

PRISMA SOCIAL N°18

CIUDADANÍA DIGITAL Y OPEN DATA ACCESS

JUNIO 2017 - NOVIEMBRE 2017

SECCIÓN ABIERTA | PP. 482-513

RECIBIDO: 31/3/2017 – ACEPTADO: 20/5/2017

CALIDAD PERIODÍSTICA Y CRISIS SOCIOAMBIENTALES

EL CASO DE AGROSUPER EN FREIRINA (CHILE)

JOURNALISTIC QUALITY AND SOCIO-
ENVIRONMENTAL CRISIS

THE CASE OF AGROSUPER AT FREIRINA (CHILE)

DRA. LORENA RETAMAL FERRADA

ACADÉMICA FACULTAD DE COMUNICACIÓN, HISTORIA Y CIENCIAS SOCIALES, UNIVERSIDAD CATÓLICA DE LA SANTÍSIMA CONCEPCIÓN, CHILE

LORENARETAMAL@UCSC.CL

DR. FERNANDO MARTÍNEZ VALLVEY

ACADÉMICO FACULTAD DE COMUNICACIÓN, UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA, ESPAÑA

FMARTINEZVA@UPSA.ES

DR. JOSÉ DAVID URCHAGA LITAGO

ACADÉMICO FACULTAD DE COMUNICACIÓN, UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA, ESPAÑA

JDURCHAGALI@UPSA.ES

ESTE TRABAJO FORMA PARTE DEL PROYECTO DIN 13/2015 FINANCIADO POR LA DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE LA SANTÍSIMA CONCEPCIÓN, CHILE. LOS RESULTADOS PRELIMINARES DE ESTE PROYECTO SE PRESENTARON EN EL V CONGRESO DE LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN (MADRID, 2016). LA PRESENTACIÓN FUE POSIBLE GRACIAS AL FINANCIAMIENTO DE ACTIVIDADES ACADÉMICAS (FAA) QUE ENTREGA CADA AÑO LA DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE LA SANTÍSIMA CONCEPCIÓN, CHILE.



prisma
social
revista
de ciencias
sociales

RESUMEN

Los conflictos socioambientales generan disputas entre actores sociales, los cuales expresan posiciones diferentes con respecto a un tema, que vulnera los derechos humanos o que provoca grave impacto ambiental. Al mismo tiempo, los conflictos socioambientales suelen alcanzar a la opinión pública. El objetivo de este estudio es identificar el uso de fuentes utilizadas por los medios chilenos durante la cobertura informativa de la crisis que afectó a Agrosuper y a los habitantes de Freirina (Chile), por la contaminación que generó la actividad productiva de la empresa (2012). Metodología. Para este estudio se utilizó el análisis de contenido de 9 medios nacionales y regionales (prensa, portal de noticias, sitio web de radios y noticieros televisivos). El periodo de estudio correspondió a mayo y diciembre de 2012. Se analizaron 302 noticias. Los resultados muestran una notoria debilidad en el número y tipo de fuentes utilizadas. Habitualmente, los medios chilenos solo utilizan una fuente, por lo que la mayoría no hay contraste de fuentes (55,3%). Las fuentes más utilizadas son las institucionales (67%).

PALABRAS CLAVE

Calidad informativa; fuentes periodística; conflicto socioambiental; medios de comunicación chilenos; Agrosuper; Freirina.

ABSTRACT

Socio-environmental conflicts generate disputes between different stakeholders, who express different points of view about a subject that infringes human rights or provokes a severe environmental impact. At the same time, socio-environmental conflicts usually affect public opinion. The aim of this studio is to identify the use of information sources utilized by the Chilean media during the coverage of the crisis which affected Agrosuper and the population of Freirina (Chile), due to the pollution that generated the productive activity of that company (2012). Methodology. The content of several national and regional medias (newspapers, news portal, radio and television) was analyzed from May to December 2012. 302 pieces of news were analyzed. Results obtained reveal a remarkable weakness in the number and type of information sources used to cover this socio-environmental conflict. It's known that Chilean media generally use only one source, and as a result most of news aren't mentioned (53.3%). The most used sources belong to the institutional sources (67%).

KEYWORDS

Journalistic quality; Journalistic sources; Social and environmental conflict; Chilean media; Agrosuper; Freirina.

1. INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación se posicionan como agentes de importancia en el proceso de construcción social de la realidad mediante la transmisión de una serie de mensajes que contribuyen a la definición del acontecimiento. Para Quarantelli (2002), los medios de comunicación conforman un sistema social complejo y difícil de estudiar. En concreto, son una realidad particular que se rige por normas y valores que no necesariamente son compartidos por todos los sectores sociales. Al mismo tiempo, tienen definiciones propias sobre cuál es su papel en la sociedad, qué es una noticia, cómo deben ser tratadas y de qué manera los periodistas deben interpretar lo que sucede en el entorno. Los medios están orientados por determinadas políticas, normativas e intereses empresariales y profesionales, que imponen ciertos límites a *La Hora* de seleccionar y elaborar las noticias (Shoemaker & Reese, 1994).

La forma en que están constituidos los medios como conglomerados empresariales e instituciones socioculturales y las prácticas que realizan en el ejercicio de su labor profesional, definen la representación que ofrecen al público sobre los acontecimientos sociales. A raíz de esto último, los medios ejercen determinadas influencias sobre sus audiencias y pueden orientar a la opinión pública para que presione a las autoridades o a los responsables de las organizaciones a que actúen en una dirección u otra, mostrándose como portavoz de los intereses generales o por intereses empresariales (en las menos ocasiones).

Desde la perspectiva de Rodríguez Rey, Enguix, Rojas y García (2015) cuando se define periodismo de calidad se habla de la exigencia de veracidad, de comprobación, de contexto, de pluralismo, de interés público. Estos rasgos esenciales precisan un desarrollo más concreto de modo que su puesta en práctica satisfaga las necesidades de las audiencias a las que se dirige. De esta manera, estudiar las fuentes equivale a someter a evaluación un aspecto sustancial del trabajo periodístico. Conocer los datos cuantitativos (número de fuentes por noticia) es muy significativo, pero también lo son los que evidencian que el periodista se ha sentido satisfecho con la fuente oficial, institucional, «poco plural y unívoca que los condicionan y limitan» (Fontcuberta, 1999) y no ha desarrollado la noticia desde otras perspectivas, con otras fuentes. De igual manera, que en los temas que plantean intereses contrapuestos no se recojan los distintos implicados, a ser posible simultáneamente; saber cuánto se ha recurrido a documentos o se ha contado con expertos. Bajo este contexto el presente estudio aborda la calidad periodística de los medios de comunicación en Chile en relación a la cobertura del conflicto socio-ambiental que afectó a la comunidad de Freirina y a la empresa Agrosuper en el año 2012. En particular nos interesa conocer ¿cuál es la implicancia de los medios de comunicación en la cobertura informativa de un

conflicto socioambiental? ¿Qué fuentes se citan en las informaciones? ¿Qué número de fuentes se consiguen en las noticias? ¿Qué tipo de atribución se presenta?

En definitiva, el aporte de este estudio radica en conocer la calidad periodística de los distintos medios de comunicación chilenos con respecto a la cobertura de un conflicto socio-ambiental que afectó tanto a la comunidad de Freirina como a la empresa Agrosuper. Al mismo tiempo, permite comparar y extraer las características de la cobertura de acuerdo al tipo de formato del medio de comunicación. Por último, es de relevancia tanto para los editores como para los encargados de comunicación de organizaciones que enfrentan este tipo de conflictos, pues les aporta datos para configurar con mayor calidad la información que difunden.

1.1. Características de los medios de comunicación en Chile

En el contexto del desarrollo de los medios de comunicación en Chile en las últimas tres décadas se plantea una problemática relación entre la función social que desempeñan y las estructuras de poder político y económico del país. Este fenómeno se explica por las transformaciones socio-económicas que se implementaron en Chile bajo el modelo neoliberal desde *La Segunda* mitad de los años setenta del siglo XX y su profundización con la posterior consolidación del sistema político democrático desde 1990. Con el objetivo de identificar las características y peculiaridades de los medios en Chile es necesario abordarlos desde la perspectiva de la concentración de propiedad, centralización, mercado publicitario y las rutinas periodísticas.

Para Sunkel y Geoffroy (2002), los procesos de concentración económica de medios no son un fenómeno típicamente chileno. La peculiaridad es que estos procesos económicos van acompañados de un marcado "monopolio ideológico". En esta misma línea, Jiménez y Muñoz (2008) sostienen que los medios de comunicación chilenos tienen una configuración, en cuanto a su estructura y funcionamiento, altamente concentrada, cohesionada e ideologizada. Junto a lo anterior, los medios nacionales chilenos tienen un carácter centralizado y centralizador, de tal modo que el estado nación se reproduce en la estructura de medios (Valle, Mellado, Salinas y González, 2011). Para Ulloa (2014), el panorama en Chile no ha evidenciado mayores cambios en los últimos años a pesar de la profundización de los procesos democráticos y la participación ciudadana en el país. De acuerdo a Jiménez y Muñoz (2008), la mayor parte de los medios pertenecen a reducidos grupos de carácter oligopólicos que desde Santiago controlan el mercado de la prensa, la radio y la televisión. De todos ellos, solo una cadena de radiodifusión ha surgido en una región

(*Radio Bío Bío*), con vocación nacional, aunque su lógica de administración y gestión es similar a las cadenas de la capital.

