



Comisión Nacional de Investigación
Científica y Tecnológica - CONICYT

**INSTRUCCIONES GENERALES Y FORMULARIO PARA LA
PRESENTACIÓN DE INFORME FINAL
Concurso Fondo de Estudios sobre el Pluralismo en el Sistema Informativo Nacional
2015**

El (La) Responsable del estudio deberá presentar a CONICYT, Programa de Información Científica el Informe Final de su estudio en la fecha estipulada (**ejecución del estudio año 2016**)

El informe final debe presentarse en el formulario adjunto, ateniéndose a las instrucciones de cada sección. *La omisión de cualquier ítem, sin una adecuada explicación, puede ser causal de objeción(es) al Informe.* Deberá adjuntar al Informe Final todos aquellos materiales que respalden el estado final del estudio.

Si el estudio ha generado documentos u otro tipo de documentación verificable deberá presentarlas de acuerdo al formato que se detalla en el ítem 6 del formulario (Productos Generados por este Estudio), teniendo en cuenta lo siguiente:

- Adjunte una copia de los documentos emanados (impresos y/o electrónicos) que contengan resultados **atingentes a la propuesta original del estudio.**

Debe entregar un ejemplar del informe, anexos (si corresponde) y mantener una copia en su poder. Adicionalmente, deberá adjuntar una copia digital en disco compacto (CD), que sea fiel reflejo de la versión en papel.

El informe final deberá hacerlo llegar a:

**Programa de Información Científica
Fondo de Estudios sobre Pluralismo en el Sistema
Informativo Nacional
CONICYT
Moneda 1375 Piso 13
Santiago.**





Comisión Nacional de Investigación
Científica y Tecnológica - CONICYT

Cartografía de medios de comunicación en Chile: propiedad, relaciones políticas y tratamiento de temas de conflicto – (PLU 150015)	10 meses	2016
NOMBRE DEL ESTUDIO – (CÓDIGO)	DURACIÓN	AÑO DE EJECUCIÓN

MARÍA XIMENA ORCHARD RIEIRO / UNIVERSIDAD ALBERTO HURTADO	9093685-9
RESPONSABLE DEL ESTUDIO / INSTITUCIÓN	RUT
morchard@uahurtado.cl	228897535
E-mail	FONO

PERÍODO QUE INFORMA	01	01	2016	30	10	2016
	DESDE			HASTA		

CONTENIDO (MARQUE CON UNA X EL CASILLERO QUE CORRESPONDA)		
	INCLUYE	NO INCLUYE
Formulario de Informe Final	X	
Documentos	X	
Presentaciones		X
Listados		X
Otros (especificar)_____		X

14	11	2016
----	----	------





Comisión Nacional de Investigación
Científica y Tecnológica - CONICYT

Santiago, 14/11/2016

CONTENIDO DEL INFORME FINAL

1. RESUMEN EJECUTIVO

Describe brevemente el cumplimiento de los objetivos y actividades planteados en la propuesta original.

“Cartografía de medios de comunicación en Chile: propiedad, relaciones políticas y tratamiento de temas de conflicto” es un estudio basado en el levantamiento, sistematización y análisis de datos sobre medios de comunicación, en particular radios y diarios no pertenecientes a cadenas de alcance nacional.

El objetivo general del proyecto es generar un mapa analítico de relaciones entre empresas periodísticas, figuras políticas y temas de conflicto a nivel nacional.

En este sentido, este estudio interroga una arista poco explorada sobre la relación entre pluralismo y propiedad de los medios de comunicación en Chile.

La propiedad de los medios de comunicación en el sistema informativo del país es una problemática ampliamente reconocida, si bien principalmente abordada a partir del problema de la concentración de la propiedad por parte de grupos empresariales que son dueños de cadenas nacionales, en las distintas industrias de medios (entre otros ver Sunkel y Geoffroy, 2002; Mastrini y Becerra, 2006; Monckeberg, 2009; Couso, 2012; Ramírez, 2012; Ulloa, 2014). El presente estudio traslada el foco de atención a las dinámicas de comunicación en niveles locales, poniendo especial atención en las relaciones entre medios y autoridades elegidas por sufragio universal, en el entendido de que estas relaciones se articulan en determinados territorios que son afectados por conflictos sociales particulares.

Para el cumplimiento del objetivo general ya enunciado, se plantearon seis objetivos específicos:

1. Enumerar y geo-localizar a las empresas periodísticas de carácter local/regional, sus propietarios y sus medios asociados en todo el territorio chileno, descartando los medios pertenecientes a sociedades de alcance nacional y/o a medios comunitarios.



2. Describir los vínculos de propiedad y relacionales con funcionarios públicos elegidos mediante sufragio universal (Alcaldes, Diputados y Senadores) en los medios enumerados en el objetivo específico 1.

3. Caracterizar los temas de conflicto a nivel regional durante el año 2015.

4. Seleccionar un tema de conflicto específico entre los caracterizados en el objetivo 3, que sea relevante a nivel regional, y analizar el contenido de los textos informativos relativos a él.

5. Detectar la influencia de los vínculos de propiedad y relacionales en los medios de comunicación escritos y el tratamiento que estos realizan del tema de conflicto seleccionado.

6. Sistematizar los datos obtenidos para la generación de un mapa analítico publicable en web.

La cartografía de medios de comunicación se construyó a partir de la sistematización de información pública sobre medios de comunicación, su ubicación y propiedad, así como sobre autoridades políticas y las sociedades comerciales a las que éstas pertenecen o se encuentran asociadas a través de terceros (cónyuges). Esta información se sistematizó en bases de datos con el propósito de detectar potenciales vínculos que después fueron explorados como casos de estudio con técnicas de investigación periodística.

A partir de la aplicación de estos métodos de recolección y análisis de datos, se detectaron casos de 19 autoridades vinculadas con sociedades de medios de comunicación, la mayoría de ellas radios de alcance regional o local, que operan en las zonas donde estas autoridades han desarrollado su carrera política o buscan apoyo electoral. Adicionalmente, **se detectó un grupo de medios –todos ellos radios- que son propiedad de municipalidades**.

La Ley General de Telecomunicaciones (Nº 18.168) no establece restricciones particulares para que funcionarios públicos electos por sufragio universal o sus familiares sean beneficiados con concesiones sobre el espectro radiofónico. Tampoco lo hace la legislación que regula las concesiones televisivas o la conformación de medios impresos. Las únicas restricciones legales respecto de la propiedad de medios apuntan a marginar a “los órganos de administración del Estado” de las concesiones en el espectro radial para radios comunitarias¹ y de los servicios de

¹ La Ley 20.403, que norma estas señales de menor cobertura, indica que “sólo podrán ser titulares de una concesión de Servicio de Radiodifusión Comunitaria Ciudadana las personas jurídicas de derecho privado sin fines de lucro, a excepción de las corporaciones y fundaciones municipales, las universidades y las personas jurídicas regidas por la ley 19.638”. De manera explícita, la ley de radios comunitarias expresa que “los órganos de la administración del Estado no podrán participar directa ni indirectamente en la explotación de los servicios”.

radiodifusión televisiva de libre recepción². Por ende, los vínculos de propiedad –de naturaleza directa e indirecta- presentados en este estudio no representan transgresiones a la legalidad. No obstante, **abren interrogantes acerca de la concentración de poder comunicativo por parte de autoridades locales**, así como su capacidad para modelar y controlar dinámicas de comunicación local.

Los conflictos socio-ambientales son incorporados a la cartografía, toda vez que son entendidos como disputas ancladas territorialmente, que suelen tensionar relaciones entre medios, autoridades y distintos actores locales. La cobertura informativa de uno de estos conflictos durante 2015 -el de la continuidad del proyecto minero Pascua Lama en la III Región- fue analizada por medio de un análisis de contenido orientado a la reconstrucción del desarrollo argumentativo del conflicto en medios regionales, así como a la identificación de las fuentes que tuvieron más exposición en estos medios y su posicionamiento en relación al conflicto. Este análisis de contenido se realizó en tres medios escritos que presentan distintas estructuras de propiedad: El Chañarillo, medio regional cuya propiedad ostenta un empresario local; El QueHayDecierto, medio escrito digital perteneciente a la cadena de diarios ciudadanos Mi Voz y El Mercurio de Atacama, medio regional perteneciente a la cadena de diarios de El Mercurio S.A. Los resultados de este análisis revelan una cobertura informativa mayoritariamente favorable al proyecto minero, enfocada en los beneficios económicos del mismo así como en las medidas de reparación medio-ambiental adoptadas por la empresa Barrick Gold. Esta cobertura se encuentra dominada por actores empresariales, seguidos por fuentes del ámbito político-gubernamental, y evidencia diferencias entre los medios analizados, tanto respecto a la valoración del conflicto como a las fuentes más utilizadas para dar cobertura al mismo.

Las bases de datos construidas en el presente estudio alimentan una visualización geo-referenciada³. La cartografía, en su expresión web, incorpora información sobre la distribución territorial y propiedad de radios y diarios de carácter regional y local. Para ello, se visualiza en un mapa de Chile la ubicación de diarios y emisoras (AM y FM) no pertenecientes a cadenas de cobertura nacional. Adicionalmente, la cartografía incorpora información sobre autoridades que presentan vínculos de propiedad con medios de comunicación, y sobre conflictos socio-ambientales vigentes al año 2015, con el propósito de estimular el debate público y la indagación periodística, académica y ciudadana sobre las múltiples dinámicas de comunicación construidas a partir de las relaciones entre medios, poder político y territorio.

² En lo referido a la televisión, la Ley N°18.838, que crea el Consejo Nacional de Televisión, dispone en su artículo 18 que sólo podrán ser titulares de una concesión de servicio de radiodifusión televisiva de libre recepción o hacer uso de ella personas jurídicas de derecho público o privado, constituidas en Chile y con domicilio en el país. Asimismo, el artículo 15 especifica que “no podrán ser titulares de una concesión las municipalidades, las corporaciones y las fundaciones municipales”.

³ A la fecha de elaboración de este informe, la versión web de la “Cartografía de medios de comunicación en Chile” se encuentra en un servidor de prueba, antes de ser trasladada a la página de la Escuela de Periodismo de la Universidad Alberto Hurtado (<http://periodismo.uahurtado.cl/>). Algunas capturas de pantalla se presentan en el Anexo 8 que acompaña este informe.

2. ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO DE LOS DATOS

I. MEDIOS LOCALES, AUTORIDADES Y TEMAS DE CONFLICTO

Las bases de datos levantadas para la elaboración del presente estudio fueron las siguientes.

1. Base de datos de medios de comunicación

Esta base de datos contempla información sobre diarios y radios locales. Este levantamiento de información incluyó radios AM y FM que funcionaran en el territorio nacional sin conexiones a cadenas de alcance nacional. Aquellas radios con alcance en más de una ciudad o región se contabilizaron una vez, en la localidad de transmisión. No se consideraron radios comunitarias. Desde el punto de vista de los diarios, se recolectó información sobre aquellos diarios o periódicos impresos de corte informativo que no se encontraran asociados a cadenas. No se consideraron diarios solo digitales. Los medios se caracterizaron de acuerdo al tipo de medio, ubicación y datos de contacto, además del nombre, RUT y socios integrantes de la sociedad comercial dueña del medio de comunicación (Ver Anexo 1).

TIPO DE MEDIOS	CANTIDAD
RADIOS	679
DIARIOS Y PERIODICOS	42
TOTAL	721

2. Base de datos de autoridades y sus sociedades comerciales

Esta base contempla información sobre senadores (38), diputados (120) y alcaldes (345) Vale decir, un total de 503 autoridades.

