyo objetivo es crear derechos y obligaciones en el entorno digital, ya que no está regulado en la actual normativa.

Por su parte, Del Fresno (2019) asegura que “cientos de miles de individuos pueden convertirse en productores de desórdenes informativos utilizando plataformas tecnológicas ordinarias, que incluso con simples motivaciones económicas pueda tener consecuencias políticas globales” (p. 6) por lo que es necesario “poder identificar y penalizar con rapidez a los responsables de desórdenes desinformativos” (p. 9).

Es por esto que en esta investigación realizada en base a un análisis de contenido sobre los principales hitos identificados del proceso de trabajo de la Convención Constitucional entre los periodos 2021 y 2022, es esencial para aportar información para una mejora al sistema de regularización para medios de comunicación alojados en las plataformas digitales, de forma que los medios de comunicación cumplan con la ética y deberes periodísticos establecidos en los artículos de la Ley N°19.733 sobre las libertades de opinión e información y ejercicio del periodismo.

1.2 Preguntas de investigación

1.2.1 Pregunta principal

¿Cuáles son las diferencias cuantitativas y cualitativas en la cobertura de los medios tradicionales, independientes y alternativos de los principales hitos informativos del proceso constituyente chileno de 2021-2022?

1.2.2 Preguntas secundarias

Pregunta secundaria 1: ¿Cuáles son las características de la cobertura que dieron los medios tradicionales, independientes y alternativos a los principales hitos informativos del proceso constituyente chileno de 2021-2022?

Pregunta secundaria 2: ¿Cuáles son los elementos (de contenido y visuales) que aparecen a la hora de analizar la cobertura que dieron los medios tradicionales, independientes y alternativos a los principales hitos informativos del proceso constituyente chileno de 2021-2022?

Pregunta secundaria 3: ¿Qué significados (conclusiones) aparecen a la hora de revisar la cobertura que dieron los medios tradicionales, independientes y alternativos a los principales hitos informativos del proceso constituyente chileno de 2021-2022?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Determinar las diferencias cuantitativas y cualitativas en la cobertura en los perfiles de Instagram de los medios tradicionales (Diario Concepción), independientes (Resumen.cl) y alternativos (Koncevision) de los principales hitos informativos en el Proceso Constituyente chileno entre los periodos de julio de 2021 y septiembre de 2022.

1.3.2 Objetivos específicos

Objetivo específico 1: Caracterizar **la cobertura** que dieron Diario Concepción (medio tradicional), Resumen.cl (medio independiente) y Koncevision (medio alternativo) a los principales hitos informativos publicados en el contexto de la Convención Constitucional.

Objetivo específico 2: Analizar comparativamente **la cobertura** que dieron Diario Concepción (medio tradicional), Resumen.cl (medio independiente) y Koncevision (medio alternativo) a los principales hitos informativos publicados en el contexto de la Convención Constitucional.

Objetivo específico 3: Interpretar **la cobertura** que dieron Diario Concepción (medio tradicional), Resumen.cl (medio independiente) y Koncevision (medio alternativo) a los principales hitos informativos publicados en el contexto de la Convención Constitucional.

1.4 Premisa

El estudio de las publicaciones realizadas en sus perfiles de Instagram permite determinar que no existen diferencias en la cobertura que Diario Concepción (medio tradicional), Resumen.cl (medio independiente) y Koncevision (medio alternativo) hicieron de los principales hitos informativos del proceso constituyente chileno.

Tal y como se mencionó, no existen diferencias significativas entre cada medio, sin embargo los medios tradicionales de comunicación no están generando el valor agregado que se espera, por lo que los medios independientes y alternativos, que si utilizan las nuevas herramientas digitales a su favor, logran mayor reconocimiento e interacción del público.

1.5 Delimitación

Para efectos de esta investigación, en primer lugar, se delimitaron los tipos de medios que serán estudiados, así se reconoció la existencia de medios tradicionales, independientes y alternativos de información. En segundo lugar, se limitó el estudio de estos medios entre los periodos del 4 de julio de 2021 y 4 de septiembre de 2022.

Por último, se estableció una delimitación geográfica, para este proceso se planteó el análisis de medios de comunicación originados y dirigidos desde y para los habitantes de la Provincia de Concepción, debido a que la realidad de los medios de comunicación locales no ha sido comúnmente abarcada, por lo que, puede resultar más interesante conocer y determinar el funcionamiento de estos medios.

Capítulo II: Marco teórico o referencial

2.1 Estado del arte

2.1.1 *Estudios internacionales:*

2.1.1.1 Campos Freire, F. (2008). Las Redes Sociales trastocan los modelos de los Medios de Comunicación tradicionales. *Revista Latina de comunicación social*

Esta investigación estudió a las redes sociales como un nuevo espacio para los medios de comunicación tradicionales, según el autor, estos últimos se enfrentan a “nuevos sistemas de información” los cuales “han incorporado nuevas herramientas y formas de intermediación e interactividad que están reconfigurando el espacio mediático” (Campos, 2008, p. 277).

A través del análisis estructural a 11 redes sociales que funcionan a nivel global, frente a 30 medios de comunicación españoles que están presentes de forma digital, el autor buscó comprender si estas nuevas formas de comunicación son un nuevo espacio efectivo y enriquecedor para desarrollar el campo informativo.

Entre los resultados de estudio, el autor logró determinar que dentro del sistema de redes sociales existen dos tipos de contenidos principales: las relaciones (interacción entre personas) y el entretenimiento e información. A partir de los contenidos estudiados en estas redes sociales, se identificó un mayor tráfico de información con respecto al entretenimiento, en donde destaca el uso de contenidos audiovisuales como imágenes o videos, acompañados de texto y enlaces que direccionan a sitios web principales o secundarios.

Por otra parte, el autor concluyó que las redes sociales se instalaron como un nuevo sistema para el entretenimiento y difusión de información a partir de características base de los medios de comunicación tradicionales. Sin embargo, un elemento propio de estas redes es la activa participación con los usuarios, lo cual define el cómo y de qué forma transmitirán los contenidos.

2.1.1.2 Fleischman, L., Ginesta, X. y López, M. (2009). Los medios alternativos e internet: un análisis cualitativo del sistema mediático español. *Andamios*

Este artículo estudió las principales características de los medios alternativos presentes en el sistema mediático español a través de los medios digitales (principalmente presentes por medio de páginas web): Rebelion, Nodo50, Kaos en la Red, Chuza!, Periodismo ciudadano, entre otros.

Para determinar las características de los medios alternativos online en el Estado español, los autores analizaron aquellos rasgos particulares de la información alternativa, esto es: sus formatos, autoría, actualizaciones, participación y temáticas. Mediante encuestas enviadas a los medios para “conocer la percepción que estos medios tienen de sí mismos” (Fleischman, Ginesta y López, 2009, p. 272).

Por lo que, a través de las observaciones realizadas a estos medios, se logró determinar que la ideología presente se caracteriza por un deseo de cambio en las estructuras, sociales, políticas y económicas presentes en el sistema:

Estos medios se caracterizan por su variedad de puntos de vista y de temas tratados, pero con un eje común más o menos presente siempre: el reparto de la riqueza de un modo más justo y/o equitativo y sus ansias transformadoras. Es esta idea central la que une a tan heterogéneo grupo de medios de comunicación y la que lo coloca a la izquierda del espectro ideológico. (Fleischman, Ginesta y López, 2009, p. 281)

Los autores concluyeron que, la aparición de estos medios alternativos contribuye a la democratización de las comunicaciones, pero estos aun presentan problemas para establecerse económicamente, en su adaptación tecnológica y de formatos de redacción (textos muy amplios). Finalmente consideran que los medios alternativos si significan nuevos espacios de expresión y comunicación humana.

2.1.1.3 Torres, J. L. y Castro, A. (2021). Prácticas comunicativas periféricas en España. El caso de La Poderío. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*

Este trabajo analizó las prácticas comunicativas periféricas digitales en su origen y distintas terminologías utilizadas para definir realidades comunicacionales diferentes a las

institucionalizadas por los grupos mediáticos tradicionales, por lo que, en este nuevo paradigma digital, se vio el caso de España, en donde el medio periodístico sufrió transformaciones tras la crisis económica desencadenada en 2008, lo que dio lugar a la aparición de medios abordados desde una perspectiva periférica.

En este contexto, los autores trabajaron en base al proyecto de comunicación alternativo *La Poderío*, con el objetivo de conocer su trayectoria, determinar cuál es su estructura y analizar el tráfico y métricas en sus distintas plataformas.

A partir del estudio a *La Poderío*, los autores determinaron que se trata de un proyecto periférico nacido en las redes sociales que ha significado un espacio para “dar voz” a aquellas personas que no se sentían representadas por los medios tradicionales. Sin embargo los autores identificaron irregularidades en los flujos de trabajo y estrategias de comunicación, lo cual se debe a que este medio no genera una fuente de ingresos, por lo que quienes lo conforman no se dedican de forma exclusiva a él.

Este medio significa una fuente de información diferente a la de los medios tradicionales, lo cual se ve reflejado en un gran número de seguidores de su contenido en las distintas plataformas que tienen disponibles, las cuales crean un sentimiento de cercanía y comunidad con los usuarios, por lo que han logrado instalarse efectivamente como una nueva forma del periodismo.

2.1.1.4 Lemus, M. C. (2022). Ecología comunicativa del movimiento #YoPrefieroElLago: un abordaje desde los medios privados, independientes y alternativos. *Comunicación Y Sociedad*

Este trabajo de investigación tuvo por objetivo describir las características presentes en los contenidos generados por los medios privados, independientes y alternativos mexicanos. Se estudió la cobertura realizada por estos medios en base a la controversia por la construcción del Nuevo Aeropuerto de la Ciudad de México en el año 2018.

A partir de una exploración descriptiva (estudio cuantitativo), se analizó un total de 905 publicaciones en páginas web y 8.402 tuits, además se revisó la frecuencia de publicación de

contenidos, la diversidad de actores y el posicionamiento de los medios frente al tema estudiado. Además se buscó identificar las diferencias y semejanzas en los contenidos generados, junto con un análisis al cómo contribuyen los medios alternativos a la ecología comunicativa del movimiento #YoPrefieroElLago.

La autora, al seleccionar 12 medios de comunicación digitales, planteó que la forma de enmarcar o tratar una información relacionada a un movimiento sociales, fue distinta de un medio a otro. Se destacó de los medios alternativos el “apoyo a causas y luchas sociales a través de la movilización de recursos en sus redes sociales, siendo esta una de las principales fortalezas de este tipo de medios de comunicación” (Lemus, 2022, p. 27).

Finalmente, se concluyó que a partir del análisis de contenidos fue posible identificar que frente a la estrategia de adhesión a movimientos sociales de los medios alternativos, los demás medios continúan ejerciendo una estrategia de contrastar la información para que el propio usuario cree una opinión a través del razonamiento. Además, se identificó que los medios alternativos tienen la capacidad de democratizar el panorama mediático, junto con ejercer una labor de interpelación social, y que logra un gran alcance digitalmente.

2.1.2 *Estudios nacionales:*

2.1.2.1 González, J., Montero, J. y Riquelme, M. (2006) Medios escritos alternativos después de la dictadura en Chile [Trabajo de titulación Pre-Grado, Universidad Andrés Bello]

Esta investigación se basa en el estudio de los primeros medios escritos alternativos que se originaron entre los periodos de dictadura militar en Chile y el proceso de transición democrática. En este estudio se expresó que los movimientos alternativos de información fueron impulsados por grupos de periodistas que buscaban dar una mirada distinta y abierta a la actualidad nacional a principios de los años 90, tras al menos 17 años de censura y persecución para la prensa que difundía contenidos contrahegemónicos.

Es por esto que los autores analizaron a los medios alternativos de la época del retorno a la democracia en base a una vista general de su historia, sus formas de funcionamiento, financiamiento y formas de cubrir la información, estudiando los medios: The Clinic, Plan

B, Rocinante y El Periodista. Además, el estudio de cada uno de estos medios abarcó información sobre sus propietarios, personal y tiraje, junto con una reseña de sus características.

Finalmente, presentan una conclusión que destacó el principal problema para conseguir establecer un medio alternativo, que estaría asociado al financiamiento, ya que, la estructura oligopólica de medios en el país no permite que la competencia entre al mercado publicitario con facilidad debido al poder de los grandes conglomerados, siendo más difícil para las pequeñas empresas de comunicación obtener recursos para sostener su trabajo, por lo que parte de los medios estudiados en este trabajo dejaron de existir.

Por otra parte, los autores concluyeron que los medios alternativos en el país tienen su origen en la necesidad de dar diferentes miradas a la actualidad nacional, por lo que no se ponen limitaciones a la hora de expresar ciertas verdades, generando una valoración positiva en los lectores, por último sostienen que es necesario tener “miradas alternativas a la de los grandes conglomerados informativos y así desarrollar una opinión pública informada y con capacidad de criticar lo que los medios de comunicación le entregan permanentemente” (Montero, González y Riquelme, 2006, p. 21).

2.1.2.2 Parra, I. y Quezada, N. (2006) Análisis de las diferencias de cobertura y tratamiento de prensa escrita entre medios tradicionales y alternativos chilenos: caso Spiniak. *Universidad Austral de Chile*

En este trabajo de tesis se indagó sobre los contrastes entre los medios alternativos y los medios tradicionales respecto de la cobertura y el tratamiento del Caso Spiniak en el periodo comprendido entre el 30 de septiembre de 2003 y el 30 de septiembre de 2004.

Las autoras analizaron si existían diferencias en la cobertura y tratamiento de la información sobre este hecho en los medios tradicionales (Cuerpo D de Reportajes de El Mercurio) y medios alternativos (Plan B, The Clinic, Siete más Siete). La metodología utilizada en la investigación se basó en un análisis de contenido (temas, aparición en portada, fuentes, presencia de valoraciones, etc.) en el que se buscó caracterizar el ejercicio de los distintos medios estudiados.

Al analizar la cobertura y tratamiento que se realizó a una serie de hitos informativos del caso Spiniak, las autoras lograron determinar que existían diferencias en la cobertura, en donde resalta que en los medios alternativos se cubrió en mayor medida el caso, es decir, se publicó más contenidos en estos que en medios tradicionales. Además, se identificaron claras diferencias en el uso de fuentes y valorizaciones, que podrían estar asociadas a las creencias políticas o líneas editoriales de los medios.

2.1.2.3 Puente, S., Saavedra, G. y Grassau, D. (2011). Análisis de contenido: Ausencia de valores periodísticos en los medios informativos ciudadanos. *Cuadernos de Información*

Este artículo realizó un análisis en base a cómo aportan los ciudadanos a los medios informativos en Chile, ya que, las nuevas tecnologías digitales han creado un espacio de participación activa con el consumidor de información, y no solo eso, los autores afirman que estamos ante una época de información instantánea y comunicación universal gracias a los servicios ofrecidos por Internet.

Es por esto que los autores realizaron un análisis de contenido a notas publicadas en medios de la Red de Diarios Ciudadanos de Chile, para así establecer si existía una presencia o ausencia de valores periodísticos que aporten al ejercicio de la profesión. Se estudió el contenido a partir del instrumento de medición de calidad periodística VAP (Valor Agregado Periodístico) que permite una comparación cuantitativa del cumplimiento de los estándares de publicación profesionales.

Mediante este estudio, los autores lograron determinar que, en primer lugar, existe el uso de filtros que permiten a periodistas asegurar la precisión de las informaciones transmitidas por medios ciudadanos. En segundo lugar, se identificó que en promedio estos medios utilizan una fuente por nota, transmitiendo solo una mirada frente a un hecho. En último lugar, se identificó que en los medios ciudadanos predomina la información atemporal.

Este artículo concluyó que los medios ciudadanos chilenos no ofrecen contenidos que cumplan con la norma ética periodística, ya sean entradas verificables, jerarquizadas y contextualizadas correctamente. Por lo que, los autores afirman que “el concepto periodismo

ciudadano no es pertinente para describir un fenómeno que no es periodismo” (Puente, Saavedra y Grassau, 2011, p. 28). Sin embargo, los autores finalizaron explicando que el objetivo de estos medios es seguir aquellos contenidos de interés local, entregar opiniones y testimonios particulares.

2.1.2.4 Flores, V. y González, D. (2020). Estallido social en Chile 2019: comparación del tratamiento sobre el conflicto de la prensa tradicional y los medios nacidos en redes sociales. (Trabajo Fin de Grado Inédito). Universidad de Sevilla

En este trabajo de investigación se estudió cómo durante el estallido social en Chile el año 2019, los medios periféricos a través de las redes sociales tomaron relevancia y de a poco se instalaron cómo los “medios del pueblo”, logrando una gran cantidad de usuarios activos en sus redes debido a la pérdida de credibilidad que enfrenta hasta la actualidad la prensa tradicional.

Para este estudio se realizó una comparación entre el trabajo periodístico de El Mercurio (medio tradicional) y No Más Abusos (medio alternativo) durante ese periodo. Los autores se plantearon analizar las temáticas y fuentes de cada medio para elaborar sus contenidos, para así determinar cuáles son las diferencias en la forma de abordar los contenidos, y las palabras que se utilizaron para construirlos.

A partir del análisis a los contenidos de los dos medios, se identificó una gran diferencia temática en los contenidos, para No Más Abusos, sus principales publicaciones fueron acerca de las manifestaciones, mientras que El Mercurio se dedicó en gran parte a la actividad política. Además se evidenciaron diferencias en la percepción que se tenía sobre los medios de comunicación y cómo estos estaban tratando el conflicto.

Las autoras concluyeron que durante el primer mes de manifestaciones fue “muy complejo realizar un relato completo en el que se pudiese mostrar todas las aristas que tenía el problema” (Flores y González, 2020, p. 36), aun así se identificó en El Mercurio un periodismo institucionalizado que no representaba las exigencias de las personas, mientras que No Más Abusos, mostró con claridad las manifestaciones, pero ignorando la violencia ejercida por civiles. Finalmente ambos medios expresaban visiones de la realidad distintas.

2.2 Marco teórico

2.2.1 Nuevos paradigmas informativos

2.2.1.1 *Medios de comunicación tradicionales en Chile*

Los medios de comunicación del país se han establecido como una de las principales fuentes de difusión de información, teniendo su origen en la prensa escrita tras la llegada de la primera imprenta en el año 1812 y la formación del primer diario “La Aurora de Chile” (Memoria Chilena, 2022). A través de estos avances, y durante al menos un siglo, por medio de los primeros periódicos se divulgaron y movilizaron las principales ideas y debates de la época.

Según la Real Academia Española (RAE), el término tradición puede ser definido como la “transmisión de noticias, composiciones literarias, doctrinas, ritos, costumbres, etc., hecha de generación en generación” (RAE, definición 1) o también puede ser entendido como el “conjunto de rasgos propios de unos géneros o unas formas literarias o artísticas que han perdurado a lo largo de los años” (RAE, definición 5). Además, el concepto de tradicional, un derivado de tradición, es un adjetivo que se usa para referirse a algo “que sigue las ideas, normas o costumbres del pasado” (RAE, definición 3).

A partir de esto, podemos entender que por medios de comunicación tradicionales nos referimos a aquellos medios de transmisión de noticias que se han conservado y propagado de generación a generación o a lo largo de un gran periodo de tiempo, conservando sus características y principios de origen. Este tipo de medios se han instalado como dominantes en la agenda cotidiana, con influencia e importancia tanto en los escenarios políticos como sociales.

En el país, los principales conglomerados de información se constituyeron previo al golpe de Estado chileno de 1973 en forma de empresas privadas que lograron adquirir con el paso del tiempo gran influencia y poder. Los medios de comunicación tradicionales chilenos cumplen un rol de gran importancia, autores afirman que:

Es común considerar a los medios de comunicación como uno de los pilares más importantes en el desarrollo de la democracia; a ellos se les atribuyen funciones como la de vigilar los poderes públicos y representar la diversidad de puntos de vista existentes en la sociedad, a tal punto que la libertad de expresión junto con la libertad de conciencia han sido consideradas uno de los derechos humanos fundamentales. (Jiménez y Muñoz, 2008, p. 6)

Además de permitir el correcto desarrollo democrático, estas fuentes de información han superado las complejas épocas de nuestra historia, al enfrentarse a la represión, censura y juzgamiento del régimen militar.

Un ejemplo de avances para proteger y regular los derechos y deberes del periodista, fue la aplicación de la Ley Sobre Libertades de Opinión e Información y Ejercicio del Periodismo N°19.733, que fue publicada el 4 de junio de 2001, la cual establece las libertades de opinión e información y ejercicio del periodismo. Además define quienes pueden ser medios de comunicación y periodistas, y cuáles son sus derechos y deberes (Biblioteca del Congreso Nacional, 2022).

Además, según Escribano (2020) “constitucionalmente la libertad de expresión está consagrada como un derecho fundamental en que el Estado debe contemplar su especial protección y cuyos únicos límites serían el choque con otro tipo de derechos fundamentales” (p. 34). Lo mencionado por la autora tiene directa relación con lo establecido en la Declaración Universal de Derechos Humanos publicada por la ONU, la cual en su artículo 19 establece el derecho a la libertad de expresión, y el de recibir y/o difundir informaciones.

En el país los principales medios de comunicación son manejados, en primer lugar, por el grupo Edwards (El Mercurio) cuya historia proviene de 1878, dentro de sus propiedades se encuentran los diarios El Mercurio, Las Últimas Noticias o El Sur, además en total tienen 52 medios entre diarios, medios digitales, radios o revistas.

En segundo lugar encontramos el grupo Copesa fundado en 1950, con medios como La Tercera, La Cuarta o Paula, y en total suman 20 medios de comunicación.