Con respecto a la prensa es posible identificar en el Chile actual dos empresas periodísticas que concentran el mayor número de medios escritos, lectores y anunciantes, estructurándose de esta manera un sistema duopólico conformado por *El Mercurio* SAP y el Consorcio Periodístico de Chile S.A. COPESA (García-Luarte, 2010).

El grupo *El Mercurio*, cuyo dueño es Agustín Edwards, posee una vasta tradición en el periodismo chileno. *El Mercurio* de Valparaíso se encuentra entre los más antiguos de habla hispana. Este conglomerado posee *El Mercurio* de Santiago (principal periódico de Chile), *Las Últimas Noticias* (matutino) y *La Segunda* (vespertino). Además, posee cinco sociedades filiales (Gestión Regional de Medios S.A., Empresa *El Mercurio* de Valparaíso S.A, Empresa Periodística El Norte S.A., Sociedad Periodística Araucanía S.A. y Diario El Sur). En relación a COPESA, cuya propiedad pertenece al empresario Álvaro Saieh, edita los diarios *La Tercera*, *La Cuarta*, *La Hora* (gratuito) y *Diario Concepción*.

Según Ulloa (2014), la televisión es sin duda la que mantiene el grado máximo de centralización del sistema mediático en Chile radicado en la capital, a pesar que en los últimos años se han generado redes comunales-provinciales-regionales de televisión local. Este mismo autor plantea que en el campo de las radios, existen emisoras locales que aún logran competir dentro de las regiones del país, sumándose a esto, el mantenimiento y nueva apertura de radios comunitarias. Sin embargo, la presencia y audiencia de radios pertenecientes a grandes consorcios ha establecido una monopolización de los contenidos radiales. Las multiplataformas que la mayoría de los medios (prensa, radio, televisión) poseen se han convertido en otro espacio de circulación de informaciones que obedecen a las necesidades de la actual audiencia. Estas multiplataformas se caracterizan porque han ido incorporando la hipertextualidad, multimedialidad e interactividad (Parra y Álvarez, 2004).

Otro elemento que permite comprender la configuración de los medios en Chile es la publicidad. La inversión publicitaria en el año 2016 ascendió a US\$ 974 millones (659.022 millones de pesos). La televisión abierta tuvo una inversión de US\$ 420 millones (43,2%) y la televisión de pago US\$ 79 millones (8,1 %). Los diarios siguen ocupando un segundo lugar en inversión publicitaria US\$ 260 millones (26,7 %). La radio presentó una inversión de US\$ 99 millones (10,1%). Las revistas mostraron una inversión de US\$26 millones (2,7 %), la vía pública ocupó una inversión de US\$85 millones (8,7 %) y el cine US\$ 5 millones (0,5%). De tal manera, que la inversión publicitaria en medios presentó una alta concentración en televisión y diarios (Asociación Chilena de Agencias de Publicidad, 2017).¹

1 En el Informe de la Asociación Chilena de Agencias de Publicidad del año 2016 se consigna que: La inversión publicitaria en los medios online, que el año 2015 representó casi un 15% de la inversión total, no

Vergara, Garrido, Santibáñez y Vera (2012) sostienen que esta concentración se explica, en parte, por la alta penetración de la televisión abierta y el tiempo destinado a su consumo, y en el caso de los diarios, su valoración en términos publicitarios se relaciona con su capacidad de congregar audiencias de acuerdo a los diversos indicadores de lectoría, y por otra parte, por su influencia en la construcción de la agenda informativa.

En relación a las rutinas periodísticas entendidas como «aquellas prácticas y formas de ejercicio marcada por patrones, rutinizadas y repetidas, que los trabajadores de los medios utilizan para realizar su trabajo» (Shoemaker y Reesse, 1991, p.112) podemos sostener que en Chile se caracterizan por varios elementos (Lecaros y Greene, 2012): la influencia de las relaciones públicas en la agenda noticiosa (Álvarez, 2012; Gronemeyer, 2002); la homogenización informativa (Valenzuela y Arriagada, 2009); la homogeneidad temática en los editoriales (Gronemeyer y Porath, 2013); la burocratización activa, es decir, los profesionales del periodismo operan como agentes que ejecutan roles de acuerdo a ciertos estándares y protocolos en unos plazos determinados, y cuyo trabajo al interior de la sala de redacción está organizado en departamentos con encargados y jerarquías bien reconocibles (Salinas y Stange, 2015). Otra característica de acuerdo a Gutiérrez e Ibarra (2013) se vincula con el uso desmedido de tecnología en los procesos de obtención, elaboración y difusión de información. Esto último impacta en las rutinas periodísticas ya que los medios generan espacios en las plataformas tecnológicas que ponen a disposición del público para denunciar o relatar vivencias, abriendo cauces para que envíen todos sus registros (Greene, 2014). En definitiva, las rutinas de los periodistas en Chile están determinadas por la pauta, intereses económicos (publicidad), fuentes, audiencias, tiempo, espacio entre otras.

El desarrollo de los medios de comunicación en Chile y su adaptación a los nuevos desafíos de una sociedad más globalizada y liberal a inicios del siglo XXI explican que éstos otorguen una prioridad significativa a determinados asuntos públicos y sus implicaciones sociales, económicas, políticas y ambientales. Para Halpern (2007), el actual sistema de medios de comunicación produce una paradoja informativa para la mayoría de las organizaciones que buscan alcanzar una mayor notoriedad en la esfera pública: cuanto más se esfuerzan por aumentar su nivel de visibilidad, mayor es la exposición y control al que son sometidas por los medios, lo cual hace mucho más frágil su posición en términos de imagen y poder.

En síntesis, los medios de comunicación en Chile se caracterizan por la concentración económica, predominio informativo de medios capitalinos de alcance nacional, centralización publicitaria y rutinas periodísticas determinadas por una serie de elementos que influyen en el contenido informativo. De esta manera, el sistema de medios en Chile aporta el ca-

está incluida en el informe debido a que no se pudo disponer oportunamente de las cifras.

pital simbólico (Bourdieu, 1988) que necesitan los poderes políticos y económicos (dentro de los cuales también se incluyen, bien directa, bien indirectamente).

1.2. Las fuentes periodísticas en los medios de comunicación

Los medios de comunicación informan de los problemas sociales, lo que genera varios efectos en la sociedad y en el propio sistema mediático. En cuanto a la sociedad, los actores sociales y la ciudadanía pueden tomar decisiones a partir de la información difundida. En cuanto al propio sistema mediático, éste determina qué parte de la realidad es conocida por las audiencias y los públicos y qué importancia pueden darle a los temas publicados. Según Mourão y Brühem (2012), «la forma según la cual los medios de comunicación proyectan la prioridad de un tema para el público es por ejemplo la repetición de noticias sobre ese suceso o problema». De esta manera los medios influyen «en la opinión y en la agenda pública a través de un proceso directo e inmediato» (p. 8).

Ahora bien, los medios quieren presentar su trabajo siguiendo una serie de pautas como la neutralidad o la objetividad. La primera establece que un medio de comunicación no debe tomar parte por los diferentes actores implicados. *La Segunda*, determina que los medios tratarán de acercarse a la realidad con el fin de informar al público de hechos verdaderos. Para ello, los medios de comunicación construirán sus relatos informativos a partir de fuentes informativas. Son excepciones los relatos informativos que carezcan de ellas, es decir, que narren o expongan lo que el periodista ha visto u oído, en definitiva, lo que ha presenciado. Una nota informativa busca presentarse de forma objetiva (no significa que lo sea cómo han puesto de manifiesto infinidad de autores, entre ellos Brajnovic, 1985) con dos estrategias: una redacción con estilo impersonal (de tal manera que son poco habituales los relatos en primera persona o se deja para autores de reconocido prestigio como Vargas Llosa en su serie de reportajes sobre Irak (publicados en *El País* en 2003 y en formato libro en 2011), y el recurso a fuentes informativas, que pueden cumplir alguna de estas funciones:

- Avalar lo expuesto de forma neutral.
- Aportar información de aquellos hechos «no presenciados directamente por el periodista (Martínez-Vallvey, 2011, p. 59).
- Ofrecer explicaciones (políticas, científicas...) sobre hecho para los que el periodista carecería de autoridad (no es un político, no es un científico...).
- Ofrecer el pensamiento, valoraciones, opiniones, sentimientos de los protagonistas de la información (el periodista no puede saber lo que piensa una persona si ésta no se lo dice; por ejemplo, en el periodismo deportivo, la presentación de los resultados

de un encuentro pueden estar acompañados de las valoraciones de los técnicos de los equipos y de los jugadores sobre lo ocurrido en el terreno de juego).

Las notas informativas pueden elaborarse a partir de hechos y de las valoraciones de los hechos. En el primer caso, el periodista debe decidir si el hecho es relevante para su publicación (recordemos con Gómis, 1991, que existen los pseudoeventos, que serán tratados por el sistema de medios como un «hecho»); y, en un segundo momento, qué fuentes consulta para completar o contrastar lo que se dice. Es decir, muchas notas informativas están construidas a partir de un conjunto de "actos de habla". El caso más prototípico sería una rueda de prensa. Un pseudoevento, "acto de habla" de quien convoca la rueda de prensa, que se «contrasta» con otros "actos de habla". Las tareas del periodista son, en primer lugar, valorativas (Fontcuberta y Borrat, 2006), selecciona si el hecho o pseudoevento debe publicarse y con qué fuentes se construye el relato. De esta forma, entre el estilo periodístico y la consulta a las fuentes se mantiene la «ficción de la objetividad», considerada válida en el sistema de medios.