Las autoridades fueron caracterizadas en relación a sus cargos, partidos políticos, lugar donde ejercen funciones y estado civil, además del levantamiento de información sobre las sociedades comerciales que integran, cuando corresponda. Para el caso de las autoridades casadas, se levantó información sobre sus cónyuges y sus sociedades (Ver Anexo 2)

Autoridades	503
Autoridades con sociedades	201
Cónyuges de autoridades con sociedades	125
Cantidad de sociedades	688

3. Base de datos conflictos socio-ambientales

Esta base de datos está conformada por 96 conflictos socio-ambientales vigentes al año 2015 en todo el territorio nacional. Estos conflictos se caracterizaron de acuerdo a su ubicación geográfica (región y comuna), se les asoció a un nombre que denotara los motivos centrales del conflicto y las partes involucradas, y que identificara al proyecto o empresa principal involucrada en el conflicto cuando correspondiera. Adicionalmente, se asignó un estado al conflicto a 2015 (activo, latente), y se lo caracterizó según la ausencia o presencia de las siguientes características basales: contaminación, agua, minero, eléctrico, indígena, laboral, inmobiliario, forestal. Adicionalmente, cada conflicto se asoció a coordenadas para su posterior geo-referenciación en el mapa analítico. (Ver Anexo 3).

II. AUTORIDADES Y MEDIOS: VÍNCULOS DE PROPIEDAD DE TIPO SOCIETARIO

El levantamiento de información realizado permitió identificar autoridades con conexiones directas e indirectas con medios de comunicación por dos vías: ser parte a título personal de una sociedad orientada a la administración o explotación de medios de comunicación, o bien vincularse con una sociedad de estas características a través del cónyuge, en el caso de las autoridades casadas.

Para un total de 503 autoridades en ejercicio el año 2016⁴, entre senadores (38), diputados (120) y alcaldes (345), se verificaron vínculos de tipo societario con medios de comunicación para 19 de ellas. En términos porcentuales, esto corresponde a un 3,7% de las autoridades sobre las cuales se levantó información.

Dentro de este sub-conjunto (N=19) de autoridades con vínculos societarios con medios de comunicación detectados, se distingue entre:

a) Vínculos solo societarios: Un total de 7 autoridades registran sociedades de medios (radiodifusoras o sociedades periodísticas) de las cuales no se verificaron medios asociados. Este tipo de vínculo fue rotulado como "solo societario". Para algunos casos se verificaron esfuerzos infructuosos por parte de estas autoridades para conformar medios de comunicación. Por ejemplo, en el caso del alcalde de la localidad Treguaco, quien ha intentado acceder a concesiones de radiodifusión sonora en su zona, pero no ha tenido éxito⁵.

⁴ En el caso de los alcaldes, el levantamiento de información es previo a la elección municipal de octubre de 2016.

⁵ Según consta en el acta de sorteo para el otorgamiento de concesiones de radiodifusión sonora, realizado por Subtel el 8 de octubre de 2014, donde participa la sociedad Servicios Agrícolas, de Radiodifusión y Otros Luis Cuevas Ibarra E.I.R.L.

b) Vínculos societarios directos con medios de comunicación (actuales y pasados): Un total de 4 autoridades que se encuentran en ejercicio el 2016 forman en la actualidad parte de una sociedad de medios de comunicación. A ellos se suman 4 autoridades que formaron parte de sociedades de medios en el pasado reciente, pero salieron de dichas sociedades y actualmente no forman parte de ellas; no obstante en algunos casos estas sociedades hayan sido traspasadas a personas vinculadas con dichas autoridades.

c) Vínculos societarios con medios de comunicación vía cónyuge (actuales y pasados): Se detectaron 4 autoridades con vínculos societarios con medios de comunicación a través de sus cónyuges. En tres casos, estos vínculos societarios se encuentran vigentes, y en un caso estos vínculos son pasados.

d) Propiedad Municipal de medios de comunicación

Adicionalmente a los casos descritos con anterioridad, y a partir de los datos levantados sobre los propios medios de comunicación locales y regionales (de los cuales se levantó información sobre dueños y representantes legales) se detectó otro sub-conjunto de medios de comunicación, que no son propiedad directa de autoridades electas en tanto integrantes de sociedades, pero que no obstante mantienen vínculos cercanos con estas. Se trata de 7 radios no incluidas en la información reseñada anteriormente en la cual municipalidades figuran como dueñas del medio de comunicación. Esto ocurre en las comunas de Putre, Curaco de Vélez, Puyehue, Río Ibáñez (con dos emisoras), Chile Chico y Timaukel. En estos dos últimos casos los alcaldes también actúan como representantes legales del medio.

FIGURA 1: TABLA RESUMEN DE VÍNCULOS AUTORIDADES-MEDIOS

TIPO DE VÍNCULOS	AUTORIDADES	MEDIOS/ SOCIEDADES
SOLO SOCIETARIOS	Alcalde Angel Bozán (Buin, Ind.)	RADIODIFUSORA Y TELEVISION SAN MANUEL LIMITADA
	Alcalde Jorge Saquel (Curacautín, Ind.)	SOCIEDAD RADIODIFUSORA METRENCO S.A.
	Alcalde Leonidas Romero, (Coronel, Ind.)	SOCIEDAD RADIODIFUSORA PATAGUAL LIMITADA
	Alcalde Luis Alberto Gengnagel (Curanilahue, Ind.)	SOCIEDAD DE RADIOFUSIÓN G Y G LIMITADA
	Alcalde Juan Castro (Talca, Ind.)	SOCIEDAD DE RADIO DIFUSIÓN Y TELECOMUNICACIONES EMPRESARIAL TVE S.A.

Comisión Nacional de Investigación
Científica y Tecnológica - CONICYT

	Alcalde Luis Cuevas (Treguaco, Ind.)	SERVICIOS AGRÍCOLAS, DE RADIODIFUSIÓN, COMUNICACIONES Y OTROS LUIS CUEVAS IBARRA E.I.R.L.
	Diputado Marcelo Schilling (RM, PS)	SOCIEDAD EDITORIAL Y PERIODÍSTICA DIVERSOS LTDA. SOCIEDAD ANONIMA PERIODISTICA LATINA
VÍNCULOS ACTUALES	DIRECTOS Diputada Daniella Cicardini (III Región, PS)	RADIO FESTIVA (COPIAPÓ)
	Diputado Joaquín Tuma (IX R, PPD)	RADIO NUEVE VEINTE (TEMUCO)
	Senador Eugenio Tuma (IX R, PPD)	RADIO LAS COLINAS (CARAHUE)
	Alcalde Rubén Cárdenas (Calbuco, PR)	RADIO CALBUCO (CALBUCO)
VÍNCULOS PASADOS	DIRECTOS Diputado Fidel Espinoza (X R, PS)	RADIO NUEVO AMANECER (FRESIA Y LLANQUIHUE)
	Diputado Felipe Letelier (VI R, PPD)	RADIO AGROVISIÓN (SAN CARLOS)
	Diputada Clemira Pacheco (VIII R, PS)	RADIO MATÍAS COUSIÑO (LOTA)
	Diputado Jorge Sabag (VIII R, DC)	RADIO CREACIÓN (CABRERO)
VÍNCULOS ACTUALES VÍA CÓNYUGE	Alcalde Maglio Cicardini (Copiapó, Indep.)	RADIOS FESTIVA, REGIONAL ATACAMA Y STAR (COPIAPÓ)
	Alcalde Freddy Ibacache (Hualaihué)	RADIO HUALAIHUÉ (HUALAIHUÉ)
	Senador Carlos Bianchi (XII R, Ind.)	RADIO SOBERANÍA Y CANAL REGIONAL 35TV (PUNTA ARENAS)

VÍNCULOS PASADOS VÍA CÓNYUGE	Senadora Lily Pérez (VR, Amplitud)	DIARIO EL OVALINO (OVALLE) RADIO GUARDAMARINA ERNESTO RIQUELME (COQUIMBO)
PROPIEDAD MUNICIPAL	Municipalidad de Putre	RADIO PARINACOTA (PUTRE)
	Municipalidad de Curaco de Vélez	RADIO NAHUEL (CURACO DE VÉLEZ)
	Municipalidad de Puyehue	RADIO ADICTA (PUYEHUE)
	Municipalidad de Río Ibáñez	RADIO CORDILLERA RADIO INTEGRACIÓN AUSTRAL (RÍO IBÁÑEZ)
	Municipalidad de Chile Chico (Representante legal es alcalde Luperciano Muñoz)	RADIO FM TÚ (CHILE CHICO)
	Municipalidad de Timaukel (Representante legal es alcalde Alfonso Simunovic)	RADIO TIMAUKEL (TIMAUKEL)

2.1 Circuitos de comunicación local: autoridades, medios y territorio

Doce de los casos encontrados en los cuales autoridades mantenían vínculos societarios con medios de comunicación fueron desarrollados como estudios de caso (Ver anexo 4 con el detalle de los casos individuales), con el objetivo de detectar no solo el tipo de vinculación que éstas autoridades establecían con las sociedades de medios en cuestión, sino también apuntando a la detección de patrones comunes entre los distintos casos. Estos corresponden a los de 6 diputados⁶, 3 senadores⁷ y 3 alcaldes⁸ quienes mantienen o mantuvieron vínculos de diverso tipo con un total de 15 medios de comunicación.

El análisis de estos casos permite identificar algunos rasgos característicos de este tipo de relaciones.

a. La radio como amplificador del poder comunicativo de autoridades locales

El primer elemento común a los casos desarrollados es que una amplia mayoría de ellos vincula a autoridades que ejercen sus cargos fuera de la Región Metropolitana con radios de alcance local

⁶ Estos son los diputados Daniella Cicardini (PS), Joaquín Tuma (PPD), Fidel Espinoza (PS), Felipe Letelier (PPD), Clemira Pacheco (PS) y Jorge Sabag (DC).

⁷ Eugenio Tuma (PPD), Carlos Bianchi (Ind.) y Lily Pérez (Amplitud).

⁸ Rubén Cárdenas (PR), Maglio Cicardini (Ind.) y Freddy Ibacache (PPD)

o regional. Para los casos representados por las doce autoridades estudiadas en mayor detalle, que en conjunto presentan relaciones societarias con 15 medios de comunicación, 13 de ellos son radios⁹. En estos casos, las emisoras en cuestión se encuentran generalmente situadas en la zona donde la autoridad ha sido electa. Por ende, se trata en su mayoría de medios que transmiten dentro de los territorios en los cuales estas autoridades buscan apoyo electoral.

A partir de levantamiento de información sobre los medios en cuestión es posible constatar que los enfoques y el tipo de programación de estos medios varían entre sí. Por ejemplo, radio Las Colinas (vinculada al senador Eugenio Tuma), es una de dos radios locales que transmiten en las comunas de Carahue, Puerto Saavedra y Nueva Imperial, a las cuales representa el senador. En la zona hay sólo dos radios locales, siendo Las Colinas la única de corte informativo. Por otra parte, se encuentran casos como el de la radio 920 de Temuco, propiedad del diputado Joaquín Tuma, cuya programación está orientada preferentemente a mensajes evangélicos, guiados por obispos de la zona.