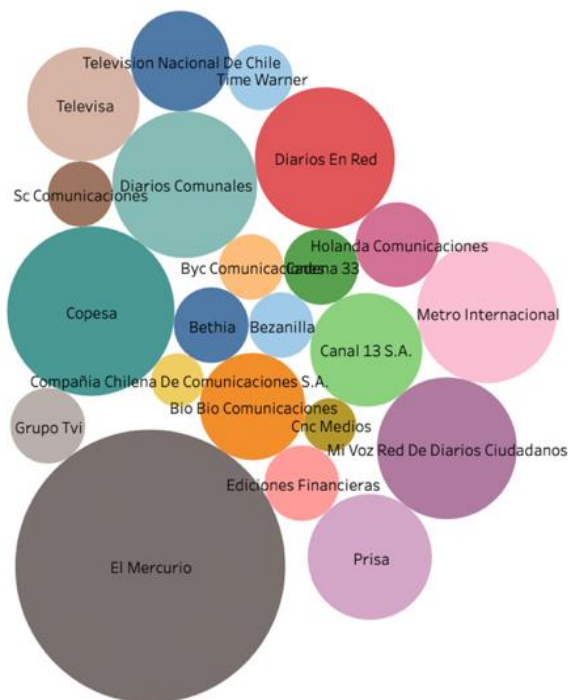


Ilustración 1 Grupos de medios. Fuente: Programa de Investigación de Medios, Universidad Alberto Hurtado.

2.2.1.2 Nuevos medios y nuevos conceptos

Al encontrarse la concentración mediática capturada por los grandes conglomerados de comunicación, surgió la necesidad dentro de la sociedad de crear nuevos espacios que transmitieran puntos de vista distintos a los hegemónicos. Tras la dictadura militar en Chile, surgieron nuevos medios para expresar aquellas realidades que no estaban presentes en los medios tradicionales (González, J., Montero, J. y Riquelme, M., 2006).

Según Cabrera, Codina y Salaverría (2019), estos “nuevos medios” pueden ser entendidos como una alternativa comunicacional frente a los medios tradicionales ya conocidos, caracterizándose por las nuevas formas de difusión y creación de la información:

Un nuevo medio es una organización periodística que forma parte de un ecosistema mediático alternativo al tradicional, que se caracteriza por emplear formatos narrativos nuevos, por mantener una interacción fluida y ágil con la audiencia, por una apuesta por la calidad informativa, y por un carácter innovador, que afecta no solo a los contenidos sino también a la configuración interna del medio y tiene capacidad de adaptación y experimentación. (p.1515)

Estos nuevos tipos de medios han sido estudiados por distintos autores para explicar aquellas realidades comunicacionales diferentes a las institucionalizadas por los grupos mediáticos tradicionales, con distintos términos como: “medios comunitarios” (Dragon, 2001), “medios radicales” (Downing et al., 2001), “medios ciudadanos” (Rodríguez, 2001), “medios alternativos” (Atton, 2002), entre otros.

En el estudio bibliográfico es posible identificar el uso predominante de “medios alternativos” para referirse a estas nuevas formas de comunicar de carácter opositor al sistema, según la RAE, alternativo se puede definir como: “En actividades de cualquier género, especialmente culturales, que difiere de los modelos oficiales comúnmente aceptados” (RAE, definición 3).

Para Corrales y Hernández (2009), la comunicación alternativa responde a procesos sociales, ideológicos y estructurales alternativos a los sistemas que dominan la información. Según las autoras, cumplen con las siguientes características:

PRINCIPALES CARACTERISTICAS DE LOS MEDIOS ALTERNATIVOS	
Propósito: Razón de ser	Los medios alternativos nacen de una necesidad social, ya sea educativa, humana, cultural, ambiental, política, económica, etc. Invitan a la movilización social, y su razón de ser es promover y convocar ideologías y eventos específicos, en los que los interesados pueden manifestarse ya sea virtual o físicamente.
Objetivo	Impulsar la concientización social y generar la retroalimentación entre el medio y la audiencia de manera continua. En la actualidad enfrentan al capitalismo y al neoliberalismo ideológica y culturalmente.
Mensaje	El mensaje alternativo difiere en forma y contenido al elaborado por los medios tradicionales, ya que encierra la mirada de individuos ajenos a los grupos de poder. En él se busca exponer la realidad social, olvidándose de los beneficios económicos que por lo regular buscan los mensajes de los medios tradicionales.
Organización	Cuentan con una organización en la que los interesados pueden participar, se podría decir que tal organización es mas horizontal y democrática que la de los medios tradicionales. Todos los individuos interesados pueden participar en su producción, control y distribución, olvidando las limitantes profesionales que suelen regular a los medios tradicionales.
Enfoque	Su enfoque puede ir de lo local a lo global, dependiendo del contenido que este exponga. Muchas veces los medios alternativos surgen de la necesidad de expresar una realidad social específica y local, pero con el paso del tiempo son capaces de evolucionar a expresiones más globales, las cuales encierren causas más generales, como la lucha contra el neoliberalismo. El enfoque, da fuerza al vínculo entre medio y ciudadano, por lo que la relación con sus consumidores difiere de la relación que los medios tradicionales tienen con su audiencia. En los medios alternativos los consumidores participan y ayudan a definir las necesidades y objetivos del mismo.
Financiamiento	Los medios alternativos cuentan con diversas fuentes de financiamiento, las cuales pueden ser propias, de fundaciones o autogestivas, pero muy pocas veces ligados al estado o la publicidad. Los medios alternos no tienen fines comerciales.
Audiencia	La audiencia de estos medios tiene la ventaja de poder participar en la producción, es por ello que los consumidores pasan de pasivos a activos, y surge, a decir de Alvin Toffler: el <i>prosumidor</i> . (Islas. 2008). <i>Prosumidor</i> : Consumidor que asume simultáneamente los roles de productor y consumidor de contenidos. La audiencia de los medios alternativos tiene la opción de convertirse en una audiencia movilizada, inserta en una relación horizontal y continua con los medios. El tamaño de la audiencia de los medios alternos varía, puede ir de lo local a lo global, y no necesariamente es minoría, gracias a las nuevas tecnologías los medios alternos pueden llegar, cada vez más, a un mayor público.

Tabla 1 Principales características de los medios alternativos. Fuente: Corrales y Hernández, 2009, pág. 8.

Más adelante, Sel (2009) hablaría de los medios alternativos como una forma de lucha social ejercida por distintos grupos y movimientos en contra de la dominación por parte de los grandes conglomerados mediáticos, creando medios caracterizados por un carácter contrahegemónico, libre, popular, comunitario e independiente. De esta manera, acercándose a lo propuesto por la autora, se han identificado a estos medios como movimientos sociales que surgen tras la falta de representatividad para ciertos sectores (Rodríguez, 2010) provocada por un sistema dominante o autoritario que no permite la libre difusión de información por parte de las minorías, las cuales crean esta comunicación alternativa para expresar sus realidades particulares (Pérez, 2015).

Partiendo de estos estudios, se pueden identificar elementos comunes dentro de las definiciones y propuestas presentadas por los distintos autores expuestos, quienes logran identificar una naturaleza opositora, con perspectivas diferentes a las comúnmente aceptadas, y discursos alternativos impulsados por el interés particular de un grupo (Buitrago, Betancur y Zuluaga, 2016).

Por otra parte, se identifica la aparición de los medios independientes de comunicación, los cuales, si bien a inicios de siglo eran identificados como alternativos al ser los primeros proyectos que ejercían una labor distinta a la tradicional, a día de hoy cuentan con características propias que los distinguen de lo expuesto sobre medios alternativos.

Según Lemus (2022, p. 3) los medios independientes corresponden a aquellos proyectos de comunicación que:

Surgen de proyectos periodísticos desligados de financiamiento gubernamental o corporativo que, aunque funcionan también como empresas y simpatizan con la venta de publicidad, abanderan una producción de contenidos periodísticos - frecuentemente ligados al de investigación- con un alto sentido de participación ciudadana y servicio público. (p. 3)

2.2.2 Escenario crítico de los medios tradicionales

2.2.2.1 *Internet y las Redes Sociales como factor de tensión*

Tras la aparición de las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC); entendidas según Tello (2008, como se citó en Pérez, 2015) como aquellas “tecnologías usadas para crear, almacenar, intercambiar y procesar información” (p. 5); los medios tradicionales de comunicación se han enfrentado a una profunda crisis sin precedentes, a partir de la cual surgió la necesidad de reconfigurar los patrones de funcionamiento ya establecidos en el campo informativo, para así adaptarse a las nuevas y aceleradas herramientas tecnológicas.

Las nuevas Redes Sociales; entendidas como un espacio en donde se ven a “aquellas comunidades que se conectan a internet, o sea, son *online* (...). Son plataformas alojadas en internet que permiten que sus usuarios se relacionen entre sí y compartan sus intereses e información que les son comunes” (Zarzuri, 2014, p. 18); se han popularizado entre la población como un medio, no solo de difusión de información, sino que también como una nueva forma de interacción y cooperación con el consumidor para la producción y difusión de contenidos por medio de internet.

Para Castells (2005, como se citó en Gronemeyer, 2012) estamos viviendo “un periodo histórico caracterizado por una revolución tecnológica centrada en las tecnologías digitales de información y comunicación, concomitante, pero no causante, con la emergencia de una estructura social en red, en todos los ámbitos de la actividad humana” (p. 106). El uso de internet se ha instalado a lo largo de los años de forma notable en el país, ya que se estima que alrededor de 17,7 millones de chilenos son usuarios activos de internet:

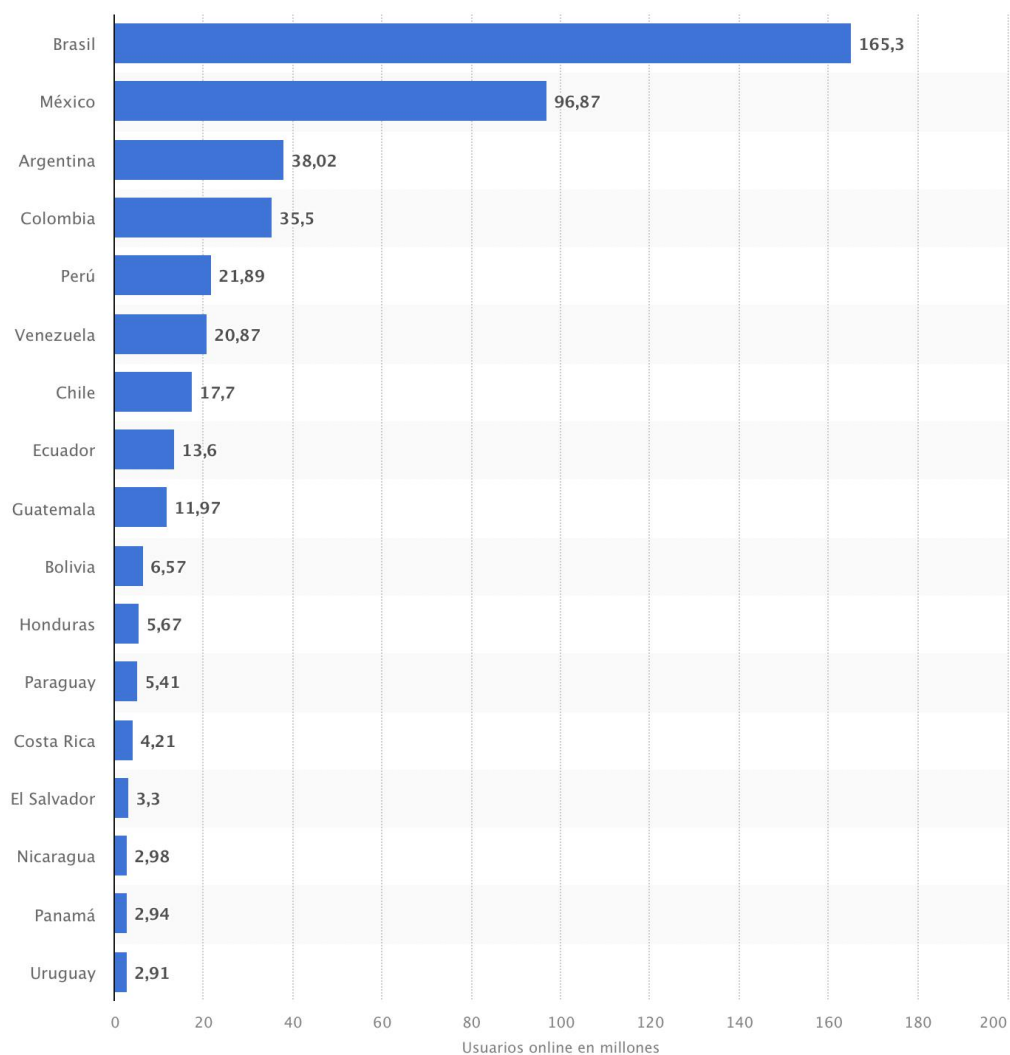


Ilustración 2 Número de usuarios de internet por país en América Latina en enero de 2022. Fuente: Statista, consultado el 17 de junio de 2022.

En ese mismo sentido, Zarzuri (2014) hace referencia a un cambio cultural en la población debido a esta revolución tecnológica, la cual impacta principalmente a los jóvenes, quienes muestran claras evidencias de estas nuevas prácticas comunicativas, las cuales modifican las conexiones gracias a sus dispositivos electrónicos. Además el autor agrega que, los consumidores “exigen ser un sujeto activo; ser un productor, tener un rol más activo, integrando (...) otros dispositivos electrónicos” (p. 17).

A juicio de Zarzuri (2014), desde la aparición de internet se ha podido percibir una baja en el consumo de medios informativos tradicionales, como en el caso de la televisión abierta, lo cual demuestra “una cierta pérdida de hegemonía de la televisión para los y las jóvenes a la hora de informarse de lo que pasa en el país y en el mundo” (p. 25). Por último señala que estos cambios en las formas de acceso a la información podrían “estar ligadas a la credibilidad que tenemos en ellos (medios de comunicación)” (p. 26).

A partir de estos cambios en el consumo informativo, se plantea la posibilidad de generar nuevos cambios para los medios tradicionales, y que así estos se integren a la creciente comunidad de intercambio y conexión digital. Por lo que, aparecen los denominados *metamedios*, los cuales presentan “propiedades de los medios tradicionales y otras nuevas potencialidades basadas en la computación” (Campos, Rúas, López y Martínez, 2016, p. 451). Estos mismos autores, afirman que los medios tecnológicos presentan un nuevo ecosistema tecnológico, que:

No sólo trastoca las formas de relacionarse y comunicarse sino también los modelos de organización, producción, comercialización y apropiación de las distintas formas de valor de casi todas las industrias, pero singularmente las relacionadas con la información, la comunicación y la cultura. (Campos, Rúas, López y Martínez, 2016, p. 451)

Los medios tradicionales tienen la necesidad de recuperar y fortalecer la producción de aquellos contenidos de valor que llamen y proyecten la atención hacia y desde los consumidores (Campos, Rúas, López y Martínez, 2016) esto a través de las nuevas formas de elaborar, presentar y difundir contenidos (Peñañiel, 2016).

Debido a esto, para Arroyo (2014), quien coincide con el contexto de cambios expuesto por los anteriores autores, afirma que este nuevo escenario y fenómeno comunicativo impulsado por las nuevas tecnologías es una posibilidad para potenciar la comunicación humana, sin embargo:

Los sistemas de producción de los contenidos periodísticos, de distribución y de consumo están cambiando el modelo tradicional. En el actual entorno de clara

incertidumbre económica para las empresas de comunicación tradicionales, los medios tienen que incrementar su diferenciación para ser competitivos económicamente. (p. 759)

En otras palabras, según el juicio de la autora, esta revolución tecnológica significa una oportunidad para el campo periodístico, pero esto depende de su adaptación e integración al nuevo ecosistema digital. Así mismo lo expresan Lanusse y Martino (2018, como se citó en Arano, 2021) cuando afirman que “los medios de comunicación tradicionales, frente al arribo y propagación de las herramientas virtuales, se ven obligados a reconocer su pérdida de protagonismo en la intermediación entre políticos y ciudadanía, y a reconfigurar su rol dentro del nuevo contexto comunicacional” (p. 2).

Ante lo expuesto por los autores, entendemos que las redes sociales irrumpieron en las formas de comunicación tradicionalmente conocidas, ya que en la actualidad se han instalado como la principal vía para acceder al consumo de información, creando así un nuevo rol de los consumidores, quienes tienen la posibilidad de participar en la agenda informativa (Arano, 2021).

Es por este contexto de tensión y constantes cambios tanto tecnológicos como sociales que, según Gronemeyer (2012), se genera una segmentación en los usuarios, quienes exigen contenidos especializados a sus intereses particulares, y que estén adaptados a las nuevas características tecnológicas (inmediatez, participación activa, actualización constante, etc.).

Por último, a partir de estas nuevas características del usuario, se puede ver que: “el empoderamiento de las audiencias, fruto de las redes sociales y de su capacidad de generar contenidos noticiosos gracias a la digitalización, hizo surgir en Chile diarios ciudadanos y radios comunitarias” (Gronemeyer, 2012, p. 109)

2.2.2.2 La centralización y la concentración de la información como mecanismos de control informativo

Uno de los impulsores de este escenario crítico de los medios tradicionales de la comunicación es la centralización y concentración de la información, lo cual significa que en el país el campo informativo se encuentra capturado y manejado por los grandes

conglomerados de comunicación que están presentes en mayor medida en la capital y zonas centrales.

El fenómeno de concentración se puede entender desde dos dimensiones, para Furio y Alonso (2008, como se citó en Guerra, 2009) la concentración de mercado se entiende como el “grado en que dicho mercado está concentrado en número determinado de agentes” (p. 14); mientras que, la concentración agregada es el “grado en que un reducido número de grandes empresas controlan la producción de la economía en su conjunto o, cuanto menos, en amplios sectores” (en Guerra, 2009, p. 14). Para César Jiménez y Jorge Muñoz (2008) los medios de comunicación chilenos presentan un fuerte componente de pocas empresas concentradoras de la producción e ideología con intereses económicos:

Tienen una configuración, a nivel de estructura y funcionamiento, altamente concentrada, cohesionada e ideologizada. Al mismo tiempo esta concentración cuenta con una red de vinculaciones a nivel económico y político en todos los sectores de la sociedad, (...) Este fenómeno mediático sólo contribuye a mantener un status quo social que favorece a ciertos sectores económicos y políticos, los cuales sólo responden a sus propios intereses dificultando en gran medida cambios sociales de vital importancia que potencien el desarrollo tanto humano, local y regional de nuestro país. (p. 9)

Sin embargo, hay autores que señalan que esto no siempre fue así. Según Ulloa (2014) los medios de comunicación previos al golpe de Estado de 1973 se caracterizaban por presentar un contexto mediático:

Representativo de las necesidades e ideologías imperantes en este desarrollo social, traducido esto en la presencia y establecimiento de una prensa llamada “política” identificada directamente con la izquierda (...); y por otro lado una prensa de derecha, que representaba al gran empresariado. (p. 102)

Así lo respalda también Corrales y Sandoval (2005), los autores agregan que, con el régimen militar, el drástico cambio social, político e ideológico acabó con la competencia

informativa que representaba a los distintos sectores sociales, por lo que los dos grandes conglomerados existentes se instalaron como líderes en el mercado.

Aun así, Ulloa (2014) coincide con lo expuesto por los anteriores autores, ya que a su juicio en el estado chileno tras la vuelta a la democracia: “los medios de comunicación se conciben como mercancías que son transadas como cualquier otro producto vendible-comprable” (p. 98).

Esto último se debe a la alta participación de los medios en el mercado publicitario: “la prensa opera en un mercado dual dentro del cual además de vender información vende espacios publicitarios para que diversas empresas puedan, mediante sus avisos, llegar hasta el gran público” (Corrales y Sandoval, 2005, p. 10).

La alta concentración de los medios representa un riesgo considerablemente peligroso para la libertad de expresión, debido a la estructura de un “monopolio ideológico” en el mercado de medios que se caracteriza por la falta de pluralismo y por defender los intereses de la corporación (Corrales y Sandoval, 2005), las decisiones son tomadas por las pocas personas que concentran el mercado de medios, quienes se ven beneficiados con sus ingresos y el control que ejercen (Ruiz-Tagle, 2011).

A juicio de Ruiz-Tagle (2011) gran parte de este sistema de mercado esta influenciado por el modelo económico establecido en el país: “el neoliberalismo también se expresa en el deterioro de los espacios públicos porque no cree en la experiencia enriquecedora de la ciudadanía” (p. 354).

Sin embargo, a partir de los constantes y drásticos cambios tecnológicos en el campo informativo, actualmente ha tenido lugar una “mayor agilidad” para entrar a los mercados de comunicación, gracias a la digitalización y sus distintas plataformas, pequeñas empresas de comunicación han logrado instalarse como competidores frente a los grandes conglomerados en la producción de contenidos (Guerra, 2019).

