

INTERMEDIOS

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA EN CHILE

Intermedios /Arturo Arriagada Ilabaca y Patricio Navia Lucero

Santiago de Chile: Ediciones Universidad Diego Portales, 2013,
1ª ed., 368 p., 16x23.5 cm.

Dewey : 320

Cutter : A792i

Colección: Ciencias Sociales e Historia

Materias: Ciencia Política

ISBN 978-956-314-249-5

INTERMEDIOS

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA EN CHILE

© Arturo Arriagada, Patricio Navia (editores)
© Ediciones Universidad Diego Portales, 2013

Primera edición: noviembre de 2013
Registro de propiedad Intelectual n° 234.156
ISBN 978-956-314-249-5

Universidad Diego Portales
Publicaciones
Av. Manuel Rodríguez Sur 415
Teléfono: (56 2) 676 2136
Santiago – Chile
www.ediciones.udp.cl

Fotografía de portada: ©Steven Taylor/ Getty Images Latam
Diseño: Felicidad

Impreso en Chile por Salesianos Impresores S. A.

INTERMEDIOS

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA EN CHILE

ARTURO ARRIAGADA / PATRICIO NAVIA (EDITORES)



EDICIONES
UNIVERSIDAD DIEGO PORTALES

Índice

Prólogo

- Medios y audiencias, ciudadanos y democracia 11
Arturo Arriagada / Patricio Navia

Capítulo 1

- Sesgo político en las lunas de miel presidenciales: *El Mercurio*
y *La Tercera*, 1994-2010 35
Patricio Navia / Rodrigo Osorio / Francisca Valenzuela

Capítulo 2

- El efecto del consumo de medios sobre la aprobación presidencial,
2007-2010 59
Arturo Arriagada / Patricio Navia / Martín Schuster

Capítulo 3

- El consumo de medios y la confianza en las instituciones en Chile,
1995-2009 79
Patricio Navia / Paulette Real

Capítulo 4

- Encuestas y metodología de encuestas en Chile 99
Antonio Poveda / María José Sánchez

Capítulo 5

- Género, medios y participación 119
Ingrid Bachmann / Teresa Correa

Capítulo 6

- La realidad del *docurreality*. Profesionales de la televisión puertas
adentro 141
Patricio Cuevas / Tomás Ariztía

Capítulo 7

- Autonomía de la audiencia o populismo de los medios 163
Angélica Bulnes

Capítulo 8	
La protesta en la era de las redes sociales: el caso chileno	179
<i>Andrés Scherman / Arturo Arriagada / Sebastián Valenzuela</i>	
Capítulo 9	
La política chilena en 140 caracteres	199
<i>Jorge Fábrega / Pablo Paredes</i>	
Capítulo 10	
El nuevo periodismo de investigación: digital y sin fines de lucro	225
<i>Francisca Skoknic</i>	

Entrevistas

Fernando Paulsen: “Hemos dicho que lo que nosotros hacemos es objetivo y que somos independientes. Y la gente está poniendo en duda eso”	245
Daniel Matamala: “Me gustaría que los periodistas entendieran que esta profesión es relevante para una sociedad democrática”	263
Cony Stipicic: “La demanda hacia los medios hoy, más que por objetividad, es por valor agregado”	279
Carolina Urrejola: “El gran desafío de los medios es mostrar las causas profundas del descontento y la violencia”	291
Carola Fuentes: “Los viejos periodistas no tenían muchas ganas de investigar a la naciente y débil democracia”	301
Humberto Sichel: “Los medios son del poder. Pertenecen al poder. Lo que ocurre es que es feo decirlo”	321
Miguel Paz: “Nunca debemos creerle a ningún gurú de los medios. El cementerio de los fracasos está plagado de sus ideas”	335
Felipe Heusser: “Esperaría que donde haya control de la información le tuvieran algún susto a Ciudadano Inteligente”	351

Prólogo

Medios y audiencias, democracia y ciudadanos

Arturo Arriagada y Patricio Navia

En democracias saludables, los medios de comunicación también lo son. En países donde los medios de comunicación no funcionan bien, las democracias tienden a ser deficitarias. Bien puede ser que las democracias saludables favorecen un sistema robusto de medios de comunicación o, al revés, que son los sistemas de medios desarrollados, competitivos, transparentes y pluralistas los que permiten que se desarrolle la democracia. Sea cual sea la relación de causalidad, sabemos que existe interacción entre medios y democracia. Es más, la evidencia dice que ambos se retroalimentan. De ahí que, si queremos democracias sólidas, precisemos de sistemas de medios adecuados. De la misma forma, si queremos una buena industria de medios, tenemos que aspirar también a tener democracias sólidas.

En Chile, desde el fin de la dictadura en 1990, los medios de comunicación han jugado un papel central en la formación de nuestro sistema institucional –con sus reconocidas fortalezas y debilidades– y en la consolidación de la democracia. A su vez, las instituciones democráticas han afectado el desarrollo de la industria de medios de comunicación masiva. Los avances tecnológicos también han influido en la industria de medios de forma independiente –aunque contemporánea– a la consolidación de la democracia. Y lo han hecho redefiniendo la relación de los medios con las audiencias y actores políticos a través de la creación de nuevas herramientas, las que han permitido la diversificación de las fuentes de información y han otorgado más poder y participación a la gente, definida como audiencias para los medios y entendida como ciudadanos en la arena política. El surgimiento de las redes sociales *online* –producto a su vez del desarrollo tecnológico– ha permitido a las audiencias resignificar las interacciones entre grupos sociales, lo que ha alterado las relaciones de poder e influencia entre los medios, las audiencias y los grupos políticos. El desarrollo tecnológico también ha rede-

finido las relaciones entre la clase política y los ciudadanos, empoderando a estos últimos y permitiendo el desarrollo de interacciones entre la clase política y la gente de forma independiente al quehacer de los medios. Así, con procesos de influencia mutua y retroalimentación, la democracia chilena ha crecido de la mano de la industria de medios, en un contexto fluido en la relación de los medios y la sociedad.

Por cierto, los desafíos que tiene por delante la democracia chilena están también profundamente relacionados con los retos que enfrenta la industria de medios. Caracterizada por una vertiginosa transformación causada por las nuevas tecnologías, la evolución de los medios ha cambiado radicalmente la relación que existe entre estos y sus audiencias. Indirectamente, ello también ha afectado la forma en que los medios ejercen su rol de intermediario entre las autoridades y la gente. Si históricamente los medios podían ser considerados como el *cuarto poder*, en tanto constituían una institución de la sociedad que podía vigilar el comportamiento de la clase gobernante, ahora los propios medios son a su vez vigilados por grupos que, a través de redes sociales *online*, participan activamente en los debates públicos, y que a menudo presentan niveles de desconfianza relativamente altos hacia las instituciones. En las redes sociales *online*, estos niveles de desconfianza pueden alcanzar también a los medios. Es más: en la medida que la gente percibe a los medios como parte de la institucionalidad o como representantes de las elites, los crecientes niveles de desconfianza en las instituciones también pueden alcanzarlos.

En *Intermedios. Medios de comunicación y democracia en Chile* analizamos la interacción entre los medios, las audiencias, los ciudadanos y la democracia. También consideramos la evolución reciente tanto de la industria de medios, y su relación con las audiencias, como de la democracia chilena y su relación con los ciudadanos. La irrupción de la gente como audiencias empoderadas se ha dado gracias al desarrollo tecnológico y los relatos que lo acompañan, impulsados principalmente por los medios de comunicación. También se verifica en la forma en que los ciudadanos muestran interés por participar más, tanto en los debates públicos como en la toma de decisiones sobre cuestiones públicas. En cualquiera de estas dos formas, la irrupción de las audiencias/ciudadanos ha ayudado a redefinir las conceptualizaciones existentes, o al menos las ha puesto en tensión, tanto en el rol y papel de los medios de comunicación como en la forma en que entendemos las instituciones de la democracia.