Ahora bien, es cierto que el periodista no es experto en todas las materias sobre las que informa (de ahí la importancia de la labor documental: Galdón, 1994) y por ello también necesita a las fuentes periodísticas. Este es el caso de los conflictos medioambientales para la mayoría de los periodistas, ya que muchísimos medios de comunicación carecen de especialistas en medioambiente. El uso de fuentes también es muy importante para el caso de contrastar la información: ante lo dicho por una persona o emitido desde una institución pública o privada, el periodista recurre a otra persona o a los portavoces de instituciones con intereses divergentes a los del primer caso. En el caso de los conflictos medioambientales provocados por una empresa con afán de lucro, puede utilizarse para contrastar su punto de vista (y el de las autoridades públicas, lo que se ha denominado institucionales no de la organización en este estudio) con lo que digan asociaciones vecinales («Freirina Conciente»), ecologistas («Movimiento Socio-Ambiental Valle del Huasco»), animalistas («Elige Veganismo», «Animal Libre») o «Expertos».

Para Casero (2009), una buena práctica profesional implica la consulta de todas las fuentes necesarias para construir una visión integral y contrastada de la realidad. Usualmente, son las fuentes oficiales las que dominan el espacio mediático, debido a los esfuerzos de los actores políticos para controlar e influenciar la información periodística.

Los análisis sobre las prácticas profesionales en el uso de las fuentes configuran, por tanto, un tema de estudio amplio, con ejemplos recientes como Sánchez-Calero, Morales y Loza-

no (2017) en el que se presentan las «lógicas superficiales» de los medios audiovisuales en las informaciones sobre catástrofes.

De acuerdo con Mayoral (2005), a *La Hora* de tratar con las fuentes, los periodistas deben considerar que estas no son simplemente abastecedoras de información, «en tanto que obedecen casi siempre a una estrategia retórica y discursiva muy precisa, las fuentes no sólo ofrecen información, sino que además con mucha frecuencia, esperan obtener un beneficio de su acercamiento a los periodistas» (p. 94). Tal y como plantean Shoemaker & Reese (1994), las fuentes tienen una influencia sobre el contenido de los medios masivos, ya que los periodistas no pueden incluir en sus informes lo que ellos «no conocen» y «no han visto».

Por tanto, el periodista utiliza las fuentes en tres momentos: arranque de una información, elaboración de los principales aspectos del relato, contraste con otras fuentes para conseguir la mayor imparcialidad o complementar la información. Fontcuberta considera que las fuentes son:

Personas, instituciones y organismos de toda índole que facilitan la información que necesitan los medios para suministrar noticias. Esta información es de dos tipos: la que busca el medio a través de sus contactos y las que recibe a partir de la iniciativa de distintos sectores interesados. La relación entre el medio y las fuentes es una de las más complejas y básicas de todo el proceso de producción de noticias. Un medio sin fuentes es un medio muerto (Fontcuberta, 2011, p. 76).

De acuerdo a Martínez-Vallvey, Sánchez-Cabaco, Badillo y Paradiso (2000) en la utilización de las fuentes hay que considerar tres aspectos. En primer lugar, la relación entre el periodista y la fuente para conseguir la información deseada por aquél. En segundo, lugar cómo es denominada la persona declarante (fuente). Por último, cómo son presentadas las declaraciones, es decir, cómo se citan sus declaraciones. De manera que el manejo de las fuentes de información por parte de los periodistas resulta imprescindible en la construcción informativa de los acontecimientos relatados en los medios de comunicación.

Para Gans (1979), no todas las fuentes tienen la misma posibilidad de ser contactadas por los periodistas. Aquellas fuentes con poder político o económico son más probables de influir en la información que aquellas que carecen de poder. Las grandes empresas no dudan en utilizar ese poder para que prevalezca su versión en la información. Las grandes organizaciones cuentan con gabinetes de comunicación o contratan empresas de asesoría comunicacional para que recopilen información y esté a disposición de los medios de comunicación (comunicados de prensa, dossier de información), de manera que conocen los ritmos de cobertura de los medios y pueden regular la divulgación de la información poco antes de la fecha límite de un medio con el fin de facilitar esa cobertura. Autores como

Fishman (1980) aseguran que los medios ayudan al mantenimiento del *status quo* al dar más voz a las instituciones y Sampedro (2000) ha llamado a esta circunstancia: elitismo institucional: «Los periodistas privilegian a las fuentes institucionales [porque] las agendas mediáticas son más receptivas al consenso de las élites y a los conflictos oficiales que a la protesta social» (p. 80).

Como se ha dicho, las fuentes son recursos imprescindibles, no solo para construir el relato y contar la noticia, sino también para conferir credibilidad tanto a la información como al propio procedimiento utilizado por el periodista para elaborarla y emitirla. Así, pues, la primera razón del valor instrumental de la fuente, instancia fundamental para consultar, constatar, probar, comprobar y verificar es precisamente la de conferir credibilidad al relato periodístico y probar la veracidad (Diezhandino, 2007).

Serán por tanto signo de calidad en el trabajo periodístico la utilización de fuentes, el contraste de estas o su utilización para completar los puntos de vista sobre el hecho noticioso, y la designación de las fuentes en el texto: la atribución. Autores como Merrill, Lee y Friedlander (1992) establecieron los diferentes niveles de atribución de las fuentes en el relato periodístico. A efectos de la audiencias, lo realmente importante es (siempre que se cite a una fuente) si hay atribución de ésta, es decir, se explicita quién y qué se aporta o si no hay una atribución directa de unas declaraciones. Las declaraciones directas públicas ofrecen la máxima claridad al trabajo del periodista, pueden ser corroboradas o rechazadas por la fuente, y permiten conocer las posibilidades y capacidades informativas del periodista.

Conocer las fuentes y cómo son utilizadas permite entender también cómo se configura la opinión pública, qué llega a saber el público de lo que ha ocurrido y qué valoración tiene para las instituciones, porque «las fuentes nunca lo muestran todo. Controlan la parte que de sí mismo enseñan al público, abriendo o cerrando el flujo de información interna» (Sampedro, 2000, p. 54).

1.3. Conflictos socio-ambientales: el caso de Agrosuper en Freirina

El Instituto Nacional de Derechos Humanos de Chile (2015) define los conflictos socioambientales como:

Disputas entre diversos actores-personas naturales, organizaciones, empresas públicas y privadas, y el Estado-, ; manifestadas públicamente y que expresan divergencias de opiniones, posiciones, intereses y planteamientos de demandas por la afectación (o potencial afectación) de derechos humanos, derivadas del acceso y uso

de recursos naturales, así como por los impactos ambientales de las actividades económicas.

De acuerdo a Walter (2009), algunos autores plantean una distinción entre conflicto ambiental y conflicto socioambiental. En el primer caso, se trataría de conflictos relacionados con el daño a los recursos naturales, donde la oposición proviene principalmente de actores exógenos, por lo común activistas de organizaciones ambientalistas. Esta lectura toma en cuenta las organizaciones que definen el ambiente y los recursos naturales. En el segundo caso, los conflictos socioambientales también involucran a las comunidades directamente afectadas por los impactos derivados de un determinado proyecto (Orellana, 1999). Esta distinción ha sido, sin embargo, discutida, pues no existe conflicto ambiental sin dimensión social (Fontaine, 2004).

Durante un conflicto socioambiental se producen protestas que visibilizan el problema que afecta a una comunidad. En la actualidad, la utilización de redes sociales por parte de los manifestantes se transforma en una oportunidad para convertir el conflicto en el foco de atención de la opinión pública. Los medios de comunicación ayudan a formalizar la representación social de la protesta (sobre lo que se puede y no se puede protestar) y también tienen la capacidad de manejar los silencios y los vacíos de la agenda social, los momentos de desaparición y latencia. Los sujetos son visibles solo si están en los medios y solo si son lo suficientemente importantes como para atraer la atención de los que disponen de la capacidad de dar respuesta (Checa, Lagos, Peña y Lillo y Cabalin, 2012; Sorribas y Brussino, 2017).

El conflicto ambiental tiene sus bases en la problemática de la contaminación que aquejan a las ciudades y, por ende, a sus habitantes. Los conflictos son hechos políticos, que involucran factores económicos, culturales, ambientales, jurídicos; por lo tanto, requieren de un tratamiento integral (Orellana, 1999).

Para Balvín (2005), durante el desarrollo de un conflicto socioambiental, es posible identificar cinco fases. La primera es latencia, donde se reconoce la existencia del problema, es decir, es el momento en el que las comunidades identifican la existencia del problema ambiental, aunque no se realiza ninguna acción al respecto. *La Segunda* fase es el origen, donde se definen intereses y posiciones. Se da cuando las comunidades inician acciones para resolver el problema buscando alternativas. La maduración es *La Tercera* fase, en la que se desarrollan las estrategias empleadas y se llama así porque ingresa en una fase en el que las partes (empresa/comunidad) confrontan posiciones en defensa de sus intereses. *La Cuarta* fase es el despliegue, que es cuando el conflicto ingresa a una confrontación a veces violenta, donde las posibilidades de diálogo o negociación se han quebrado y las partes buscan imponer su voluntad e intereses. Cuando el despliegue no es violento, consiste en convertir, con el uso de estrategias creativas pacíficas, el conflicto asimétrico

en uno simétrico. Finalmente, la transformación corresponde a la quinta fase, que es una resolución en donde las partes encuentran una salida al conflicto, vía negociación directa o a través de la intervención de una instancia del Estado o de un mediador en el conflicto.

En este marco de discusión teórica en torno a los conflictos socioambientales describiremos el caso de Agrosuper en la localidad de Freirina.