Los medios de comunicación tradicionales (radio, televisión y periódicos) durante los últimos años han atravesado una profunda crisis en su ejercicio debido a estas

transformaciones digitales y crisis económicas a nivel global, que han afectado directamente al mercado publicitario que en la mayor parte de los casos financia a los medios (Godoy, 2020) en Chile esto se ha evidenciado en forma de masivos despidos por parte de los grandes conglomerados:

Se ha visto complejo, teniendo en cuenta que los grandes consorcios periodísticos: Copesa y El Mercurio S.A., han desvinculado a gran parte de su plantel de profesionales en los últimos años. Como lo informó CNN Chile, la empresa de Edwards despidió en enero de 2019 a un centenar de trabajadores. (p. 7)

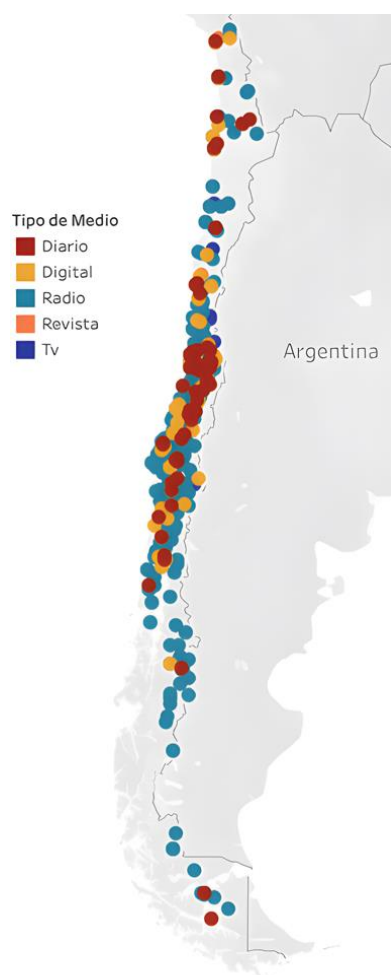


Ilustración 3 Cartografía de concentración de medios. Fuente: Programa de Investigación de Medios, Universidad Alberto Hurtado.

Esta problemática de los medios se puede resumir y entender por medio del concepto de captura mediática, el cual se entiende como el “mecanismo según el cual una o más partes a las que los medios de comunicación monitorean en nombre de la sociedad, logran capturar a estos mismos medios, lo que impide que respondan a su rol social” (Orchard, 2021, p. 49). Se puede ver, en gran medida, que la centralización de la información es efecto de esta captura mediática, es decir, cuando los grandes medios informativos se sitúan en gran medida en los sectores centrales o económicamente predominantes del país como es el caso de la capital, Santiago, y las ciudades que la rodean.

Como se ve en la ilustración 3, y como se expuso anteriormente, la concentración y centralización de la información por parte de las principales empresas de comunicación ejercen un evidente control sobre los contenidos que se transmiten a la audiencia, mediante un poder ejercido desde las principales ciudades del país, el cual afecta directamente al correcto ejercicio democrático.

2.2.2.3 Descontento a la cobertura tradicional

El creciente descontento hacia la cobertura de los medios tradicionales se explica en gran medida debido a los fenómenos anteriormente expuestos, los avances tecnológicos y digitales, la alta concentración mediática y la manipulación de los contenidos provocó en las audiencias una creciente pérdida de confianza y cambios de creencias y actitudes que los llevó a preferir medios alternativos para informarse, según Monje, Rivero y Zanotti (2020), quienes además afirman:

Se observan altos niveles de concentración de propiedad, geográfica, de audiencias, convergente y conglomeral, que comprometen la diversidad de la oferta informativa y afectan a la libertad de expresión (...) existe el denominador común de los cambios tecnológicos que afectan a la labor periodística; los altos niveles de concentración de los sistemas de medios que atraviesan por su parte una profunda crisis económica; y la retracción del Estado como productor de contenidos, adoptan la forma de una crisis. (p. 18)

A partir de una investigación que evaluaba la percepción de jóvenes universitarios chilenos frente a los medios de comunicación, Denegri et al (2015) determinó que “nos enfrentamos a un momento histórico con unas particularidades político-económicas, culturales y sociales muy específicas” (p.115). Y agregó que, la confiabilidad y credibilidad hacia los medios, entendida como creencias afectivas, representa una “enorme relevancia en la configuración de las actitudes hacia los medios” (p. 124) y por lo tanto estas “actitudes hacia los medios se relacionan significativamente con una medición de sus preferencias mediáticas”.

Por lo que, en primer lugar, tenemos que los avances en materia tecnológica trajeron consigo el fortalecimiento del rol del consumidor, quien, ahora como un agente activo en la producción y difusión de los contenidos, ha provocado un debilitamiento en el rol del periodista como el único generador de contenidos, bajo el lema de que todos pueden ser periodistas (Natanson, 2014), por lo que existe una crisis del periodismo que afecta a los sectores tradicionales del sistema: “La política atraviesa un proceso de desafección en el sentido de una mayor distancia, a menudo teñida de la desilusión, escepticismo y bronca,

entre representantes y representados, acompañado por un debilitamiento de las tradiciones partidarias clásicas”. (p. 54)

En otras palabras, el autor explica que la crisis de confianza que vive el mundo político se ve reflejada también en los medios de comunicación, ya que estos, al estar controlados por grandes empresas con intereses económicos y políticos, no cumplen con eficacia su rol de críticos del poder público, generando así un debilitamiento de su propia imagen.

Asimismo lo plantea Espiritusanto (2014, como se citó en Yuste, 2014), quien identifica la pérdida de interés hacia medios tradicionales: “Los ciudadanos empiezan a perder interés y la confianza en los medios tradicionales y en gran medida en los profesionales que no se plantean cambios en este nuevo ecosistema informativo” (p. 109).

Según Yuste (2014) para enfrentar la pérdida de credibilidad es necesario generar cambios oportunos y acorde a la generación tecnológica que estamos viviendo que exige mayor participación, ya que estos al no encontrar el apoyo profesional, han creado una red de “nuevas plataformas sociales” que les permitan distribuir sus propios contenidos.

Además de los problemas de credibilidad, confianza, y aparición de medios alternativos, autores han identificado una reciente evasión de noticias motivada por los factores antes mencionados o también por una “fatiga noticiosa” originada por ciertas prácticas del periodismo:

El uso de titulares sensacionalistas y de imágenes emotivas, el empleo de demasiados adjetivos en las noticias, las imprecisiones o la omisión de algunos temas en la cobertura informativa son aspectos que generan desconfianza en los usuarios y que, a la postre, pueden conducir a evitar las noticias (Serrano, 2020, p. 170).

En el país, esto se vio reflejado durante el estallido social de octubre de 2019 en donde se podían leer consignas como “apaga la tele”, “la tele miente”, “ojo con la prensa” o “no más manipulación mediática”, evidenciando así esta desconfianza en los medios de comunicación tradicionales. Según la Encuesta Termómetro Social (2019) los noticieros de televisión y diarios se posicionaron como los medios con menor confianza por parte de la ciudadanía:

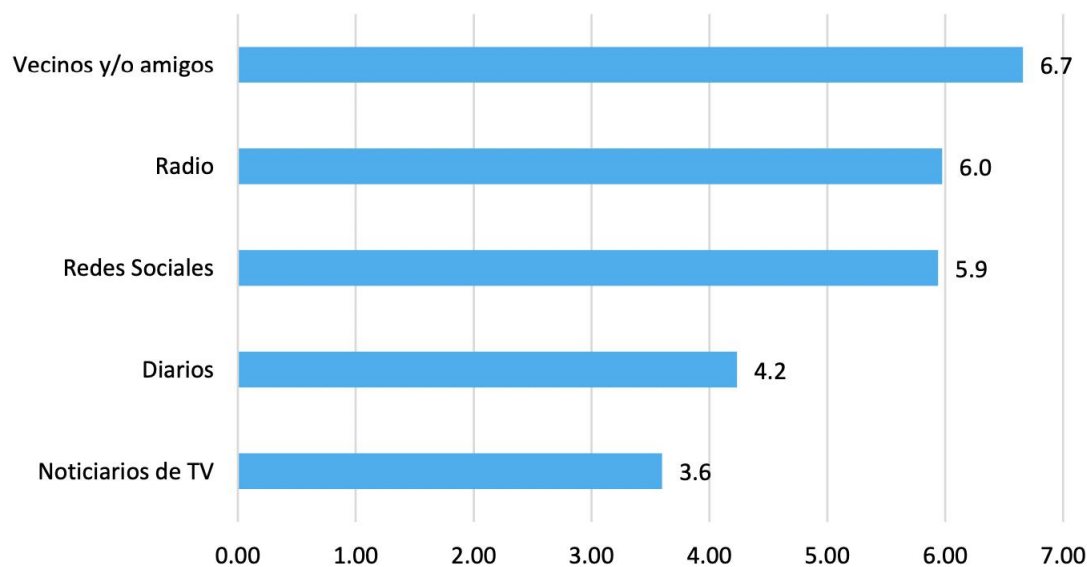


Ilustración 4 Evaluación de confianza en formas de comunicación en escala de 1 a 10. Fuente: Encuesta Termómetro Social, octubre 2019.

A pesar de esta crisis, los medios de comunicación siguen cumpliendo, y cumplirán, un significativo rol como los principales creadores y productores de información (Monje, Rivero y Zanotti, 2020), mientras que las redes sociales aumentan constantemente su nivel de influencia en el público (Gómez y González, 2022).

2.2.3 El Estallido Social como factor detonante para la aparición y el desplazamiento hacia medios alternativos

2.2.3.1 Cambio de la Opinión Pública con respecto a los medios tradicionales a partir del estallido social

El 18 de octubre de 2019, Chile presencié movilizaciones sociales como nunca antes se habían visto, impulsadas por una serie de hechos que debilitaron la estabilidad nacional.

Desde el regreso a la democracia se han visto distintos casos de colusiones de grandes empresas, movilizaciones estudiantiles, casos de abuso, desfalco o malversación de fondos públicos, y un descontento generalizado reflejado en la baja participación electoral (Landaeta y Herrero, 2021). En la voz de otros autores:

En los últimos años se desarrollado una explosión global de diversas movilizaciones sociales y revueltas urbanas. Mediante estas manifestaciones se impugnan los modos en que las estructuras de poder gestionan la vida de las personas y coartan la posibilidad de participar genuinamente en la toma de decisiones. (Basulto, Riffo y Segovia, 2021, p. 346)

Según lo recopilado por Bartra (2014) en la modernidad se entienden a los movimientos sociales como “acciones colectivas protagonizadas por individuos racionales a los que no mueve más que el atisbo de oportunidades y el cálculo de costos y beneficios” (p. 16). Según el mismo autor, los principales actores en las movilizaciones son los jóvenes, debido a que son:

Una generación a la que no dejaron intervenir en el mundo, hecho por sus mayores de una vez y para siempre, y a la que no dejaron intervenir la historia porque dizque ya había terminado. Pero que, a cambio de estas prohibiciones y ataduras, mediante las pintas y el estencil intervino muros; mediante fotoshop intervino imágenes serializadas de los medios; mediante tatuajes y *piercing* intervino su cuerpo; mediante música tecno, tachas y sicotrópicos intervino sus sentidos. Una generación así no puede escalar sus intervenciones expandiéndolas ahora al ámbito sociopolítico, sin exaltar la dimensión formal, estética de la acción colectiva. (p. 25)

Desde la realidad chilena, el 18 de Octubre reveló que no solo los jóvenes del país sentían frustración por su calidad de vida, sino que también una sociedad entera que durante años “se fue urdiendo estructuralmente con servicios públicos precarios, importantes desigualdades entre sus habitantes, individuos abocados al consumo exagerado, altas tasas de endeudamiento y la promoción de un sistema altamente competitivo” (Basulto, Riffo y Segovia, 2021, p. 348).

Es por esto que, a partir de las protestas enfrentadas a nivel nacional, impulsadas por una crisis de confianza y credibilidad hacia un sistema democrático entero, lo que fue anteriormente expuesto, se ve que en la sociedad chilena, la opinión pública cambio de forma drástica y acelerada. Según Ramos, Apolo y Jadán (2018) la realidad latinoamericana está basada por un “desinterés, pesimismo y una postura de apatía a los aspectos políticos por parte de la juventud”. (p. 170)

E incluso desde antes del estallido social, los autores, a partir de lo mencionado por Martínez et al. (2010), mencionan que “la percepción de los jóvenes chilenos considera a los medios de comunicación como un instrumento que menoscaba (...) se vive una realidad alterna a la sociedad que existe en las calles” (como se citó en Ramos, Apolo y Jadán, 2018, p. 7)

Por lo que, al estallar este descontento generalizado en 2019, se evidenció que los medios de comunicación, que no expresan la realidad con la que se identifican los jóvenes del país, observan una nueva tendencia de la opinión pública que va en su contra. Como se mencionó anteriormente, a partir de frases como “apaga la tele”, “la tele miente”, “ojo con la prensa” o “no más manipulación mediática”, quienes salieron a la calle manifestaron su percepción sobre la realidad comunicativa del país.

A partir de una investigación que buscó comprender las representaciones e imaginarios sociales presentes en la prensa chilena, Basulto, Riffo y Segovia (2021) determinaron que el país atraviesa una época de crisis y transformaciones, en donde, como consecuencia de un cansancio provocado por el sistema dominante:

Se detectó que existe una fuerte disputa narrativa entre la prensa escrita tradicional (*El Mercurio*) y la alternativa (*El Ciudadano*). El primero continúa con el ejercicio de hacer prevalecer la institucionalidad del *statu quo*, mientras que el segundo intenta posicionar nuevas visiones de entender y situarse en la sociedad. (p. 362)

Es por esta falta de representatividad por parte de los medios tradicionales que la opinión pública cambia y se posiciona en contra. La aparición de medios alternativos se intensificó

debido al estallido social, movilizaciones que manifestaron el descontento popular frente a la cobertura ejercida por las grandes empresas de comunicación.

2.2.3.2 Pluralismo y democratización de la información a partir del ciberactivismo

A partir del estallido social chileno, se instaló la necesidad de dar mayor visibilidad a la sociedad, crear nuevos espacios de comunicación en donde se expresen las diversas realidades del país, y terminar con la captura mediática ejercida por los grandes conglomerados de comunicación y sus intereses políticos. Para esto, es necesario comprender que la base de la comunicación es la relación entre personas, es decir, “las prácticas comunicativas se construyen en el espacio de las vivencias humanas en comunidad” (Hernández, 2009, p. 39).

Las experiencias sociales en el nuevo entorno digital, han demostrado que es posible la organización e interacción a partir de las plataformas o redes sociales. Esta nueva tendencia ha sido denominada como ciberactivismo, la cual se entiende como la interacción y organización social a partir de los medios digitales, lo que promueve la participación de los usuarios hacia la presencialidad.

Osorio (2015) explica que en la investigación de Valenzuela el año 2011, en Chile: “encontró que si los jóvenes usan Facebook para leer noticias y para su vida social, es más probable que participen en protestas, comparado con los jóvenes que usan Facebook como una plataforma de expresión personal” (p. 4), por lo que se interpreta que aquellos jóvenes que consumen información directamente de la plataformas sociales, son más propensos a participar activamente en los movimientos asociados a buscar nuevas prácticas comunicativas.

Asimismo se evidenció días antes del Estallido Social, ya que a través de redes sociales, los jóvenes chilenos se organizaron para promover la adhesión del resto de la sociedad a las movilizaciones:

Tendencias de Chile en Twitter sobre evasión en el Metro			
<i>(Fuente: Get Day Trends)</i>			
Fecha	Lugar en el ranking	Hashtag/frase destacada	Volumen de publicaciones
15/10/2019	1º	#EvasionMasiva	<10.000
16/10/2019	2º	#EvacionMasiva	<10.000
17/10/2019	5º	#pacosculiaos	<10.000
18/10/2019	1º	#EvasionMasivaTodoElDia	<10.000
	2º	#EvadiresRobar	<10.000
	5º	Ley de Seguridad del Estado	<10.000

Tabla 2 Términos asociados a la evasión del metro dentro del top 5 de tendencia de Twitter en Chile, Fuente: Apablaza, consultado el 25 de agosto de 2022.

Entonces a partir de las primeras movilizaciones en las redes online, los usuarios evidenciaron que para reconstruir la comunicación y la confianza hacia los medios en general, es necesario, en primer lugar, democratizar la información.

El término democracia es entendido según la RAE como una “forma de sociedad que reconoce y respeta como valores esenciales la libertad y la igualdad de todos los ciudadanos ante la ley” (RAE, definición 3) o también como la “participación de todos los miembros de un grupo o de una asociación en la toma de decisiones” (RAE, definición 4), por lo que la acción de democratizar se entiende como, a partir de los principios de libertad e igualdad, hacer parte a todos los miembros de una sociedad independientemente de sus diferencias culturales o ideológicas.

Esta democratización de la información se presenta como una forma de participación garantizada para la ciudadanía y con contenidos informativos de calidad, por lo que para lograr esto:

Sólo podremos constituir espacios de civilidad, instituciones sólidas y una sociedad realmente democrática, participativa y protagónica si tenemos un sistema de información y comunicación que aporte al ciudadano y la ciudadana información y

comunicación libre, diversa, alterna, plural, actual, oportuna, de calidad y ética, que junto con una educación para la emancipación estimule la formación de una conciencia crítica, solidaria y humanista (Hernández, 2009, p. 42).

En segundo lugar, es necesario aplicar un pluralismo informativo, el cual a primera vista se entiende como nuevas y diversas visiones de mundo que tienen los variados grupos de nuestra sociedad. Sin embargo, este concepto más bien se refiere a un fenómeno que:

Emerge en sociedades complejas en las cuales los individuos, las organizaciones y los campos sociales se desarrollan con relativa autonomía. Así el pluralismo no es solo una situación social (multiplicidad, heterogeneidad o pluralidad de perspectivas), sino un conjunto de principios reguladores que rigen las dinámicas entre las diferencias. (Carreño y del Valle, 2020, p. 32)

Además, Carreño y del Valle (2020) entienden al pluralismo informativo como una forma de libertad de expresión y de prensa, lo cual reflejaría también la autonomía comunicativa frente a los distintos poderes de un estado.

Según Orchard (2021), distintos autores plantean que en los sistemas de medios:

El pluralismo mediático provee protección efectiva contra la captura de los medios. Por el contrario, se presume que en sistemas poco plurales serán menos los actores mediáticos que deben ser presionados o capturados para moldear la cobertura de determinados temas, lo que facilitaría esta práctica. (p. 52)

Es por esto que, para Hernández (2009), se necesita potenciar el fenómeno de la comunicación alternativa, ya que esta podrá crear nuevas y fortalecidas prácticas que logren ejercer una democratización real del espacio de las comunicaciones, además el autor agrega que: “La comunicación como mediación del mundo, como superación de las formas mercantiles que la han convertido en simple mercancía, tiene que ser por definición participativa, comunitaria y alternativa” (p. 40).

Si la comunicación es la vida misma, entonces cambiar la vida es cambiar la comunicación. Y cambiar la comunicación es cambiar la vida. Y si la vida se forja

ahora con un carácter colectivo, comunitario, con el interés social como base (...), entonces crear una nueva comunicación es crear el acceso de los ciudadanos y ciudadanas a los medios para el desarrollo de una cultura de participación y solidaridad. (Hernández, 2009, p. 44)

Los autores anteriormente señalados concuerdan en que, en Chile, es necesario instalar una agenda de profundas comunicaciones que impulsen un cambio en los patrones de funcionamiento y relación con la audiencia por parte de los medios de comunicación tradicionales, para así crear nuevas prácticas basadas en la diversidad, confianza y participación.

2.2.3.3 El Proceso Constituyente en Chile: Riesgos producidos por los desórdenes informativos

Tras el estallido social, las percepciones de injusticia y desigualdad expuestas en las movilizaciones concluyeron en la instalación de una Convención Constitucional, conformada por personas elegidas democráticamente, de las distintas regiones y pueblos originarios del país, con el objetivo de construir una Nueva Constitución en el periodo máximo de un año.

Tras dar su inicio el 4 de julio del año 2021, el proceso constituyente, que buscó cambiar la Constitución establecida en 1980 durante la dictadura de Augusto Pinochet, contrapuso de manera histórica la opinión de los distintos grupos de la sociedad en dos posiciones: apruebo y rechazo.

En este contexto, y como se ha mencionado anteriormente, los medios de comunicación, ya sean tradicionales, independientes o alternativos, son la principal fuente de información para la ciudadanía, por lo que ejercen un rol clave durante este proceso, ya que son los encargados de transmitir y dar espacio a estas dos posiciones tan contrarias una de otra, así lo afirma en el Diario UChile, Nash (2020, como se citó en Bustos, 2020), quien estableció que la prensa tiene como misión:

En primer lugar, dar cuenta de la legitimidad del contexto, es decir, que el contexto en el que se dé el proceso constituyente permita plenamente el intercambio de ideas, de puntos de vista. En segundo lugar, en el proceso mismo la clave de la legitimidad

va estar dada por la participación ciudadana no solo de quienes terminen finalmente redactando la Constitución, sino que de toda la ciudadanía, de cómo van participar de ese proceso y para eso el intermediador natural es la prensa, por lo tanto, va a tener ahí un rol clave.

Según el Centro de Investigación Periodística (Ciper) estamos enfrentando un “proceso inédito en la historia republicana”, por lo que, debido a la importancia del proceso y al rol que juegan los medios de comunicación en él, el medio analizó la participación de los candidatos a constituyentes en los programas de televisión abierta.

Marzo-Abril 2021		
Total invitados(as)	Invitados(as) a Paneles de Medios	Total Candidaturas*
	443	1373
Hombres	49,8%	49,2%
Mujeres	50,2%	50,8%
Región Metropolitana	63,6%	31,0%
Otras Regiones	36,4%	69,0%
Escaños Reservados	2,0%	6,9%

*El total de candidaturas fue extraído de SERVEL. Se incluyen escaños reservados.

Tabla 3 Caracterización de invitados(as) a paneles de medios de comunicación. Fuente: Ciper, consultado el 21 de junio de 2022

A partir de los resultados señalados en la *tabla 3*, se identificó una tendencia que dio mayor espacio de participación a aquellos candidatos de la Región Metropolitana, a pesar del alto porcentaje de candidatos de regiones, lo que ejemplifica el fenómeno de la centralización de la información por parte de los medios de comunicación tradicionales, dejando sin representación a un amplio sector del país.