En años recientes, Chile ha experimentado un rápido desarrollo y evolución en la industria de medios, así como en su democracia. En un fenómeno que se ha producido también en otras partes del mundo, los medios y las

instituciones democráticas han visto redefinida su relación con las audiencias y con los ciudadanos, respectivamente. Tradicionalmente la relación era vertical, con los medios y las instituciones democráticas monopolizando la representación y la toma de decisiones sobre los contenidos a los que tenían acceso las personas. Pero los desarrollos tecnológicos recientes y la propia consolidación democrática han alterado esa relación, generando oportunidades de empoderamiento y de mayor control para las audiencias y los ciudadanos. La tradicional relación de verticalidad ahora se orienta en ambas direcciones. De puramente receptoras de contenidos, las audiencias han pasado a ser también productoras de dichos contenidos. A su vez, las nuevas tecnologías han permitido a audiencias y ciudadanos establecer redes sociales *online* que han hecho fácil la unión en torno a temas comunes y que han reducido los costos de organización social, empoderando tanto a las audiencias ante los medios como a los ciudadanos ante sus autoridades. Los ciudadanos, a través de nuevas tecnologías y mejores mecanismos de control, pueden evaluar el desempeño de sus autoridades más activa y regularmente que solo en elecciones periódicas. De igual forma, las audiencias utilizan las nuevas tecnologías para equilibrar a su favor el balance de poder que existe entre la gente y los medios de comunicación.

Ahora bien, y en parte gatillado por las transformaciones tecnológicas que lo afectan, el mercado de medios ha vivido una rápida evolución producto de las disrupciones a su tradicional modelo de negocios. En el caso de Chile esto ha alterado la estructura de propiedad de los medios, induciendo en algunas áreas a una mayor concentración y en otras disminuyendo las barreras de entrada para el ingreso de nuevos actores. Por ejemplo, si en la prensa escrita se ha tendido a reducir el número de actores –desapareciendo diarios independientes regionales o viendo otros diarios frustrado su intento de ingreso y consolidación en el mercado– en la prensa *online* se han multiplicado las iniciativas de diarios electrónicos. En el mercado de radios, mientras por un lado se consolidan algunos actores clave con múltiples emisoras, por otro entran nuevos actores que buscan acceder a ese mercado crecientemente influyente. En la televisión, producto de los costos asociados con el ingreso y ante la incertidumbre que produce la llegada de la televisión digital, las señales en torno al ingreso de nuevos actores y a la consolidación de los actores ya existentes todavía parecen confusas y mixtas. Aunque la transformación más relevante que se está produciendo en la industria televisiva tiene que ver con los cambios en la propiedad de los canales, lo que conlleva cambios en las líneas editoriales y los contenidos que allí circulan.

La Figura 1 muestra gráficamente las interacciones entre los medios, la democracia y las audiencias/ciudadanos, en tanto consumidores de información y potenciales votantes. También muestra a las audiencias/ciudadanos como generadores de contenidos y actores participativos en la circulación de la información y en los procesos políticos y de formación de políticas públicas. Las relaciones entre medios, sistema democrático y personas, entendidas tanto como audiencias así como ciudadanos, son de interacción e influencia mutua. Sería erróneo suponer relaciones de causalidad unidireccional o buscar entender la evolución en la relación entre los medios y sus audiencias de forma autónoma a la evolución en la relación entre los ciudadanos y la democracia. Después de todo, las audiencias están compuestas por ciudadanos. Aunque las audiencias no consuman medios o los ciudadanos no voten, su condición potencial de audiencias y de ciudadanos induce a los medios y a los actores políticos a desarrollar estrategias para enfrentar su posible participación en el mercado informativo y en contiendas electorales. A su vez, sería equívoco entender a los medios y a la clase gobernante como dos expresiones de la misma elite que se relaciona en forma vertical con los ciudadanos y la democracia. Aunque es evidente que hay vasos comunicantes entre los medios y la elite política, los intereses de ambos a menudo entran en conflicto y tensión. Si bien las audiencias y los ciudadanos son las mismas personas, en su relación con los medios las audiencias no necesariamente actúan de la misma forma que cuando interactúan con las autoridades en tanto ciudadanos.

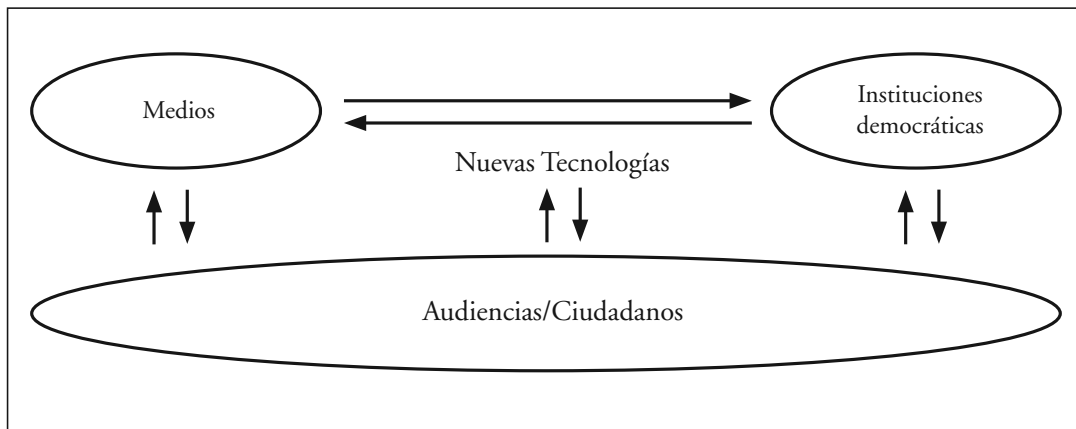
A su vez, desde la perspectiva de las audiencias/ciudadanos, los medios y las instituciones democráticas pudieran estar igualmente distanciados de sus realidades. Los medios y las instituciones de la democracia tienen funciones distintas en la sociedad, y a menudo sus objetivos son contrapuestos o al menos distan de ser complementarios. Por eso, en momentos de crisis democráticas, a menudo los medios se convierten en canalizadores del descontento ciudadano, apareciendo en veredas opuestas a las que ocupan las desacreditadas instituciones políticas. También pueden ser actores políticos que contribuyen con el descrédito de esas instituciones, fiscalizándolas o generando información que atente contra la confianza de su desempeño. Por otro lado, los movimientos políticos y sociales que buscan alcanzar el poder tienden a ver a los medios como representantes simbólicos del statu quo que buscan cambiar.

En el proceso democrático, en distintos momentos, los medios y las instituciones políticas aparecen del lado de los ciudadanos y de los consumidores. Cuando fiscalizan al gobierno, los medios entregan insumos que los ciu-

dadanos utilizan para evaluar el desempeño del gobierno y de la oposición, y para tomar decisiones en una futura elección. Por su parte, cuando regulan la industria de medios para inducir un mayor pluralismo, más diversidad o para reducir los costos de acceso a las nuevas tecnologías, los gobiernos intentan equilibrar los intereses de los ciudadanos que quieren acceder a información y de las empresas de comunicación que la proveen.

FIGURA 1.

Interacción de medios e instituciones democráticas, audiencias y ciudadanos, y nuevas tecnologías



Fuente: Autores.

Es imposible concebir la democracia moderna sin la presencia de una industria de medios vigorosa, competitiva y autónoma. A su vez, parece improbable que exista una industria de medios saludable cuando las instituciones democráticas no promueven ni reflejan el pluralismo y la diversidad de la sociedad. Pero tampoco parece posible que la sociedad pueda desarrollar su pluralismo y diversidad si no hay un contexto conducente en los medios y en las instituciones democráticas. Más que establecer relaciones de causalidad o identificar condiciones bajo las cuales se pueden desarrollar democracias e industrias de medios saludables a la par de audiencias y consumidores que participen activa y constructivamente en el debate público y en los procesos políticos, aquí abordamos la forma en que estas complejas interacciones se dan en Chile hoy. Es cierto que además de describir la realidad actual y dar cuenta de la evolución reciente, los capítulos de este libro poseen diversas visiones teóricas sobre las relaciones e interacciones entre medios, democracia y ciudadanos/audiencias. La contraposición de visiones empíricas y posturas teóricas –e incluso ideológicas– es una de las riquezas de este libro que, al menos en su capítulo introductorio, busca

proponer solo un marco teórico que dé cuenta de las complejas interacciones entre las audiencias, los ciudadanos, los medios y las instituciones democráticas.