Agrosuper es una empresa chilena fundada en el año 1955 por Gonzalo Vial. En la actualidad Agrosuper es la principal empresa productora de proteína animal, alimentos frescos y congelados de Chile, con una destacada presencia en el mercado local e internacional. En el año 2005 decidieron iniciar un nuevo proyecto en el valle del Huasco (Región de Atacama).

En diciembre de 2005, después de casi un año de tramitación ambiental la planta Agrosuper S.A. obtuvo los permisos para funcionar, a través de la resolución exenta 110 de la Comisión Regional de Medio Ambiente de Atacama. En enero del 2011 empezó a operar la planta en las cercanías de la ciudad de Freirina². En diciembre del mismo año la Seremi de Salud de Atacama realizó tres visitas a la planta y los informes señalaron que no se constataron olores. Sin embargo, el 9 de marzo de 2012, sí detectaron «leves olores» en la comunidad activando un sumario sanitario. El 23 de abril de 2012 la Seremi de Salud realiza una inspección en la planta e informa de incumplimiento en la autorización sanitaria de la planta de purines, inconvenientes en la descarga a los pozos y con cerdos muertos en fosas, entre otros problemas.

El 19 de mayo de 2012 la comunidad de Freirina bloqueó varios accesos a la comuna, tras lo cual se producen fuertes enfrentamientos entre Fuerzas Especiales de Carabineros y los habitantes de la ciudad, quienes bloquean la ruta que conduce a la planta faenadora de cerdos, a la cual han denunciado por malos olores y mal uso de aguas. En ese contexto los guardias de la empresa fueron apedreados, dos casas de la empresa fueron incendiadas, las copas de agua dinamitadas y 450 mil cerdos se quedaron sin alimentos. A partir de las protestas, la empresa afirmó que efectuó reparaciones y nuevas instalaciones destinadas a eliminar el problema de malos olores. El 21 de mayo el ministro de Salud, Jaime Mañalich, viaja a Freirina para observar en terreno la situación que afecta a la comunidad. Mañalich advierte que existe la posibilidad de una «catástrofe sanitaria de grandes proporciones» si se produce mortandad de los cerdos que permanecen en la planta bloqueada por los vecinos que se oponen a su funcionamiento. En este contexto representantes de Freirina sostuvieron una reunión con el ministro de Salud, la ministra de Medio Ambiente y el subsecretario del Interior. El 22 de mayo el ministro de Salud decretó

² Freirina es una comuna chilena ubicada en la Provincia del Huasco, Región de Atacama a 691 kilómetros al norte de Santiago. Tiene una superficie de 3207 Km² y una población de 6.531 habitantes distribuidos entre la ciudad y los sectores rurales.

alerta sanitaria en Freirina por la muerte de cerdos en la planta. Junto con ello, el secretario de Estado decretó el cierre momentáneo de la compañía.

Previo a reunión entre autoridades de Gobierno y las agrupaciones que lideraban las protestas, el gerente de asuntos corporativos de Agrosuper, Rafael Prieto, solicitó que se levantaran los bloqueos de acceso a la planta para alimentar a los animales y evitar su muerte. El 28 de mayo Elige Veganismo, organización de defensa de los Derechos de los Animales dio a conocer una serie de fotografías donde se muestran las condiciones en que vivían los cerdos al interior de la planta. También señalaron que dado el conflicto los animales estuvieron varios días sin alimento y agua.

El 29 de mayo el ministro de Salud, Jaime Mañalich, confirmó que los cerdos de la planta serían trasladados a la Región de O'Higgins, lugar donde serían faenados, y que la planta estaría cerrada por un plazo de seis meses, y en caso de reabrir sería bajo las condiciones de una nueva resolución ambiental.

En diciembre de 2012 la autoridad sanitaria permitió la reapertura de la planta. Esta medida generó un gran rechazo entre los habitantes de Freirina, quienes intensificaron las protestas y los enfrentamientos con personal de la empresa y con Carabineros. Junto a lo anterior, un grupo de personas ingresó a las instalaciones de la planta causando daños a la propiedad. Las autoridades sanitarias revisaron la determinación y aumentaron las exigencias. Finalmente, la empresa determinó el cierre indefinido tras cinco días de protestas y por las nuevas exigencias impuestas para su funcionamiento. El cierre se produjo el 10 de diciembre de 2012.

2. OBJETIVOS

El presente estudio se plantea tres objetivos en relación con la utilización de las fuentes periodísticas por parte de los medios de comunicación.

- Conocer el interés y la implicación de los medios en la cobertura de una crisis (que se mide a través del número de publicaciones).
- Conocer e identificar qué tipos de fuentes utilizan los medios en la cobertura informativa de una crisis.
- Conocer el grado de transparencia informativa de los medios al utilizar la atribución adecuada de las fuentes.

3. METODOLOGÍA

El carácter de la presente investigación es descriptivo y se enmarca bajo el enfoque cuantitativo. Para ello hemos considerado un diseño transeccional descriptivo. A través de este diseño se recolectan datos en un momento único (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

El universo de análisis se compone de las informaciones que difundieron los siguientes medios: *El Mercurio*, *La Tercera*, *Diario Chañarillo*, *El Diario de Atacama*, *TVN 24 Horas Central*, *CNN Prime-Chile*, *Radio Biobío (web)*, *Radio Cooperativa (web)* y el portal de noticias *Emol*, sobre el conflicto que vivió la empresa chilena Agrosuper en la localidad de Freirina.

Para la elección de los medios de comunicación se utilizaron los siguientes criterios. Primero, soporte del medio de comunicación (impreso, televisión, radio (web), digital). Segundo, carácter nacional y local. Tercero, que los medios respondieran -en la medida de lo posible- a principios editoriales diversos.

El presente estudio contempló la aplicación de la técnica de análisis de contenido (AC). Para Urchaga (2006), el AC es una técnica científica (por lo tanto objetiva y sistemática) que estudia cuantitativamente material cualitativo no estructurado/libre, y que específicamente se aplica al estudio de mensajes. Del mismo modo, para Souza, Antunes y Ferreira (2012), el AC es una de las metodologías más frecuentemente evocadas cuando se busca aprehender el modo (o los modos) cómo los vehículos noticiosos construyen los acontecimientos.

El corpus de la presente investigación está constituido por 302 informaciones, que se difundieron desde el 19 de mayo hasta el 25 de mayo de 2012 y desde el 6 de diciembre hasta el 11 de diciembre de 2012. El periodo corresponde a dos hitos de la crisis: prohibición para funcionamiento (mayo 2012) y cierre de la empresa (diciembre 2012).

Para determinar la selección de las informaciones, se consideró que en el título o en el subtítulo debía figurar de forma explícita alguno de los términos relacionados con la crisis. En este análisis no se consideraron los textos de opinión: editoriales, columnas o viñetas de humor. En aquellos casos en que una noticia figuraba en portada y continuaba en el interior, se ha valorado como dos informaciones.

Con respecto al establecimiento de las categorías de esta investigación se utilizaron como guía los trabajos de Casero y López (2013), García-Gordillo, Bezunarte, Rodríguez y Sánchez (2014), Pellegrini, Puente, Porath, Mújica y Grassau (2011), Retamal (2013) y Téramo (2006). Por consiguiente, las categorías que se construyeron son las siguientes:

- Institucional no de la organización: estas se refieren a personas con responsabilidad institucional ajena a la empresa Agrosuper S.A. (ministro del Interior, ministro de Salud, seremi de Salud, intendente Región de Atacama, alcaldes).
- Gobierno Corporativo de Agrosuper S.A.: se refiere al Directorio (presidente, vicepresidente, directora, director) y al equipo Ejecutivo (gerente general, gerente de producción, gerente comercial, gerente asuntos corporativos) de la empresa.
- Comunicado de Prensa de Agrosuper S.A: se refiere a la nota de prensa que envió la empresa y que es reproducida o mencionada por el medio de comunicación.
- Freirina Conciente: movimiento ciudadano de la localidad de Freirina contrario a la planta faenadora de cerdos Agrosuper S.A.
- Movimiento Socio-Ambiental Valle del Huasco: organización comunitaria ecológica en defensa del patrimonio ambiental del Valle del Huasco. Está integrada por las siguientes organizaciones: Brigada SOS Huasco, Asamblea de Freirina, Colectivo El Pimiento, Vallenar-Huascoaltinos.
- Expertos: Se refiere a especialistas en una determinada área del conocimiento.
- Medios de comunicación social (MCS): otros medios escritos, radio, televisión, medios digitales.
- Agrupaciones animalistas: colectivos en defensa de los Derechos de los Animales («Animal Libre» y «Elige Veganismo»).

En la Tabla 1 se presentan los medios de comunicación que se estudiaron.

Tabla 1. Medios de comunicación analizados

Medios de comunicación	Formato	Propiedad	Carácter
Diario Chañarillo	Diario impreso	Sociedad Editora y Periodística El Chañarillo Ltda	Regional
Radio Bío Bío	Radio sitio web	Bío Bío Comunicaciones	Regional
Emol	Portal de noticias	Mercurio S.A.P	Nacional
CNN Prime-Chile	Televisión	Turner Latin America	Nacional
El Diario de Atacama	Diario impreso	Empresa Periodística El Norte S.A. Mercurio S.A.P.	Regional
El Mercurio	Diario impreso	Mercurio S.A.P	Nacional
La Tercera	Diario impreso	Consortio Periodístico de Chile S.A.	Nacional
Radio Cooperativa	Radio sitio web	Compañía Chilena de Comunicaciones	Nacional
TVN 24 horas Central	Televisión	Empresas Públicas Fisco-Chile	Nacional

Fuente: Elaboración propia

Se han seleccionado cuatro diarios impresos, dos de carácter regional (*Diario Chañarillo* y *El Diario de Atacama*) y dos de carácter nacional (*El Mercurio* y *La Tercera*); tres sitios web, dos de ellos de dos emisoras de radio y uno es un portal de noticias, vinculado a *El Mercurio* (*Radio Cooperativa*, *Radio Bío Bío* y *Emol.cl*); por último, dos canales de noticias, uno de carácter público chileno y otro privado internacional (*TVN24 Horas Central* y *CNN Prime-Chile*). Con ello se recoge una amplia variedad de medios en función de su formato, de su ámbito de influencia y de su titularidad (público y privado, grandes consorcios y empresas de carácter más pequeño)³.