Por otra parte, se estudió la tendencia política de los invitados, representado en la *tabla 4*:

	Invitados(as) a paneles	% total Candidaturas	% votos Obtenidos 2017 (Diputados)*
Derecha	30,0%	15,3%	38,0%
Centroizquierda	23,3%	13,3%	34,3%
Izquierda	21,2%	26,0%	21,3%
Independientes	23,5%	38,5%	
Otros (Indígenas)	2,0%	6,9%	
Total (N)	443	1373	

Derecha: P.Republicano, UDI, RN, Evópoli, Partido Conservador Cristiano.

Centro-Izq: PDC, PPD, PS, PR, PRO, P.Liberal, Ciudadanos.

Izquierda: PC, PEV FRVS, RD, PTR, UPA, PH, P. Igualdad, Comunes, Convergencia social.

Otros: indígenas compitiendo por escaños reservados.

*Se consideran los partidos vigentes a esa fecha y que cumplen con el criterio de clasificación indicado en esta nota.

Tabla 4 Tendencia política de invitados(as) a paneles de debate constituyente. Fuente: Ciper, consultado el 21 de junio de 2022.

Aquí, el medio observó “una sobrerrepresentación de candidaturas de derecha y de centroizquierda en los foros, y una subrepresentación de las candidaturas de izquierda, independientes, y candidatos por escaños reservados” (Ciper, 8 de mayo de 2021).

A través de lo analizado por Ciper, se puede ejemplificar y entender el rol que ha tomado, y que podría seguir guiando el actuar de los medios tradicionales con respecto a la Convención Constitucional. Según Gómez (2013), el rol de la prensa desde fines del siglo XIX se identifica como “un tipo de periodismo *objetivo* de difusión de noticias-, promoviendo el *control social*, es decir, el reforzamiento de las normas y valores instituidos o dominantes (hegemónicos)” (p. 59), además el autor agrega que:

Los mensajes emitidos por los medios masivos ayudan a configurar *sentido común* compartido, esto es, precisamente una hegemonía sustentada en el *statu quo* impuesto para el establecimiento del *orden*. Es decir, una vez impuesto un *orden estatal* por parte de las clases dominantes, esa imposición se trasunta en una serie de prácticas compartidas. (Gómez, 2013, p. 76)

Si bien existe un entorno crítico alrededor de los medios tradicionales, la principal labor de la prensa a lo largo de este proceso fue aquella relacionada con combatir los excesos de

información, debido a su profesionalización y calidad de expertos para tratar la información. En el entorno digital existe los llamados desórdenes informativos (o conceptos como fake news, desinformación, posverdad, etc.), entendidos como “producciones intencionales cuya estrategia consiste en la fabricación de la duda y falsas controversias con el fin de conseguir beneficios económicos o ideológicos (...) dependen, de forma necesaria, de las tecnologías post Internet” (Del Fresno, 2019, p. 1).

Del Fresno (2019, p. 6 y 9) además agrega que “cientos de miles de individuos pueden convertirse en productores de desórdenes informativos utilizando plataformas tecnológicas ordinarias, que incluso con simples motivaciones económicas pueda tener consecuencias políticas globales” (p. 6) por lo que es necesario “poder identificar y penalizar con rapidez a los responsables de desórdenes desinformativos” (p. 9).

Es por esto que, se concluye que los medios de comunicación (tradicionales, independientes y alternativos), a pesar de la crisis de credibilidad que enfrentan, siguen ejerciendo fuertes efectos en la conducta y pensar político de las personas (Osorio, 2015, p. 1), además de ser un referente en cuanto a la transmisión de información veraz, por lo que la forma en la que se dé cobertura a este proceso de redacción de la Nueva Constitución puede determinar, o influir en gran medida en las decisiones o creencias de la sociedad.

Capítulo III: Explicaciones metodológicas

3.1 Enfoque

Para la realización de esta investigación se definió el uso de un *enfoque mixto*, que incluye el uso de herramientas tanto cuantitativas como cualitativas. Se busca principalmente comprender distintas situaciones, eventos, o formas de ver el mundo en sus determinados contextos y en su cotidianidad, pero mediante la integración de datos numéricos con aquellos relacionados con la calidad de la información.

En palabras de Hernández, Fernández y Baptista, este método de investigación se adapta a las necesidades y circunstancias en las que se vea envuelto el problema de investigación, además plantean que:

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 534).

A partir de lo descrito por los autores, se puede determinar que el proceso de investigación mixto permite comprender de manera más completa y profunda un fenómeno, ya que permiten el análisis de datos expresados en números, texto, símbolos y de otros tipos para entender los distintos problemas que se dan en el ámbito científico.

En el contexto de este estudio se busca combinar el uso de herramientas cuantitativas y cualitativas que permitan caracterizar y comprender la cobertura que dieron los medios Diario Concepción (medio tradicional), Resumen.cl (medio independiente) y Koncevision (medio alternativo) a los principales hitos informativos publicados en el contexto de la Convención Constitucional.

El instrumento de investigación mixto permitirá mediante el estudio de números y lenguaje expandir el entendimiento del problema, lo que finalmente, según los autores, enriquecerá y potenciará el proceso de investigación.

3.2 Alcance

Para el alcance de esta investigación se determinó el uso de un estudio *exploratorio-descriptivo*, ya que, en primer lugar, se busca comprender un fenómeno poco estudiado tanto dentro de las redes sociales, como por localización geográfica, con un especial enfoque en la región del Biobío. Un *alcance exploratorio*, puede ser entendido como aquel que:

Sirve para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa respecto de un contexto particular, indagar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras, o sugerir afirmaciones y postulados (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 91).

El análisis de la cobertura periodística en los medios Diario Concepción (medio tradicional), Resumen.cl (medio independiente) y Koncevision (medio alternativo) a los principales hitos informativos publicados en el contexto de la Convención Constitucional en la plataforma Instagram, será realizado mediante un estudio exploratorio, ya que estos: “determinan tendencias, identifican áreas, ambientes, contextos y situaciones de estudio, relaciones potenciales entre variables; o establecen el “tono” de investigaciones posteriores más elaboradas y rigurosas” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 91).

En segundo lugar, los autores plantean al *alcance descriptivo* de investigación como aquel que “busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 92). Por lo que dentro del contexto de esta investigación, cuyo objetivo principal es caracterizar la cobertura periodística durante el Proceso Constituyente chileno, se describirán y analizarán los elementos presentes en el tratamiento de la información.

3.3 Diseño de Investigación

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) el diseño de investigación se entiende como un “plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación y responder el planteamiento” (p. 128), es por esto que, este estudio representará un tipo *no experimental* con un diseño *transeccional*.

En primer lugar, la investigación *no experimental* puede ser entendida como aquellos “estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 152).

En segundo lugar, se definió el uso de un diseño *transeccional*. En palabra de los autores, el diseño transeccional consiste en la recopilación de datos en único momento, además “su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 154).

Por lo que, en el contexto de esta investigación, se pretende analizar un hecho ya ocurrido como lo fue el Proceso Constituyente chileno, a partir del cual se caracterizaran los contenidos producidos por los medios Diario Concepción (medio tradicional), Resumen.cl (medio independiente) y Koncevision (medio alternativo), sin la intención de intervenir en ellos, sino que más bien con el propósito de explorar y describir las diferencias que existen en la cobertura de los hitos informativos de este proceso.

3.4 Métodos y técnicas de recolección de la información

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) la recolección de datos consiste en el “acopio de datos en los ambientes naturales y cotidianos de los participantes o unidades de análisis” (p. 397). Para esta investigación se utilizarán: *documentos, registros, materiales y artefactos*.

Este método permite “conocer los antecedentes de un ambiente, así como las vivencias o situaciones que se producen en él y su funcionamiento cotidiano y anormal” (Hernández,

Fernández y Baptista, 2014, p. 415). Por lo que, en el contexto de esta investigación cuyo propósito es caracterizar la cobertura informativa durante el Proceso Constituyente, se busca revisar y estudiar los documentos, entendidos como las notas informativas publicadas por los medios seleccionados.

Para identificar y seleccionar estos documentos que serán objetos de estudio, se establecieron nueve Hitos Informativos, entendiendo por hito una “persona, cosa o hecho clave y fundamental dentro de un ámbito o contexto” (RAE, definición 6) o también como un “acontecimiento puntual y significativo que marca un momento importante en el desarrollo de un proceso o en la vida de una persona” (Oxford Languages, definición 2).

Para ser calificados como hito informativo, se consideró la relevancia, impacto y alcance de los hechos, por lo que cada documento debió estar presente en todos los medios seleccionados, y con al menos dos publicaciones, siendo estos los siguientes:

Fecha:	Hito Informativo
4 de julio de 2021	Ceremonia de inauguración de la Convención Constitucional
13 de abril de 2022	Propuesta Constitucional “Cámara de las Regiones” para el reemplazo del senado
15 de mayo de 2022	Borrador oficial de la nueva constitución
4 de septiembre	Plebiscito Constitucional de salida

Tabla 5 Hitos informativos. Fuente: Elaboración propia.

Por consiguiente, a partir de estos hitos se analizará la cobertura según sus características cuantitativas y cualitativas, ya que según Hernández, Fernández y Baptista (2014) el método de recolección seleccionado para este estudio (documentos, registros, materiales y

artefactos), puede ser analizado tanto como texto, como a partir de una codificación numérica.

3.5 Herramienta de recolección

La herramienta de recolección de la información a utilizar es la *ficha de registro*, la cual según Vicencio (2018) “se pueden emplear para concentrar la información recabada” (p. 119), es decir, esta permitirá recolectar y organizar los documentos.

Cómo se mencionó anteriormente, dentro de esta investigación de enfoque mixto, se abordará el estudio de los elementos cuantitativos y cualitativos que estuvieron presentes en los documentos asociados a la cobertura informativa producida por los medios Diario Concepción (medio tradicional), Resumen.cl (medio independiente) y Koncevision (medio alternativo). Por lo que, para la información cuantitativa se recogerá la siguiente información:

1. Extensión (caracteres)
2. Tipo de formato Instagram
3. Tipo de formato periodístico
4. N° de fuentes
5. N° de hashtags
6. N° de me gusta
7. N° de comentarios
8. Tasa de interacción

Estos ítems permitirán caracterizar las notas informativas publicadas por los medios, en donde los ítems 1, 2, 3, 4 y 5 están destinados a comprender los elementos que están presentes en cada nota, mientras que, los ítems 6, 7 y 8 tienen por objetivo identificar la interacción que obtuvieron los medios con la publicación de sus notas. Cabe mencionar que el ítem 8 (tasa de interacción) se calculará mediante la suma de likes y comentarios, dividido por la cantidad de seguidores, y finalmente este resultado multiplicado por 100.

Mientras que, para la información cualitativa se estudiarán los siguientes ítems:

1. Balance

2. Evidencias verificadas
3. Citas
4. Uso de expertos como fuentes
5. Partidismo
6. Valorización

Para comprender la cobertura que dieron los medios a los principales hitos informativos del proceso constituyente, los ítems 1, 2, 3, 4 y 5, son indicadores para medir el nivel de objetividad, planteados por Humanes, Mellado y Márquez (2017), quienes definen a estas variables como (*ver tabla 5*):

TABLA 1 DEFINICIÓN OPERATIVA DE LAS VARIABLES	
Balance	Presencia de diferentes fuentes o puntos de vista
Evidencias verificadas	Presencia de información que puede ser verificada por una tercera persona y que no se corresponde con la opinión del periodista
Citas	Inclusión de declaraciones literales de una fuente que se entrecorren
Uso de expertos como fuentes	Presencia de expertos como fuentes de información
Partidismo	Separación entre hechos y opiniones

Tabla 6 Definición de las variables cualitativas. Fuente: Humanes, Mellado y Márquez, 2017, p. 176

Mientras que el ítem número 6, planteado por Parra y Quezada (2006), permitirá identificar las ideas y/o conceptos atribuidos al proceso constituyente en su tratamiento informativo, en donde se distinguen las valorizaciones favorables, desfavorables o neutras planteadas por los autores. Estos datos se organizarán mediante la siguiente ficha de registro:

Hito X: Ficha de registro (medio tradicional, independiente o alternativo):

(IMAGEN PUBLICACIÓN)**Elementos cuantitativos:****Medio de comunicación:**

Extensión de las publicaciones (caracteres)

Tipo de formato Instagram (reels, videos, carrusel, foto única)

Tipo de formato periodístico (entrevista, gráfica, estudio o encuesta, nota informativa, opinión)

N° de fuentes consultadas

N° de hashtags

N° de Me gusta

N° de comentarios

Tasa de interacción

Elementos cualitativos:**Medio de comunicación:**

Balance (presencia de distintos puntos de vista, sí/no)

Evidencias verificadas (información verificable, sí/no)

Citas (uso de declaraciones literales y entre comillas, sí/no)

Uso de expertos como fuentes (sí/no)

Partidismo (diferenciación entre hechos y opiniones, sí/no)

Valorización (favorable, desfavorables o neutra)

Tabla 7 Ficha de registro. Fuente: Elaboración propia.

Mediante esta ficha de registro, se recopilarán los datos y elementos tanto cuantitativos como cualitativos que permitirán cumplir con los objetivos de investigación propuestos.

Para la utilización de este mecanismo de recolección, fue necesaria su previa validación, por lo que fue enviada, revisada y validada para poder ser implementada en esta investigación. A continuación se presentarán las cartas de validación emitidas por los docentes que validaron la herramienta:



Validación metodología

Por medio de la presente, otorgo validez metodológica al instrumento de recolección de datos de la investigación denominada “Cobertura mediática del proceso constituyente en Chile: Estudio comparativo de Diario Concepción, Resumen.cl y Koncevisión”, cuyo objetivo es Determinar las diferencias cuantitativas y cualitativas en la cobertura en los perfiles de Instagram de los medios tradicionales (Diario Concepción), independientes (Resumen.cl) y alternativos (Koncevisión) de los principales hitos informativos en el Proceso Constituyente chileno entre los periodos de julio de 2021 y septiembre de 2022.

Dicho seminario, dirigido por el Dr. Fernando Gutiérrez Atala, permitirá a la estudiante de Periodismo Sofía Caamaño Fuentes optar al grado de Licenciado en Comunicación Social.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'IRP', is written over a horizontal line.

Dr. Ignacio Riffo Pavón

Periodismo

Facultad de Comunicación, Historia y Ciencias Sociales



Validación metodología

Por medio de la presente, otorgo validez metodológica al instrumento de recolección de datos de la investigación denominada “Cobertura mediática del proceso constituyente en Chile: Estudio comparativo de Diario Concepción, Resumen.cl y Koncevision”, cuyo objetivo es Determinar las diferencias cuantitativas y cualitativas en la cobertura en los perfiles de Instagram de los medios tradicionales (Diario Concepción), independientes (Resumen.cl) y alternativos (Koncevision) de los principales hitos informativos en el Proceso Constituyente chileno entre los periodos de julio de 2021 y septiembre de 2022.

Dicho seminario, dirigido por el Dr. Fernando Gutiérrez Atala, permitirá a la estudiante de Periodismo Sofía Caamaño Fuentes optar al grado de Licenciado en Comunicación Social.

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'G. Vila', is positioned above a horizontal line.

Mg. Guillermo Verbakel Vila

Periodismo

Facultad de Comunicación, Historia y Ciencias Sociales

3.6 Universo o Población

Para seleccionar y definir la *muestra* que será utilizada para la presente investigación, se parte de la base de un *universo* o *población*.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 174) un universo o población son un conjunto de casos que concuerdan con una serie de características o especificaciones que tienen que ser delimitadas en el contexto de una investigación.

Por otra parte, el universo o población pueden ser entendidos como aquello que “concentra la totalidad de elementos y sujetos de la misma, y en ellos se encuentran las partes fundamentales a las que se deben dirigir esencialmente los instrumentos y procedimientos de la investigación” (Vicencio, 2018, p.71).

La población y universo representan el conjunto de todos los elementos que forman parte del grupo que se pretende estudiar. Sin embargo, en ocasiones, el universo de estudio puede ser tan amplio que no es posible analizarlo en su totalidad:

En el caso de que nuestro universo (población) esté compuesto por un número relativamente alto de unidades será prácticamente imposible, por razones de tiempo y de costos, y porque no es en realidad imprescindible, examinar cada una de las unidades que lo componen. En vez de realizar esa fatigosa tarea procederemos a extraer una muestra de ese universo, o sea un conjunto de unidades, una porción del total, que nos represente la conducta del universo en su conjunto (Sabino, 1992, p. 90)

Así mismo, Arias (2012) identifica al menos dos tipos de población que se distinguen según el tamaño de sus conjuntos:

Población finita: agrupación en la que se conoce la cantidad de unidades que la integran. Además, existe un registro documental de dichas unidades.

Población infinita: es aquella en la que se desconoce el total de elementos que la conforman, por cuanto no existe un registro documental de éstos debido a que su elaboración sería prácticamente imposible. (p. 82)

Es por esto que, en el contexto de esta investigación y según lo planteado por los autores, se tratará con una *población infinita*, ya que al plantear el estudio en el análisis de contenidos dentro de lo una red social como Instagram, el conjunto de elementos disponibles es muy amplio para ser identificado y registrado.

En esta investigación, se puede determinar un universo o población compuesta por aquellas publicaciones hechas en Instagram relacionadas con el Proceso Constituyente en Chile, entre los periodos de tiempo del 4 de julio de 2021 al 4 de septiembre de 2022. Debido a la amplia cantidad de publicaciones disponibles, tal como se mencionó anteriormente, no es posible presentar un registro de estas.

3.7 Muestra

Tras definir el universo o población, corresponde la selección de la *muestra*, ya que, según Vicencio (2018) “cuando la población es demasiado extensa se recurre al uso de muestras, esto es, la selección de sujetos o elementos de forma aleatoria, electiva o procedimental, que sean representativos del problema o fenómeno de estudio” (p. 76).

Para esta investigación se seleccionó el tipo de muestra *no probabilística*, en donde “la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del investigador” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 176).

Por lo que, para este estudio se considerarán las publicaciones hechas en Instagram relacionadas con el Proceso Constituyente en Chile, entre los periodos de tiempo del 4 de julio de 2021 al 4 de septiembre de 2022, y que cumplan con las siguientes características: ser publicaciones de medios tradicionales, independientes y alternativos de la Región del Biobío; ser hechos relevantes y de gran alcance; y que se encuentren dentro de los hitos informativos establecidos anteriormente.

Estos criterios son los que permitirán la selección de los documentos no probabilísticos que serán objeto de estudio en el presente contexto.

3.8 Mecanismo de análisis de datos

Una vez recopilados los datos a través del mecanismo de recolección, estos deberán ser analizados. Según Vicencio el *análisis de datos* consiste en un procedimiento que se realiza “una vez que hemos recolectado toda la información por medio de nuestros métodos, técnicas o instrumentos de investigación” tras lo cual “llega el momento de organizarla, analizarla e interpretarla” (Vicencio, 2018, p. 105). Para Hernández, Fernández y Baptista, la información puede ser muy variada, pero a grandes rasgos podemos encontrar que:

Los datos son muy variados, pero en esencia consisten en observaciones del investigador y narraciones de los participantes:¹⁰ *a*) visuales (fotografías, videos, pinturas, entre otras), *b*) auditivas (grabaciones), *c*) textos escritos (documentos, cartas, etc.) y *d*) expresiones verbales y no verbales (como respuestas orales y gestos en una entrevista o grupo de enfoque), además de las narraciones del investigador. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 418)

Sobre lo expuesto anteriormente, esta investigación busca analizar de forma cuantitativa y cualitativa los recursos visuales (fotografías) y textos escritos expuestos en las publicaciones hechas en Instagram relacionadas con el Proceso Constituyente en Chile, entre los periodos de tiempo del 4 de julio de 2021 al 4 de septiembre de 2022.

Para llevar a cabo el análisis, en este estudio con enfoque mixto, Vicencio establece que los documentos observados “pueden arrojar información cuantitativa y cualitativa” esto debido a que “un texto puede analizarse desde dos dimensiones: su estructura y su función, es decir, la forma y el fondo” (Vicencio, 2018, p. 117), Por lo que, según lo que establece este autor, el mecanismo de datos a utilizar será el análisis de contenido, ya que este puede “emplearse para llegar a una interpretación de la información recabada y recolectada en la investigación” (p. 118).

Capítulo IV: Resultados

4.1 Corpus de la investigación

Tras definirse la metodología de investigación a utilizar en este trabajo, se presentarán las fichas de registro seleccionadas como herramienta para recolectar la información asociada a los cuatro hitos informativos establecidos para su análisis.

Los hitos informativos serán presentados de la siguiente manera: Primero se explicará resumidamente el contexto del hito. Posteriormente se presentarán las fichas de registros de cada medio acompañadas de un comentario particular para cada una. Cabe destacar que las fichas contienen tanto los datos cuantitativos como cualitativos de investigación, y además se encuentran diferenciadas por colores siendo el **verde** aquel para el medio tradicional (Diario Concepción), **amarillo** para el medio independiente (Resumen.cl) y **rojo** para el medio alternativo (Koncevision). Por último, al final de cada hito se entregará un comentario analítico cuya finalidad es analizar y comparar los resultados obtenidos en las fichas de registro de cada medio.

Como se mencionó anteriormente en el transcurso de este trabajo, los medios a analizar en sus cuentas oficiales de Instagram serán Diario Concepción, medio tradicional que cuenta con más de 65 mil seguidores; Resumen.cl, medio independiente con 99 mil seguidores; y finalmente Koncevision, medio alternativo que cuenta con más de 50 mil seguidores en la plataforma.