Democracia y ciudadanos

La democracia comúnmente se entiende a partir de sus procedimientos. Las elecciones libres e informadas se han convertido en la evidencia más importante que da cuenta de la existencia de una democracia (Dahl 1989, Przeworski 1991). De ahí que la democracia normalmente se asocie con la presencia de instituciones de representación popular y se materialice en la existencia de líderes democráticamente electos que representan a las grandes mayorías del país. Si bien hay otros elementos, adicionales a los procedimientos, como la deliberación, la participación y los derechos individuales, que también son considerados como importantes y valiosos para mejorar la calidad de la democracia (Mainwaring 2006; Mainwaring, Brinks y Perez-Linan 2001; Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo 2005), los componentes representativos son ampliamente entendidos como necesarios –e incluso suficientes– para identificar a un país como democrático. Si una sociedad no tiene líderes democráticamente electos que ejerzan la función de representar los intereses de las personas, el país no es considerado democrático. Incluso si hay otras instancias de democracia –como oportunidades de participación o incluso división de poderes– la ausencia de elecciones basta para definir a un país como no democrático.

La importancia de las elecciones en la forma en que entendemos la democracia inevitablemente nos lleva a hablar de democracia representativa (Manin 1998). Por definición, la representación supone que hay mecanismos de intermediación que permiten a las sociedades agrupar sus preferencias y coordinar sus inclinaciones de forma que las personas puedan escoger entre un número relativamente reducido de opciones. Debido a que resulta costoso adquirir información –incluso cuando la información está públicamente disponible, una mayor cantidad de opciones requiere una mayor inversión de tiempo– las personas resultan beneficiadas cuando el número de opciones disponibles al momento de votar es reducido. Aunque también un número excesivamente reducido de opciones limita en exceso el rango de alternativas, en democracia es mejor tener pocas que demasiadas opciones (Przeworski 2010).

Históricamente, la democracia representativa ha dependido de la presencia de partidos políticos, que ejercen como instrumentos de agregación de las preferencias de las personas (Aldrich 1995, Stokes 1999). En aquellos países donde el sistema de partidos es estable y ordenado, las personas tienen mejores herramientas para ejercer su voto de forma informada y se consolidan sistemas

de rendición de cuentas más efectivos. Ya que los partidos políticos pueden ser premiados o castigados por su desempeño en el gobierno, la democracia representativa permite a las personas ejercer una rendición de cuentas que resulta imposible en sistemas democráticos donde no hay partidos políticos —o donde el sistema de partidos es demasiado fluido— y por lo tanto resulta más difícil asignar responsabilidades por los aciertos u errores del gobierno y, peor aún, parece imposible castigar o premiar de acuerdo a esas responsabilidades asignadas (Manin, Przeworski y Stokes 1999). De ahí que las democracias modernas tengan en los partidos políticos sus principales herramientas para asegurar que la representación se ejerza de manera efectiva y eficiente.

Los partidos constituyen el principal agente intermediador entre las autoridades y las personas (Stokes 1999). Si bien existen otras instancias de intermediación, como los organismos no gubernamentales y los grupos de interés, los partidos han sido históricamente el principal vehículo de intermediación, en tanto representan los intereses de la gente ante sus autoridades así como a la vez agrupan a esas mismas autoridades en instancias que pueden ser premiadas o castigadas al realizarse las votaciones populares. Aunque las ONG o los grupos de interés también ejercen la representación de intereses y voluntades ciudadanas ante las autoridades, no pueden presentarse en elecciones y reclamar así la representación popular en votos que sí pueden alegar los partidos políticos. A su vez, las organizaciones sociales no agrupan a los representantes de la misma forma que los partidos políticos. Cuando una organización social u ONG se presenta a una elección deviene inmediatamente en partido político, aunque sus demandas no cambien.

Además de los partidos políticos, los medios también son agentes de intermediación (Graber 2003). Es cierto que los medios normalmente se relacionan con audiencias y no con ciudadanos. Pero en la medida que cubren temas de interés político o asuntos donde la política tiene directa injerencia en los resultados, los medios se convierten en agentes de intermediación que a menudo, debido a las ventajas que ofrece el desarrollo de la tecnología, pueden representar incluso de mejor forma los intereses de la gente que los propios partidos políticos (Swanson y Mancini 1996). Es más, precisamente porque la democracia representativa tiene en las elecciones el momento clave en que los electores pueden premiar o castigar a sus autoridades, los medios de comunicación se convierten en agentes intermediadores que ejercen rendición de cuentas y canalizan las demandas y los intereses de la ciudadanía durante el resto del tiempo.

La democracia representativa se basa en el principio de que los ciudadanos otorgan poder a sus representantes para que estos defiendan y promuevan los

intereses y demandas de sus electores en las instancias de toma de decisión de los poderes del Estado. Pero como las elecciones constituyen el principal mecanismo a través del cual los electores controlan a sus autoridades, la democracia representativa es comprensiblemente entendida como un sistema que promueve –o al menos facilita– la relación vertical –desde arriba hacia abajo– entre las autoridades y los ciudadanos. Las personas tienen menos instancias para ejercer control sobre sus autoridades que las que tiene el gobierno para ejercer control sobre los ciudadanos. Ya que las personas tienen capacidad para castigar o premiar a sus representantes solo una vez cada cierto tiempo –una elección cada cuatro años, donde deben poner en la balanza todos los aciertos y errores de sus representantes y tomar una sola decisión a partir de todas las promesas cumplidas e incumplidas– la democracia representativa otorga insuficientes mecanismos de rendición de cuenta desde abajo hacia arriba.

Medios y democracia

La relación entre los sistemas de medios y las democracias es mutuamente dependiente. El funcionamiento de las democracias depende parcialmente de la existencia de flujos de información. De hecho, en su definición minimalista y procedimental de democracia, Dahl (1989) menciona a una prensa independiente como una condición necesaria, tan importante como la celebración de elecciones libres.

Las democracias requieren de medios de comunicación que actúen como fiscalizadores de los gobernantes de turno, así como de agentes que provean de información necesaria para que los ciudadanos decidan sobre el desempeño de sus gobernantes. Como instituciones, los medios facilitan el entorno simbólico de las sociedades, como imágenes, cifras y contenidos que se agrupan en la información que circula a través de distintos dispositivos (Dahlgren 2009). Tradicionalmente, la relación entre medios de comunicación y democracia se explica a través de la noción de “esfera pública” (Habermas 1991), la que sugiere la existencia de un sistema de medios que opera como proveedor para los ciudadanos de la información que permite el debate y la deliberación sobre los asuntos públicos. Este proceso garantizaría tanto la participación de los ciudadanos como la circulación de ideas en las democracias modernas.

En los procesos de comunicación política –a través de estos flujos informativos– los ciudadanos y gobernantes deliberan respecto de los asuntos públicos. Habermas (1991) caracterizó a la prensa como un actor social encargado

de estructurar la discusión pública en las sociedades modernas. De esta forma, las demandas ciudadanas y los intereses políticos de los gobernantes se conectan a través de los medios. En ese intercambio de ideas y discursos, los medios de comunicación actúan como proveedores de información y como filtros de los hechos políticos en función de sus propios intereses ideológicos, políticos y económicos (Zaller 1992). La relación entre medios, gobernantes y ciudadanos opera entonces como una constante lucha por la visibilidad de sus respectivas demandas (Thompson 1998).