4. RESULTADOS

En este apartado identificaremos, en primer término, el número de notas informativas que publicaron los nueve medios en estudio (Tabla 2). En segundo lugar, el tipo de fuentes que utilizaron los medios seleccionados en relación al conflicto socioambiental (Tabla 3). En tercer término, qué notas informativas presentaron o no contraste de fuentes y qué número de fuentes se utilizaron para su elaboración (Tabla 4). En cuarto lugar, se mostrará el número de notas informativas que presentaron atribuciones directas o indirectas (Tabla 5). Por último, se presentará la relación entre cantidad y calidad informativa de los medios seleccionados (Tabla 6). De tal manera, la Tabla 1 ofrece valores absolutos del número de

³ En la recopilación del material periodístico colaboraron los alumnos del Seminario de Investigación «Framing y Crisis» de la carrera de periodismo de la Universidad Católica de la Santísima Concepción. Se agradece la importante contribución de Loreto Briones, Gisselle Brath, Francisca Cáceres, Hardy Durán, Victoria Meneses, Samuel Muñoz y Macarena Villegas.

notas informativas publicadas y el porcentaje de notas informativas difundidas por cada medio con respecto al total de notas (302); la Tabla 3 aporta valores absolutos en el número de fuentes utilizadas en todas las notas divulgadas en cada medio (una nota puede tener más de una fuente); la Tabla 4 muestra valores absolutos de las notas informativas que no presentan contraste (ninguna fuente o solo una) y valores absolutos de aquellas que tienen más de dos fuentes (y hasta diez). Al final de la columna asignada a cada número de fuentes citadas, se ha indicado el porcentaje de ese número (0, 1, 2, 3... fuentes empleadas), lo cual facilita la comparación con respecto a las demás fuentes utilizadas. En la Tabla 5 se presentan tanto valores absolutos como relativos. Los absolutos se refieren al número total de notas informativas que presentan atribución directa o indirecta y el porcentaje con respecto a cada medio, no al total de notas informativas; aunque finalmente se presenta un porcentaje del total de fuentes que tienen atribución directa y las que no tienen atribución directa. Por último, se presenta la Tabla 6 donde se expone la relación entre cantidad y calidad informativa de los medios de comunicación en estudio.

Tabla 2. Número de notas informativas

Medio de Comunicación	Nº Informaciones	Porcentaje
Diario Chañarillo	53	18%
Radio Bío Bío (Web)	43	14%
Emol (Web)	42	14%
El Mercurio	41	14%
El Diario de Atacama	39	13%
Radio Cooperativa (Web)	34	11%
La Tercera	27	9%
TVN 24 Horas Central	13	4%
CNN Prime-Chile	10	3%
Total	302	100%

Fuente: Elaboración propia

La cantidad de informaciones es un indicador claro de preocupación e interés por los asuntos tratados. Los medios de comunicación configuran la opinión pública (la agenda temática) al dar publicidad a los temas, al presentarlos en sus páginas o minutos de difusión. No se entra aquí en el debate sobre si los medios pueden hacer que las audiencias cambien de opinión o sobre qué pensar (teoría de la agenda *setting*).

En total se recogieron 302 informaciones en los nueve medios que se estudiaron (ver Tabla 2). El *Diario Chañarillo* es el medio que mayor número de informaciones presentó, con

53 notas de 302 (18%). Es un medio regional y la crisis afectó directamente a sus lectores. Periodísticamente trata de cumplir con su lema: «Único diario auténticamente regional», informando de las cuestiones de proximidad.

A continuación y atendiendo al número de informaciones, pueden agruparse cuatro medios. *Radio Bío Bío* (43 notas), *Emol* (42), *El Mercurio* (41) y *El Diario de Atacama* (39). Con menos noticias se encuentran *Radio Cooperativa* (34) y el diario *La Tercera* (27). Las dos canales de televisión difundieron menos noticias: *TVN24 Horas Central*, trece; y *CNN Prime-Chile*, diez, dato explicable por las características informativas del medio televisivo, ya que la cantidad de información que difunden es menor que la de los otros medios, puesto que las televisiones generalistas utilizan menos el formato de noticia en su programación.

De estos datos se desprende que se encuentran diferencias marcadas dentro de los representantes de la prensa escrita. Así, en la prensa regional, hay un medio (*Diario Chañarillo*) que se preocupó más por informar sobre este asunto que el otro regional (*El Diario de Atacama*). En el caso de la prensa de difusión nacional, también puede destacarse que un medio (*El Mercurio*) se ha interesado más (41 informaciones) que la otra cabecera nacional (*La Tercera*), que difundió 27 informaciones.

Tabla 3. Notas informativas y tipos de fuentes

Tipo de Fuentes	Diario Chañarillo	Radio Bío Bío	Emol	El Mercurio	Atacama	Cooperativa	La Tercera	Central	CNN Prime Chile	Total
Institucional no de la organización	25	24	26	16	18	24	13	11	9	166
Medios de Comunicación	5	5	18	0	4	6	2	0	0	40
Freirina Conciente	2	3	3	10	9	3	2	1	5	38
Comunicado de Prensa Agrosuper	4	7	3	6	5	1	4	4	2	36
Gobierno Corporativo de Agrosuper S.A.	0	4	2	7	1	7	5	5	3	34
Movimiento Socio-Ambiental Valle del Huasco	2	0	1	0	2	8	3	8	0	24
Expertos	1	2	0	4	0	3	1	1	1	13
Animalistas	0	1	1	0	0	0	0	0	0	2
<i>Número de fuentes diferentes</i>	6	7	7	5	6	7	7	6	5	

Fuente: Elaboración propia

Como se ha expuesto al inicio de esta investigación, las fuentes son uno de los elementos más importantes de las informaciones. Éstas son las que le permiten al periodista realizar su trabajo, ya que entregan de manera directa el contenido; y le otorgan mayor calidad en función de su uso. En la Tabla 3 se recogen las fuentes y el número de veces que han sido utilizadas en cada medio. La última fila aporta el número total de fuentes diferentes empleadas en cada medio.

El total de fuentes empleadas en todas las informaciones es de 353. La principal es la denominada «Institucional no de la organización», es decir, fuentes oficiales, que están presentes en casi la mitad de las mismas (47%). En los nueve medios de comunicación este tipo de fuente es la más utilizada. Los medios buscan la confianza de las instituciones a la vez que refuerzan su poder al darles más visibilidad.

En segundo lugar, si se suman las fuentes de carácter institucional, las denominadas «Gobierno Corporativo de Agrosuper» (34) y su «Comunicado de Prensa», (36) se alcanza la cifra de 70, que situaría a la empresa como *La Segunda* fuente más citada, alcanzado un 19,8% del total. En este caso, para el *Diario Chañarillo* no es la segundo tipo de fuente más utilizado (4), lugar que ocupa «MCS» (5).

En tercer lugar, a bastante distancia, el tipo de fuentes más citada es «MCS» (11,3%). Cabe destacar que esto es así porque un solo medio (*Emol*) acoge casi la mitad de las fuentes de esta categoría (18) y le sigue *Radio Cooperativa* (6), que también es un medio digital. Por el contrario, tres de los medios no utilizan dicha fuente (*El Mercurio*, y las dos TV).

En cuarto lugar, cercano al 10% de utilización, puede considerarse la fuente «Freirina Conciente» (10,8%). Para *El Mercurio* es una fuente muy utilizada (23,3%).

Con menor uso están las fuentes denominadas «Movimiento Socio-Ambiental Valle de Huasco» (6,8%), aunque en este caso para *TVN24 Horas Central* supone el 26,6% de sus fuentes.

Las fuentes menos citadas son los «Expertos» (3,7%) y «Animalistas» que tan solo ha sido citada dos veces. Para *El Mercurio*, el uso de los «Expertos» supone un 9,3% de sus fuentes, siendo el medio que más las utiliza, lo cual le da prestigio.

Cuatro medios citan a siete tipos de fuentes diferentes (*Radio Bío Bío*, *Emol*, *Radio Cooperativa* y *La Tercera*); tres medios emplean seis (*Diario Chañarillo*, *El Diario de Atacama* y *TVN24 Horas Central*); dos utilizaron cinco (*El Mercurio* y *CNN Prime Chile*). El número absoluto no siempre será el más importante, puesto que citar a otros medios (si bien demuestra honradez y profesionalidad) no es la mejor práctica: cada periodista/medio debe

conseguir su información. Citar en exceso a otros medios, como ocurre con *Emol* (18) es una de las prácticas más rechazadas por la profesión periodista.