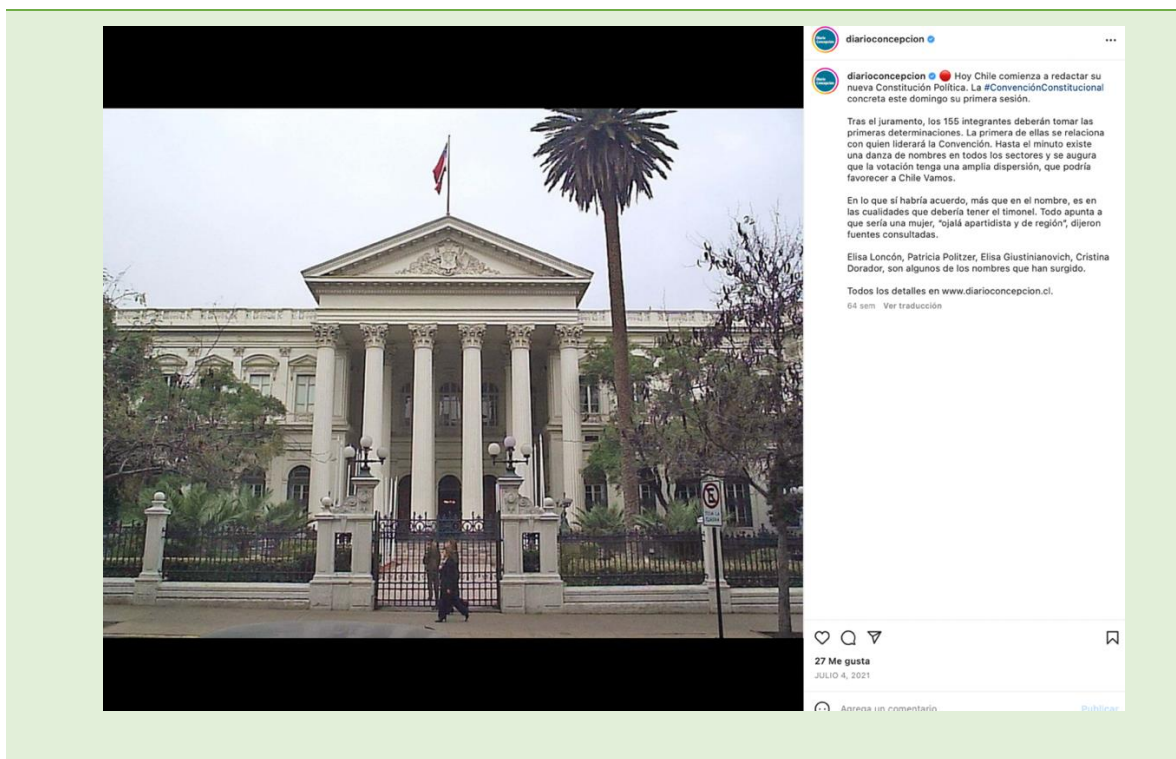
A continuación, se mostrará la información recolectada en las fichas de registro a partir de cuatro hitos informativos sobre el trabajo de la Convención Constitucional en Chile entre el 4 de julio de 2021 y el 4 de septiembre de 2022.

4.1.1 Hito informativo 1: Ceremonia de inauguración de la Convención Constitucional, 4 de julio de 2021

El día 4 de julio de 2021 se dio inició a la Convención Constitucional en Chile, en una sesión inaugural que tardó más de dos horas en comenzar debido a las distintas movilizaciones que tuvieron lugar a las afueras del edificio del ex Congreso Nacional de la ciudad de Santiago.

Los enfrentamientos entre carabineros y manifestantes detuvieron el inicio de esta primera sesión en donde, finalmente, la secretaria relatora del Tricel, Carmen Gloria Valladares, solicitó a los 155 convencionales constituyentes electos aceptar el cargo de redactar una propuesta de texto para una Nueva Constitución política.

Hito 1: Ficha de registro medio tradicional Diario Concepción



Elementos cuantitativos:

Medio de comunicación Diario Concepción:

Extensión de las publicaciones (caracteres)	811
Tipo de formato Instagram (reels, videos, carrusel, foto única)	Foto única
Tipo de formato periodístico (entrevista, gráfica, estudio o encuesta, nota informativa, opinión)	Nota informativa
Nº de fuentes consultadas	1
Nº de hashtags	1
Nº de Me gusta	27
Nº de comentarios	0
Tasa de interacción	0,04%
Elementos cualitativos:	Medio de comunicación Diario Concepción:
Balance (presencia de distintos puntos de vista, sí/no)	No se presentan puntos de vista.
Evidencias verificadas (información verificable, sí/no)	La información de la publicación si es verificable, ya que es un hecho actual, cuenta con una correcta escritura, y posee un razonamiento lógico, por lo que consigue la confianza del lector.
Citas (uso de declaraciones literales y entre comillas, sí/no)	Sí se utilizan declaraciones de fuentes entre comillas.

Uso de expertos como fuentes (sí/no)	Se consultó a integrantes de la convención constitucional, sin embargo, no se mencionan sus nombres.
Partidismo (diferenciación entre hechos y opiniones, sí/no)	En esta publicación no se presenta partidismo, es decir, en la publicación no se muestran opiniones.
Valorización (favorable, desfavorables o neutra)	Valorización neutra

Comentario particular:

Esta publicación es una nota informativa que trata el hito informativo sin involucrar puntos de vista personales. Se aborda la información con datos concretos y verificables, como lo son la cantidad de constituyentes electos y los primeros pasos que debió optar la convención. Sin embargo, se observa una baja participación de usuarios, en relación a la cantidad de me gusta y sin comentarios, entre los cuales alcanzan una tasa de interacción de 0,04%, muy por debajo de los 2,4% esperados según su cantidad de seguidores.

Además, la única imagen de la publicación, no refleja la identidad del medio, no es de buena calidad, no cumple con las medidas óptimas para la plataforma, ni tampoco es fácil de asociar al hecho, ya que, el usuario que no se informa activamente, puede no entender la relación entre ambos.

Hito 1: Ficha de registro medio independiente Resumen.cl



Elementos cuantitativos:

Medio de comunicación Resumen.cl:

Extensión de las publicaciones
(caracteres)

742

Tipo de formato Instagram (reels, videos,
carrusel, foto única)

Foto única

Tipo de formato periodístico (entrevista,
gráfica, estudio o encuesta, nota
informativa, opinión)

Nota informativa

Nº de fuentes consultadas

0

Nº de hashtags

5

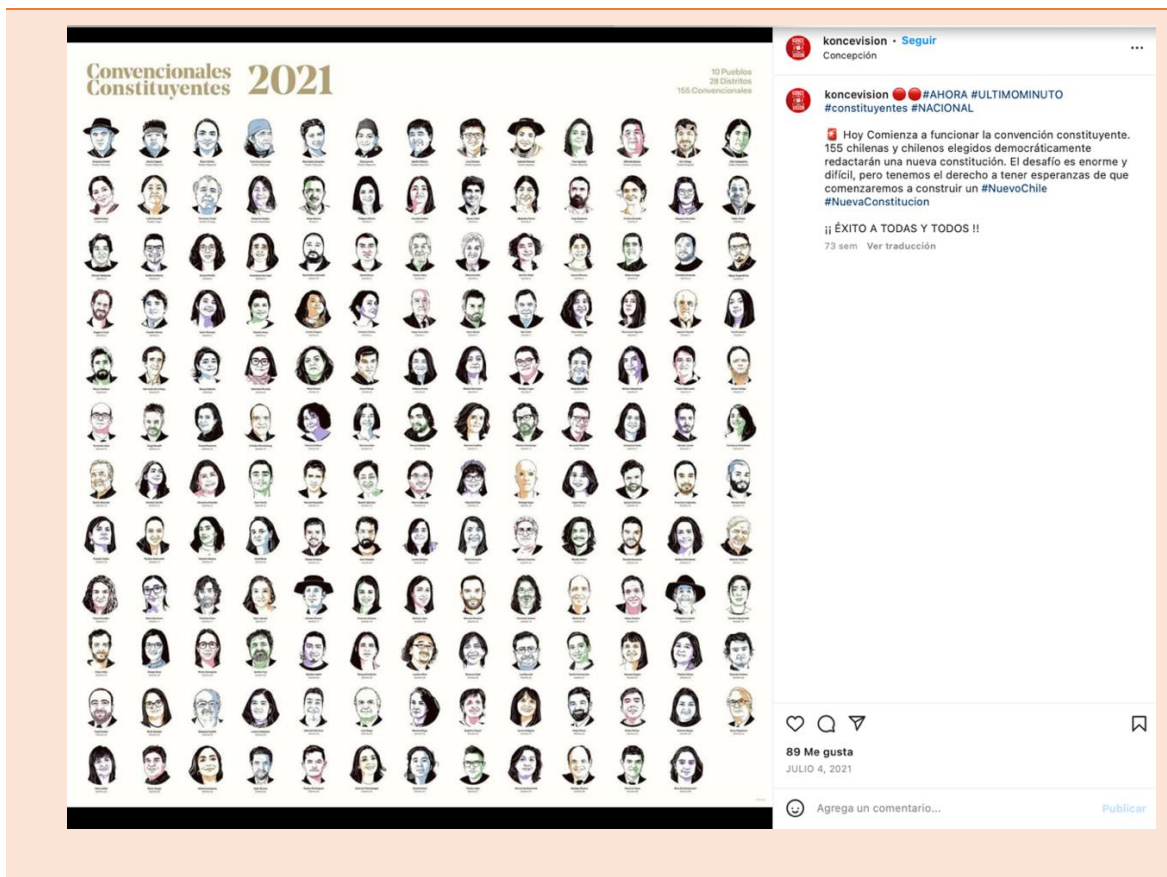
Nº de Me gusta	743
Nº de comentarios	5
Tasa de interacción	0,75%
Elementos cualitativos:	Medio de comunicación Resumen.cl:
Balance (presencia de distintos puntos de vista, sí/no)	Solo se presenta el punto de vista particular del autor de la publicación, en donde se evalúa a la Convención Constitucional como un producto del Estallido Social chileno de 2019.
Evidencias verificadas (información verificable, sí/no)	Si bien el contenido es original y se explican hechos que sí son verificables, como el estallido social, y los cambios que este impulsó en la ciudadanía, la publicación asocia eventos que no tienen relación, por lo que el contenido de la nota es engañoso.
Citas (uso de declaraciones literales y entre comillas, sí/no)	No se utilizaron fuentes para la construcción de esta publicación.
Uso de expertos como fuentes (sí/no)	No se consultaron expertos.
Partidismo (diferenciación entre hechos y opiniones, sí/no)	Sí existe partidismo, al presentarse los hechos desde la perspectiva de su autor.
Valorización (favorable, desfavorables o neutra)	La publicación cuenta con una valorización favorable sobre el inicio del proceso constituyente. Además, crítica a la clase política chilena por su rol durante en el estallido social.

Comentario particular:

En este caso, el hito informativo es tratado en una nota informativa, pero desde la perspectiva del autor, se rescata el valor histórico del hecho, pero se asocian distintos sucesos que no tienen una relación directa. Por ejemplo, si bien la idea de una Convención Constitucional se originó en las movilizaciones sociales de octubre de 2019, lo que dio inicio a este proceso fue el “Acuerdo por la Paz y la Nueva Constitución” firmado un mes después, el 15 de noviembre.

Aun así, se observa en la publicación una gran cantidad de me gusta, y algunos comentarios (tasa de interacción de 0,75%) lo que deja ver el interés de los usuarios por la información. Por otra parte, la única imagen compartida refleja la identidad visual de Resumen, presenta un titular, el link donde se encuentra disponible la información completa, su logotipo y logra que el usuario identifique a simple vista el hecho que se va a tratar.

Hito 1: Ficha de registro medio alternativo Koncevision



Elementos cuantitativos:

Medio de comunicación Koncevision:

Extensión de las publicaciones
(caracteres)

366

Tipo de formato Instagram (reels,
videos, carrusel, foto única)

Foto única

Tipo de formato periodístico
(entrevista, gráfica, estudio o encuesta,
nota informativa, opinión)

Nota informativa

Nº de fuentes consultadas

0

Nº de hashtags	6
Nº de Me gusta	89
Nº de comentarios	0
Tasa de interacción	0,17%

Elementos cualitativos:	Medio de comunicación	Koncevision:
Balance (presencia de distintos puntos de vista, sí/no)	No existe la presencia de puntos de vista de autoridades, ciudadanos o involucrados en el proceso constituyente. Si embargo, el autor presenta su opinión personal sobre el hecho.	
Evidencias verificadas (información verificable, sí/no)	La información presente en la publicación si es verificable, ya que son datos relacionados con la cantidad de constituyentes elegidos y es un hecho de actualidad.	
Citas (uso de declaraciones literales y entre comillas, sí/no)	No se utilizaron fuentes para la construcción de esta publicación.	
Uso de expertos como fuentes (sí/no)	No se consultaron expertos	
Partidismo (diferenciación entre hechos y opiniones, sí/no)	Si bien la primera parte de la publicación trata un hecho, su segunda parte es una opinión emitida por su autor.	
Valorización (favorable, desfavorables o neutra)	La publicación cuenta con una valorización favorable sobre el inicio del proceso constituyente.	

Comentario particular:

Aquí, el hito informativo se trata con una baja extensión, con 366 caracteres (5 líneas en Instagram) se informa el inicio del trabajo constitucional con los 155 constituyentes electos.

A partir de esto, el autor de la publicación presenta una valorización positiva frente al hecho, en donde destaca que este proceso entrega “esperanzas” para un “#NuevoChile”.

Por otra parte, la publicación cuenta con una baja participación, con pocos me gusta y sin comentarios, que en promedio dan una tasa de interacción de 0,175, mientras que la imagen, no refleja la identidad del medio, pero si es fácil de asociar al hecho, ya que, esta muestra a los 155 convencionales constituyentes elegidos en el año 2021.

Comentario analítico del hito 1:

En general, se puede observar en el hito 1 “Ceremonia de inauguración de la Convención Constitucional” que los tres medios de comunicación (tradicional, independiente y alternativo) destacan el valor que tiene la formación e inicio de esta convención para todo Chile, además los formatos que destacan son las notas informativas presentadas con una fotografía única.

Sin embargo, solo el medio tradicional, Diario Concepción, presenta información veraz frente al hecho, ya que se trató un hecho de actualidad, contó con una correcta escritura, y un razonamiento lógico, mientras que los medios independiente, Resumen, y alternativo, Koncevision, presentan opiniones relacionadas al hecho.

En el caso particular de Resumen, este presenta una crítica hacia el sistema político del país, y a las personas que lo conforman, pero en comparación con los otros medios, este es el medio con mayor interacción del público (0,75%), con una alta cantidad de me gusta y comentarios. En promedio, este hito muestra una tasa de interacción de 0,32%, lo cual no alcanza los porcentajes de engagement rate para Instagram considerados como buenos (2,4% según Not Just Analytics).

Por otra parte, es el único que en su publicación refleja su identidad propia a partir de la imagen que comparte, presentando un título, el link directo hacia su página oficial con más información, una fotografía fácil de asociar al hecho que se estaba presentando y su logotipo. Diario Concepción y Koncevision en sus publicaciones compartieron imágenes que, si bien tenían relación con el hecho, no se vinculaban con su identidad.

4.1.2 Hito informativo 2: Propuesta Constitucional “Cámara de las Regiones” para el reemplazo del Senado, 13 de abril de 2022

Tras varios meses de trabajo, se presentó la propuesta de la “Cámara de las Regiones” la cual fue aprobada el día 13 de abril de 2022, tras alcanzar el quorum de 2/3 requerido, y así ser incorporada al borrador de la Nueva Constitución.

Esta cámara consistía en una institución del poder legislativo que pretendía reemplazar al actual Senado, y cuyo propósito era el de descentralizar la legislación contando con la representación de todas las regiones del país. Además dentro de sus atribuciones se encontraba el rol de tramitar leyes de interés general, ser un ente revisor y jurado legislativo.

Hito 2: Ficha de registro medio tradicional Diario Concepción

Diario Concepción

El pleno de la Convención Constitucional aprobó instalar la Cámara de las Regiones en reemplazo del Senado.

En detalle, el artículo 9° indica que "la Cámara de las Regiones es un órgano deliberativo, paritario y plurinacional de representación regional encargado de concurrir a la información a las leyes de acuerdo regional y de ejercer las demás facultades encomendadas por esta Constitución. Sus integrantes se denominarán representantes regionales".

Más información en www.diarioconcepcion.cl

34 sem · Ver traducción

42 Me gusta
ABRIL 13

Agrega un comentario... Publicar

Elementos cuantitativos:

Medio de comunicación Diario Concepción:

Extensión de las publicaciones (caracteres)	501
Tipo de formato Instagram (reels, videos, carrusel, foto única)	Foto única
Tipo de formato periodístico (entrevista, gráfica, estudio o encuesta, nota informativa, opinión)	Nota informativa
Nº de fuentes consultadas	1
Nº de hashtags	0
Nº de Me gusta	42
Nº de comentarios	0
Tasa de interacción	0,06%
Elementos cualitativos:	Medio de comunicación Diario Concepción:
Balance (presencia de distintos puntos de vista, sí/no)	No se presentan puntos de vista, solo se expone lo contenido en el texto propuesto por la convención constitucional.
Evidencias verificadas (información verificable, sí/no)	Esta publicación sí trata hechos que son verificables al ser contenido original, actual, con correcta ortografía y con el uso de fuentes de información.
Citas (uso de declaraciones literales y entre comillas, sí/no)	Sí se utilizan citas entre comillas, esto es, información de una fuente documental (texto propuesto por la convención constitucional).


Uso de expertos como fuentes (sí/no)	Se consultó el texto de la propuesta constitucional publicado por la convención.
Partidismo (diferenciación entre hechos y opiniones, sí/no)	En esta publicación no se presenta partidismo, es decir, en la publicación no se muestran opiniones.
Valorización (favorable, desfavorables o neutra)	Valorización neutra.

Comentario particular:

El hito informativo se trata utilizando como fuente el texto borrador de la Nueva Constitución propuesto por la convención, además se escribe de una forma clara, auténtica y breve, pero se observa en la publicación una baja cantidad de me gusta, y sin comentarios, alcanzando una baja tasa de interacción de 0,06%.

Por otra parte, en esta nota informativa la imagen compartida refleja la identidad visual de Diario Concepción, presenta un epígrafe y titular, y logra que el usuario identifique a simple vista el hecho que se va a tratar, ya que esta es una imagen de la sala en la que trabajan los convencionales.

Hito 2: Ficha de registro medio independiente Resumen.cl



Chao Senado: Convención Constitucional aprobó terminar con órgano legislativo
resumen.cl/a/120851

resumen.cl
resumen.cl La idea original de un congreso unicameral se fue diluyendo ante las presiones de la oligarquía y la vetusta clase política que presionar a través de todas sus redes de influencia para mantener el Senado en el nuevo régimen político que se está configurando en la #ConvenciónConstitucional. No obstante, y luego de intensas negociaciones, fue posible eliminar al fin el cámara alta, el espacio por excelencia de la oligarquía durante los 200 años de historia republicana, que será por la Cámara de las Regiones, un órgano al que aún no están definidas todas sus atribuciones, pero que probablemente muchos intentarán que se parezca lo más posible al actual Senado.
La información en detalle en Resumen.cl (LINK EN LA BIO)
#ConvenciónConstituyente #NuevaConstitución #SenadoDeChile #CámaraDeLasRegiones #Resumen
34 sem Ver traducción

jachjr12 🙌🙌🙌🙌🙌🙌
34 sem Responder

angelamarcha 🙌🙌🙌
34 sem Responder

servicios_privados_tic_ti 🙌🙌🙌 los que trancan la política a favor de las empresas
34 sem Responder Ver traducción

vickytorifigue A menor trabajo, menor sueldo!! 🔥
34 sem Responder Ver traducción

martin_bssm Alguien dijo senado con otro nombre?
34 sem Responder Ver traducción

202 Me gusta
ABRIL 14
Agrega un comentario... [Publicar](#)

Elementos cuantitativos:

Medio de comunicación Resumen.cl:

Extensión de las publicaciones
(caracteres)

814

Tipo de formato Instagram (reels, videos,
carrusel, foto única)

Foto única

Tipo de formato periodístico (entrevista,
gráfica, estudio o encuesta, nota
informativa, opinión)

Nota informativa

Nº de fuentes consultadas

0

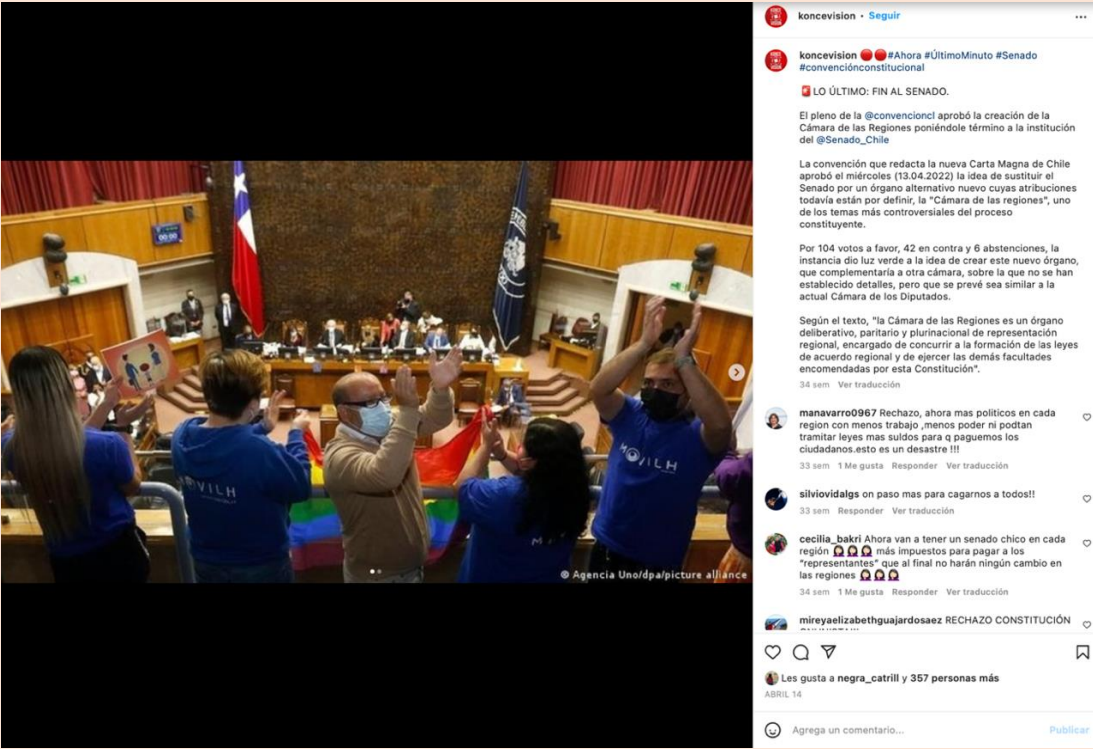
Nº de hashtags	5
Nº de Me gusta	202
Nº de comentarios	6
Tasa de interacción	0,21%
Elementos cualitativos:	Medio de comunicación Resumen.cl:
Balance (presencia de distintos puntos de vista, sí/no)	Sólo se presenta un punto de vista, el cual representa una opinión propia de quien realizó la publicación.
Evidencias verificadas (información verificable, sí/no)	La propuesta de la “Cámara de las Regiones” si es verificable, pero el resto de la información presentada se ve envuelta de opiniones personales de su autor, por lo que no todo lo expuesto son hechos que puedan ser verificados.
Citas (uso de declaraciones literales y entre comillas, sí/no)	No se utilizaron fuentes para la construcción de esta publicación.
Uso de expertos como fuentes (sí/no)	No se consultaron expertos.
Partidismo (diferenciación entre hechos y opiniones, sí/no)	En esta publicación si existe partidismo, ya que se tratan los hechos a partir de la opinión de su autor.
Valorización (favorable, desfavorables o neutra)	La publicación cuenta con una valorización favorable sobre la propuesta de reemplazar el Senado por una cámara de las regiones, asimismo su autor presenta una crítica hacia la clase política.