Con todo, es posible constatar, en varios de los casos desarrollados, la presencia de espacios de comunicación protagonizados por las autoridades en cuestión en los medios con las que éstas presentan vínculos de propiedad. Por ejemplo, radio Calbuco (propiedad del alcalde de Calbuco), cuenta con el programa “Tribuna de la calle”, con datos e información sobre las actividades del municipio; las radios con las cuales el diputado Fidel Espinoza figura asociado de manera indirecta difunden cada domingo el programa “Aló, Diputado”, conducido por el parlamentario del distrito 56. También se puede mencionar el caso de radio Hualaihué, propiedad del alcalde de esta localidad, una emisora de corte eminentemente local que una vez a la semana emite el programa “Revisando la Agenda”, conducido por el edil. Otro ejemplo en esta línea es el que aporta la radio Festiva de Copiapó, asociada al alcalde Maglio Cicardini¹⁰ y su hija la diputada Daniella Cicardini, y cuya página de noticias se encuentra hasta la fecha fuertemente orientada a la difusión de actividades del municipio y el jefe comunal.

b. Caudillos y medios locales

El perfil de las autoridades estudiadas es variado. Como ya se dijo, se trata de 6 diputados, 3 senadores y 3 alcaldes, todos los cuales cumplen roles de representación popular fuera de la Región Metropolitana. En relación a sus afiliaciones partidarias, dos son independientes, una pertenece a Amplitud y las otras nueve autoridades pertenecen a partidos políticos de la Nueva Mayoría (PS, PPD, DC y PR).

En relación a su presencia política en la zona, estas autoridades tienden a llevar largo tiempo en

⁹ Las excepciones están representadas por el canal de televisión 35TV, propiedad de la esposa y el hijo del senador Carlos Bianchi en Punta Arenas y el diario El Ovallino, del cual fuera representante legal el cónyuge de la senadora Lily Pérez.

¹⁰ Maglio Cicardini fue alcalde de Copiapó entre 2008 y 2016, y no fue reelecto en las elecciones municipales de octubre de 2016.

la vida política de las regiones o localidades que representan. Con la excepción de la diputada Daniella Cicardini (electa por primera vez en 2014), el resto de los casos estudiados corresponden a autoridades que llevan dos o más periodos en sus cargos. Por ejemplo, el diputado Felipe Letelier, que lleva 16 años no consecutivos como parlamentario por el distrito 42, en la región del BíoBío. También se puede mencionar el caso del senador Carlos Bianchi, quien tiene cargos de representación popular desde 2000 cuando era concejal de la municipalidad de Punta Arenas, y está asociado a medios de comunicación en su zona a través de su esposa e hijos, socios de Voz Austral Comunicaciones Limitada, dueña de radio Soberanía y televisión regional 35TV.

En varios casos, estas autoridades forman parte de familias o clanes con extendida presencia política en sus regiones o localidades. Por ejemplo, se puede citar el mismo caso de la familia Cicardini, que tiene una importante presencia política en la región. Al alcalde de la ciudad de Copiapó entre 2008-2016, Maglio Cicardini, se suma la esposa del alcalde, Magaly Malvina Milla Montano, concejala de Copiapó desde 2012. En tanto que la hija de ambos, Daniela Cicardini Milla, es diputada por el distrito N°5, en la región de Atacama, que comprende las comunas de Chañaral, Copiapó y Diego De Almagro.

El inicio de la participación de las autoridades en las sociedades de medios encontradas puede anteceder o suceder a su elección en el cargo. Por ejemplo, se observan casos como el del alcalde de Calbuco, Rubén Cárdenas (PR), quien es el dueño de la radio Calbuco –una de las cinco emisoras de esta localidad- desde 1999, más de una década antes de ser elegido alcalde en 2012. Se constatan otros casos de autoridades que inician sociedades de medios antes o durante su mandato para luego traspasarlas a terceros. Por ejemplo, el caso del alcalde de Hualaihué, Freddy Ibacache, socio de la Sociedad Radio Emisora Hualaihué Limitada desde 2000, la que quedó en manos de su esposa una vez que fuera elegido edil de esta zona rural de la X Región. Similar es la situación del diputado Fidel Espinoza, quien en febrero de 2005, durante su primer periodo como diputado, constituyó junto con Bernardo Alejandro Espinoza Villalobos la Sociedad Difusora Fresia Limitada, propietaria de la radio FM Nuevo Amanecer. Se retira, no obstante, en noviembre del mismo año pero cede sus derechos a una persona cercana¹¹. Posteriormente, el 2013, dos hijas del diputado constituyeron la sociedad Lluvia y Mar del Reloncaví SpA, con domicilio en Puerto Montt y un capital de \$2.000.000. Esta sociedad es propietaria del 99% de la radio AM Reloncaví.

También anterior a su elección como diputada es la conformación de la sociedad “Radiodifusora Ignacia Limitada” en 2002 por parte de Clemira Pacheco Rivas, quien ha sido elegida cuatro veces diputada desde 2006. Esta sociedad –recientemente vendida- fue conformada junto a su esposo, René Carvajal Zúñiga, ex alcalde de Coronel y actual secretario regional ministerial de Obras Públicas del Bío Bío.

¹¹ De acuerdo con un reportaje publicado en [El Mercurio](#), el propio legislador describe al dueño de la radio como ‘su mejor amigo’.

Los casos brevemente reseñados, por ende, apuntan a configurar un panorama común en el cual personas que han desarrollado carreras políticas en determinadas localidades del país, y han cumplido roles de elección popular en dichas zonas, recurren a la propiedad de medios de comunicación antes de y/o durante su elección.

c. Sobre la legitimidad de la propiedad de medios por parte de autoridades electas

Desde el punto de vista de la legalidad y como se señaló en el resumen ejecutivo, la propiedad o vínculos relacionales con medios por parte de autoridades electas no representan una trasgresión a la legalidad. La pregunta por la legitimidad de la práctica es, sin embargo, otra, y requiere un estudio localizado que permita obtener información respecto de la transparencia de estos vínculos frente a la ciudadanía, las características de los sistemas informativos locales en cada una de estas zonas y el manejo tanto informativo como comercial que se haga de estos medios de comunicación.

Las tensiones a nivel territorial derivadas de la tenencia de medios por parte de autoridades locales se hicieron, no obstante, expresas en el proceso de elaboración de los casos individuales. En entrevistas realizadas a otros actores políticos o mediáticos relevantes en las respectivas zonas para la construcción de los perfiles individuales, se expresaron aprensiones respecto del uso que las autoridades puedan darle a los medios de comunicación en cuestión. Un caso emblemático en ese sentido es el ocurrido en la municipalidad de Hualaihué. En abril de 2009 la municipalidad realizó un contrato con la radio para emitir avisos legales, es decir, compró espacio publicitario. Esto fue revisado por Contraloría a petición del diputado José Antonio Kast, el 25 de febrero de 2010. Contraloría anuló el contrato entre el municipio y radio Hualaihué, de acuerdo con el dictamen 010844N10¹², donde se argumentó que la ley N°19.886, de Bases sobre Contratos Administrativos de Suministro y Prestación de Servicios, prohíbe a los órganos de la administración del Estado y de las empresas y corporaciones del Estado o en que éste tenga participación "suscribir contratos administrativos de provisión de bienes o prestación de servicios con los funcionarios directivos del mismo órgano o empresa, ni con personas unidas a ellos por los vínculos de parentesco (...) ni con sociedades de personas de las que aquéllos o éstas formen parte". Tras la controversia, el concejo municipal acordó que radio Hualaihué emitiera información importante para la comunidad de manera gratuita para el municipio, considerando que el medio de comunicación tiene un rol de servicio público en la zona.

d. Limitaciones del estudio y futuras líneas de investigación

Finalmente, resulta fundamental situar los hallazgos descritos en relación a las limitaciones de este estudio. En primer lugar, los vínculos explorados y descritos se limitan a vínculos de naturaleza societaria directa o indirecta vía cónyuge, con una metodología de trabajo particular, que no agota necesariamente otros posibles vínculos de tipo societario de detección más

¹² Dictamen de Contraloría al que se puede acceder en el siguiente link:

<http://www.contraloria.cl/appinf/LegisJuri/jurisprudencia.nsf/2c14219fb5bc2941042570990075ce9f/efd943e80c6a0bf9842576da004466d5?OpenDocument>.

compleja. Por ejemplo, en el caso de la participación de autoridades en sociedades anónimas, o en el caso potencial de participación en medios de comunicación vía sociedades de inversión. Adicionalmente, los vínculos de naturaleza indirecta podrían expandirse hacia otras relaciones cercanas de las autoridades, tales como hijos, padres, parejas de hecho, familiares o socios comerciales. En efecto, durante la realización de este estudio y a pesar de no ser parte de los objetivos del estudio se detectaron a lo menos una docena de radios asociadas societariamente a concejales o candidatos a concejales. De este modo, **los resultados presentados corresponden a una fracción de los vínculos societarios potenciales entre autoridades y medios.**

En segundo lugar, esta investigación no analizó de manera sistemática los contenidos de los medios vinculados a autoridades, en su mayoría radios, por lo que no puede establecer conclusiones respecto del **uso que estas hagan de estos medios o sus contenidos.**

En tercer lugar, es importante recordar que las relaciones entre autoridades y medios de comunicación locales se extienden más allá de las relaciones de propiedad aquí analizadas, por lo que éstas representan solo una arista, si bien importante y hasta ahora mínimamente problematizada, en la relación entre autoridades y medios locales.

Las dinámicas de comunicación política y consumo de medios en niveles locales no están mayormente exploradas en la literatura nacional. Autores como Espíndola (2008) reconocen, no obstante, que desde el punto de vista de la comunicación política, el trabajo territorial resulta crucial en la definición de procesos electorales, donde la presencia en medios de comunicación nacionales puede no ser determinante para la definición de los mismos. Por otra parte, y desde el punto de vista del comportamiento de las audiencias fuera de la Región Metropolitana, se ha establecido que estas asocian marcadamente el consumo de medios locales y regionales con la construcción de identidades locales (Arriagada y otros, 2015). En este sentido y como señala Ramírez (2012), en un ecosistema de medios de comunicación de carácter centralista, la radio cumple un rol fundamental como plataforma en la cual se logran satisfacer las necesidades comunicacionales propias del nivel local, donde las audiencias comparten no solo conexiones a determinados territorios sino a un contexto social y cultural homogéneo. Es en este contexto donde se hace necesario problematizar la propiedad de medios de comunicación por parte de autoridades locales, quienes además de cumplir funciones de representación y/o gestión de ciertos territorios, reforzarían su poder comunicacional en el nivel local con la tenencia o vinculación cercana con determinados medios de comunicación.

III. CASO DE ESTUDIO: MEDIOS, CONFLICTOS SOCIO-AMBIENTALES Y VOCES LOCALES

De manera complementaria a la información levantada y reseñada con anterioridad, que alimenta la visualización web de La Cartografía de medios de comunicación en Chile, se realizó en el marco de esta investigación un estudio de caso que persigue analizar la cobertura noticiosa de un tema de conflicto socio-ambiental en medios regionales, con énfasis en **caracterizar el**

desarrollo argumentativo del debate público sobre el caso escogido, identificar las principales fuentes informativas que logran una mayor visibilización de sus argumentos en el debate regional en relación al conflicto analizado, y finalmente comparar la manera en que los distintos medios abordan informativamente el conflicto.

El estudio de caso se realizó comparando la cobertura otorgada al conflicto asociado al proyecto Pascua Lama durante el año 2015 en tres medios de comunicación con domicilio en la ciudad de Copiapó: el Diario de Atacama, Chañarillo y el QueHayDecierto. Esta es una zona que presenta una alta concentración de conflictos socio-ambientales. El caso Pascua Lama –de extendida duración y visibilidad en medios- presenta una oportunidad para indagar en las relaciones entre medios regionales y territorio, incluyendo a actores políticos, económicos y sociales que se posicionan respecto de este conflicto.