Entre los datos más llamativos pueden señalarse los siguientes:

En cuanto a **medios impresos**:

- *Diario Chañarillo* nunca citó algún miembro del Gobierno Corporativo y solo se hace eco del comunicado en cuatro ocasiones (20, 21, 22 de mayo y 11 de diciembre de 2012), las mismas que ha citado a movimientos sociales y vecinales.
- *La Tercera* es el medio que mantiene el mayor equilibrio entre número de fuentes diferentes (siete) y contraste entre los diferentes afectados o voces públicas. De todos los medios (exceptuando los canales de televisión), es el que menos cita a las fuentes institucionales que no son de la organización.
- *El Mercurio* es el que cita a más expertos (4) y mantiene un mayor equilibrio entre lo institucional (tanto no gubernamental como el «Gobierno Corporativo») y los colectivos vecinales y sociales. *El Mercurio* es uno de dos medios que más citan al «Gobierno Corporativo» (el otro es *Radio Cooperativa*).

En cuanto a **digitales**:

- *Emol* es el que más medios de comunicación citó (18), y aunque citó a siete fuentes diferentes, lo hace en contadas ocasiones para cada uno de ellos. Es uno de los dos medios que citó a «Animalistas» (23 de mayo de 2012).

En cuanto a **radios (sitio web)**:

- Ambas emisoras (*Radio Cooperativa* y *Radio Bío Bío*) presentan un comportamiento similar en cuanto a las fuentes de carácter institucional: 24 de «Institucional no de la Organización»; 7 y 4, respectivamente, de «Gobierno Corporativo».
- *Radio Cooperativa*, como se anotó anteriormente, es uno de los dos medios que más citan al «Gobierno Corporativo» (7); así como la que más (8) al «Movimiento Socio-Ambiental Valle del Huasco», por solo una vez de *Radio Bío Bío*.

En cuanto a las **televisiones**:

- El comportamiento de los dos canales de televisión es muy similar, al igual que el número de notas informativas (13 para *TVN24 Horas Central* y 10 para *CNN Prime-Chile*). Ambos canales citan de forma parecida a las fuentes institucionales y hay un contraste bastante parecido entre las fuentes de la empresa y de los colectivos sociales y vecinales; además, las dos acuden a un experto en una ocasión, nunca citan a otros medios, ni a los «Animalistas».

En cuanto a consideraciones globales, todos los medios utilizan como principal fuente las denominadas «Institucional no de la organización», pero difieren en el uso de los otros tipos de fuentes. Así, al fijarse en los medios digitales toma protagonismo la fuente «MCS». En el caso de *Emol*, podría decirse que en comparación con el resto de fuentes, ocupa un puesto muy principal (18). Mientras que en el caso de *Radio Cooperativa* los «MCS» tienen similar importancia al «Gobierno Corporativo» (7) y a la fuente «Movimiento Socio-Ambiental Valle de Huasco» (8).

En el caso de los **medios impresos**, *Diario Chañarillo* utiliza en segundo lugar dos tipos de fuentes: «MCS» (5) y «Comunicado de prensa de Agrosuper» (4) y nunca acude a la fuente denominada «Gobierno Corporativo». En el caso de *El Diario de Atacama*, destaca como segunda fuente utilizada «Freirina Conciente» (9) y seguida de «Comunicado de prensa de Agrosuper» (5), y «MCS» (4), y no acude a expertos. Tanto *El Mercurio* como *El Diario de Atacama* realizan un uso similar de las fuentes. *El Mercurio* citó «Freirina Conciente» (10) y *El Diario de Atacama* (9). Con respecto al «Comunicado de prensa de Agrosuper», los diarios *El Mercurio* y *El Diario de Atacama* la utilizaron de manera similar, seis y cinco veces, respectivamente. El diario *El Mercurio* nunca citó a otros «MCS» ni dio voz al «Movimiento Socio-Ambiental Valle de Huasco» ni a los «Animalistas». Por su parte, *La Tercera* utilizó el tipo de fuente «Gobierno Corporativo» (5) y «Comunicado de prensa de Agrosuper» (4).

En el caso de las **radios y los medios digitales**, *Radio Bío Bío* destaca como segunda fuente la denominada «Comunicado de prensa de Agrosuper» (7), seguida de la categoría «MCS» (5) y de «Gobierno Corporativo» (4). No utiliza como fuente «Movimiento Socio-Ambiental Valle de Huasco».

En cuanto a las **televisiones**, TVN 24 Horas Central tiene como segunda fuente la denominada «Movimiento Socio-Ambiental Valle de Huasco» (8) y después «Gobierno Corporativo» (5) y «Comunicado de prensa de Agrosuper» (4). Por su parte, la cadena CNN Prime Chile toma como segunda fuente «Freirina Conciente» (5) y «Gobierno Corporativo» (3). Nunca citó al «Movimiento Socio-Ambiental Valle de Huasco». Ninguna de las dos cadenas de televisión declara haber citado otros medios de comunicación.

Conforme a lo expuesto anteriormente, si comparamos los tipos de fuentes cabe destacar que la denominada «Gobierno Corporativo» nunca fue tomada en cuenta por *Diario Chañarillo*; la fuente «Movimiento Socio-Ambiental Valle del Huasco» no ha sido citada por *Radio Bío Bío*, *El Mercurio* y CNN Prime Chile; todos los medios han utilizado como fuente las dos categorías denominadas «Freirina Conciente» y «Comunicado de prensa de Agrosuper». Ni *Emol* ni *El Diario de Atacama* citaron al tipo de fuente «Expertos». No utilizan en sus informaciones otros «MCS», el diario *El Mercurio* ni las dos cadenas de televisión. El tipo de fuente menos utilizada es «Animalistas», que solo es citada por *Emol*

y *Radio Bío Bío* (los dos son medios digitales). Por último, puede señalarse que el medio que más cita a la empresa Agrosuper (bien con el «Comunicado de prensa de Agrosuper» bien «Gobierno Corporativo») es *El Mercurio* y el que menos cita a la empresa es *Diario Chañarillo*, que solo cita cuatro veces el «Comunicado de prensa de Agrosuper».

Tabla 4. Notas informativas con y sin contraste o pluralidad de fuentes

Medio	Número de fuentes										
	No contraste		Varias fuentes								
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Diario Chañarillo	15	28	7	2	1	0	0	0	0	0	0
Radio Bío Bío	9	15	8	5	6	0	0	0	0	0	0
Emol	2	21	11	5	1	1	1	0	0	0	0
El Mercurio	17	7	1	3	5	6	2	0	0	0	0
El Diario de Atacama	16	5	7	0	6	3	1	1	0	0	0
Radio Cooperativa	0	18	8	6	2	0	0	0	0	0	0
La Tercera	7	5	2	7	3	1	2	0	0	0	0
TVN 24 Horas Central	2	0	0	1	0	2	0	2	1	3	2
CNN Prime Chile	0	0	1	2	2	3	1	0	1	0	0
Total noticias	68	99	45	31	26	16	7	3	2	3	2
%	22,5	32,8	14,9	10,3	8,6	5,3	2,3	1,0	0,7	1,0	0,7

Fuente: Elaboración propia

Una vez conocido un hecho o pseudoevento, la labor del periodista para construir un relato verosímil adecuado es acudir a diferentes fuentes. Una de ellas será la que ha dado a conocer el hecho o convocado el pseudoevento. A partir de ahí, la práctica profesional establece, al menos, dos pautas: rechazar las informaciones sin fuentes y procurar contrastar o completar la nota informativa utilizando dos o más fuentes. Contrastar la información es un requisito de neutralidad o imparcialidad por parte de los medios de comunicación y completar la información con más puntos de vista es una obligación para mostrar la realidad de la forma más amplia posible. Cuantas más voces encuentren los lectores, oyentes u espectadores, más posibilidades hay de comprender mejor la realidad sobre la que se informa.

En el estudio que se realizó cabe destacar que el comportamiento más frecuente por parte de los medios es la utilización o bien de una única fuente en las informaciones (32,8% de

las informaciones) o bien de ninguna fuente en estas (22,5%). Sumadas estas dos categorías supone que el 55,3% de las informaciones ni contrasta lo que dicen las fuentes ni hay variedad de fuentes.

En el resto de informaciones, se utilizan dos o más fuentes; con la tendencia de disminuir el porcentaje de informaciones en proporción al número de fuentes, es decir, hay pocas noticias con muchas fuentes. Así, lo más frecuente es el empleo de dos fuentes, 45 casos (14,9%), a continuación tres fuentes en 31 casos (10,3%), cuatro fuentes en 26 casos (8,6%), cinco en 16 casos (5,3%), seis en siete casos (2,3). Más de esta cifra, y hasta diez fuentes, hay únicamente diez casos (3,4%). El contraste o no de fuentes varía mucho según el medio de comunicación. Así, *Diario Chañarillo* casi no presentó contraste de fuentes (81,1% de informaciones sin fuente o con una fuente), mientras que CNN Prime Chile en todas las informaciones que difunde hay contraste de fuentes.

En cuanto a los **medios impresos**, tanto *El Mercurio* como *El Diario de Atacama* más de la mitad de las informaciones no están contrastadas (58,5% y 53,8% respectivamente). Por su parte, *La Tercera* reduce este porcentaje hasta el 44,1%, siendo el medio impreso que más contrasta las informaciones.

Con respecto a las **radios y los medios digitales** (*Emol*, *Radio Cooperativa* y *Radio Bío Bío*), no contrastan la mayoría de las informaciones (54,8%, 52,9% y 55,8% respectivamente).

Una atención especial se merece las **televisiones**. Así *TVN24 Horas Central* tan solo en dos informaciones no figura ninguna fuente y CNN Prime Chile siempre tiene dos o más fuentes. Además, en estos medios no es extraño encontrar más de siete fuentes en sus informaciones. En este punto se diferencian a los medios anteriormente comentados (impresos, web y radio).