Diversos modelos democráticos imponen variadas funciones y demandas a los medios (Scammell y Semetko 2000), así como diversos sistemas de medios entregan distintos flujos de información, con distintas consecuencias para el desarrollo de las democracias. Curran et al. (2009) compararon los sistemas de medios de cuatro países –Reino Unido, Estados Unidos, Finlandia y Dinamarca– agrupándolos en sistemas públicos y de mercado. A diferencia de los sistemas de mercado, los sistemas de televisión públicos tienen un mayor interés por cubrir los asuntos públicos y noticias internacionales, generando en los ciudadanos un mayor conocimiento en estas áreas. De igual forma, disminuyen la brecha de conocimiento sobre información política entre los grupos socioeconómicos de más y menos recursos. En Chile, si después de la dictadura la televisión se consolidó como el actor más importante en el sistema de medios de comunicación del país (Tironi y Sunkel 1993), entre 1973 y 1990 la prensa escrita vivió un proceso de reestructuración que derivó en un duopolio de empresas periodísticas que se mantiene hasta hoy. Ello, como resultado de la modernización del sistema de medios de comunicaciones en el país, en el contexto de una economía de libre mercado (Tironi y Sunkel 1993).

En las democracias modernas y en los mercados donde operan, los medios de comunicación se enfrentan a un problema de identidad: deben equilibrar sus intereses –políticos, económicos y editoriales– tanto con los de sus financieristas como con las expectativas de sus audiencias. Chile no es la excepción, ya sea en la configuración de su sistema de medios como en la evolución de su sistema democrático, pero presenta algunas particularidades. Si en dictadura algunos medios intentaron ampliar los reducidos espacios de libertad de expresión, en democracia la piedra de tope ha sido la falta de pluralismo. Más allá de la tendencia a la concentración en la industria de medios, tanto a nivel de propiedad como de las voces que allí se expresan, el problema está en la uniformidad de sus agendas temáticas. Por ejemplo, entre 2000 y 2005 tanto la televisión como la prensa escrita presentaron agendas temáticas muy similares, dejando fuera temas de interés de los ciudadanos (Valenzuela y Arriagada

2009, 2011). Si pensamos en los medios como un espacio para la deliberación de los asuntos públicos, estamos frente a una tarea pendiente. Para muchos, ese rol lo estaría cumpliendo la masificación de tecnologías digitales.

En la última década han aparecido nuevos medios digitales con sus respectivas agendas y temas. A su vez, la rápida masificación de los medios sociales *online* en el país ha contribuido a ampliar la oferta ideológica de los medios. La adopción de nuevas tecnologías por parte de las audiencias/ciudadanos y de grupos intermedios de la sociedad ha permitido que la oferta de medios crecientemente refleje la diversidad social e ideológica del país. Ya que los avances tecnológicos han disminuido sustancialmente el costo de crear un medio, la oferta de medios –especialmente en plataformas digitales– se ha ido volviendo más diversa. Propuestas como *El Mostrador*, *Ciper* y *El Dínamo* han renovado la oferta de contenidos informativos en el mercado de medios. Ciertamente, en tanto siga aumentando el número de chilenos con acceso a las nuevas tecnologías, mayor será el efecto e influencia de los medios digitales y mejor se reproducirá la diversidad de los chilenos en la oferta de medios y en el consumo de medios en el país.

Medios, ciudadanos y audiencias

¿Cómo abordar la relación entre los medios y sus audiencias, así como entre los medios y los ciudadanos? Las personas se constituyen en ciudadanos en tanto se relacionen con el Estado. Coleman y Blumler (2009: 5) sugieren que esa relación existe desde un punto de vista *legal*, donde los individuos entienden sus obligaciones como miembros de una comunidad centrada en el Estado. También se puede entender desde un punto de vista *político*, siendo esas personas estimuladas a comprometerse con el Estado a través de distintas formas de participación, entre ellas el voto en elecciones. Por último, esa relación se puede entender desde un punto de vista *afectivo*. Los individuos son parte de procesos formales de socialización en distintos espacios (colegio, familia, además de los medios de comunicación) diseñados para promover el orgullo cívico en relación al Estado. Ahora bien, una visión distinta es la del “ciudadano-democrático”, que no solamente se relaciona con instituciones como el Estado, sino que también con las tradiciones y valores que de allí emanan. Esto, aunque sus formas de participación o involucramiento político no se den a través de los partidos políticos, sino por medio de redes de personas con intereses parecidos (Bennett 2008, Coleman 2007).

Ya sea para relacionarse con el Estado o con sus pares en función de intereses compartidos, los ciudadanos encuentran en los medios de comunicación un espacio a través del cual se conectan con los asuntos públicos. Couldry et al. (2010: 194) demostraron que el consumo de información en los me-

dios juega un rol esencial en facilitar la “conexión pública” de los ciudadanos, es decir, la orientación básica al mundo público que sustenta la democracia como una “forma de participación social”. En el contexto actual de mediatización de la vida cotidiana –en el que la vida pública y privada de distintos actores sociales pasa por el filtro de los medios de comunicación– las distinciones entre “audiencias” y “ciudadanos” se hacen difusas (Livingstone 2005). Para algunos autores (Sartori 2000, Putnam 2000) los medios de comunicación, al proveer contenidos para sus audiencias –entendidas como agentes pasivos, meros receptores de los contenidos mediáticos– solo disminuyen la capacidad de los individuos para involucrarse en los asuntos públicos como ciudadanos. Por ejemplo, investigaciones recientes han dado cuenta que el consumo de información de entretenimiento se vincula negativamente con la disposición a votar de las personas (Scherman y Arriagada 2012). Ahora bien, esa visión ve en los medios actores políticos que entregan información a esas audiencias sobre el día a día político de una comunidad determinada. Los medios han desarrollado estrategias para llamar la atención de sus audiencias, creando estilos informativos que combinan la entretenimiento con la información sobre los asuntos de interés público, especialmente en relación a los actores políticos (como el gobierno, ministros, partidos políticos, etc.). Los casos de *LUN* y *The Clinic* son ejemplos de cómo el tipo de información que presentan los medios también hace borrosa la distinción entre audiencias y ciudadanos. De igual forma, el papel de las tecnologías –como las redes sociales *online*– también ha contribuido a nublar estas definiciones. Si por audiencia se entiende el individuo que consume contenidos mediáticos en un contexto privado, ¿qué diferencia existe entre una persona que observa en su casa un debate político en televisión y luego comenta en Facebook sus impresiones y discute con sus amigos al respecto? ¿Lo entendemos como la audiencia de ese programa, como un ciudadano interesado en los asuntos públicos, o como ambas?

Si lo “público” –desde un punto de vista normativo– se asocia con la razón, la objetividad, el argumento, la información y el conocimiento para deliberar e interactuar con otros, lo “privado” se asocia a las emociones, el placer y el consumo (Dahlgren 2009: 74-75). Entonces, ¿cómo abordar empíricamente la relación entre los medios y los ciudadanos? Las tecnologías digitales, como los medios sociales *online* (Facebook o Twitter), adquieren un rol importante al hacer borrosas estas distinciones entre ciudadano y audiencia y entre los mundos “*online*” y “*offline*” (Slater 2000). Tomemos como referencia las movilizaciones estudiantiles de 2011. En ellas, los estudiantes incorporaron a sus prácticas de protesta el uso de las redes sociales,

como plataforma para difundir sus demandas y también como herramienta que facilitaba la organización de protestas. Al difundir por YouTube un video que incorporaba elementos de la cultura popular –como la coreografía de *Thriller* de Michael Jackson al frente del Palacio de La Moneda– los estudiantes lograron ser parte de la agenda de los medios, como ciudadanos y audiencias de contenidos mediáticos. De esta forma, la combinación de valores, símbolos, experiencias e imaginarios que le dan sentido a la acción política –lo que tradicionalmente se entiende por ciudadanía– se complementa y expande a través del uso y apropiación de tecnologías, como también del consumo y circulación de la información de los medios masivos.

En tanto, la relación entre los medios y sus audiencias es cada vez más incierta. Por un lado, el actual es un escenario de alta competitividad y concentración entre los medios de comunicación. Por otro, los hábitos en el consumo de medios de los chilenos, particularmente en el caso de la televisión, han cambiado y están afectando el funcionamiento de la industria. En primer lugar, los canales de televisión abierta comparten una porción menor del total de las audiencias, principalmente por la masificación de la televisión pagada (CNTV 2011). En segundo lugar, la competencia entre los canales se ha intensificado, todos compiten por las mismas audiencias y, al mismo tiempo, la estructura de propiedad de los canales ha cambiado de la mano de sus líneas editoriales. Estos cambios han ido acompañados por una baja en los niveles de satisfacción de las audiencias con la televisión (CNTV 2011).