La cobertura noticiosa analizada corresponde al año 2015, periodo en el cual el caso del proyecto minero Pascua Lama se mantuvo judicializado, luego de que la Corte Suprema ratificara en septiembre de 2013 el fallo de la Corte de Apelaciones de Copiapó que suspendió las obras en el proyecto, paralización sujeta al cumplimiento e implementación de una serie de medidas por parte de la empresa.

El Diario de Atacama es un diario impreso que se publica también en línea. Fue fundado el 1 de agosto de 1970 por Antonio Puga Rodríguez. Desde 2004 pertenece a la Empresa Periodística del norte S.A., filial de El Mercurio S.A. De acuerdo a información proporcionada a través de entrevistas con miembros del equipo editorial de este medio¹³, este periódico tiene un tiraje sobre los 2.500 ejemplares diarios y en él trabajan 13 personas, además de corresponsales de la región y reporteros ciudadanos.

Chañarillo es un diario impreso con presencia en internet. Se fundó el 16 de diciembre de 1991 y su propietario es el empresario local Alberto Bichara Nicolás. De acuerdo a datos aportados por el propio medio¹⁴, este periódico tiene un tiraje de 4.000 a 4.200 ejemplares de lunes a sábado, y de 5.000 ejemplares los domingos. Su cuerpo editorial está compuesto por 4 reporteros y 1 fotógrafo, además de corresponsales ubicados en Huasco y Chañaral.

El QueHayDecierto es un portal de noticias perteneciente a Mi Voz, red de diarios ciudadanos originada en 2005 y que hoy posee 18 medios en 14 regiones de Chile. El sitio web de Atacama

¹³ Estas entrevistas se realizaron presencialmente en Copiapó, el 14 de septiembre de 2016. Los entrevistados optaron por el anonimato.

¹⁴ Entrevista realizada en Copiapó el 14 de septiembre de 2016 con el editor del medio, Héctor Naveas.

nació en marzo de 2011 y es liderado por Carlos Martín, también editor de El Rancahuaso. De acuerdo a antecedentes proporcionadas por el editor¹⁵, las labores editoriales las asume una sola persona, con apoyos ocasionales de corresponsales de la zona.

Pascua Lama es un proyecto minero binacional, localizado en Alto del Carmen, Región de Atacama, en la frontera entre Argentina y Chile por sobre los 4 mil metros de altura. Los representantes del proyecto minero, perteneciente a la empresa canadiense Barrick Gold, han mantenido una serie de disputas desde su instalación en la zona, el año 1996, las que se han concentrado principalmente en dos ámbitos: los daños causados por el proyecto a glaciares y los conflictos generados con comunidades diaguitas asentadas en la zona. La oposición al proyecto ha provenido principalmente de organizaciones medioambientales locales, nacionales e internacionales, así como de la comunidad organizada y autoridades de la zona.

Desarrollo argumentativo en la cobertura del conflicto Pascua Lama

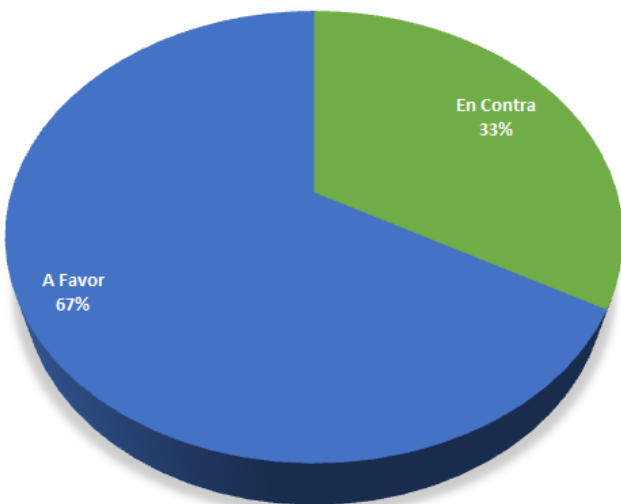
Los resultados que se presentan a continuación se basan en el análisis de 71 noticias publicadas en la prensa de la Región de Atacama sobre el conflicto Pascua Lama el año 2015. De estas noticias, 17 fueron publicadas por el diario digital QueHayDecierto, 23 por el Diario de Atacama y 31 por el diario Chañarillo. En estas notas, se codificaron y categorizaron argumentos expuestos por distintas fuentes. Estos argumentos, por ende, funcionan como unidad de registro del estudio. El total de argumentos codificados es de 154, de los cuales 22 fueron publicados por QueHayDecierto, 49 por el Diario de Atacama y 83 por Chañarillo.

Valoración del conflicto

La valoración del conflicto refiere a si los argumentos que dominaron el debate en la prensa regional se posicionan a favor o en contra del proyecto minero. Cuando se observan los datos de manera agregada es posible afirmar que los argumentos presentados en el debate público regional sobre Pascua Lama fueron mayoritariamente favorables al desarrollo del mismo. Del total de 154 argumentos codificados, un 67% (103) son favorables a Pascua Lama, en tanto que un 33% (51) son contrarios a este.

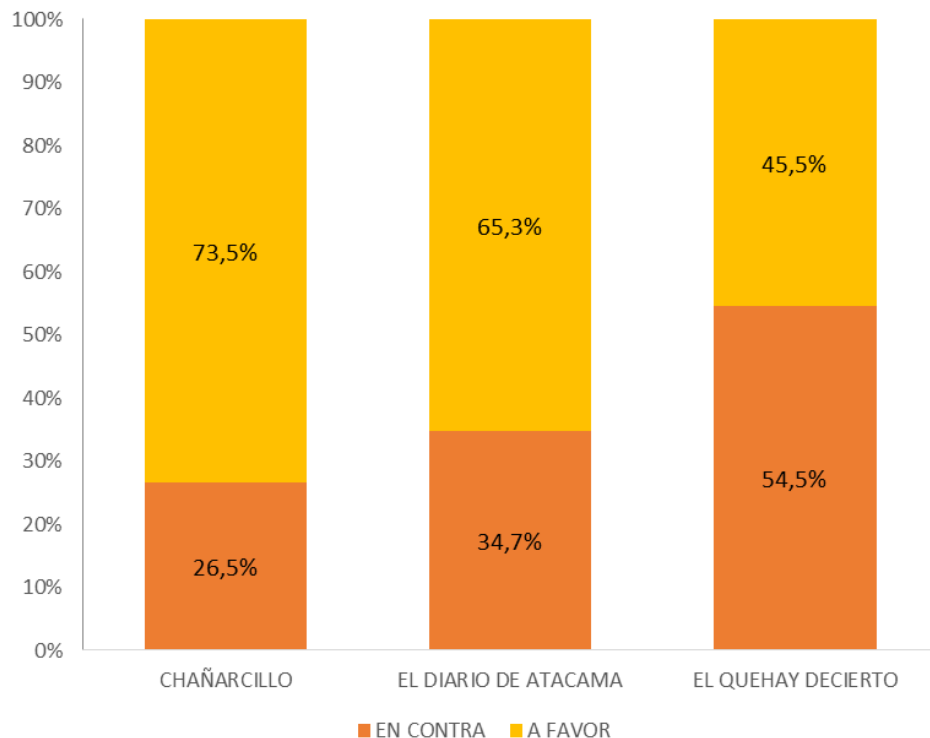
¹⁵ Entrevista telefónica con el editor del portal, Carlos Martín.

**FIGURA 2: PORCENTAJE DE VALORACIÓN DEL CONFLICTO.
MUESTRA TOTAL (N=154)**



El análisis comparado revela, no obstante, algunas diferencias entre los distintos medios. Del total de argumentos codificados en **El Diario de Atacama**, un **65% fueron a favor del proyecto**, y un 35% en contra de su desarrollo e implementación en la región. Del total de argumentos codificados en el **Diario Chañarillo**, un **73% fueron categorizados como a favor de Pascua Lama**, contra un 27% que desaprueba la iniciativa. El medio digital **QueHayDecierto** es el único que presenta una mayoría de argumentos en contra de la iniciativa de la canadiense Barrick. Del total de argumentos analizados en este medio, **45% fueron a favor** del proyecto y 55% en contra. No obstante, este medio fue el que publicó menos piezas informativas sobre el tema en el periodo analizado, por lo que tiene un peso menor en la muestra total.

FIGURA 3: PORCENTAJE DE VALORACIÓN DEL CONFLICTO POR MEDIO DE COMUNICACIÓN

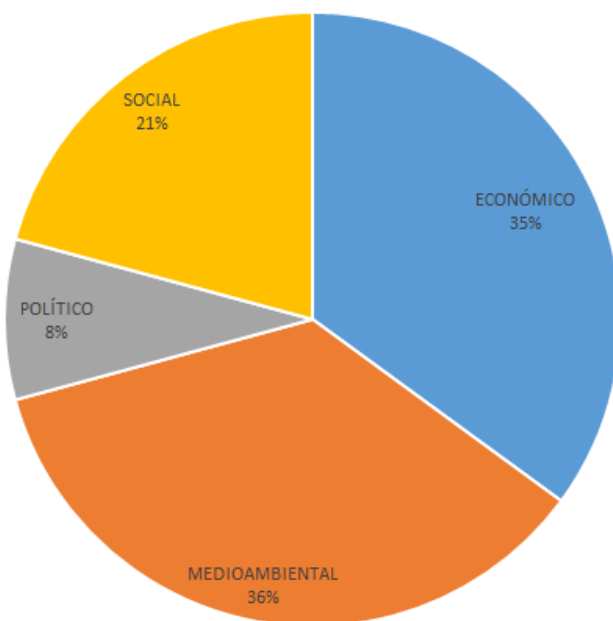


Sustancia de los argumentos

La sustancia de los argumentos desplegados por los distintos actores dice relación con el tema central en el que estos argumentos se apoyan, independientemente de que sean utilizados para resaltar beneficios o costos asociados a Pascua Lama. La sustancia de los argumentos se refiere a si los argumentos desplegados por los distintos medios analizados son de tipo económico, medioambiental, político o social.

Al mirar a los datos de manera agregada, del total de argumentos publicados por la prensa regional, los más frecuentemente expuestos son medioambientales (35,7%) y económicos (35%), seguidos por argumentos sociales (20,7%) y por último políticos (8,4%).

FIGURA 4: PORCENTAJE DE SUSTANCIA DE ARGUMENTOS. MUESTRA TOTAL (N=154)

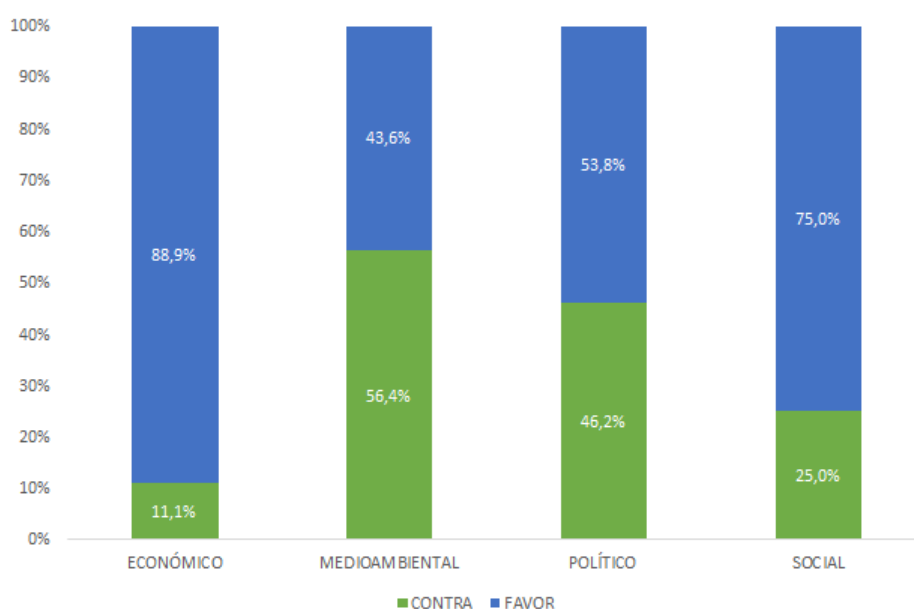


Los argumentos económicos son utilizados casi siempre para destacar los beneficios del proyecto, con alusiones al crecimiento, al empleo o al desempleo, a los mercados bursátiles o al estado de la industria minera. Los argumentos medioambientales, no obstante, se distribuyen entre valoraciones negativas y positivas del proyecto. Del total de argumentos medioambientales publicados, 56,4% son contrarios al mismo y 43,6% son favorables, entre otros aspectos referidos al trabajo medioambiental o reparatorio de la empresa.