En este estudio puede destacarse que hay comportamientos similares en función del tipo de medio de comunicación:

Las **radios** presentaron un número similar de notas informativas sin contrastar y de notas informativas con dos fuentes, es decir, más contrastadas. Y números similares de noticias sin contrastar (bien sin fuentes o solo con una) y de notas informativas con dos o más fuentes los cuatro **diarios**, e incluso cabe destacar que mantienen la similitud los dos regionales y los dos nacionales.

Por su parte, las dos **cadenas de televisión** tienen el mayor índice de noticias con más de dos fuentes citadas (solo *TVN24 Horas Central* difundió dos noticias sin citar fuente).

Tabla 5. Atribución de Fuentes

Medio	Atribución de Fuentes				
	Directa		Indirecta		Total
	Total	Porcentaje	Total	Porcentaje	
Emol	41	85,4	7	14,6	48
Diario Chañarillo	37	97,4	1	2,6	38
Radio Bío Bío	34	100	0	0	34
Radio Cooperativa	34	100	0	0	34
El Mercurio	26	100	0	0	26
El Diario de Atacama	23	95,8	1	4,2	24
La Tercera	18	94,7	1	5,3	19
<i>TVN24 Horas Central</i>	5	31,3	11	68,8	16
CNN Prime-Chile	10	100	0	0	10
Total	228	91,6	21	8,4	249

Fuente: Elaboración Propia

Toda noticia que tiene fuentes de información debe identificar el nombre y cargo de la persona que emite el contenido, en caso de que la información sea confidencial debe especificar que la fuente no quiere dar a conocer la identidad.

En el caso de la atribución de las fuentes, puede destacarse el comportamiento general de los nueve medios analizados. Todos, menos *TVN24 Horas Central*, tienen una atribución directa de las fuentes superior al 85% de las noticias. En el caso de *TVN24 Horas Central* solo llega al 31,1%. Por tanto el porcentaje total en los nueve medios es del 91,6%.

Los medios que siempre dan atribución directa a las fuentes son cuatro: *Radio Bío Bío*, *Radio Cooperativa*, *El Mercurio* y *CNN Prime Chile*. Se encuentra un segundo bloque de medios compuesto por *Diario Chañarillo* (97,4%), *El Diario de Atacama* (95,8%) y *La Tercera* (94,7%) que coinciden en que tan solo en una única ocasión han utilizado una fuente indirecta. Puede señalarse, por tanto, que la casi totalidad de los medios han utilizado fuentes directas. La web de *Emol*, en comparación con los anteriores, utilizó en siete ocasiones fuentes indirectas, por lo que su porcentaje de fuentes directas baja al 85,4%.

Por último, de la ya comentada *TVN24 Horas Central* hay que señalar que de las 16 informaciones que se recogieron, en la mayoría (11 casos, 68,8%) se utilizaron atribuciones indirectas y solo en cinco ocasiones (31,3%) las directas. Estos datos la sitúan muy alejada de la práctica periodística deseable y generalizada del resto de los medios.

Una vez realizado el análisis de cada una de las categorías (cantidad de informaciones, tipo de fuentes, contraste y atribución) cabe preguntarse si existe una relación entre la primera categoría (cantidad de información) y las otras tres, referidas a la calidad de la información.

Para realizar dicha comparativa, se elaboró la Tabla 6 en la que se han tomado como referencia las tablas anteriores; se ha establecido para cada una un ranking de los medios en las diferentes categorías anteriormente analizadas. Así, para la variable cantidad de informaciones el medio *Diario Chañarillo* con 53 unidades ocupa el primer puesto, y la cadena CNN Prime Chile el último (9°). En segundo y tercer lugar se encuentran medios digitales y radiofónicos (*Emol* y *Radio Bío Bío*), algo lógico ya que la ausencia de limitaciones espaciales o temporales permite difundir más notas informativas. Cabe destacar que un diario regional (*El Diario de Atacama*) publicó menos notas informativas que uno nacional (*El Mercurio*). Por su parte, la complicación informativa y la lejanía espacial de las cadenas de televisión hacen que sean las dos que menos notas informativas difundieron.

El uso de fuentes es un claro indicador de la calidad informativa. La variable tipo de fuentes analizada ha sido considerada de la siguiente manera: se ha tomado como criterio de más calidad el mayor uso diferente de fuentes (sobre las 8 analizadas); así, *Radio Bío Bío*, *Radio Cooperativa*, *Emol* y *La Tercera* ocupan 7 de las 8 fuentes. De tal manera, se ubican en primera posición, y la última es para *El Mercurio* que citó cinco fuentes diferentes. Además, se tiene en consideración el porcentaje de informaciones con contraste de fuentes y el porcentaje de Atribución directa de las mismas (CNN Prime Chile ocupa el puesto 1° en ambas categorías). Por último, se sumaron los puestos logrados en las tres categorías sobre calidad de las fuentes analizadas (fuentes diferentes, contraste, atribución) estableciéndose un nuevo ranking global para la calidad del uso de fuentes: el primer puesto lo ocupa *Radio Cooperativa* y el último *Diario Chañarillo*.

En el análisis cabe comprobar que una televisión (CNN Prime Chile) tiene un puesto muy alto en la tabla final (segundo del ranking) mientras que la *TVN24 Horas Central* queda en séptimo lugar. De los medios escritos, tiene la mejor posición *La Tercera* (cuarto puesto), muy por delante de *El Mercurio*, que tendría la anteúltima posición (8° puesto y *Diario Chañarillo* se ubica en la última posición).

Tabla 6. Relación entre categorías de cantidad y de calidad informativa

Medios de comunicación	Cantidad		Fuentes diferentes		Contraste de Fuentes		Atribución Directa		Fuentes (resumen)	
	Nº	Puesto	Nº	Puesto	%	Puesto	%	Puesto	Suma	Puesto
Radio Cooperativa	34	6º	7	1º	47	4º	100	1º	6	1º
CNN Prime Chile	10	9º	6	6º	100	1º	100	1º	8	2º
Radio Bío Bío	43	2º	7	1º	44	7º	100	1º	9	3º
La Tercera	27	7º	7	1º	56	3º	95	7º	11	4º
Emol	42	3º	7	1º	45	6º	85	8º	15	5º
El Diario de Atacama	39	5º	6	5º	46	5º	96	6º	16	6º
TVN 24 Horas Central	13	8º	6	6º	85	2º	31	9º	17	7º
El Mercurio	41	4º	5	9º	58	8º	100	1º	18	8º
Diario Chañarillo	53	1º	6	5º	19	9º	97	5º	19	9º

Fuente: Elaboración propia

Así, cantidad puede ir unida a baja calidad, es el caso de *Diario Chañarillo*, que ocupa el primer puesto en cantidad de informaciones, y el último en cuanto a calidad de las fuentes (poca variedad de fuentes, el que menos las contrasta y ocupa el 5º lugar en atribución directa de las mismas). En el lado opuesto está CNN Prime Chile, cuyas pocas informaciones tienen mucha calidad en las fuentes: muy contrastadas y todas con atribución directa. Si se comparan ambos medios, podría decirse que hay dos estilos muy diferentes: uno más sensacionalista (prima lo emocional) y otro con criterios de calidad periodística

5. CONCLUSIONES

Los medios de comunicación chilenos se caracterizan por una notoria debilidad en el número y tipo de fuentes que utilizan en la cobertura informativa de un conflicto socio-ambiental.

Hay una tendencia a que los medios locales publiquen más sobre este problema local, ya que el medio que más publica es uno local, y el que menos uno nacional. Ahora bien, esta no es una regla exacta, ya que el segundo que más publica es uno nacional, seguido muy de cerca por otro local.

En términos generales, los periodistas solo utilizan una fuente para la construcción de la nota informativa; incluso, en un porcentaje relevante de las informaciones no se cita fuente. Esta rutina periodística denota un empobrecimiento de la información, un inmovilismo

periodístico y un debilitamiento del derecho a la información de la sociedad. La práctica de contrastar dos o más fuentes resulta minoritaria en la labor periodística de algunos medios de comunicación.

Se constata una fuerte dependencia de las fuentes de carácter oficial, privilegiando aquellas de carácter institucional.

La referencia a los movimientos sociales presentes en este conflicto («Freirina Conciente», «Movimiento Socioambiental Valle del Huasco», «Animalistas») tuvo una presencia mínima en las informaciones que se configuran con respecto a este caso.

En relación a la atribución de fuentes, los periodistas chilenos se caracterizan por atribuir en forma directa la información a la fuente que consultaron. De esta forma, el periodista busca legitimar el origen de su información más aún cuando solo cita una fuente.

En definitiva, la cobertura de los medios de comunicación chilenos con respecto a un conflicto socioambiental presenta características generales y definidas de acuerdo a cada soporte de comunicación (diarios, noticieros, portal de noticias, sitios web de radio), no apreciándose diferencias significativas en función de la cercanía o lejanía con respecto al epicentro geográfico del suceso. En algunos casos, se confunde cantidad de notas informativas con calidad, cuando se comprueba que en este caso no es así.

Dentro de estas pautas generales pueden observarse algunas diferencias de cantidad y calidad en los medios analizados. Así, el medio que más publicó (*Diario Chañarillo*) presenta una peor calidad en el uso de las fuentes; mientras que la CNN Prime Chile difunde menos notas informativas, pero en todas con contraste, variedad y atribución de fuentes. El periodismo se encuentra en la disyuntiva de tratar una crisis social de forma sensacionalista o conforme a las pautas de calidad periodística, siempre necesarias para hacer llegar a los ciudadanos la información precisa para actuar o hacer actuar a las autoridades conforme al bien común *La Tercera*.