Comentario particular:

En este hito, la información relacionada con el hecho, que es la aprobación de la propuesta de la “Cámara de las Regiones”, pasa a segundo plano, ya que lo que resalta es la opinión personal del autor, quien critica a la clase política. Si bien no se consultaron fuentes ni expertos para la construcción de esta publicación, de igual manera presenta gran participación de la audiencia en me gustas, y algunos comentarios, que muestran una tasa de interacción de 0,21%

Por otra parte, la imagen compartida es una nota informativa, con una única fotografía que refleja la identidad visual de Resumen, presenta un titular, el link de su página oficial donde se encuentra disponible la información completa, su logotipo y logra que el usuario identifique a simple vista el hecho que se va a tratar, ya que esta es una imagen de la sala en la que trabajan los convencionales.

Hito 2: Ficha de registro medio alternativo Koncevision



The image shows a Facebook post from the page 'koncevision'. The post features a video thumbnail on the left and a text-based post on the right. The video shows a group of people in a legislative chamber, some wearing blue shirts with 'KONCEVISION' on the back, raising their hands in a gesture of approval or protest. The text post is in Spanish and discusses the approval of the 'Cámara de las Regiones' by the Chilean Senate. It includes a title, a link to the full article, and several comments from users expressing their opinions on the proposal.

koncevision · Seguir

koncevision 🇨🇪 🇨🇪 #Ahora #ÚltimoMinuto #Senado #convenciónconstitucional

LO ÚLTIMO: FIN AL SENADO.

El pleno de la @convecionci aprobó la creación de la Cámara de las Regiones poniéndole término a la institución del @Senado_Chile

La convención que redacta la nueva Carta Magna de Chile aprobó el miércoles (13.04.2022) la idea de sustituir el Senado por un órgano alternativo nuevo cuyas atribuciones todavía están por definir, la "Cámara de las regiones", uno de los temas más controversiales del proceso constituyente.

Por 104 votos a favor, 42 en contra y 6 abstenciones, la instancia dio luz verde a la idea de crear este nuevo órgano, que complementaría a otra cámara, sobre la que no se han establecido detalles, pero que se prevé sea similar a la actual Cámara de los Diputados.

Según el texto, "la Cámara de las Regiones es un órgano deliberativo, paritario y plurinacional de representación regional; encargado de concurrir a la formación de las leyes de acuerdo regional y de ejercer las demás facultades encomendadas por esta Constitución".

34 sem Ver traducción

manavarro0987 Rechazo, ahora mas politicos en cada region con menos trabajo ,menos poder ni podran tramitar leyes mas sudlos para q pagemos los ciudadanos.esto es un desastre !!!

33 sem 1 Me gusta Responder Ver traducción

silviodidalgs on paso mas para cagarnos a todos!!

33 sem Responder Ver traducción

cecilia_bakri Ahora van a tener un senado chico en cada region 🇨🇪🇨🇪 más impuestos para pagar a los "representantes" que al final no harán ningún cambio en las regiones 🇨🇪🇨🇪🇨🇪

34 sem 1 Me gusta Responder Ver traducción

mireyaelizbethguajardosaez RECHAZO CONSTITUCIÓN

Les gusta a negra_catrill y 357 personas más

ABRIL 14

Agrega un comentario... **Publicar**

Elementos cuantitativos:	Medio de comunicación	Koncevision:
Extensión de las publicaciones (caracteres)	1046	
Tipo de formato Instagram (reels, videos, carrusel, foto única)	Foto única	
Tipo de formato periodístico (entrevista, gráfica, estudio o encuesta, nota informativa, opinión)	Nota informativa	
Nº de fuentes consultadas	1	
Nº de hashtags	4	
Nº de Me gusta	358	
Nº de comentarios	74	
Tasa de interacción	0,85%	
Elementos cualitativos:	Medio de comunicación	Koncevision:
Balance (presencia de distintos puntos de vista, sí/no)	No se presentan puntos de vista.	
Evidencias verificadas (información verificable, sí/no)	La información presente en la publicación si es verificable, ya que son datos relacionados con el texto propuesto por la Convención Constitucional el cual es utilizado como fuente de información.	

Citas (uso de declaraciones literales y entre comillas, sí/no)	Sí utiliza citas entre comillas, de una fuente documental (propuesta Constitucional).
Uso de expertos como fuentes sí/no)	Se consultó el texto de la propuesta constitucional publicado por la convención.
Partidismo (diferenciación entre hechos y opiniones, sí/no)	En esta publicación no se presenta partidismo, es decir, en la publicación no se muestran opiniones.
Valorización (favorable, desfavorables o neutra)	Valorización neutra.

Comentario particular:

A partir de este hito, el medio presenta información detallada, en donde se utiliza como fuente el texto de la propuesta constitucional publicado por la convención. Por otra parte, la publicación cuenta con una alta participación, con me gusta y una gran cantidad de comentarios, alcanzando la tasa de interacción más alta en este hito con un 0,85%.

Mientras que, en cuanto a contenido, el medio presenta una nota informativa, con una única fotografía que no refleja la identidad del medio, no es de buena calidad, no cumple con las medidas óptimas para la plataforma y no tiene relación con el hecho, ya que esta es una fotografía tomada el 7 de diciembre de 2021, tras la aprobación del proyecto de ley que permite el matrimonio igualitario.

Comentario analítico del hito 2:

En general, se puede observar, a partir del hito 2, que los medios de comunicación Diario Concepción y Koncevision trataron un hecho de actualidad de forma detallada, con una correcta escritura y utilizando como fuente el texto de la propuesta constitucional publicado por la convención, por lo que ambas publicaciones logran contenido veraz que genera confianza en sus usuarios.

Mientras que, Resumen se limitó a transmitir una reflexión y crítica favorable hacia la propuesta, pero desfavorable hacia la clase política, aun así al presentar un análisis frente al hecho genera un valor agregado al trabajo periodístico y por lo tanto es un contenido original que refleja la identidad del medio.

En cuanto a la interacción de los usuarios, el medio con mayor tasa de interacción es Koncevisión (0,85%), seguido por Resumen (0,21%) y finalmente Diario Concepción (0,06%), por lo que en promedio este hito mantiene una interacción de 0,37%.

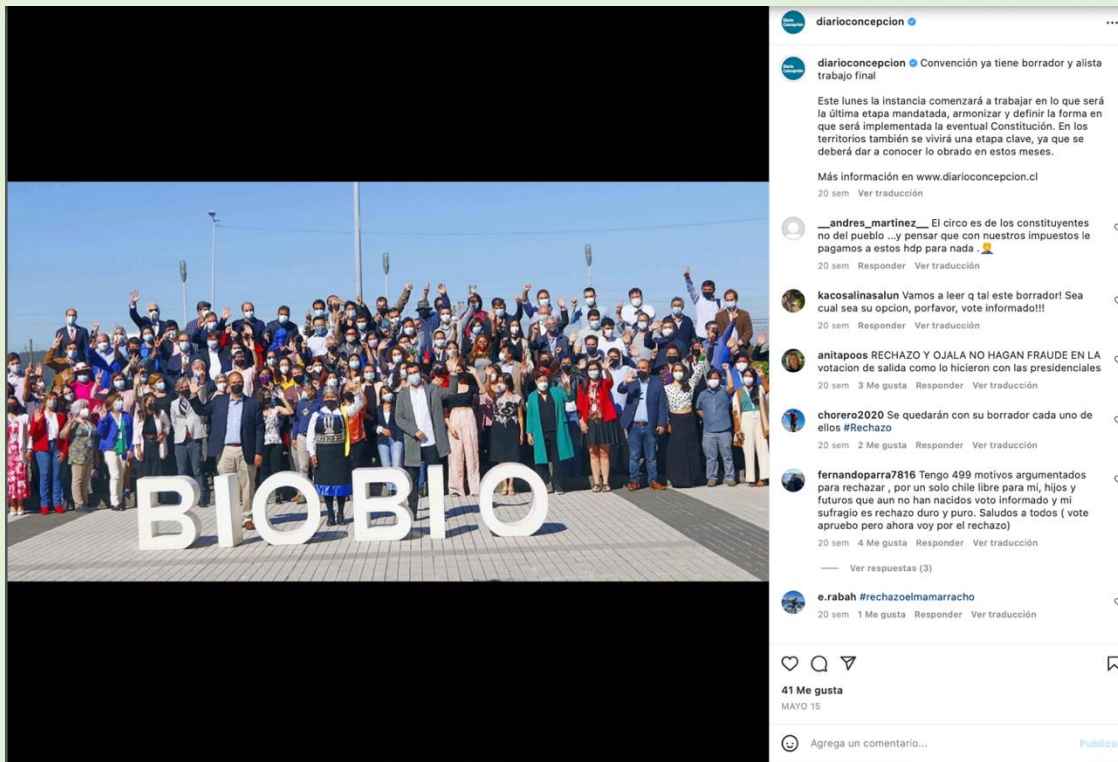
Por otra parte, tanto Diario Concepción como Resumen reflejan una identidad visual bien definida respetando las medidas óptimas de publicación para la plataforma, lo que permite mayor reconocimiento entre los usuarios, ya que estos elementos reflejan profesionalidad y organización dentro de los medios. En este caso, todos los medios de comunicación publicaron notas informativas con fotografías únicas.

4.1.3 Hito informativo 3: Borrador oficial de la Nueva Constitución, 15 de mayo de 2022

A dos meses de terminar el proceso constituyente, la convención presentó el primer borrador oficial de la propuesta de Nueva Constitución, con 499 artículos aprobados por los convencionales en sus distintas etapas de trabajo.

A este borrador se le sumaron herramientas de sistematización, un preámbulo y artículos transitorios para regular su implementación, y esta versión final es la que fue votada para el plebiscito de salida del 4 de septiembre.

Hito 3: Ficha de registro medio tradicional Diario Concepción



The image shows a Facebook post from the account 'diarioconcepcion'. The main image is a group of many people, mostly men, standing behind large white letters that spell out 'BIOBIO'. They are outdoors, and some are raising their hands. The post text reads: 'diarioconcepcion • Convención ya tiene borrador y alista trabajo final. Este lunes la instancia comenzará a trabajar en lo que será la última etapa mandata, armonizar y definir la forma en que será implementada la eventual Constitución. En los territorios también se vivirá una etapa clave, ya que se deberá dar a conocer lo obrado en estos meses. Más información en www.diarioconcepcion.cl'. Below the post are several comments from users, including: '___andres_martinez___ El circo es de los constituyentes no del pueblo... y pensar que con nuestros impuestos le pagamos a estos hdp para nada', 'kacosalinasalun Vamos a leer q tal este borrador! Sea cual sea su opción, por favor, vote informado!!', 'anitapoos RECHAZO Y OJALA NO HAGAN FRAUDE EN LA votacion de salida como lo hicieron con las presidenciales', 'chorero2020 Se quedarán con su borrador cada uno de ellos #Rechazo', 'fernandoparra7816 Tengo 499 motivos argumentados para rechazar, por un solo chile libre para mi, hijos y futuros que aun no han nacidos voto informado y mi sufragio es rechazo duro y puro. Saludos a todos (vote apruebo pero ahora voy por el rechazo)', and 'e.rabah #rechazoelmamarracho'. The post has 41 likes and is dated MAYO 15.

Elementos cuantitativos:

Medio de comunicación Diario Concepción:

Extensión de las publicaciones (caracteres)

374

Tipo de formato Instagram (reels, videos, carrusel, foto única)	Foto única
Tipo de formato periodístico (entrevista, gráfica, estudio o encuesta, nota informativa, opinión)	Nota informativa
Nº de fuentes consultadas	0
Nº de hashtags	0
Nº de Me gusta	41
Nº de comentarios	9
Tasa de interacción	0,08%
Elementos cualitativos:	Medio de comunicación Diario Concepción:
Balance (presencia de distintos puntos de vista, sí/no)	No se presentan puntos de vista.
Evidencias verificadas (información verificable, sí/no)	La información presente en la publicación si es verificable al ser un hecho real y de actualidad, además presenta una correcta redacción y coherencia en el relato.
Citas (uso de declaraciones literales y entre comillas, sí/no)	No se utilizaron fuentes para la construcción de esta publicación.
Uso de expertos como fuentes (sí/no)	No se consultaron expertos.
Partidismo (diferenciación entre hechos y opiniones, sí/no)	En esta publicación no se presenta partidismo, es decir, en la publicación no se muestran opiniones.

Valorización (favorable, desfavorables o neutra)

Valorización neutra.

Comentario particular:

Para este hito, el medio no utilizó ninguna fuente para su construcción y presenta poco contenido o información, aun así la publicación es una nota informativa que cuenta con datos verificables al presentar una buena escritura y ser un hecho de actualidad presente en todos los medios de comunicación.

Por otra parte, la publicación cuenta con la participación de la audiencia, con me gusta y un aumento en la cantidad de comentarios, pero se tasa de interacción aún se mantiene baja (0,08%). Mientras que presenta una única imagen que no refleja la identidad del medio, no cumple con las medidas óptimas para la plataforma y no tiene relación con el hecho, ya que esta es una fotografía tomada durante la semana de trabajo de los convencionales en la región del Bio Bío.

Nº de hashtags	8
Nº de Me gusta	180
Nº de comentarios	2
Tasa de interacción	0,18%
Elementos cualitativos:	Medio de comunicación Resumen.cl:
Balance (presencia de distintos puntos de vista, sí/no)	Sólo se presenta el punto de vista particular del autor de la publicación.
Evidencias verificadas (información verificable, sí/no)	Sí presenta información verificable, pero también el autor menciona el supuesto “asedio de los grandes medios de comunicación empresariales contra el proceso constituyente” lo cual no es verificable.
Citas (uso de declaraciones literales y entre comillas, sí/no)	No se utilizaron fuentes para la construcción de esta publicación.
Uso de expertos como fuentes (sí/no)	No se consultaron expertos.
Partidismo (diferenciación entre hechos y opiniones, sí/no)	Sí existe partidismo, ya que, si bien la publicación parte explicando el proceso que atravesaría el borrador de la Nueva Constitución, posteriormente el autor presenta una postura personal relacionada al como las empresas de comunicación han abordado el proceso.
Valorización (favorable, desfavorables o neutra, sí/no)	Si bien el medio presenta de forma breve un comentario en contra de los medios de comunicación tradicionales por su cobertura a este proceso, la publicación en general cuenta con una valorización neutra.

Comentario particular:

En la publicación de este hito, su autor, a través de una nota informativa, explica el proceso que atravesaría el borrador de la Nueva Constitución, sin embargo, en uno de sus párrafos presenta una postura personal relacionada al como las empresas de comunicación han abordado el proceso. Además, presenta una baja en la cantidad de me gusta y comentarios en comparación con las publicaciones anteriormente estudiadas (tasa de interacción de 0,18%).

Por otra parte, la imagen compartida refleja la identidad visual de Resumen, presenta un titular, el link de su página oficial donde se encuentra disponible la información completa, su logotipo y logra que el usuario identifique a simple vista el hecho que se va a tratar, ya que esta es una imagen del borrador propuesto por la Convención Constitucional.

Hito 3: Ficha de registro medio alternativo Koncevisión

The image shows a screenshot of an Instagram post from the account 'koncevisión'. The post features a large, colorful graphic with the text 'YO APRUEBO DE SALIDA' in a stylized font, and below it, 'LA CONVENCION CONSTITUCIONAL SE DEFIENDE!!'. The graphic has a rainbow gradient background. To the right of the graphic is the Instagram post interface, showing the post text and comments. The post text reads: 'YA CONOCEMOS LOS 499 ARTICULOS DE LA NUEVA CONSTITUCION POLITICA PARA CHILE'. Below this, it says 'Son 499 los artículos aprobados y que ya despachó la Convención Constitucional para el borrador de la Nueva Constitución. Este texto ahora pasará por un proceso de afinamiento y será votado el próximo 4 de septiembre en el Plebiscito de salida que será OBLIGATORIO y donde deberás marcar UNA OPCIÓN:'. There are two options: '#APRUEBO' (checked) and '#RECHAZO' (unchecked). Below the options, it asks '¿CUÁL ES TU OPCIÓN Y PORQUÉ?'. A note states: 'Nota: Los comentarios groseros serán inmediatamente bloqueados y eliminados.' There are 550 likes and the post is dated MAYO 15. The comments section shows several replies, including one from 'fpo_15' who says '#rechazo' and another from 'rubenmarcosarriagadavera' who says 'Quien quiere un gobierno comunista... estás loco con eso...'. The post is set to 'Publicar'.

Elementos cuantitativos:	Medio de comunicación	Koncevision:
Extensión de las publicaciones (caracteres)	608	
Tipo de formato Instagram (reels, videos, carrusel, foto única)	Carrusel	
Tipo de formato periodístico (entrevista, gráfica, estudio o encuesta, nota informativa, opinión)	Nota informativa	
N° de fuentes consultadas	0	
N° de hashtags	8	
N° de Me gusta	550	
N° de comentarios	338	
Tasa de interacción	1,74%	
Elementos cualitativos:	Medio de comunicación	Koncevision:
Balance (presencia de distintos puntos de vista, (sí/no)	No se presentan puntos de vista en esta publicación.	
Evidencias verificadas (información verificable, sí/no)	La información presente en la publicación si es verificable, ya que son datos relacionados con la publicación del texto propuesto por la Convención Constitucional y cuenta con una correcta escritura.	

Citas (uso de declaraciones literales y entre comillas, sí/no)	No se utilizaron fuentes para la construcción de esta publicación.
--	--

Uso de expertos como fuentes (sí/no)	No se consultaron expertos.
--------------------------------------	-----------------------------

Partidismo (diferenciación entre hechos y opiniones, sí/no)	No se presentan opiniones, se publica información solo sobre el hecho que es la publicación del texto propuesto por la Convención Constitucional.
---	---

Valorización (favorable, desfavorables o neutra)	Valorización neutra.
--	----------------------

Comentario particular:

Esta publicación es una nota informativa en la que resalta el uso de hashtags y mayúsculas para destacar información, pero el hecho no toma gran importancia debido a la corta extensión que se le da (5 líneas en Instagram) y que su propósito principal era conocer la opinión de los usuarios.

Aun así, en este hito también destaca la gran participación de la audiencia en me gusta y comentarios alcanzando una tasa de interacción de 1,74%, ya que el medio buscó realizar una encuesta entre sus seguidores para conocer la opción que elegirían en el próximo plebiscito constitucional, y logro así mantenerse cerca de los valores óptimos de interacción esperados para Instagram.

Por otra parte, se publicó un formato de carrusel con dos imágenes que no reflejan la identidad del medio, pero si tienen relación con el hecho, ya que esta se comparten los logotipos de las campañas por el Apruebo y Rechazo a la Nueva Constitución.

Comentario analítico del hito 3:

En general, se puede observar, a partir del hito 3 “Borrador oficial de la Nueva Constitución”, que los medios de comunicación estudiados realizaron notas informativas,

pero no utilizaron fuentes ni expertos para la construcción de sus publicaciones, además destaca en general una valorización neutra, sin partidismo frente al hecho.