Llama la atención que se instalan en el debate regional argumentos de valoración positiva para todas las categorías estudiadas (argumentos económicos, medioambientales, políticos y sociales). Por ejemplo, del total de argumentos de índole social que se exponen en los medios

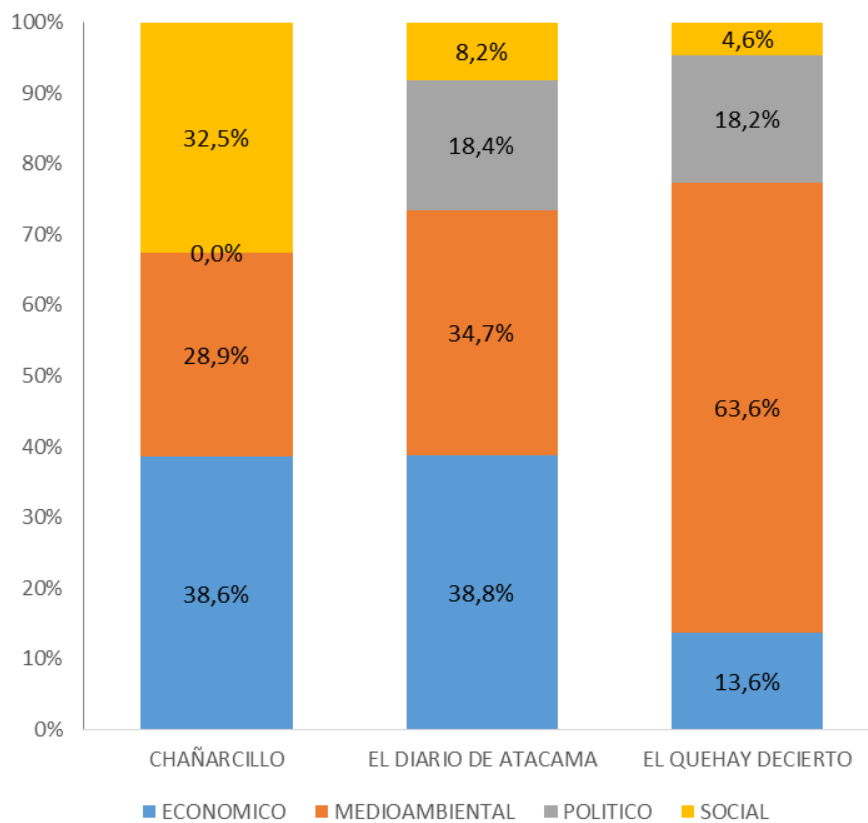
analizados, un 75% son favorables al proyecto. Este tipo de argumentos hace hincapié en la relación entre el proyecto y comunidades u organizaciones sociales, la cultura local, los pueblos originarios y relaciones entre las personas.

FIGURA 5: PORCENTAJE DE VALORACIÓN DEL CONFLICTO POR TIPO DE ARGUMENTOS



El análisis comparado de la sustancia de los argumentos expuestos entre los tres medios regionales analizados arroja algunas diferencias significativas. Del total de argumentos expuestos por El Diario Chañarillo, un 38,6% son argumentos de tipo económico, seguidos por un 32,5% de argumentos sociales, 28,9% de argumentos medioambientales, además de constatarse una ausencia de argumentos políticos. El Diario de Atacama presenta una tendencia similar. Del total de argumentos que expone, los económicos constituyen un 38,8%, los medioambientales tienen mayor presencia con 34,7%, los políticos 18,4% y los sociales solo un 8,2%. Nuevamente, el QueHayDecierto se comporta de un modo diferente a los otros periódicos; del total de argumentos analizados en este medio, un 63,6% son de sustancia medioambiental, seguidos de un 18,2% de argumentos políticos, 13,6% económicos y 4,6% sociales.

FIGURA 6: PORCENTAJE DE SUSTANCIA DE ARGUMENTOS POR MEDIO DE COMUNICACIÓN

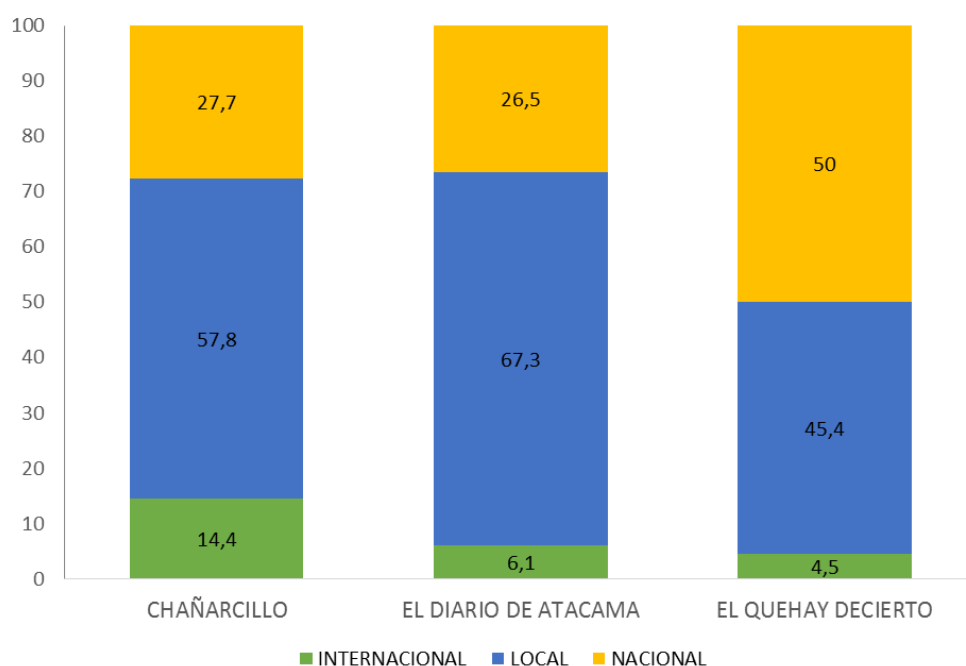


Ámbito de los argumentos

En relación al ámbito de los argumentos, es decir, la territorialidad a la que alude el argumento, estos fueron clasificados según su carácter local, nacional o internacional. La discusión sobre Pascua Lama en los medios regionales se concentra claramente en su impacto en el nivel local. Del total de los argumentos analizados, un 59,1% alude a este ámbito de consecuencias. Le siguen los argumentos nacionales, con un 30,5%, y finalmente los internacionales, con un 10,4%.

Esta proporción tiende a replicarse en los diarios Chañarillo y Diario de de Atacama, que son los que publicaron mayor cantidad de notas en el periodo analizado. Por ejemplo, del total de argumentos publicados por el Diario de Atacama, 67,3% son de carácter local vs. 57,8% en El Chañarillo. El QueHayDecierto es el único que publica argumentos que aluden al nivel local y nacional con similar frecuencia. Del total de argumentos analizados en este medio, 45,5% aluden al nivel local y 50% al nacional.

FIGURA 7: PORCENTAJE DE ÁMBITO DE ARGUMENTOS POR MEDIO DE COMUNICACIÓN

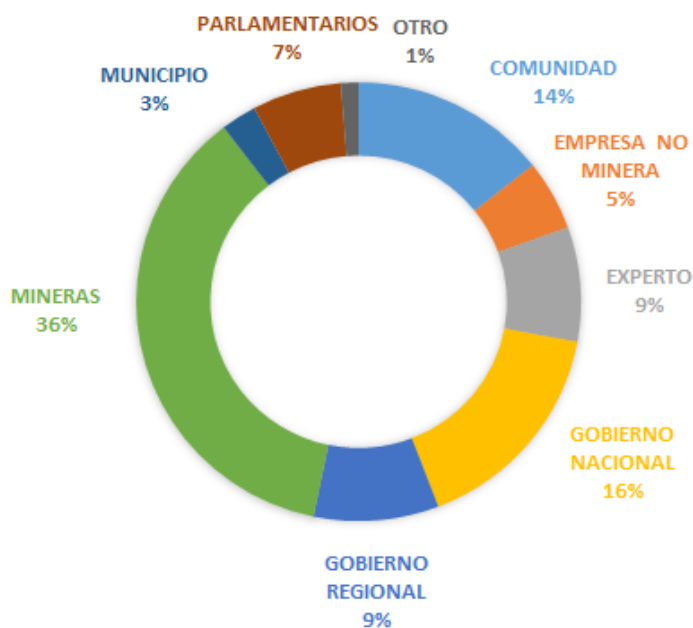


Visibilidad de fuentes en cobertura de conflicto

El análisis de fuentes apunta a detectar la capacidad de los distintos actores intervinientes en el conflicto de exponer sus puntos de vista en los medios regionales. A nivel agregado, el análisis revela una presencia mayoritaria de fuentes pertenecientes a la industria minera en noticias referidas al proyecto Pascua Lama, ya que estas exponen el 36,3% de los argumentos publicados sobre el tema, seguidas por fuentes del gobierno nacional (16,2%) y comunidades (14,3%).

Otras fuentes menos visibles en la cobertura son el gobierno regional (9,1%), expertos (8,5%), empresas no mineras (5,2%), municipio (2,6%) y parlamentarios (1,3%).

FIGURA 8. PORCENTAJES CLASIFICACIÓN DE FUENTES MUESTRA TOTAL (N=154)



Al observar cómo se comporta cada medio en relación a las voces escogidas para participar del debate, las fuentes mineras dominan la cobertura del conflicto en los tres medios. En el diario Chañarillo es donde se observa la frecuencia más alta; del total de fuentes que el medio utiliza un 44,6% pertenecen a esta industria. Este porcentaje se empina a 26,5% en El Diario de Atacama y a 27,3% en el QueHayDecierto, donde las fuentes de la industria minera también lideran las cifras en exposición de argumentos sobre el conflicto.