Tecnología, democracia y medios

Afortunadamente para los ciudadanos, el desarrollo tecnológico ha contribuido a ampliar los espacios de interacción entre las personas y sus autoridades, así como a disminuir las asimetrías de poder entre ambos actores. Existen ahora mayores y mejores mecanismos que permiten a la gente conocer las acciones de sus autoridades, y por lo tanto otorgan mejores herramientas para que los ciudadanos castiguen o premien a sus autoridades en esas elecciones periódicas, aunque espaciadas en el tiempo.

El acceso a la tecnología –así como el conocimiento en relación a sus distintos usos– permiten reducir las asimetrías de información que estructuralmente ponen a las personas en una posición de desventaja frente a las autoridades. La complejidad de la acción ejecutiva y legislativa de los gobiernos hace especialmente difícil que las personas controlen el comportamiento de sus autoridades. A menudo la gente desconoce las acciones de sus autoridades y no puede evaluar adecuadamente las implicancias o los resultados de esas acciones. Un

ciudadano común, por ejemplo, tiene dificultades para saber si sus legisladores están haciendo bien su trabajo. La tasa de asistencia a sesiones legislativas es un indicador bastante imperfecto del desempeño de un legislador. Pero ya que no existen muchos otros indicadores de fácil acceso, a menudo estos indicadores inadecuados terminan siendo los insumos que la gente utiliza para evaluar el desempeño de sus autoridades. Los desarrollos tecnológicos ayudan a reducir las asimetrías de información y hacen más fácil el acceso a indicadores más sofisticados –y posiblemente más adecuados– que permitan a las personas evaluar el desempeño de sus autoridades. Si la gente tiene rápido y fácil acceso a los registros de las votaciones de sus legisladores, y puede fácilmente informarse del nivel de cumplimiento de promesas de los candidatos una vez que son autoridades, entonces podrá ejercer más efectivamente el control de sus autoridades.

Al reducir las asimetrías de información, el uso de las tecnologías de información también disminuye los costos de transacción para las personas interesadas en conocer las acciones y decisiones de sus autoridades. Aunque eso no significa que automáticamente mejorará la rendición de cuentas, o que los ciudadanos efectivamente harán uso de esa información disponible. Pero el solo hecho que haya más información disponible, y que sea más fácil acceder a ella, constituye una oportunidad de mejoría en la calidad de la democracia. La presencia activa de organizaciones no gubernamentales –del tipo *watchdogs* o grupos de vigilancia y proacceso a la información– resulta especialmente útil para que las personas puedan vigilar más efectivamente las actividades de sus autoridades. El desarrollo tecnológico sí es una condición necesaria, aunque ciertamente no suficiente, para ayudar a disminuir las asimetrías de información y los costos de transacción que históricamente han dificultado una adecuada rendición de cuentas. En Chile, la encuesta del Consejo Nacional de Televisión (2011), muestra que el acceso a las tecnologías de información todavía está marcado por un fuerte sesgo socioeconómico. Por ejemplo, un 95% de las personas de nivel socioeconómico alto (ABC1) posee un computador, mientras esa cifra alcanza el 45% en el nivel socioeconómico bajo (E). En el caso de internet, un 63% de los chilenos tiene conexión en el hogar, pero la proporción es tres veces mayor entre aquellos de nivel socioeconómico alto en comparación con el segmento E.

Tecnología, audiencias y ciudadanos

Ahora bien, el desarrollo de la tecnología y la aparición de organismos no gubernamentales que facilitan el acceso a la información, y a la vez procesan dicha información para ponerla a disposición de los ciudadanos, también tienen

efectos sobre los partidos políticos. A veces, algunas ONG terminan reemplazando a los partidos políticos en el papel de intermediadores entre las personas y el gobierno. Ya que los partidos están compuestos de políticos cuyos intereses y agendas no están necesariamente alineadas con las de sus representados, algunos organismos no gubernamentales devienen en organizaciones de tipo perro guardián (*watchdog organizations*) que defienden los intereses de las personas y supervigilan el comportamiento de los partidos. Así, gracias al desarrollo tecnológico, la relación entre partidos y personas se modifica y evoluciona. Si los partidos históricamente representaban –bien o mal– los intereses de las personas, el desarrollo tecnológico permite ahora que haya organizaciones que pueden verificar si los políticos y los partidos políticos están ejerciendo adecuadamente su papel de representantes de los intereses de sus electores.

En suma, los desarrollos recientes de la tecnología alteran las relaciones desde arriba hacia abajo que antes caracterizaban la interacción de las autoridades con los ciudadanos. Los desarrollos tecnológicos –y la apropiación de estos por parte de las audiencias y ciudadanos– facilitan interacciones desde abajo hacia arriba que, por cierto, dependen cada vez menos de los partidos políticos. El papel intermediador de los partidos tiende a desaparecer. A su vez, precisamente porque el desarrollo tecnológico favorece y facilita la interacción –desde arriba hacia abajo, pero también desde abajo hacia arriba– entre los medios y las audiencias, la interacción entre medios y ciudadanos tiende a fortalecerse y profundizarse, pero también a transformarse.

Estas transformaciones han sido abordadas desde dos perspectivas, la de los “ciberoptimistas” y los “ciberpesimistas” (Norris 2000, Xenos y Moy 2007). Los primeros tienen una visión instrumental de las tecnologías de la información, específicamente del papel de internet en la vida política de las personas. Este grupo sugiere que el acceso a estas tecnologías disminuye los costos de comunicación, asociación y participación de los individuos (Rheingold 2000). Los pesimistas, en tanto, consideran que el uso de internet, más que involucrar a las personas en la vida política y los asuntos públicos, los aleja de ellos (Nie 2001). Esta visión antagónica ignora una visión intermedia que plantea que el uso de internet y los medios sociales *online* tiene consecuencias en la participación política de las personas dependiendo de los distintos contextos en los cuales se utilicen estas herramientas, así como de los usos que las personas llevan a cabo con ellas (Kwak, Shah y Holbert 2004, Shah, Kwak y Holbert 2001) y los perfiles socio-psicológicos de los usuarios (Bimber 2001).

En el caso de los medios, hoy están expuestos a la permanente fiscalización de sus contenidos por parte de las audiencias. Lo que antes era incuestionable

para las audiencias, actualmente es un insumo que muchas veces promueve la socialización y deliberación en torno a los asuntos públicos, pero también respecto del papel de los medios en la esfera pública. Al mismo tiempo, las audiencias han pasado de ser agentes pasivos, sin cara y sin historia, a individuos empoderados por los mismos medios para hacer circular y reproducir los contenidos que los medios presentan. La relación histórica entre medios y audiencias se está redefiniendo a través de las distintas prácticas de apropiación de las tecnologías. La tecnología antigua establecía una línea divisoria entre productores y consumidores de información. Con la masificación y evolución de las tecnologías de información, esa distinción es cuestionable. Si antes del desarrollo de internet los medios eran actores que tenían el poder de cuestionar el desempeño de las autoridades públicas, actualmente las audiencias también pueden cuestionar el desempeño de los medios y su capacidad de influir en los asuntos públicos.

Redefiniendo relaciones, mapeando interacciones

Si bien la relación histórica entre los medios de comunicación y las audiencias funcionaba bajo una lógica vertical –desde arriba hacia abajo– donde los medios controlaban la producción y difusión de flujos informativos, con el desarrollo y masificación de las nuevas tecnologías esta relación está en constante redefinición. Lo que antes no era cuestionable o lo era en ambientes mucho más limitados y restringidos –como la calidad de un reportaje en el diario– hoy está expuesto al juicio de las audiencias, gracias a la difusión y al intercambio de información entre los consumidores de los medios que existen gracias a las nuevas tecnologías materializadas en el desarrollo de los medios sociales *online*. Este paso de una relación vertical a una horizontal entre medios y audiencias ha transformado la naturaleza de la rendición de cuentas, o *accountability*, de los propios medios. Independiente de los criterios que utilizan los medios para crear flujos de información –como por ejemplo, qué consideran como noticia o qué tipo de fuentes utilizan– la posibilidad que tienen las audiencias de fiscalizar y criticar el desempeño de los medios es un cambio en la configuración de la relación medios-audiencias que está en constante desarrollo.