Por lo tanto, en las publicaciones de Diario Concepción, Resumen y Koncevision se obtiene información veraz, al cumplir con un razonamiento lógico, tratar un hecho real, con una buena escritura y/o correcta ortografía, y al presentar contenido original.

Sin embargo, el medio independiente Resumen resalta nuevamente por presentar en el contenido de su publicación una valorización personal frente al hito del Proceso Constituyente de publicar un borrador para la Nueva Constitución pese al supuesto “asedio de los grandes medios de comunicación empresariales”.


Por otra parte, los medios Diarios Concepción y Koncevision vieron un aumento en la participación de usuarios a través de me gustas y comentarios, en donde el medio alternativo fue el que obtuvo una mayor tasa de interacción (1,74%), mientras que en Resumen estos se mantendrían bajos en comparación a publicaciones estudiadas anteriormente. En promedio este hito alcanzó una tasa de interacción de 0,67%.

4.1.4 Hito informativo 4: Plebiscito Constitucional de salida, 4 de septiembre de 2022

Durante el 4 de septiembre de 2022 se llevó a cabo la votación en el Plebiscito Constitucional, en la que se reinstauró el voto obligatorio de la ciudadanía. Y tras el cierre de los locales de votación, con el 99,97% de las mesas escrutadas, se confirmó el triunfo de la opción “Rechazo” hacia el texto propuesto por la Convención Constitucional con el 61,86% de los votos.

Esta amplia distancia entre ambas opciones, marcada además por ser una de las votaciones más masivas registradas en el país con al menos 12 millones de votantes, y la incertidumbre frente al proceso de cambio de Constitución, fue lo que marcó la agenda de los medios de comunicación.

Hito 4: Ficha de registro medio tradicional Diario Concepción



The image shows a Facebook post from the account 'diarioconcepcion'. On the left is a video thumbnail of a man with a beard and glasses, wearing a dark suit, speaking at a podium with a microphone. On the right is the text of the post and several comments. The post text discusses the constitutional referendum and the 'Rejection' option. The comments are in Spanish and discuss the political implications and the process of drafting a new constitution.

diarioconcepcion El día de después: ¿Qué viene ahora para Chile luego del triunfo del Rechazo?

El escenario que se abre con la impugnación del texto constitucional. Tras el resultado del domingo, lo único claro es que el proceso constitucional debe seguir adelante. El consenso será la clave, incluyendo el 'sacrificio' de gente de confianza del Presidente.

Más información en www.diarioconcepcion.cl

4 sem · Ver traducción

jocelynaros6 En el Acuerdo por la Paz, firmado el 15 de noviembre de 2019, se nos prometió que si se rechazaba la propuesta constitucional se continuaba con la actual, jamás se dijo que se continuaría infinitamente el proceso hasta lograr aprobar una Nueva Constitución. Los chilenos ayer celebramos porque queremos continuar viviendo y trabajando en paz y sin derecho fiscal de procesos que están tratando de meter a la fuerza.

4 sem · 4 Me gusta · Responder · Ver traducción

— Ver respuestas (5)

hermanhernandezmera porque el sacrificio? si quiere gobernar para chile, debe hacer los ajustes que le permitan interactuar con todos y no con sesgos ideológicos

4 sem · Responder · Ver traducción

rcorgo Me preguntó, si tiene otro proyecto para su gobierno, sin duda alguna todo hasta ahora se ha basado en el proceso constituyente, no veo otras opciones... Araucanía? Salud? Atp? Educación?

4 sem · 1 Me gusta · Responder · Ver traducción

kacosalinasalun No viene nada, no existe una hoja de ruta a partir de aquí. Solo mas de lo mismo... los mismos políticos de siempre abogando por sus propios intereses.

4 sem · 2 Me gusta · Responder · Ver traducción

rodrigo.garrido_1103 Y cuando se dedica a gobernar? o va a seguir con su campaña del arribo a sus hots

36 Me gusta
SEPTIEMBRE 5

Agrega un comentario... Publicar

Elementos cuantitativos:

Medio de comunicación Diario Concepción:

Extensión de las publicaciones (caracteres)	385
Tipo de formato Instagram (reels, videos, carrusel, foto única)	Foto única
Tipo de formato periodístico (entrevista, gráfica, estudio o encuesta, nota informativa, opinión)	Opinión
Nº de fuentes consultadas	0
Nº de hashtags	0
Nº de Me gusta	36
Nº de comentarios	12
Tasa de interacción	0,07%
Elementos cualitativos:	Medio de comunicación Diario Concepción:
Balance (presencia de distintos puntos de vista, (sí/no))	No se presentan puntos de vista de personas relacionadas con el hecho, sino que se presenta una valorización del autor.
Evidencias verificadas (información verificable, sí/no)	Además de los resultados del plebiscito de salida, esta publicación no cuenta con información que pueda ser verificada.
Citas (uso de declaraciones literales y entre comillas, sí/no)	No se utilizaron fuentes para la construcción de esta publicación.
Uso de expertos como fuentes (sí/no)	No se consultaron expertos.

Partidismo (diferenciación entre hechos y opiniones, sí/no)	En esta publicación sí se presenta partidismo, ya que el autor analiza los resultados y los procesos siguientes a las elecciones desde su perspectiva personal.
---	---

Valorización (favorable, desfavorables o neutra)	Valorización favorable sobre la continuación del Proceso Constitucional.
--	--

Comentario particular:

En el caso de este hito, la publicación del medio no trata los hechos, sino más bien presenta un formato de opinión, con un análisis de los procesos que deberían seguir posterior a los resultados del plebiscito constitucional. Además el autor presenta su opinión personal mencionando que este es un proceso que debería continuar.

Por otra parte, la publicación cuenta con la participación de la audiencia, con me gusta y comentarios que muestran una tasa de interacción de 0,07%, mientras que publica una única imagen que no refleja la identidad del medio, no cumple con las medidas óptimas para la plataforma y no tiene relación directa con el hecho, ya que esta es una fotografía del presidente Gabriel Boric.

Hito 4: Ficha de registro medio independiente Resumen.cl

Rechazo se impone con campaña del miedo de la derecha y por paupérrimo desempeño del Gobierno

www.reşumen.cl

resumen.cl Recurrentemente se habla del votante silencioso, aquel que no da a conocer su postura, pues generalmente carece de herramientas discursivas y evita ser sujeto de cuestionamiento ante la imposibilidad de sostenerla. A ese segmento de personas se dirigió la propaganda del empresariado nacional, a través de los medios de comunicación nacionales que no se abstuvieron de transmitir como información o como observaciones "neutrales", los argumentos de sus financistas, ante la absoluta omisión fiscalizadora de la institucionalidad que debe velar por la calidad de la información.

Por otra parte, el gobierno y los partidos políticos, que supuestamente "trabajaron por el Apruebo", hicieron lo propio, generando desconfianza en el texto constitucional democrático llamando a reformarlo en tanto estuviese aprobado. En otras palabras, "Aprobar para Rechazar", o ¿cómo se interpreta eso?. Junto con ello, también es perentorio considerar que las medidas gubernamentales implementadas hasta ahora no responden a la expectativas de transformación generadas en la elección y, más allá de lo que quisieran sus figuras, el Gobierno era identificado con la aprobación de la propuesta constitucional.

En cuanto a las organizaciones sociales y sindicales se evidenciaron en su impotencia. Aunque fue duro el trabajo de información bajo diversos formatos y acciones, resultó insuficiente para contrarrestar la campaña orquestada de mentiras, juicios sesgados, y la postura del Gobierno, sus partidos y los agentes que han acabado enquistándose en él.

¿Quién ganó? Ganaron quienes intentaron conservar sus privilegios, sus ganancias a costa de las mayorías del país, imponiendo un miedo a lo nuevo sin que un gobierno y partidos políticos, supuestamente transformadores y coherentes con los intereses populares, pudieran contrarrestarles. Desde aquí en adelante, todo será más difícil, pero volverá a expresarse una y otra vez la necesidad de justicia y de una política que se deba a ella.

Revisa el link en la Bio

#rechazo #campaña #miedo #derecha #pauperrimo #desempeño #gobierno #chile

16 sem Ver traducción

Les gusta a [pristin0](#) y 2245 personas más

SEPTIEMBRE 4

Agrega un comentario... [Publicar](#)

Elementos cuantitativos:

Medio de comunicación Resumen.cl:

Extensión de las publicaciones
(caracteres)

2078

Tipo de formato Instagram (reels,
videos, carrusel, foto única)

Carrusel

Tipo de formato periodístico
(entrevista, gráfica, estudio o encuesta,
nota informativa, opinión)

Opinión

N° de fuentes consultadas

0

N° de hashtags	8
N° de me gusta	2246
N° de comentarios	123
Tasa de interacción	2,39%
Elementos cualitativos:	Medio de comunicación Resumen.cl:
Balance (presencia de distintos puntos de vista, sí/no)	Se presenta el punto de vista del autor con respecto a los resultados del plebiscito constitucional.
Evidencias verificadas (información verificable, sí/no)	Esta publicación no cuenta con información que pueda ser verificada.
Citas (uso de declaraciones literales y entre comillas, sí/no)	No se utilizaron fuentes para la construcción de esta publicación
Uso de expertos como fuentes (sí/no)	No se consultaron expertos
Partidismo (diferenciación entre hechos y opiniones, sí/no)	Sí existe partidismo, ya que el hecho, que es el plebiscito de salida que tuvo como ganador a la opción rechazo, es expuesto desde la perspectiva de su autor, quien genera una crítica hacia medios de comunicación, empresas, políticos y votantes desinformados.
Valorización (favorable, desfavorables o neutra)	Valorización desfavorable.

Comentario particular:

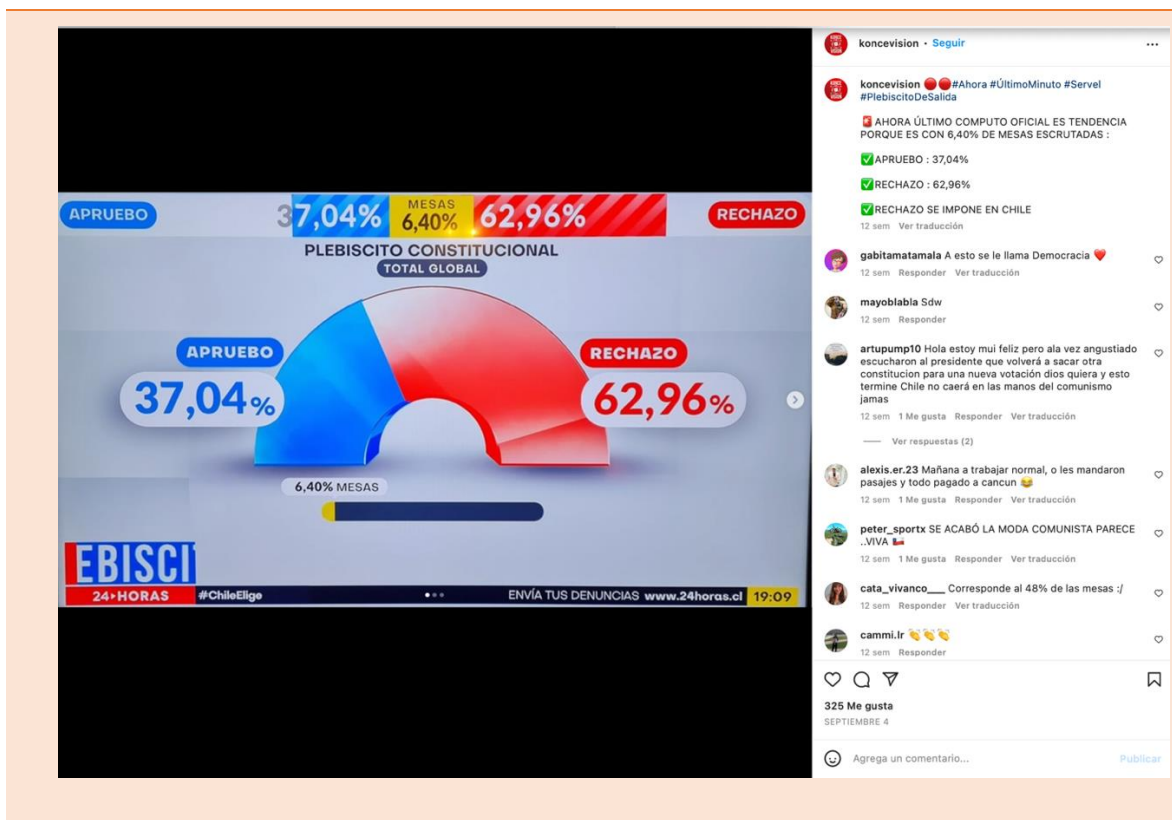
Para este hito, el medio de comunicación emitió una publicación construida completamente desde su opinión, se realiza un análisis, con una valorización desfavorable y

sin el uso de fuentes, que presenta una crítica hacia distintos sectores, como empresas, políticos y votantes.

Por otra parte, cuenta con una importante cantidad de me gustas y comentarios, alcanzando a gran parte de los usuarios, y presentando la mayor tasa de interacción registrada en los hitos informativos analizados (2,39%).

Mientras que, se publica con carrusel con dos imágenes que reflejan la identidad visual de Resumen, se presenta un titular, el link de su página oficial, su logotipo y logra que el usuario identifique a simple vista el hecho que se va a tratar, ya que esta es una imagen de un voto con el logo oficial del Sevel.

Hito 4: Ficha de registro medio alternativo **Koncevision**



Elementos cuantitativos:

Medio de comunicación **Koncevision**:

Extensión de las publicaciones (caracteres)	210
Tipo de formato Instagram (reels, videos, carrusel, foto única)	Carrusel
Tipo de formato periodístico (entrevista, gráfica, estudio o encuesta, nota informativa)	Gráfica
Nº de fuentes consultadas	0
Nº de hashtags	4
Nº de Me gusta	325
Nº de comentarios	25
Tasa de interacción	0,69%
Elementos cualitativos:	Medio de comunicación Koncevisión
Balance (presencia de distintos puntos de vista, sí/no)	No se presentan puntos de vista
Evidencias verificadas (información verificable, sí/no)	Sí es información verificable, ya que esta es un hecho actual, y la información es correcta y oficial al ser publicada por el Servel.
Citas (uso de declaraciones literales y entre comillas, sí/no)	No se utilizaron citas para la construcción de esta publicación.
Uso de expertos como fuentes (sí/no)	Se consultaron los resultados de elecciones publicados por el Servel, además esta publicación presenta una

fotografía de información difundida por TVN a través de su noticiero 24 horas.	
Partidismo (diferenciación entre hechos y opiniones, sí/no)	No se presentan opiniones, se publica información solo sobre el hecho que es los resultados del plebiscito constitucional.
Valorización (favorable, desfavorables o neutra)	Valorización Neutra.

Comentario particular:

Esta publicación es una gráfica que trata el hito informativo con una valorización neutra, de forma breve emiten los primeros resultados de las elecciones, aunque de una forma muy temprana, ya que, con tan solo el 6,40% de las mesas escrutadas, se confirmaba que la opción “Rechazo” se imponía en el país.

Por otra parte, mantiene una baja cantidad de me gustas y comentarios (tasa de interacción de 0,69%), mientras que publica un carrusel de tres imágenes, que no son originales ni propias del medio, no reflejan la identidad, no cumplen con las medidas óptimas para la plataforma, pero si tienen relación con el hecho, ya que en esta se comparten los primeros resultados de las elecciones del Plebiscito Constitucional con las opciones apruebo y rechazo. Sin embargo, esta grafica pertenece a otro medio de comunicación, específicamente al canal de televisión TVN en su noticiero 24 horas.

Comentario analítico del hito 4:

En general, se puede observar, a partir del hito 4 “Plebiscito Constitucional de Salida”, que los medios de comunicación estudiados realizaron un análisis y/o aproximación personal sobre el hecho noticioso antes que tratar este de forma veraz, con el debido uso de fuentes o contenido contrastable, autentico y original. En cuanto a los formatos, estos varían de un medio a otro, con el uso de fotografías únicas, carrusel y gráficas, mientras que en relación con la respuesta de los usuarios, este es el hito con la mayor tasa de interacción (1,05%),

donde el medio con más interacción es Resumen (2,39%), seguido por Koncevision (0,69%), y por último Diario Concepción (0,07%).

Por una parte, tanto Diario Concepción como Resumen emitieron opiniones o reflexiones personales sobre el triunfo del rechazo y sobre la continuidad del proceso constituyente, siendo más evidente este partidismo en el segundo medio. Mientras que, por otra parte, Koncevision anunció la imposición de la opción “rechazo” con tan solo el 6,40% de las mesas escrutadas.

Además, tanto Diario Concepción como Koncevision no reflejan una identidad del medio, y utilizan material visual que no tiene relación con el hecho o no es de elaboración propia, ya que el primer medio utilizó una fotografía del presidente Gabriel Boric, quien no participó en el proceso al ser la Convención Constitucional un ente independiente de los poderes del estado, por lo que ni el presidente ni el gobierno tuvieron relación en este proceso; mientras que el segundo medio utilizó una fotografía proveniente de otro medio de comunicación, lo cual puede generar desconfianza en el usuario al no ser información original o propiamente elaborada.

Capítulo V: Conclusiones

5.1. Conclusiones

Una vez finalizada la etapa de análisis de datos, que buscaban dilucidar el objetivo principal, sobre determinar las diferencias cuantitativas y cualitativas en la cobertura en los perfiles de Instagram de los medios tradicionales (Diario Concepción), independientes (Resumen.cl) y alternativos (Koncevision) de los principales hitos informativos en el Proceso Constituyente chileno, entre los periodos de julio de 2021 y septiembre de 2022, ha sido posible obtener importantes conclusiones que dan cuenta de los resultados obtenidos.

Se concluye que a partir de la pregunta principal de investigación: ¿Cuáles son las diferencias cuantitativas y cualitativas en la cobertura de los medios tradicionales, independientes y alternativos de los principales hitos informativos del proceso constituyente chileno de 2021-2022?, al momento de comparar los medios informativos tradicionales, independientes y alternativos, no es posible distinguir diferencias significativas entre ellos.

Respecto de la pregunta de investigación 1: ¿Cuáles son las características de la cobertura que dieron los medios tradicionales, independientes y alternativos a los principales hitos informativos del proceso constituyente chileno de 2021-2022?, se observa, como deficiencia, que estos no cuentan con información profesionalmente lograda, ya que no siempre utilizan fuentes de información formal, emiten contenido sin contexto y presentan una falta de adecuación a formatos de publicación e identidad visual en Instagram.

En relación a la pregunta de investigación 2: ¿Cuáles son los elementos (de contenido y visuales) que aparecen a la hora de analizar la cobertura que dieron los medios tradicionales, independientes y alternativos a los principales hitos informativos del proceso constituyente chileno de 2021-2022?, se puede responder que los medios estudiados muestran como resultado la presencia de valorizaciones personales y la falta de fuentes de información, mientras que sus contenidos destacan por una falta de identidad visual, falta de adaptación a los formatos de Instagram.

Mientras que, respecto a la pregunta de investigación 3: ¿Qué significados (conclusiones) aparecen a la hora de revisar la cobertura que dieron los medios tradicionales, independientes y alternativos a los principales hitos informativos del proceso constituyente chileno de 2021-2022?, se responde los medios tradicionales de comunicación no están generando el valor agregado que se espera, por lo que los medios independientes y alternativos, que si logran una ventaja en el uso de las nuevas herramientas digitales, han obtenido un mayor reconocimiento e interacción del público, pero aún sin cumplir los parámetros esperados.

Con respecto a los objetivos específicos 1 y 2 (caracterizar y analizar la cobertura que dieron los medios a los principales hitos informativos publicados en el contexto de la Convención Constitucional), se puede responder:

En primer lugar, el medio de comunicación tradicional Diario Concepción destaca por la presentación de notas informativas con datos actuales, con correcta escritura, y verificable, apareciendo un formato de opinión con valorizaciones personales sólo en el último hito informativo, en dónde el medio mostró su posición frente al desenlace del Proceso Constituyente: “Tras el resultado del domingo, lo único claro es que el proceso constitucional debe seguir adelante. El consenso será la clave, incluyendo el 'sacrificio' de gente de confianza del Presidente” (Medio tradicional Diario Concepción, Hito 4: Plebiscito Constitucional de salida, 2022).

Sin embargo, también se observa en Diario Concepción información con poco contenido, es decir, incompleta, no contextualizada o que no genera ningún valor para el usuario, sumado al no uso de fuentes, no uso de links a su página principal, y la falta de una identidad visual del medio (sus publicaciones consisten en una única fotografía que no se adecua a los formatos de Instagram), estos son factores que originan una baja participación en su cuenta, posicionándose el medio tradicional, en el contexto de esta investigación, como el menos consumido por los usuarios con una tasa de interacción muy por debajo de lo esperado.

Esto se debe a una falta de adaptación a las plataformas digitales, ya que a día de hoy se ha observado de grandes empresas tienen a utilizar estas plataformas como medio de difusión de los contenidos, antes que como un medio de comunicación con el usuario, el que no solo busca sentirse identificado con los contenidos, sino que busca participar activamente de ellos.

En segundo lugar, el medio independiente Resumen.cl muestra un carácter de crítico o contrahegemónico hacia el acontecer nacional y los hechos relacionados al Proceso Constituyente, mostrando partidismo en todos los hitos analizados, es decir, si bien la mayor parte de sus publicaciones fueron notas informativas, estas se hacían en base a un análisis que incluía la visión o valorización personal de su autor, que generalmente iba en contra de actores políticos y grandes conglomerados de información.