FIGURA 9: PORCENTAJES CLASIFICACIÓN DE FUENTES. DIARIO CHAÑARCILLO (N=83)

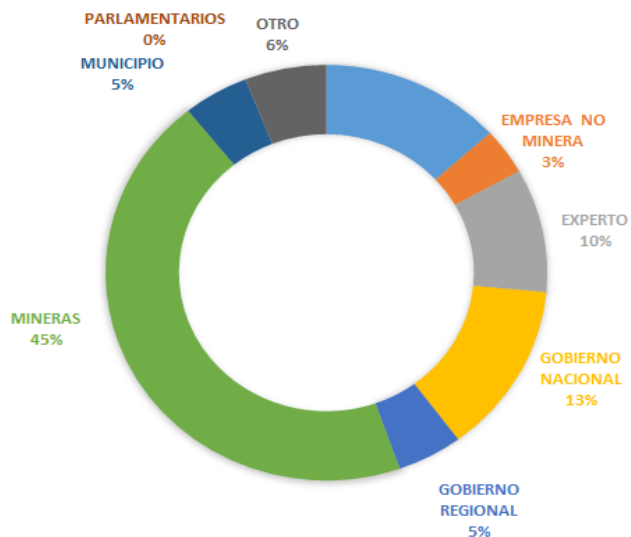


FIGURA 10: PORCENTAJES CLASIFICACIÓN DE FUENTES. DIARIO DE ATACAMA (N=49)

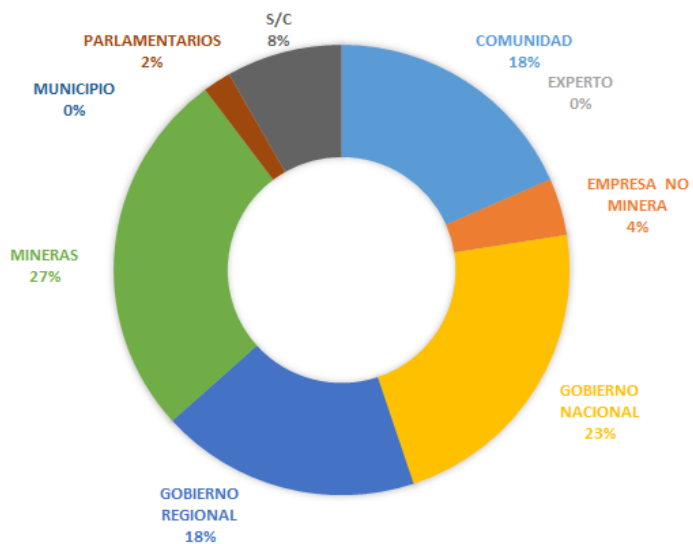
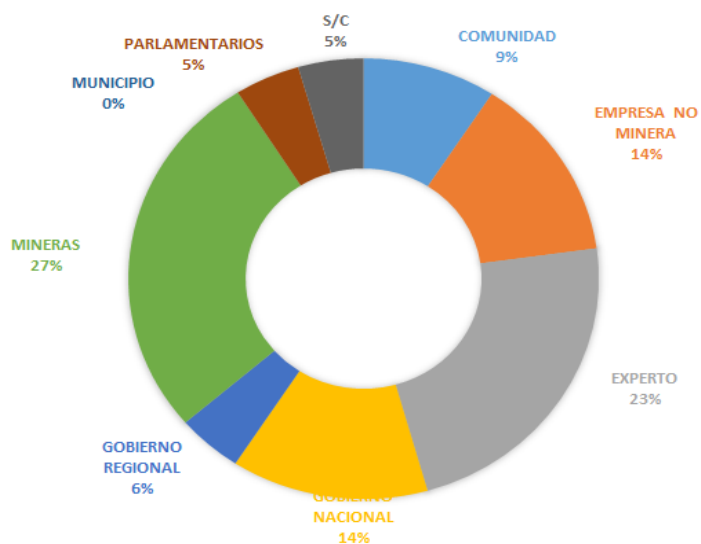
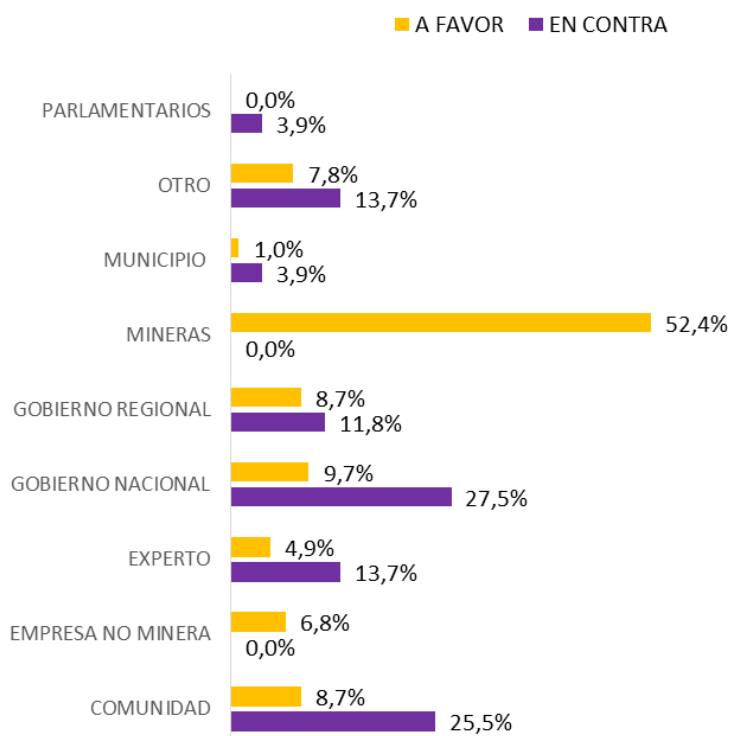


FIGURA 10: PORCENTAJES CLASIFICACIÓN DE FUENTES. QUEHAYDECIERTO (N=22)



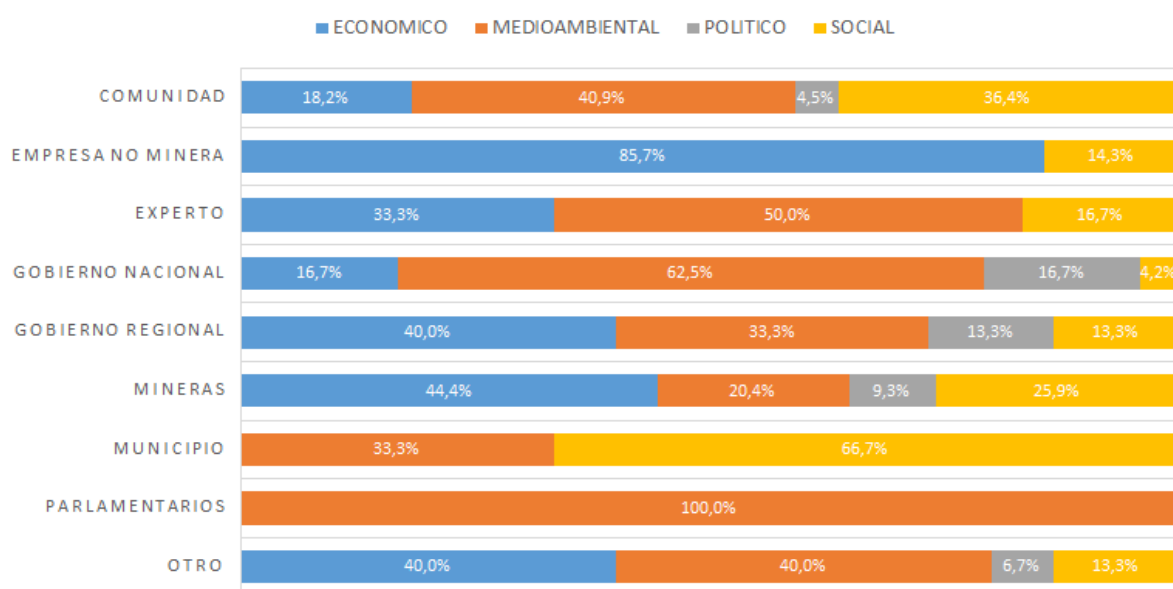
Las fuentes de la industria minera, entre las cuales destacan ejecutivos y funcionarios de Barrick, además de otras fuentes empresariales no mineras, visibilizan argumentos solo a favor del proyecto Pascua Lama. El resto de las categorías de fuentes expone argumentos en ambas direcciones (a favor y en contra), con una tendencia predominante a relevar argumentos en contra en todos los casos.

FIGURA 11: PORCENTAJE CLASIFICACIÓN DE FUENTE SEGÚN VALORACIÓN DE ARGUMENTO



En términos de la sustancia de los argumentos expuestos por las distintas categorías de fuentes, también se observan asociaciones entre tipos de fuente y sustancia de argumentos. Por ejemplo, fuentes del gobierno nacional y comunidades aparecen más frecuentemente relacionadas con argumentos de tipo medioambiental. Fuentes mineras y empresariales no mineras tienden a visibilizar argumentos de corte económico. No obstante, las fuentes mineras también exponen otro tipo de argumentos, especialmente de tipo medioambiental y social, siempre asociados a una valoración positiva del proyecto.

FIGURA 12: PORCENTAJE CLASIFICACIÓN DE FUENTE SEGÚN SUSTANCIA DE ARGUMENTO



Conclusiones principales análisis de contenido

A partir de los datos presentados anteriormente, se pueden establecer algunas conclusiones en relación al desarrollo argumentativo del proyecto y la visibilidad de fuentes en el conflicto, así como identificar diferencias entre los medios analizados.

Sobre el desarrollo argumentativo del proyecto

La cobertura regional del conflicto socio-ambiental asociado al proyecto Pascua Lama en el año 2015 fue **mayoritariamente favorable al proyecto minero**. El análisis de contenido en El Diario de Atacama, Chañarillo y QueHayDecierto apunta a que los **argumentos más frecuentemente expuestos en el debate regional sobre el proyecto Pascua Lama son argumentos que destacan los impactos económicos positivos del proyecto, tanto a**

nivel nacional, en términos de crecimiento; **como a nivel local**, en términos de generación de empleo y otras oportunidades de desarrollo económico (31,1% de los argumentos publicados en estos medios son a favor de tipo económico). Le siguen en términos de frecuencia los argumentos de tipo medioambiental que destacan los costos o externalidades negativas del proyecto (20%). No obstante, **se constata una presencia relevante de argumentos de sustancia medioambiental de valoración positiva hacia el proyecto (15,5%)**, los que se asocian primariamente a fuentes informativas de la industria minera. Por último, se exponen con frecuencia significativa argumentos sociales favorables al proyecto (13,6%), todos localizados en el ámbito de los positivos impactos locales que la presencia de Barrick en la zona tendría para la comunidad.

Sobre el análisis de fuentes

Las características del desarrollo argumentativo del conflicto se explican por la alta presencia que las fuentes de la industria minera logran en la cobertura del conflicto, ya que estas concentran el 36,3% de las apariciones totales. Sumadas con fuentes empresariales no mineras, las **fuentes del ámbito económico-empresarial capturan el debate regional sobre el proyecto Pascua Lama, con 41,5% de las apariciones**. Son seguidas por fuentes de gobierno nacional (16%) y por fuentes de la comunidad (14,3%). Ahora bien, si agrupamos las fuentes del gobierno nacional con las del gobierno regional, municipios y parlamentarios, las **fuentes del ámbito político-gubernamental alcanzan un 29,2% de las apariciones**.

Por una parte, es posible constatar que las fuentes de la industria minera -que tienden a mostrar altos niveles de profesionalización en su relación con los medios de comunicación- logran establecer sus definiciones sobre el proyecto Pascua Lama de manera bastante exitosa. Por otra parte, **las voces locales son, por lo tanto, desplazadas por el dominio de las fuentes empresariales mineras y las fuentes del gobierno nacional**, las que o bien destacan las fortalezas del proyecto o bien desmaterializan el conflicto y lo llevan a una discusión económica de carácter nacional. **Mientras el conflicto se encuentra judicializado, por ende, las fuentes mineras logran a nivel regional mantener una cobertura noticiosa favorable al proyecto, logrando instalar argumentos económicos, sociales e incluso medioambientales de connotación positiva**.