6. REFERENCIAS

Álvarez, M. (2012). Las agencias de relaciones públicas y su influencia en el periodismo de empresas y negocios en Chile. *Comunicación y Medios*, 25, 71-90.

Asociación Chilena de Agencias de Publicidad (2017). *Informe de Inversión Publicitaria en medios*. Recuperado de <http://www.achap.cl/wp-content/uploads/2016/10/documento-inversion-publicitaria-2016.pdf>

Balvín, D. (2005). *La negociación en los conflictos socioambientales*. Moquegua, Perú: Asociación Civil Labor. Recuperado de http://gajop.org.br/justicacidada/wp-content/uploads/UN_Standards_and_Norms_CPCJ_-_Portuguese1.pdf

Bourdieu, P. (1988). *La distinción*. Madrid: Taurus.

Brajnovic, L. (1985). *El ámbito científico de la información*. Pamplona: Eunsa.

Casero, A. (2009). El control político de la información periodística. *Revista Latina de Comunicación*, 64, 354-366.

Casero, A., & López, P. (2013). La gestión de fuentes informativas como criterio de calidad profesional. En J.L. Gómez & J. Gutiérrez (Eds.) *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales* (pp. 73-89). Barcelona: Univeritat Autònoma de Barcelona.

Checa, L., Lagos, C., Peña, M., & Cabalin, C. (2012). Cobertura de prensa del caso Colusión de Farmacias: Análisis de Contenido. *Comunicación y Medios*, 25, 6-27.

Diezhandino, P. (2007). *Periodismo y Poder*. Madrid: Pearson Educación.

Fishman, M. (1980). *La fabricación de la noticia*. Buenos Aires: Ediciones Tres Tiempos.

Fontaine G. (2004). Enfoques Conceptuales y metodológicos para una sociología de los conflictos ambientales. En M. Cardenas & M. Rodríguez (Eds). *Guerra, Sociedad y Medio Ambiente* (pp. 13-47). Bogota: FES. Recuperado de <http://library.fes.de/pdf-files/bue-ros/kolumbien/01993/12.pdf>

Fontcuberta, M. (1999). Pauta y calidad informativa. *Cuadernos de Información*, 13, 61-69.

Fontcuberta, M. (2011). *La noticia. Pistas para percibir el mundo* (2ª ed. rev.). Barcelona: Paidós.

Fontcuberta, M., & Borrat, H. (2006). *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*. Buenos Aires: La Crujía ediciones.

- Galdón, G. (1994). *Desinformación. Método, aspectos y soluciones*. Pamplona: Eunsa.
- Gans, H. (1979). *Deciding What's News. A study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. New York: Pantheon Books.
- García-Luarte, A. (2010). *Realidad del periodismo y los medios en Chile*. *ComHumanitas*, 1, 71-77.
- García-Gordillo, M.M., Bezunartea, O., Rodríguez, A., & Sánchez, M.T (2014). La calidad de los medios y el uso de las fuentes periodísticas. Una evolución del VAP. En Asociación Española de Investigación de la Comunicación (Ed.) *IV Congreso Internacional Asociación Española de Investigación en Comunicación. "Espacios de la Comunicación"* (pp. 1541-1555). Recuperado de <http://hdl.handle.net/11441/23776>
- Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós.
- Greene, F. (2014). Los medios bajo la influencia de las plataformas tecnológicas: ¿en qué medida afectan en la toma de decisiones de los editores chilenos? *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20, 113-129.
- Gronemeyer, M. (2002). Periodistas chilenos. El reto de formar profesionales autónomos e independientes. *Cuadernos de Información*, 15, 52-70.
- Gronemeyer, M., & Porath, W. (2013). Los niveles de coincidencia temáticas en editoriales de cinco diarios chilenos de referencia en un contexto de concentración de la propiedad de los medios. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 19(1), 433-452.
- Gutiérrez, F., & Ibarra, F. (2013). Tecnología y vicios periodísticos: Análisis del impacto del Nuevo entorno técnico en las prácticas de reporteo y las rutinas profesionales de los periodistas chilenos. En J. Suarez, A. Zurbano & O. Saadi (Ed.), *II International Conference on media Ethics* (pp. 381-393). Sevilla: Facultad de Comunicaciones Universidad de Sevilla.
- Halpern, D. (2007). Los puntos que no miden el rating. *Cuadernos de Información*, 20, 78-86.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª ed. rev.). México: McGraw-Hill.
- Instituto de Derechos Humanos (2015). *Mapa de conflictos socioambientales en Chile*. Recuperado de <http://www.indh.cl/mapadeconflictos>
- Jiménez, C., & Muñoz, J. (2008). Estructura de los medios de comunicación en Chile. *Razón y Palabra*, 13(60). Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/1995/199520730028.pdf>

Lecaros, M.J., & Greene, F. (2012). Editores chilenos y rutinas periodísticas: revisión y propuesta para un estudio sobre el cambio en la sala de redacción. *Cuadernos de Información*, 30, 53-60.

Martínez-Vallvey, F. (2011). *Teoría del periodismo*. Madrid: CEF.

Martínez-Vallvey, F., Sánchez-Cabaco, A., Badillo, A., & Paradiso, J. (2000). *Manual de prácticas de redacción periodística. La Noticia*. Salamanca: Kadmos.

Mayoral, J. (2005). Fuentes de información y credibilidad periodística. *Estudio sobre el Mensaje Periodístico*, 11, 93-102.

Merrill, J.C., Lee, J., & Friedlander, E.J. (1992). *Medios de comunicación social. Teoría y práctica en Estados Unidos y en el mundo*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.

Mourão, V., & Brüheim, M. (2012). La función de la agenda-setting de los medios de comunicación y las políticas de sanidad en Portugal. La influencia de los medios de comunicación en la opinión pública en tiempos de incertidumbre. *Prisma Social*, revista de Ciencias Sociales, 8, 308-332.

Orellana, R. (1999). Conflictos... ¿sociales, socioambientales?... Conflictos y controversias en la definición de conceptos. En P. Ortiz (Ed.), *Comunidades y conflictos socioambientales: experiencias y desafíos en América Latina* (pp.331-343). Quito, Ecuador: ABYA-YALA.

Parra, D., & Álvarez, J. (2004). *Ciberperiodismo*. Madrid: Síntesis.

Pellegrini, S., Puente, S., Porath, W., Mujica, C. & Grassau, D. (2011). *Valor agregado periodístico. La apuesta por la calidad de las noticias*. Santiago: Ediciones UC.

Quarantelli, E.L. (2002). The role of mass communication system in natural and technological disasters and posible extrapolation to terrorism situations. *Risk Management*, 4(4), 7-21. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/3867732>

Retamal, L. (2013). *Framing y Crisis. Tratamiento informativo de la prensa chilena frente a situaciones de crisis en organizaciones* (Tesis doctoral). Universidad Pontificia de Salamanca, España.

Rodríguez-Rey, A., Enguix, A., Rojas, J. & García, M. (2015). La calidad de los medios y el uso de fuentes periodísticas en la prensa local de referencia en España. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21, 85-100.

Salinas, C., & Stange, H. (2015). Burocratización de las rutinas profesionales de los periodistas en Chile (1975-2005). *Cuaderno.info*, 37, 121-135. doi:10.7764/cdi.37.703

Sampedro, V. (2000). *Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas*. Madrid: Ediciones Istmo.

Sánchez-Calero, M.L., Morales, E., & Lozano, C. (2017). *Periodismo de Riesgo y Catástrofe. En los telediarios de las principales cadenas de televisión en España*. Madrid: Fragua.

Shoemaker, P., & Reese, S. (1994). *La mediatización del mensaje. Teorías de las influencias en el contenido de los medios de comunicación*. México: Editorial Diana.

Sorribas, P.M., & Brussino, S.A. (2017) Participación política: el aporte discriminante de actitudes ideológicas, valores y variables sociopsicológicas. *Revista de Psicología*, 35(1), 311-345.

Souza, B., Antunes, E., & Ferreira, P. (2012). El acontecimiento como contenido de las noticias: repensando una metodología. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18(1), 383-398.

Sunkel, G., & Geoffroy, E. (2002). Concentración económica de los medios de comunicación. Peculiaridades del caso chileno. *Comunicación y Medios*, 0(13), 135-159. doi: 10.5354/0719-1529.2002.12985.

Téramo, M. (2006). Calidad de la información periodística en Argentina. Estudio de diarios y noticieros. *Palabra Clave*, 9(1), 57-84.

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.

Urchaga, J.D. (2006). Análisis de Contenido. En R. Reyes (Coord.) *Diccionario Crítico de Ciencias Sociales* (pp. 147-151). Madrid: Editorial Universidad Complutense & Plaza Valdés.

Valenzuela, S., & Arriagada, A. (2009). Competencia por la uniformidad en noticieros y diarios chilenos (2000-2005). *Cuadernos de Información*, 24, 41-52.

Valle, C., Mellado, C., Salinas, P., & González, G. (2011). La concentración de la propiedad de los medios de comunicación en Chile. De la propiedad al mercado de la publicidad: Los desafíos pendientes. *Sapiens. Revista Universitaria de Investigación*, 12(1), 44-58.

Vargas-Llosa, M. (2011). *Diario de Irak*. Madrid: Alfaguara.

Vergara, E., Garrido, C., Santibáñez, A., & Vera, P. (2012). Inversión publicitaria y pluralismo informativo: una aproximación comparada al caso de la prensa en Chile. *Comunicación y Medios*, 25, 57-70.

Walter, M. (2009). *Conflictos ambientales, socioambientales, ecológico distributivos, de contenido ambiental... Reflexionando sobre enfoques y definiciones*. *ECOS*, 6, 1-9.