La apropiación del contenido de los medios por parte de las audiencias ha permitido que aquellos que eran considerados por los medios como un ente genérico ahora actúen como evaluadores y críticos de los flujos informativos. Hoy, las audiencias pueden desempeñarse como intermediadores de la información de los medios, así como también co-creadores de esos flujos. La posibilidad de compartir e intervenir información de los canales de televisión,

radios o prensa escrita en plataformas *online*, y que esas intervenciones sean contenidos difundidos por los medios de comunicación, dan cuenta de este cambio. Esta dimensión de la audiencia como un medio en sí mismo es una transformación que está redefiniendo tanto la organización de la economía de los medios de comunicación como el papel de las audiencias en tanto productores y consumidores de información.

El empoderamiento de las audiencias por parte de los medios es una transformación que no se puede entender de manera independiente al desarrollo tecnológico. La lógica de la masividad a través de la cual operaban los medios –previo a internet– sostenía esta relación vertical con sus audiencias. En ese contexto se desarrollaron una serie de sistemas de medición y métricas orientadas a comprender el perfil de esos consumidores de información. Entendiendo que los medios, en su dimensión económica, se sustentan en la inversión publicitaria y la masividad de sus audiencias, la aparición del *rating* en línea o las encuestas de lectoría podrían considerarse como el primer paso del empoderamiento de la audiencia. Aunque también ese interés por saber quién es la audiencia de un medio ha llevado a la fragmentación de ésta, como resultado de la diversidad de gustos y preferencias de esas personas.

Si los consumidores de medios eran identificados con rostro, intereses y posiciones políticas, con la llegada de internet –y de una serie de discursos que promovían la participación e interactividad en las prácticas de producción y consumo de información de las personas– las audiencias adquirieron más herramientas para fiscalizar, distribuir y reproducir los flujos informativos de los medios. Eso sí, con algunas consecuencias como la definición de gratuidad por parte de las audiencias en relación a la información, cosa que ha obligado a los medios a redefinir sus modelos de negocio. Además, ya no es tan fácil para los medios controlar la agenda de temas de interés público. El desarrollo de esferas públicas –*online* y *offline*– donde se intercambian y comparten flujos de información en función de intereses diversos ha puesto en cuestionamiento el poder de los medios como formadores de opinión.

Ahora bien, sin negar las transformaciones que el desarrollo y masificación de internet han producido en la relación entre medios y audiencias, cambios que muchas veces parecen disruptivos también emergen como continuidades de procesos que existían previamente. Más allá de la fiscalización que pueden tener las audiencias sobre el papel de los medios en las democracias, los medios siguen teniendo un gran poder para vigilar el desempeño de las autoridades. Hoy, el papel que tiene el periodismo de investigación en reflejar los conflictos de interés de las autoridades, así como su desempeño

público, toma más importancia con las posibilidades que entrega el desarrollo tecnológico al disminuir los costos –para los medios y las audiencias– de difusión y acceso a información relevante para la toma de decisiones. Por otra parte, los discursos que van de la mano del desarrollo tecnológico –que conectan el empoderamiento del usuario con la participación política y las mejoras en el sistema democrático– no han permeado necesariamente el funcionamiento de las instituciones democráticas. O al menos no lo han hecho de forma homogénea. Las demandas por mayor participación política por parte de los ciudadanos, y los discursos de participación y democracia que promueven los medios de comunicación en torno al desarrollo tecnológico, no siempre se materializan en realidades que afectan las relaciones de poder en las democracias.

La capacidad de las audiencias de reproducir, difundir y enmarcar el contenido de los medios a través de las tecnologías digitales –lo que entendemos por “empoderamiento”– no se traduce necesariamente en una transferencia de poder hacia los ciudadanos. Los bajos niveles de participación política por parte de los ciudadanos en un contexto de mayor acceso a flujos de información dan cuenta que la oportunidad que plantea el desarrollo tecnológico todavía está en marcha blanca. Si bien hay tareas pendientes en relación al diseño institucional del sistema democrático chileno –que faciliten la participación de los ciudadanos de la misma forma como las tecnologías facilitan la participación de las audiencias–, el desarrollo tecnológico y la apropiación de esas tecnologías por parte de las personas sigue siendo una oportunidad para que se materialicen las ansias ciudadanas de más participación política. En la lucha por la visibilidad de demandas e intereses, el acceso a tecnologías como los medios sociales *online* no igualaría el peso entre las distintas voces que circulan en la esfera pública. Los que tienen el micrófono y el poder para decir qué es información en los medios tradicionales lo siguen teniendo en el mundo *online*. Así vemos a periodistas y actores políticos como los personajes que tienen la mayor cantidad de seguidores en estas plataformas. Así se produce lo que podríamos llamar el “chorreo informativo”, donde el periodista, la autoridad o el líder de opinión, con su capital *offline*, ingresan en otras condiciones a la cancha *online*. Ahora bien, en la cancha virtual muchas veces el periodista y su capital, así como los actores políticos, pueden jugar un rato con el ciudadano común y corriente.

La apropiación de tecnologías como los medios sociales *online* por parte de las audiencias –que deriva en la creación de espacios de conversación en torno al contenido de los medios– ha ido de la mano con la creciente voluntad de

las empresas de comunicación por interpretar los intereses de las audiencias. A la vez que aumentan las fuentes y flujos de información para las audiencias que tienen acceso, los medios también deben responder, a través de distintas estrategias, al interés de sus propietarios y de esas audiencias cada vez más fragmentadas. La valorización de los instrumentos de medición por parte de los medios y sus avisadores –como el *rating*, los índices de lectoría y las métricas *online*– que intentan mapear los movimientos, preferencias y patrones de consumo de las audiencias, deriva en el empoderamiento de estas últimas. Ahora bien, la relevancia que adquieren las métricas en la toma de decisiones, por ejemplo, respecto a qué es noticia o información de interés público que son parte de la oferta de contenidos mediáticos, también afecta la diversidad y pluralismo de los flujos informativos que los medios proveen. De igual forma, mediciones como las encuestas de opinión pública se han convertido en insumos importantes para ciudadanos, medios de comunicación y gobernantes en tanto operan como herramientas de fiscalización del desempeño de las autoridades, configuran escenarios políticos y pautas informativas y afectan decisiones de políticas públicas, respectivamente.

El desarrollo tecnológico abre innumerables oportunidades para redefinir y resignificar la relación de los ciudadanos con sus gobiernos, de la misma forma que está ocurriendo entre las audiencias y los medios. No se trata de caer en el determinismo tecnológico para decir que solo por el hecho de usar nuevas tecnologías las personas van a participar más de los asuntos públicos. Diversos estudios sí han demostrado que las personas con cierto interés en los temas públicos pueden usar estas tecnologías y la información que ofrecen para profundizar su interés y comportamiento en la esfera pública (Valenzuela, Arriagada y Scherman 2012, Bennett 2008, Bakardjieva 2012). La profunda revolución que han vivido los medios de comunicación producto de los desarrollos tecnológicos no se ha producido con la misma intensidad en la esfera de la política y la democracia. Algunos pudieran equivocadamente pensar que el funcionamiento de la democracia no se verá alterado por el desarrollo de la tecnología con la misma intensidad que ocurrió en la relación de los medios con sus audiencias. Parece más razonable, no obstante, anticipar que las relaciones verticales desde abajo hacia arriba que históricamente han caracterizado a los gobiernos y los ciudadanos se verán tan dramáticamente alteradas por el desarrollo de la tecnología como ocurrió en la esfera de los medios y las audiencias. Por ejemplo, en Reino Unido ya se han llevado a cabo iniciativas para la creación de proyectos de ley utilizando plataformas digitales que faciliten el acceso y participación de

los ciudadanos. De ahí que parezca lógico comenzar a pensar críticamente qué oportunidades y desafíos presenta el desarrollo de la tecnología para la forma en que entendemos el funcionamiento de la democracia. En la medida que podamos aprovechar adecuadamente las oportunidades, y en tanto podamos tomar las necesarias salvaguardas para evitar que el desarrollo tecnológico debilite algunos de los componentes esenciales de la democracia, entonces podremos aprovechar dicho desarrollo para lograr mejorar la calidad de nuestra democracia.