Análisis comparado de medios

En el análisis comparado de los medios, El Chañarcillo y El Diario de Atacama tienden a visibilizar argumentos de índole similar, en tanto valoración y sustancia (argumentos de índole económica favorables al proyecto). No obstante, a nivel de fuentes se observan importantes diferencias. El Chañarcillo ofrece una alta visibilidad a fuentes de la industria minera, lo que se puede asociar a

su limitada capacidad editorial y a su tendencia a reproducir informaciones de medios de comunicación de circulación nacional, así como informaciones provenientes de las mineras, vía comunicados de prensa u otros subsidios informativos.

El Diario de Atacama, en tanto, evidencia una capacidad mayor de desarrollar temas propios y presenta mayor equilibrio en sus fuentes, ya que las fuentes mineras son seguidas de cerca por otras de índole político (gobierno nacional y regional) y de las comunidades. El que tiende a comportarse de modo distinto es el diario electrónico de carácter ciudadano El QueHayDecierto, que mantiene una postura más equilibrada en la valoración de los argumentos presentados, con una leve tendencia a visibilizar más argumentos contrarios a Pascua Lama. Siendo un medio de capacidades profesionales mínimas, es el medio que proporcionalmente visibiliza más argumentos medioambientales, no obstante publica una cantidad baja de noticias sobre el tema en el periodo analizado.

Además de las **condiciones de producción de noticias y los distintos niveles de profesionalización que presentan estos medios, las distintas estructuras de propiedad de los mismos podrían ofrecer valor explicativo para entender estas diferencias.** El QueHayDecierto es un medio que pertenece a una cadena de medios ciudadanos, mientras que Chañarillo y El Diario de Atacama son medios de índole comercial, el primero propiedad de un empresario de la zona y el segundo perteneciente a la cadena de diarios regionales de El Mercurio S.A.

3. DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA METODOLOGÍA UTILIZADA (INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS)

El diseño metodológico del estudio puede ser descrito como un diseño mixto, basado en datos (data-driven) que combina múltiples herramientas de recolección y análisis de datos, en particular: análisis descriptivos de bases de datos, análisis de contenido, y estrategias de reporteo periodístico tradicional. Adicionalmente, el proyecto incorpora un requerimiento de visualización de datos, el que se expresa en el objetivo general del proyecto que es generar un mapa analítico de relaciones entre empresas periodísticas, figuras políticas y temas de conflicto a nivel nacional.

Es posible identificar tres etapas de trabajo fundamentales en la ejecución del proyecto: (1) la construcción de bases de datos, (2) el análisis de los datos y (3) el modelamiento y visualización de datos. Cada una de estas etapas involucró y combinó distintos métodos de recolección y análisis de datos. Como resultado principal del proyecto, apuntamos a la construcción de una visualización de acceso público con una serie de entidades geo-referenciadas (medios de

comunicación, autoridades y conflictos socio-ambientales), y un sistema de relaciones para algunas de esas entidades (autoridades con relaciones de propiedad con medios de comunicación, ya fueren directas o indirectas a través de sus cónyuges). A continuación, describiremos los principales aspectos de las etapas metodológicas enunciadas:

(1) Construcción de bases de datos:

Las bases de datos se construyeron con información de acceso público, como se detalla a continuación:

Base de medios

Para la primera etapa de implementación de la Cartografía de Medios, se construyó una base de datos que incluye diarios y radios (AM y FM) de carácter regional y local en todo el territorio nacional, no pertenecientes a cadenas nacionales.

La base de datos quedó conformada por 792 registros, los que fueron caracterizados con información sobre tipo de medio, dial (en el caso de las radios), nombre de fantasía del medio, nombre de la sociedad propietaria del medio, RUT de la sociedad, información sobre los socios que integran dicha sociedad y sobre el representante legal del medio, dirección del medio y página web cuando la hubiere.

Esta información se levantó en base a una sistematización de información pública disponible, utilizando como fuente principal a la Subtel, para el caso de las radios, así como bases de datos de ARCHI y Servel. La información societaria sobre medios de comunicación fue complementada y/o verificada en la base de datos del Diario Oficial, además de otras fuentes documentales.

La geo-localización de los medios se realizó en base a las direcciones que las sociedades propietarias reportan, siendo para esto Subtel la fuente de información principal. Para ello se privilegió la dirección del estudio (en vez de la localización de la antena, frecuentemente ubicadas en áreas no pobladas). En ocasiones donde la información no estuviera disponible por esta vía, se rescató a través de estrategias de verificación directa (direcciones reportadas en website del medio y consulta telefónica al medio).

Base de Autoridades

Para sistematizar la información sobre autoridades políticas y sus vínculos societarios, se construyó una base de datos con información sobre todas las personas que cumplían funciones como alcaldes, diputados y senadores durante 2016. Estas personas fueron caracterizadas con la siguiente información: territorio que representa la autoridad (región y comuna(s), circunscripciones y distritos según corresponda), nombres y apellidos, partido político, estado civil y sociedades en las cuales participa. Adicionalmente, para aquellas autoridades casadas, se levantó información sobre el cónyuge y las sociedades donde éste participa. Adicionalmente, para aquellas autoridades con sociedades comerciales, se levantó información sobre los socios comerciales de las autoridades.

La base de datos de autoridades se construyó a partir de información disponible en las páginas web de la Subdere (Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo) y del Servicio de Registro Civil e Identificación. En contadas ocasiones, se hicieron solicitudes a través del Portal de Transparencia, especialmente para solicitar información sobre el estado civil de las

autoridades, cuando éste no se encontraba disponible. La información sobre sociedades se levantó utilizando la base de datos del Diario Oficial y complementando, en los casos donde esta información se encuentra disponible, con las Declaraciones de Intereses publicadas por las autoridades.

Base de Conflictos socio-ambientales

Con la finalidad de mapear los conflictos socio-ambientales vigentes al año 2015 en todo el territorio nacional, se construyó una base de datos utilizando fuentes de información secundaria y privilegiando el catastro realizado para el Mapa de conflictos socio-ambientales en Chile del Instituto Nacional de Derechos Humanos (versiones 2012 y 2016).

Para efectos de su presentación en la cartografía web, estos conflictos fueron caracterizados de acuerdo con su ubicación geográfica (región y comuna), el estado del conflicto a 2015 (activo, latente), así como el tipo de conflicto, caracterizándolo según la ausencia o presencia de las siguientes características basales: contaminación, agua, minero, eléctrico, indígena, laboral, inmobiliario, forestal.

Adicionalmente, cada conflicto se asoció a coordenadas para su posterior geo-referenciación en la cartografía. Estas coordenadas reflejan la ubicación aproximada del proyecto vinculado al conflicto –si aplica- o bien una zona geográfica de referencia, cuando no existe un proyecto sino que se trata de un conflicto que afecta un área geográfica más extendida.

(2) Análisis de datos

El análisis de datos se desarrolló a través de dos rutas complementarias. Primero, la búsqueda y detección de vínculos de propiedad entre políticos y medios de comunicación a partir de la información levantada, y el desarrollo de casos con fuentes abiertas y documentales. Segundo, el desarrollo de un estudio de caso orientado al análisis de contenido de la cobertura de un conflicto socio-ambiental, con énfasis en el tratamiento de fuentes.

Detección de vínculos de propiedad y desarrollo de casos

La detección de vínculos de propiedad entre políticos y medios se realizó durante el levantamiento de datos, cotejando información sobre aquellas sociedades en las que las autoridades tienen participación y la información sobre las sociedades de medios. Por ende, la detección de vínculos se basó en el análisis de información de tipo societaria. Esta tarea de análisis fue fundamentalmente “manual” y requirió un trabajo de verificación de datos posterior, incluyendo el discernimiento entre datos válidos e inválidos (por ejemplo, sociedades de medios sin existencia confirmada, sociedades del ámbito de las comunicaciones sin relación con empresas de medios).

Una vez que un conjunto de casos de autoridades con vínculos de propiedad fue detectado, se desarrollaron estos casos de manera individual, consultando múltiples fuentes documentales y, para algunos casos, recurriendo a fuentes abiertas (entrevistas presenciales o telefónicas, por

ejemplo). Estos casos fueron añadidos a la cartografía web y también sirvieron como insumo para establecer conclusiones de tipo analítico sobre la propiedad de medios por parte de autoridades políticas.

Metodología Análisis de Contenido

El análisis de contenido realizado para desarrollar el caso de estudio sobre la cobertura ofrecida por medios regionales al conflicto de Pascua Lama es una adaptación del método propuesto por Howland, Becker y Prelli (2006), y se orienta a la reconstrucción del desarrollo argumentativo de conflictos sociales en medios de comunicación, así como a la identificación de las fuentes intervinientes principales en la representación mediada de dichos conflictos.

El análisis de contenido se inicia con la identificación de un corpus de noticias a analizar, el que constó de 71 noticias. Este corpus corresponde a todo el material publicado por los medios escogidos sobre Pascua Lama el año 2015, luego de descartar duplicaciones o notas breves¹⁶. Cada noticia fue analizada con el propósito de identificar y clasificar el tipo de argumentos expuesto sobre el conflicto en estos medios, así como las fuentes que emitieron dichos argumentos. Se codificó un total de 154 argumentos, los que operaron como unidad de registro. Cada argumento se registró en conjunto con la fuente que lo emitió, y estas a su vez fueron categorizadas según su pertenencia al gobierno nacional, gobierno regional, parlamentarios, comunidad, mineras, empresas no mineras y expertos, luego de una primera revisión de textos que permitió identificar estas categorías de fuentes como aquellas más frecuentemente utilizadas por los medios analizados para cubrir el conflicto.

Durante el análisis de textos, los codificadores evaluaron (1) la dirección de cada argumento (a favor o en contra del proyecto)¹⁷, (2) la sustancia de dicho argumento (naturaleza económica, medioambiental, política o social) y (3) el ámbito al que el argumento refería (local, nacional o internacional). A partir de esta categorización, a cada argumento publicado se le asigna un código. Por ejemplo, un argumento a Favor (F) del proyecto, de índole Económico (E) y ámbito Nacional (N) es categorizado como FEN. A partir de este sistema, se presentan 24 combinaciones posibles: 24 combinaciones posibles: FEI, FEN, FEL, FPI, FPN, FPL, FMI, FMN, FML, FSI, FSN, FSL, CEI, CEN, CEL, CPI, CPN, CPL, CMI, CMN, CML, CSI, CSN, CSL. Este método de codificación permite cuantificar la dirección, sustancia y ámbito de los argumentos con el objetivo de (1)

¹⁶ La búsqueda se realizó utilizando el buscador de noticias proporcionado por la empresa NexNews.

¹⁷ Las categorías a favor o en contra se construyeron observando si los argumentos destacaban los beneficios o los costos asociados al proyecto Pascua Lama. Entre otros, se categorizaron como “a favor”, argumentos relacionados con el rol del proyecto en la generación de empleo y crecimiento, aportes económicos o de otro tipo hechos por la empresa en la zona, resoluciones judiciales a favor de la empresa o señales de entendimiento de la empresa con otros actores. Entre otros, se categorizaron como “en contra” aquellos argumentos que asociaron al proyecto con daños medioambientales y/o a la salud de las personas: resoluciones judiciales o administrativas en contra del funcionamiento del proyecto, señales o anuncios de la empresa sobre el cierre de faenas, así como conflictos de la empresa con otros actores.

describir el paisaje argumental que dominó el debate sobre Pascua Lama en la prensa local el 2015, (2) determinar qué fuentes tuvieron mayor visibilidad en dichos reportes y qué tipo de argumentos lograron instalar y (3) comparar la cobertura sobre el conflicto en los tres medios analizados. El nivel de acuerdo entre los codificadores fue del 95%, de acuerdo al test de fiabilidad realizado en la etapa de pilotaje del análisis de contenido (Ver Anexo 6).