Por lo que, en el caso de Resumen, el discurso se acerca más a la opinión, ejemplo de ello es cuando en el Hito 2 el autor menciona: “La idea original de un congreso unicameral se fue diluyendo ante las presiones de la oligarquía y la vetusta clase política”; a raíz del Hito 3 cuando identifica el supuesto “asedio de los grandes medios de comunicación empresariales contra el proceso constituyente”; y finalmente en el Hito 4 cuando, tras el triunfo de la opción “Rechazo”, el medio concluye:

¿Quién ganó? Ganaron quienes intentaron conservar sus privilegios, sus ganancias a costa de las mayorías del país, imponiendo un miedo a lo nuevo sin que un gobierno y partidos políticos, supuestamente transformadores y coherentes con los intereses populares, pudieran contrarrestarles. Desde aquí en adelante, todo será más difícil, pero volverá a expresarse una y otra vez la necesidad de justicia y de una política que se deba a ella. (Medio independiente Resumen, Hito informativo 4: Plebiscito Constitucional de salida, 2022)

De igual forma este medio se caracteriza por presentar una identidad visual bien definida, comparte links de sus publicaciones en la página web, y tiene una buena interacción con sus usuarios.

Por último, el medio alternativo de comunicación Koncevision si bien presenta notas informativas con información veraz, con correcta redacción y ortografía, sin partidismo o valorizaciones personales, destaca por su no uso de fuentes o expertos, no utiliza links a su página web, y por la utilización de recursos visuales que no son originales, es decir, no fueron producidos por el mismo medio. Por ejemplo, en el Hito 4 se pudo observar la publicación de una fotografía correspondiente al noticiero central de un medio de comunicación televisivo, lo cual puede reflejar la espontaneidad que existe a la hora de publicar contenidos.

Por otra parte, Koncevision no logra adaptarse a los formatos de publicación establecidos en la plataforma de Instagram, sus imágenes no cumplen las medidas, no cuentan con una buena calidad y en algunos hitos estas no tenían relación con el hecho. Aun así, logran otros elementos como el uso de formatos como carruseles (publicación de entre 2 y 10 imágenes), hashtag y la atención de los usuarios, los cuales, a diferencia de los demás medios estudiados, participan activamente en los comentarios de sus publicaciones.

Por ende, respecto al objetivo específico 3: Interpretar la cobertura que dieron los medios a los principales hitos informativos publicados en el contexto de la Convención Constitucional, las publicaciones consultadas indican que en los medios de comunicación Diario Concepción, Resumen y Koncevision, no se ofrece información profesionalmente conseguida, contextualizada o bien elaborada.

Otro ejemplo de ello es que si bien en la mayor parte de los casos se trató la información con datos concretos y verificables, de 12 publicaciones revisadas, solo en 3 de ellas utilizan fuentes de información (dos fuentes documentales y una fuente personal), y en ninguna ocasión se consultaron expertos o a la ciudadanía. Según el Código de Ética del Colegio de Periodistas de Chile, los y las periodistas “difundirán sólo informaciones fundamentadas, sea por la correspondiente verificación de los hechos, en forma directa o a través de distintas fuentes, así como la confiabilidad de las mismas” (Colegio de Periodistas, 2015, p. 2) lo que muestra que los hitos presentados carecen de enriquecimiento o valor agregado al solo tratarse como hechos.

Al inicio de esta investigación se planteó que quienes generaban contenidos con un componente ideológico y valorizaciones personales eran los medios alternativos, al estar conformados en gran medida por personas sin formación en periodismo o medios. Pero, contrario a como se pensó, el medio independiente es aquel que, con el carácter innovador que caracteriza a los nuevos medios, se limitó a transmitir reflexiones y críticas personales acerca del Proceso Constituyente, incumpliendo así con la ética periodística y sus deberes profesionales.

Por lo que, a partir del objetivo general, que buscó determinar las diferencias cuantitativas y cualitativas en la cobertura que dieron los medios tradicionales, independientes y

alternativos, se puede afirmar que el medio independiente Resumen, logra alcanzar a gran parte de los usuarios, compartiendo publicaciones que reflejan su identidad visual, presentando un titular, link de su página oficial, y logotipo. Mientras que, el contenido presentado, si bien incumple con la ética periodística al presentar información con valorizaciones personales y datos engañosos, estos logran una conexión con su audiencia, ya que, a diferencia de los demás medios, se trabaja y agrega valor a la información publicada.

Los medios independientes y alternativos a pesar de que utilizan como herramienta el partidismo y valorizaciones personales, alcanzan una mayor atención de los usuarios en comparación al medio tradicional, logrando informar de acuerdo a las expectativas de estos, en cuanto a contenido, relato, participación y adaptación a las redes sociales, lo cual es tremendamente atractivo y despierta el interés de aquellos que utilizan activamente redes sociales.

Según las tasas de interacción calculadas en esta investigación, en los cuatro hitos informativos estudiados, Resumen presenta una tasa de interacción promedio de 0,88%, siendo el hito 4 el de mayor interacción (2,39%); seguido de Koncevision con un promedio de 0,86%, en donde el hito 3 obtuvo una interacción de 1,74%; y por último Diario Concepción en promedio obtuvo una interacción de 0,06%, en donde durante el hito 3 logró una tasa de interacción de 0,08%.

Los tres medios se encuentran entre los 10 mil y 100 mil seguidores, por lo que, según la herramienta Not Just Analytics, su tasa de interacción promedio debería superar el 2,4% para ser considerada como buena o aceptable, por lo que se resuelve que estos medios regionales logran una baja tasa de interacción con los usuarios, pero demuestra que el medio Diario Concepción es el que enfrenta mayores problemas a la hora de adaptar sus formatos periodísticos a las redes sociales.

A partir de los resultados expuestos, se puede identificar que la problemática existente en el periodismo digital está asociada a la falta de auto regularización y formalidad de los periodistas y medios que publican en redes sociales, ya que, al no estar sujetos a una normativa, código o supervisión, nadie regula que los contenidos emitidos cumplan con los principios de veracidad y responsabilidad, mientras que, la única guía de ética periodística

existente en el país es de libre adopción, por lo que es injusto y negativo para la profesión que solo algunos sigan estos parámetros para una conducta correcta y contenidos socialmente valiosos. Además, aun hace falta que los medios establezcan formatos visuales que promuevan la interacción y consumo de sus publicaciones en redes sociales.

5.2 Proyecciones y propuestas

Como se mencionó anteriormente, en el país existe un Código de Ética profesional planteado y publicado por el Colegio de Periodistas de Chile en el año 2015, el cual presenta un conjunto de normas conductuales, valóricas y de procedimiento que tienen por objetivo regular el actuar profesional del periodista. Sin embargo, esta herramienta se encuentra limitada al no cumplir una función regulatoria para todos los profesionales, ya que estos deben cumplir previamente la condición de obtener su colegiatura en el Colegio de Periodistas, lo cual no es una exigencia para ejercer la profesión, por lo que no logra un gran nivel de adhesión.

Mientras que, en el caso de medios de comunicación social, la Ley 19.733 establece que estos deben ser formalizados previo a iniciar sus actividades, y deben cumplir una serie de requisitos como contar con un director responsable, tener domicilio en el país, y presentar información fidedigna sobre los propietarios del medio, además, en el caso de medios escritos (diarios, revistas o periódicos) estos deberán ser formalizados mediante la Gobernación Provincial o Intendencia Regional.

En el caso de los medios digitales de comunicación, su ejercicio no se encuentra regulado, es decir, a diferencia de los medios escritos, televisivos o de radiofusión mencionados en dicha ley, estos no necesitan formalizar su ejercicio, además la difusión de fake news o noticias engañosas tampoco se encuentra regulada en el país, por lo que quien transmite este tipo de información no tiene ningún tipo de sanción, lo cual muestra una escasa o nula normativa frente al uso de redes sociales como medios para transmitir noticias e información.

En esta investigación se propone que el periodismo en Chile debe contar con un sistema de regularización digital igualitaria para todos los periodistas, y para quienes mantengan medios de comunicación, con el fin de asegurar la entrega de contenidos de calidad y prevenir

a los usuarios frente a noticias falsas o con valorizaciones personales que equivalen a contenido engañoso.

Para el mejoramiento de la profesión es necesaria la formalización de medios y periodistas en el entorno digital, con el objetivo que estos cuenten con una protección legal. Por otra parte, es necesaria la adhesión de un Código de Ética para que todos los profesionales de la información puedan autorregular su trabajo mediante la adopción de principios básicos comúnmente acordados con quienes ejerzan esta profesión, y así garantizar el derecho universal de todo individuo de recibir informaciones, pero que estas además cumplan con los principios de veracidad y responsabilidad.

Este trabajo puede dar lugar a nuevas investigaciones en el ámbito de la comunicación en plataformas digitales, sobre todo en redes sociales, las cuales a pesar de su importante rol a la hora de generar relaciones de colaboración y participación activa con los usuarios, han sido utilizadas como medios para difundir información, desaprovechando las herramientas que estas entregan.

Investigar en temáticas como el tratamiento de la información en plataformas digitales, o evaluar el uso que se le da a las redes sociales como medios de comunicación, y el cómo los elementos visuales de un medio pueden aportar en la relación con sus usuarios, significaría un aporte para poder avanzar aún más en el conocimiento y fortalecimiento de los contenidos informativos digitalizados.

Referencias

- Apablaza, A. (2019) Las revueltas chilenas se gestaron en Twitter y el Gobierno no se enteró. *The Conversation*. <https://theconversation.com/las-revueltas-chilenas-se-gestaron-en-twitter-y-el-gobierno-no-se-entero-125794>
- Arano, F. (2021). ¿Redes sociales vs. medios tradicionales? Disputas y convergencias en la era de la conectividad. *Actas de Periodismo y Comunicación*. http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/127704/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arias, F. (2012). El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica. Editorial Episteme. https://www.researchgate.net/publication/301894369_EL_PROYECTO_DE_INVESTIGACION_6a_EDICION
- Arroyo, M. (2014). Los contenidos transmedia y la renovación de formatos periodísticos: la creatividad en el diseño de nuevas propuestas informativas. *Palabra Clave*, 18(3), 746-787)
- Bartra, A. (2014). Rejuvenecer la protesta: los movimientos sociales van a la escuela. *Argumentos* (México, DF), 27(74), 15-44. <https://www.scielo.org.mx/pdf/argu/v27n74/v27n74a2.pdf>
- Biblioteca del Congreso Nacional de Chile (consultado el 6 de julio de 2022). Ley 19733 sobre libertades de opinión e información y ejercicio del periodismo. Disponible en: <http://bcn.cl/2f8z0>
- Buitrago, H. A., Betancur, C., y Zuluaga, E. (2016). Medios de comunicación para el cambio social y comunicación para el fortalecimiento del tejido social. *Comunicación*, (34), 85-97. <https://revistas.upb.edu.co/index.php/comunicacion/article/view/1665>
- Bustos, A. (13 de febrero de 2020). Legitimidad, fiscalización y libertad de expresión; El rol de la prensa ante el proceso constituyente. *Diario U Chile*.

<https://radio.uchile.cl/2020/02/13/legitimidad-fiscalizacion-y-libertad-de-expresion-el-rol-de-la-prensa-ante-el-proceso-constituyente/>

Cabrera, M., Codina, Ll. y Salaverría, R. (2019) Qué son y qué no son los nuevos medios. 70 visiones de expertos hispanos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 1506-1520. <http://www.revistalatinacs.org/074paper/1396/79es.html>

Campos Freire, F. (2008). Las Redes Sociales trastocan los modelos de los Medios de Comunicación tradicionales. *Revista Latina de comunicación social*, 11(63), pp. 277-286. <https://www.redalyc.org/pdf/819/81912006023.pdf>

Campos, F.; Rúas, J.; López, X. y Martínez, V. (2016). Impacto de las redes sociales en el periodismo. *El profesional de la información*, 25(3), 449-457. <https://doi.org/10.3145/epi.2016.may.15>

Carreño, F. y del Valle, N. (2020) Diversos pero concentrados: percepciones de comunicadores sobre el pluralismo de los medios digitales en Chile. *Comunicación y Medios*, 29(42), 30-43.

Cerqueira, L. y Rodrigo-Alsina, M. (2018) Periodismo, ética y posverdad. *Cuadernos.info*, (44), 225-239. <https://doi.org/10.7764/cdi.44.1418>

CIPER. (2013). Intermedios: Medios y democracia en Chile. *CIPER*. <https://www.ciperchile.cl/2013/11/19/medios-y-audiencias-democracia-y-ciudadanos/>

Corrales, F. y Hernández, H. (2009). La comunicación alternativa en nuestros días: Un acercamiento a los medios de la alternancia y la participación. *Razón y Palabra*, (70). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520478050>

Corrales, O. y Sandoval, J. (2005) Concentración del mercado de los medios, pluralismo y libertad de expresión. *Universidad de Chile*. 1-22.

- Del Fresno, M. (2019). Desordenes informativos: sobreexposados e infrainformados en la era de la posverdad. *El profesional de la información*, 28(3).
<https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.02>
- Denegri, M., Ghávez, D., Del Valle, G., Sepúlveda, J. y Silva, F. (2015). Creencias y actitudes hacia los medios de comunicación en estudiantes universitarios del sur de Chile. *Signo y Pensamiento*, 34(67), 114-131.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86043044006>
- Escribano, N. (2020) Medios de comunicación y movilizaciones sociales: revisión del "Chile despertó" a la luz de las vulneraciones al principio de libertad de expresión [Memoria de título, Universidad de Chile].
<https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/178415/Medios-de-comunicacion-y-movilizacion-sociales-revision-del-Chile-desperto-a-la-luz-de-las-vulneraciones-al-principio-de-libertad-de-expresion.pdf?sequence=1>
- Fleischman, L., Ginesta, X. y López, M. (2009). Los medios alternativos e internet: un análisis cualitativo del sistema mediático español. *Andamios*, 6(11), 257-285.
- Flores, V. y González, D. (2020). Estallido social en Chile 2019: comparación del tratamiento sobre el conflicto de la prensa tradicional y los medios nacidos en redes sociales. (Trabajo Fin de Grado Inédito). Universidad de Sevilla, Sevilla.
<https://hdl.handle.net/11441/103075>
- Godoy, A. (2020). El nuevo sistema de financiamiento de los medios de comunicación en Chile. (Trabajo de Fin de Grado). Universidad Academia de Humanismo Cristiano, Santiago.
- Gómez, M. y González, F. (2022) Brechas en el consumo de información política en Chile: televisión, prensa y plataformas de redes sociales (2011-2019). *Perspectivas de la Comunicación*.
<https://revistas.ufro.cl/ojs/index.php/perspectivas/article/view/2883/2152>

- Gómez, R. (2013). ¿Constituyente o destituyente? El rol de los medios masivos de comunicación en las democracias latinoamericanas contemporáneas. *Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO)*. 55-86.
- González, J., Montero, J. y Riquelme, M. (2006) *Medios escritos alternativos después de la dictadura en Chile* [Trabajo de titulación Pre-Grado, Universidad Andrés Bello]. <http://repositorio.unab.cl/xmlui/handle/ria/6915>
- Gronemeyer, M.E. (2013). La digitalización y sus efectos sobre las prácticas y productos periodísticos en Chile. *Palabra Clave*. 16(1), pp. 101-128.
- Guerra, P. (2019) Concentración de medios de comunicación. Conceptos fundamentales y casos de estudio. *Biblioteca del Congreso Nacional de Chile*. https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/27513/1/BCN_pga_Concentracion_de_la_propiedad_de_medios_de_comunicacion_Final.pdf
- Hernández, D. (2009). El papel de los medios alternativos en la democratización de la comunicación y la sociedad. En S. Sel (Comp.), *La comunicación mediatizada: hegemonías, alternativas, soberanías* (pp. 37-57). Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO)
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). Metodología de la Investigación. McGRAW-HILL / Interamericana editores.
- Humanes, M., Mellado, C., y Márquez, M. (2017) La presencia del método objetivo en los contenidos noticiosos de la prensa de Chile, México y España. *Comunicación y Sociedad*, 29, 165-184.
- Jiménez, C., Muñoz, J. (2008) Estructura de los medios de comunicación en Chile. *Razón y palabra*, 60. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520730028>
- Landaeta, L. y Herrero, A. (2021) *La revuelta: Las semanas de octubre que estremecieron Chile*. Planeta Chile.

- Lemus, M. C. (2022). Ecología comunicativa del movimiento #YoPrefieroElLago: un abordaje desde los medios privados, independientes y alternativos. *Comunicación Y Sociedad*, 1-31. <https://doi.org/10.32870/cys.v2022.8188>
- Monje, D., Rivero, Alexander, E. y Zanotti, J. (2020). Crisis del periodismo y políticas de retracción de los Estados en Argentina, Brasil y Chile. *Comunicación y sociedad*, 17. <https://doi.org/10.32870/cys.v2020.7622>
- Natanson, J. (2014). La triple crisis de los medios de comunicación. *Nueva Sociedad*, (249). https://static.nuso.org/media/articles/downloads/4002_1.pdf
- Núcleo milenio en desarrollo social y centro de microdatos (octubre de 2019). Encuesta Termómetro Social. Disponible en: https://b6323ffa-7fb7-4415-b07a-a0afa49c7f3f.filesusr.com/ugd/a52fe7_2da7b8055e3d4c5786ec58984500c247.pdf?index=true
- Orchard, M. (2021). Mecanismos de captura y práctica periodística: explorando los límites al ejercicio del periodismo en Chile. En C. Tobar (Ed.), *Derecho a la Comunicación en América Latina* (pp. 37-57). Pontificia Universidad Javeriana.
- Osorio, F. (2015). La influencia de las redes sociales en la participación política. *Cultura Mediática*. https://www.researchgate.net/publication/274251799_La_influencia_de_las_redes_sociales_en_la_participacion_politica/link/551991fc0cf2f51a6fea1df8/download
- Oxford Languages. (s.f.) Hito. En *Diccionario en Google*. Recuperado en 20 de octubre 2022.
- Parra, I. y Quezada, N. (2006) Análisis de las diferencias de cobertura y tratamiento de prensa escrita entre medios tradicionales y alternativos chilenos: caso Spiniak. *Universidad Austral de Chile*. [Tesis de Maestría]. <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2006/ffp259a/doc/ffp259a.pdf>
- Peñafiel, C. (2016). Reinención del periodismo en el ecosistema digital y narrativas transmedia. *adComunica*, 12, 163-182. <http://hdl.handle.net/10234/167719>

- Pérez, L. M. (2015). Medios Alternativos de Comunicación: la Voz de los Grupos Minoritarios. *Entretextos*, 18(18), 1–7.
- Proyecto de Ley que regula las plataformas digitales. Boletín N°14.561-19 . Disponible en:<https://www.camara.cl/legislacion/ProyectosDeLey/tramitacion.aspx?prmID=15047&prmBOLETIN=14561-19>
- Puente, S., Saavedra, G. y Grassau, D. (2011). Análisis de contenido: Ausencia de valores periodísticos en los medios informativos ciudadanos. *Cuadernos de Información*, (28), pp. 19-32.
- Ramos, C., Apolo, D. y Jadán, J. (2018). Jóvenes y política: una revisión de estudios desde Latinoamérica. *Observatorio (OBS*)*.169-182.
<https://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/1162/pdf>
- Real Academia Española. (s.f). *Diccionario de la lengua española* (23ª ed.). Recuperado en 2 de julio de 2022.
- Riffo-Pavón, I., Basulto, O. y Segovia, P. (2021). El Estallido Social chileno de 2019: un estudio a partir de las representaciones e imaginarios sociales en la prensa. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 66(243), pp. 345-368.
- Rodríguez, C. (2010). De medios alternativos a medios ciudadanos: trayectoria teórica de un término. *Folios, Revista De La Facultad De Comunicaciones*, (21), 13–25.
<https://revistas.udea.edu.co/index.php/folios/article/view/6416/5898>
- Ruiz-Tagle, P. (2011). Propiedad de los medios y principios de intervención del Estado para garantizar la libertad de expresión en Chile. *Revista de Derecho*. 18(2). 347-359.
<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-97532011000200012>
- Sabino, C. (1992). *El proceso de investigación*. Caracas. Editorial Panapo.

- Sel, S. (2009). Comunicación alternativa y políticas públicas en el combate latinoamericano. En S. Sel (Comp.), *La comunicación mediatizada: hegemonías, alternativas, soberanías* (pp. 13-36). Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO)
- Serrano, J. (2020). Periodismo constructivo: una respuesta a las razones de los usuarios para evitar las noticias. *Cuadernos.info*, (46), 153-177
https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-367X2020000100153&lang=es
- Torres, J. L. y Castro, A. (2021). Prácticas comunicativas periféricas en España. El caso de La Poderío. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 8(15), 170-198. <https://doi.org/10.24137/raeic.8.15.8>
- Ulloa, C. (2014) Genealogía de la concentración económica de los medios de comunicación en Chile: Un análisis desde la historia social y la comunicación. *Perspectivas de la Comunicación*, 7(2), 96-106.
- Vicencio, O. (2018) *La investigación en las ciencias sociales*. Editorial Trillas
- Yuste, B. (2014). Iniciativas ciudadanas como alternativa a los medios tradicionales. *Revista de estudios de Juventud*, 105, 109 – 126.
- Zarzuri, R. (2014). Medios, comunicación y jóvenes; Una aproximación de la relación de los jóvenes con los medios y la comunicación en Chile. *Centro de Estudios Sociales y Culturales*. 219-252.
https://www.researchgate.net/publication/339570720_MEDIOS_COMUNICACION_Y_JOVENES_UNA_APROXIMACION_DE_LA_RELACION_DE_MEDIOS_COMUNICACION_Y