El objetivo de este libro es analizar las tensiones existentes entre la relación de los medios y las audiencias, los gobiernos y los ciudadanos, y los medios y los gobiernos, a partir del desarrollo y la apropiación de nuevas tecnologías. Por sobre todo, buscamos entender cómo esas tensiones afectan hoy el funcionamiento de la democracia en Chile y cómo seguirán afectando su evolución, su calidad y su desempeño a medida que las audiencias y los ciudadanos terminen de incorporar esas nuevas tecnologías a su vida cotidiana y las conviertan en instrumentos y herramientas que les permitan redefinir las relaciones que tienen con los medios de comunicación, en tanto audiencias, y con sus gobiernos, en tanto ciudadanos.

Los capítulos de este libro

En los capítulos de este libro, abordamos la compleja relación entre democracia, medios y ciudadanos/audiencias en un contexto de desarrollo y adopción de nuevas tecnologías desde distintas perspectivas. Hemos convocado a expertos, líderes de opinión y periodistas especializados para que, desde sus prismas y disciplinas académicas, desde sus experiencias empíricas y conocimientos técnicos, y desde su papel en la industria de medios y en la política, intenten responder a las siguientes preguntas: ¿Cómo afecta la industria de medios y su evolución reciente a la democracia? ¿Cómo afecta el proceso de consolidación democrático en Chile a la industria de medios y a su evolución? ¿Cómo ha evolucionado la relación de los medios y de las instituciones democráticas con las personas, entendidas tanto como ciudadanos así como audiencias? ¿Qué efecto han tenido la adopción de nuevas tecnologías y la proliferación de redes sociales sobre la relación de los medios con sus audiencias y de las instituciones políticas con los ciudadanos?

En el capítulo 1, **Patricio Navia, Rodrigo Osorio y Francisca Valenzuela** analizan la presencia de sesgo en las coberturas de *El Mercurio* y *La Tercera* durante los períodos de “luna de miel” presidencial de los gobiernos de Eduardo Frei, Ricardo Lagos, Michelle Bachelet y Sebastián Piñera.

Arturo Arriagada, Patricio Navia y Martín Schuster abordan en el capítulo 2 la relación entre la aprobación presidencial y el consumo de medios en Chile entre 2007 y 2010. Sus análisis dan cuenta que, a mayor consumo de medios, las personas tienen posturas políticas más marcadas, tanto optimistas como pesimistas. Los chilenos que consumen más información en los medios de comunicación tienden a reforzar sus posiciones políticas.

En el capítulo 3 **Patricio Navia y Paulette Real** analizan la relación entre el consumo de información de los chilenos en medios de comunicación y sus niveles de confianza en diversas instituciones.

Antonio Poveda y María José Sánchez discuten el rol que juegan las encuestas como instrumentos que intentan medir las tendencias de la opinión pública, especialmente sus preferencias políticas, en el Chile actual. El capítulo 4 también analiza la relación –muchas veces tensa– entre los medios de comunicación y las encuestas de opinión pública, así como la configuración de la industria de la opinión pública que hoy existe en el país.

En el capítulo 5, **Ingrid Bachmann y Teresa Correa** exploran la relación género y medios de comunicación, analizando cómo los medios presentan a las mujeres, así como la participación femenina en las esferas políticas y cívicas en Chile. Plantean que hay una serie de interacciones entre la presencia de mujeres en los medios y en los distintos ámbitos de la vida pública.

El capítulo 6 analiza cómo los nuevos géneros televisivos tensan y redefinen las conexiones entre lo social, la ficción y la televisión. **Patricio Cuevas y Tomás Ariztía** se centran en las estrategias, valores y representaciones que movilizan a un grupo de productores de “docu-reality” presentes en la televisión chilena.

El capítulo 7 aborda la relación entre medios y audiencias. **Angélica Bulnes** lo hace desde las definiciones y percepciones que tienen de estas un grupo de editores de prensa escrita y conductores de televisión del país. Se identifican las estrategias y relatos a través de los cuales los medios interpretan las demandas e intereses de las audiencias y ciudadanos en un contexto particular: meses antes que se iniciaran las protestas y movilizaciones que marcaron el año 2011.

Andrés Scherman, Arturo Arriagada y Sebastián Valenzuela hacen un retrato sociodemográfico de quienes participaron en actos de protesta y movilizaciones durante 2011. El capítulo 8 analiza de qué forma el uso de redes sociales como Facebook o Twitter se relaciona con la participación de estas personas en movilizaciones y protestas.

Jorge Fábrega y Pablo Paredes, en el capítulo 9, analizan el impacto que han tenido las redes sociales en los procesos de comunicación política. Para ello indagan en el uso de Twitter por parte de las autoridades políticas y ana-

lizan de qué manera este nuevo espacio está reconfigurando la forma de interactuar de autoridades, ciudadanos y medios tradicionales.

En el capítulo 10, **Francisca Skoknic** analiza el futuro del periodismo de investigación, especialmente las ventajas y desventajas de ejercerlo a través de medios digitales, explorando nuevos modelos de negocio.

Adicionalmente, realizamos ocho entrevistas a personas que han cumplido un destacado rol en distintos ámbitos del periodismo, en diferentes tipos de medios y en diferentes formas de usar las nuevas tecnologías en los procesos políticos. Con **Fernando Paulsen**, reconocido periodista de televisión, radio y periódicos, conversamos sobre la evolución general de los medios de comunicación desde la dictadura de Pinochet hasta nuestros días, analizando tanto los cambios que ocurrieron producto de la consolidación y evolución de la democracia como aquellos que resultaron de la aparición de nuevas tecnologías. Con **Daniel Matamala**, destacado periodista de televisión, prensa escrita y radio, conversamos sobre los cambios que han producido las nuevas tecnologías en la relación entre los medios y las audiencias, y sobre el rol de los periodistas en las nuevas dinámicas de poder que existen producto de los desarrollos tecnológicos.

Con **Cony Stipicic**, periodista de reconocida trayectoria en radios, diarios y televisión, conversamos sobre la forma en que se han desarrollado los medios digitales –especialmente en el sitio elpost.cl– y su relación con los medios tradicionales. En una entrevista con **Carolina Urrejola**, periodista de televisión que además tuvo experiencia laboral en una ONG, analizamos el rol de la televisión como intermediaria entre la ciudadanía y las autoridades.

Con **Carola Fuentes**, galardonada periodista de investigación con una amplia experiencia en televisión, hablamos sobre el periodismo investigativo y su evolución desde comienzos de la década de los noventa. Con el periodista **Humberto Sichel** hablamos sobre los desafíos que implica hacer periodismo informativo para las audiencias jóvenes habituadas a las nuevas tecnologías.

En la entrevista a **Miguel Paz** –periodista con reconocido *expertise* en medios *online* y actualmente líder de la iniciativa Poderopedia– discutimos la evolución de los medios digitales y la forma en que otras iniciativas *online* también cumplen una tarea históricamente asociada a los medios de comunicación. En nuestro diálogo con **Felipe Heusser**, cofundador y director de la ONG Ciudadano Inteligente, analizamos la relación entre el tercer sector y los medios de comunicación, y la facilidad con que una organización no gubernamental se puede convertir también en un medio de comunicación gracias a los avances tecnológicos.

Agradecimientos

Agradecemos el apoyo de la Universidad Diego Portales. En especial, reconocemos el apoyo del rector, Carlos Peña, y el vicerrector académico, Cristóbal Marín. Ambos nos instaron a embarcarnos en este proyecto y nos dieron apoyo. Varios de los trabajos incluidos en el libro fueron presentados en un seminario realizado en la UDP en enero de 2012. Agradecemos también a Francisca Valenzuela Dellarossa por la transcripción de las entrevistas, y a Rodrigo Osorio y Sebastián Valenzuela por los comentarios al capítulo introductorio.