(3) Modelamiento y visualización de datos:

Los datos levantados en el punto 1 (Construcción de Bases de Datos) se orientan, por una parte, a su geo-referenciación en una visualización web, y por otra al establecimiento de relaciones para un sub-conjunto de las entidades geo-referenciadas, en particular las autoridades y los medios que presentan vínculos de propiedad.

El estudio contó con un asesor externo que desarrolló un modelo y base de datos (Ver modelo de datos en Anexo 7) que permitiera cumplir ambos fines y conectarse con la visualización web. El modelo de datos identifica tres tipos de entidades centrales: (1) sociedades (de medios y otras), (2) personas (autoridades, cónyuges de autoridades, socios de autoridades, socios y representantes legales de medios de comunicación) y (3) conflictos, las que tienen relaciones con otras entidades (por ejemplo, una persona es cónyuge de una autoridad y dueña de un medio de comunicación).

En términos simples, el modelo de datos construye relaciones entre personas (cónyuges, socios) y entre personas y empresas (políticos dueños de un medio de comunicación, así como otras personas –autoridades, sus cónyuges o sus socios- que participen en sociedades de distinta índole). Adicionalmente, permite geo-referenciar las entidades que se almacenen en el modelo con información geográfica, tarea que fue realizada para los medios de comunicación y los conflictos socio-ambientales.

Para el desarrollo de la visualización fue necesario cargar la información levantada en la etapa 1 de acuerdo a los criterios definidos en el modelo de datos. La visualización, articulada en torno al mapa de Chile, se transforma en el principal resultado y herramienta de difusión del proyecto. Esta visualización permite al usuario recorrer el mapa y visualizar –de manera conjunta o separada, a través de la aplicación de filtros- los medios de comunicación locales y regionales, y los conflictos socio-ambientales que convergen en ciertos espacios geográficos, circunscribiendo actores (mediáticos, políticos, empresariales) a territorios específicos, y abriendo –por ende- distintas rutas de indagación para los usuarios de la visualización, sean estos ciudadanos corrientes, periodistas o investigadores (ver Anexo 8).



Comisión Nacional de Investigación
Científica y Tecnológica - CONICYT

4. DESCRIPCIÓN Y CUMPLIMIENTO DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS Y SUS MEDIOS DE PRUEBA

Describe el cumplimiento de los objetivos/actividades planteados para la ejecución del estudio. Marque con una X el casillero correspondiente.

Objetivos/actividades	Cumplimiento			Fundamentar el cumplimiento parcial o incumplimiento
	Total	Parcial	No	
1. Enumerar y geo-localizar a las empresas periodísticas de carácter local/regional, sus propietarios y sus medios asociados en todo el territorio chileno, descartando los medios pertenecientes a sociedades de alcance nacional y/o a medios comunitarios.	X			
2. Describir los vínculos de propiedad y relacionales con funcionarios públicos elegidos mediante sufragio universal (Alcaldes, Diputados y Senadores) en los medios enumerados en el objetivo específico 1.	X			
3. Caracterizar los temas de conflicto a nivel regional durante el año 2015.	X			
4. Seleccionar un tema de conflicto específico entre los caracterizados en el objetivo 3, que sea relevante a nivel regional, y analizar el contenido de los textos informativos relativos a él.	X			



5. Detectar la influencia de los vínculos de propiedad y relacionales en los medios de comunicación escritos y el tratamiento que estos realizan del tema de conflicto seleccionado.		X		Durante el desarrollo del estudio, no se detectaron medios escritos vinculados societariamente con autoridades políticas. Por ello, el análisis de contenido se desarrolló en una zona de alta concentración de conflictos socio-ambientales en tres medios escritos con distintas estructuras de propiedad. Este análisis permitió describir la cobertura sobre el conflicto escogido e identificar las fuentes que dominaron esta cobertura a nivel local, así como identificar diferencias entre los medios estudiados que podrían explicarse por sus diversas estructuras de propiedad. No obstante, este análisis no permite establecer conclusiones respecto de propiedad de medios por parte de autoridades y la cobertura del tema seleccionado, por las razones anteriormente expuestas.
6. Sistematizar los datos obtenidos para la generación de un mapa analítico publicable en web.	X			

Otro(s) aspecto(s) que Ud. considere importante(s) en la evaluación del cumplimiento de los objetivos y actividades planteados en la propuesta original.

5. PRODUCTOS GENERADOS A LA FECHA (PUBLICACIONES U OTROS)

En esta sección debe incluir **todo** documento o material cuyo contenido corresponda substancialmente a los objetivos del estudio que se informa y en los que se indique el N° del



Comisión Nacional de Investigación
Científica y Tecnológica - CONICYT

estudio y/o Nombre.

- Primera versión de la página web Cartografía de Medios, a la fecha alojada en URL de prueba y próxima a ser trasladada a <http://periodismo.uahurtado.cl/> (Ver Anexo 8).
- Artículo “Periodismo de datos como método de investigación: ¿puente en la división práctica/academia?”, presentado en el III Congreso de Investigadores en Comunicación (Incom) y publicado en las actas de la conferencia: <http://incomchile.cl/wp-content/uploads/2012/03/Actas2016.pdf>.
- Bases de datos con información de radios y diarios no pertenecientes a cadenas nacionales (Ver Anexo 1)
- Bases de datos con información sobre senadores, diputados y alcaldes que se encontraban en ejercicio durante 2016, junto a información societaria asociada a cada uno de ellos (Ver Anexo 2)

Destaque otros logros del estudio:

Cualquier otro logro no contemplado en los ítem anteriores y que Ud. quiera destacar.

Durante el desarrollo del proyecto, hubo dos instancias de difusión del mismo que se señalan a continuación:

- **II Seminario sobre pluralismo y medios de comunicación en Chile: Conflictos sociales y poder**, realizado el viernes 21 de octubre de 2016 en el Aula Magna de la Universidad Alberto Hurtado. Además de presentar los resultados del proyecto, este encuentro contó con ponencias de dos invitados internacionales. Primero, el **periodista y editor mexicano Ignacio Rodríguez Reyna**, director de la revista Emeequis, quien presentó una charla titulada “Medios, fuentes de financiamiento y poder político”. Segundo, la **periodista Hassel Fallas**, editora de la unidad de datos diario La Nación de Costa Rica, quien presentó la ponencia “Investigando al poder político y empresarial usando el periodismo de datos”. Finalmente, el encuentro cerró con una mesa de discusión en torno a la pregunta **¿Cuáles son los próximos desafíos para avanzar hacia un sistema informativo más plural en Chile?** En esta mesa participaron Mónica Maureira, profesora de la Universidad Diego Portales y consultora experta en comunicación y género; la periodista María Pía Matta, asesora de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias; Hans Stange, académico e investigador ICEI, Universidad de



Chile; y Bárbara Fuentes, directora de docencia de la Escuela de Periodismo de la Universidad Adolfo Ibáñez. Cabe destacar que estos dos últimos invitados se refirieron a resultados de investigaciones realizadas gracias al Fondo de Pluralismo en el Sistema Informativo Nacional.

- Presentación de una ponencia (*Mapping the links between local media and political networks using data journalism as research method*) en la conferencia *Media and governance in Latin America*, que se desarrolló en el Departamento de Comunicaciones de la Universidad de Leeds, Reino Unido, como pre-conferencia del encuentro anual de la IAMCR 2016, el 25 y 26 de julio del mismo año.

6. CONSIDERACIONES FINALES

Creemos que es posible identificar dos áreas centrales de contribución de este estudio:

1. **Desde el punto de vista de sus resultados**, la investigación entrega información sobre los vínculos entre autoridades y medios de comunicación, especialmente en circuitos de comunicación locales frecuentemente pasados por alto en análisis del sistema informativo a escala nacional, donde los énfasis suelen ponerse en la concentración de propiedad por parte de conglomerados empresariales de escala nacional. Si bien estos últimos representan amenazas al derecho de información desde el punto de vista de las necesidades locales de las comunidades, el hecho de que algunas autoridades establezcan lazos de propiedad o relacionales tan estrechos con medios locales abre otro tipo de interrogantes en relación a las asimetrías comunicacionales que afectan a numerosos grupos sociales. Estos **resultados sugieren la importancia de desarrollar líneas de investigación que permitan profundizar en la indagación sobre el tipo de relaciones que las autoridades políticas establecen con los medios de comunicación en el nivel sub-nacional.**

2. **Desde el punto de vista de su metodología**, este estudio contiene elementos innovadores al desarrollar un diseño de investigación mixto que contempla el uso de técnicas de investigación periodística con otras técnicas de recolección y análisis de datos como el análisis de contenido, tendiendo puentes entre prácticas disciplinares que suelen correr por carriles separados en el área de los estudios sobre periodismo, medios y comunicaciones. Adicionalmente, los datos y resultados se orientaron a la visualización de resultados y la producción de una cartografía web

que admite escalabilidad en el futuro. Adicionalmente, la presencia de la cartografía en web conlleva mayores posibilidades de difusión y potencial expansión de los datos recolectados, a partir de la **interacción de usuarios con el sitio web**.

7. BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTOS UTILIZADOS

- Arriagada, A., Correa, T., Scherman, A., & Abarzúa, J. (2015). Santiago no es Chile : brechas , prácticas y percepciones de la representación medial en las audiencias chilenas Santiago is not Chile : Gaps , practices , and perceptions of. *Cuadernos.info*, (37), 63–75.
- Couso, J. (2012). El mercado como obstáculo a la libertad de expresión: La concentración de la prensa escrita en Chile en la era democrática. In B. Sorj (Ed.), *Democracia y medios de comunicación. Más allá del Estado y el Mercado* (pp. 109–142). Buenos Aires: Catálogos SRL.
- Espíndola, R. (2006). Electoral campaigning in Latin America's new democracies: the Southern Cone. In K. Voltmer (Ed.), *Mass Media and Political Communication in New Democracies* (pp. 115–132). New York: Routledge/ECPR Studies in European Political Science.
- Howland, D., Becker, M. L., & Prelli, L. J. (2006). Merging content analysis and the policy sciences: A system to discern policy-specific trends from news media reports. *Policy Sciences*, 39(3), 205–231.
- Mastrini, G., & Becerra, M. (2006). *Periodistas y Magnates: Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*. Buenos Aires: Prometeo Libros.
- Monckeberg, M. O. (2009). *Los magnates de la prensa*. Santiago: Debate.
- Ramírez Cáceres, J. D. (2012). La concentración de la propiedad radial en Chile: las exigencias de nuevos paradigmas entre Globalidad y Localidad. *Revista de Estudios Para El Desarrollo Social de La Comunicación*, 5, 309–328.
- Sunkel, G., & Geoffroy, E. (2002). Concentración económica de los medios de comunicación. Peculiaridades del caso chileno. *Comunicación Y Medios*, 13, 135–150.
- 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.



Comisión Nacional de Investigación
Científica y Tecnológica - CONICYT

ANEXOS

Se adjuntan los siguientes anexos:

- Anexo 1: Base de datos medios + Diccionario de datos
- Anexo 2: Base de datos autoridades + Diccionario de datos
- Anexo 3: Base de datos conflictos + Diccionario de datos
- Anexo 4: Casos individuales políticos con vínculos a medios
- Anexo 5: Base de datos análisis de contenido + Diccionario de datos
- Anexo 6: Test de acuerdo codificadores
- Anexo 7: Imagen Modelo de Datos Cartografía web
- Anexo 8: Imágenes de Cartografía web