Arturo Arriagada agradece a quienes participaron en este libro por aceptar el desafío y reflexionar –desde distintas perspectivas– sobre la relación entre los medios, la política y la democracia. Las conversaciones con varios de ellos me han permitido entender de mejor forma el papel de los medios de comunicación en los procesos políticos para abordar su estudio. A Francisco Aravena, de revista *Qué Pasa*, y Mirko Macari, del diario *El Mostrador*, por el espacio para difundir ideas y reflexiones, muchas de ellas relacionadas con sus propias prácticas. De distintas maneras, Matías Chaparro, Ricardo Torres, Juan Pablo Olmedo, Juan Pablo Tapia, Iván Colodro, Verónica Husch, Juan Pablo Varela, Eduardo Lawrence, Odette Magnet, Stefan Tomicic, Eduardo Engel, Roberto Méndez, Rafael Bravo Celedón, Livio Casorzo, Jorge Sepúlveda González, Luis Argandoña, Cristóbal Florenzano y varios participantes de este libro han sido importantes en incentivar a escribir sobre estos temas. Al British Council, la Universidad Diego Portales y al Programa Becas Chile por el apoyo financiero para mis estudios de postgrado. A mis padres y hermano, pero sobre todo a Cecilia Bravo por el tiempo transcurrido y el camino que estamos trazando.

Patricio Navia a su vez también agradece el apoyo financiero del programa de estudios liberales de la Universidad de Nueva York. Las repetidas y extensas conversaciones con Cristian Bofill, Héctor Soto, Iván Colodro, Matías del Río, Mauricio Lob, Christian Rendic, Víctor Herrero, Mirko Macari y con varios de los contribuyentes a este libro han influido en mi forma de entender la relación entre los medios, la política y la democracia.

Este libro está dedicado a la memoria de Luis Villanueva Cerda y a Elisa Arriagada Bravo, que nació adelantadamente y obligó a su padre a dividir su tiempo entre su primera hija y su primer libro.

Referencias

- Aldrich, J. H. (1995). *Why Parties? The Origin and Transformation of Political Parties in America*, Chicago: University of Chicago Press.
- Bakardjieva, M. (2012). "Reconfiguring the Mediapolis: New Media and Civic Agency", *New Media & Society*, 14, 1, 63-79.
- Bennett, W. L. (2008). "Changing Citizenship in the Digital Age", en Bennett, W. L. (ed.), *Civic Life Online: Learning how Digital Media can Engage Youth*, Cambridge: The MIT Press, 1-24.
- Bimber, B. (2001). "Information and Political Engagement in America: The Aearch for Effects of Information Technology at the Individual Level", *Political Research Quarterly*, 54, 53-67.
- Coleman, S. (2007). "From big brother to big brother: Two faces of interactive engagement". In P. Dahlgren (ed.), *Young citizens and new media: Learning and democratic engagement* (pp. 21-40). New York: Routledge.
- Coleman, S., y Blumler, J. (2009). *The Internet and Democratic Citizenship: Theory, Practice and Policy*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Consejo Nacional de Televisión (2011). *Encuesta Nacional de Televisión 2011. Principales Resultados*, Santiago: Consejo Nacional de Televisión. Disponible en www.cntv.cl
- Couldry, N., Livingstone, S., y Markham, T. (2010). *Media Consumption and Public Engagement: Beyond the Presumption of Attention*, Londres: Palgrave Macmillan.
- Curran, J., Iyengar, S., Lund, A. B., y Salovaara-Moring, I. (2009). "Media System, Public Knowledge and Democracy: A Comparative Study", *European Journal of Communication*, 24, 1, 5-26.
- Dahl, R. A. (1989). *La poliarquía: Participación y oposición*, Madrid: Tecnos.
- Dahlgren, P. (2009). *Media and Political Engagement: Citizens, Communication and Democracy*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Graber, D. (2003). "The Media and Democracy: Beyond Myths and Stereotypes", *Annual Review of Political Science*, 6, 1: 139-160.
- Habermas, J. (1991). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*, Cambridge: The MIT Press.
- Hallin, D., y Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Kwak, N., Shah, D., y Holbert, R. L. (2004). "Connecting, Trusting, and Participating: The Interactive Effects of Social Associations and Generalized Trust on Collective Action", *Political Research Quarterly*, 57, 643-652.
- Livingstone, S. (2005). *On the Relation between Audiences and Publics: Why Audience and Public?*, Londres: LSE Research Online. Disponible en <http://eprints.lse.ac.uk/archive/00000437>
- Mainwaring, S. (2006). "The Crisis of Representation in the Andes", *Journal of Democracy*, 17, 3: 13-27.
- Mainwaring, S., Brinks, D., y Perez-Linan, A. (2001). "Classifying Political Regimes in Latin America, 1945-1999", *Studies in Comparative International Development*, 36, 1: 37-65.
- Manin, B. (1998). *Los principios del gobierno representativo*, Mexico DF: Fondo de Cultura Económica.
- Manin, B., Przeworski, A., y Stokes, S. C. (1999). "Elections and Representation", en Manin, B., Przeworski, A., y Stokes, S. C. (eds.), *Democracy, Accountability and Representation*, Nueva York: Cambridge University Press.
- Nie, N. (2001). "Sociability, Interpersonal Relations, and the Internet: Reconciling Conflicting Findings", *American Behavioral Scientist*, 45, 420-435.
- Norris, P. (2000). *A Virtuous Circle*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2005). *Democracy in Latin America: Towards a Citizens' Democracy*, Nueva York: PNUD.

- Przeworski, A. (1991). *Democracy and the Market*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Przeworski, A. (2010). *Democracy and the Limits of Self-Government*, Nueva York: Cambridge University Press.
- Putman, R. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of the American Community*, Nueva York: Simon & Schuster.
- Rheingold, H. (2000). *Tools for thought: The History and Future of Mind-Expanding Technology*, Cambridge: MIT Press.
- Sartori, G. (2000). *Homovideos: la sociedad teledirigida*, Taurus: Buenos Aires.
- Scammell, M., y Semetko, H. (2000). *Media, Journalism and Democracy*, Londres: Ashgate.
- Scherman, A., Arriagada, A. (2012). "Jóvenes, disposición a votar y consumo de medios en Chile". *Comunicación y Sociedad*, Vol. XXV, Núm. 1, (2012), 85-111.
- Shah, D., Kwak, N., y Holbert, R. L. (2001). "'Connecting' and 'Disconnecting' with Civic Life: Patterns of Internet use and the Production of Social Capital", *Political Communication*, 18, 141-162.
- Slater, D. (2002). "Social Relationships and Identity Online and Offline", en Lievrouw, L., y Livingstone, S. (eds.), *Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs*, Londres: Sage, 533-546.
- Stokes, S. C. (1999). "Political Parties and Democracy", *Annual Review of Political Science*, 2: 243-267.
- Swanson, D., y Mancini, P. (1996). *Politics, Media, and Modern Democracy: An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences*, Londres: Praeger.
- Thompson, J. (1998). *Los medios y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Tironi, E., y Sunkel, G. (1993). "Modernización de las comunicaciones y democratización de la política. Los medios en la transición a la democracia en Chile", *Estudios Públicos*, 52, 215-256.
- Valenzuela, S., y Arriagada, A. (2009). "Competencia por la uniformidad en noticieros y diarios chilenos", *Cuadernos de Información UC*, 24, 41-52.
- Valenzuela, S., y Arriagada, A. (2011). "Politics Without Citizens? Public Opinion, Television News, the President and Real-World Factors in Chile 2000-2005", *International Journal of Press/Politics*, 16, 357-381.
- Valenzuela, S., Arriagada, A., y Scherman, A. (2012). "The Social Media Basis of Youth Protest Behaviour: The Case of Chile", *Journal of Communication*, 62, 299-314.
- Xenos, M., y Moy, P. (2007). "Direct and Differential Effects of the Internet on Political and Civic Engagement", *Journal of Communication*, 57, 704-718.
- Zaller, J. (1992). *The Nature and Origins of Mass Opinion*, Nueva York: Cambridge University Press.