

La digitalización y sus efectos sobre las prácticas y productos periodísticos en Chile

María Elena Gronemeyer¹

Recibido: 2012-05-19
Envío a pares: 2012-05-22

Aprobado por pares: 2012-06-10
Aprobado: 2012-07-30

Para citar este artículo / To reference this article / Para citar este artigo

Gronemeyer, M. E. Abril de 2013. La digitalización y sus efectos sobre las prácticas y productos periodísticos en Chile. Palabra Clave 16 (1), 101-128.

Resumen

El estudio investiga los cambios fundamentales en el periodismo chileno producto de la digitalización: su influencia en la práctica periodística, en los estándares éticos de la profesión; el impacto de la opinión pública y de los medios ciudadanos *online* sobre las pautas informativas y la posible democratización de la información. Se realiza análisis de contenido a veintiséis entrevistas en profundidad con expertos e informadores de medios convencionales, de sus plataformas *online*, de sitios informativos en Internet y de medios ciudadanos.

Palabras clave

Periodismo, periodistas, digitalización, periodismo en línea.

1 Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile. m Gronemeyer@uc.cl.

Colaboraron en esta investigación María José Ahumada, Verónica Binder, Kim Brierley, Josefina Cabezón, María Pía Fuentealba, Bárbara Huberman, Javiera Ide y María Belén Miranda, de la Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Digitalization and its Effect on Journalism Products and Practices in Chile

Abstract

This study researches essential changes to Chilean journalism resulting from digitalization media: its influence on journalism practices, professional ethical standards and how public opinion and online public media influence news coverage and democratized information. The contents of twenty-six in depth interviews to experts and conventional media reporters, their online platforms, informational sites on the Internet and public media were analyzed.

Keywords

Journalism, journalists, digitalization, online reporting.

A digitalização e seus efeitos sobre as práticas e produtos jornalísticos no Chile

Resumo

Este estudo investiga as mudanças fundamentais no jornalismo chileno produto da digitalização: sua influência na prática jornalística, nos padrões éticos da profissão; no impacto da opinião pública e dos meios cidadãos on-line sobre as pautas informativas e a possível democratização da informação. Realiza-se uma análise de conteúdo a vinte e seis entrevistas em profundidade com especialistas e informadores de meios convencionais, de suas plataformas on-line, de sites informativos e de meios cidadãos.

Palavras-chave

Jornalismo, jornalistas, digitalização, jornalismo on-line.

Introducción

Los vertiginosos y radicales cambios en las tecnologías de las comunicaciones sustentan una investigación de gran envergadura para conocer en profundidad el impacto del proceso de digitalización sobre el periodismo. Bajo el título “Mapping Digital Media”, y auspiciado por el Media Program de Open Society Foundations (OSF), este proyecto recoge la investigación sobre el efecto de la digitalización en las comunicaciones en sesenta países. Este trabajo corresponde a la parte del proyecto realizada sobre los medios digitales y el periodismo chileno.

El actual ejercicio del periodismo necesariamente está determinado por los desarrollos tecnológicos que están ocurriendo en las comunicaciones. Por eso es insoslayable la responsabilidad, y estimulante el desafío, de identificar y evaluar estas transformaciones sin precedentes que están afectando a la profesión. Este trabajo se propone conocer, desde quienes ejercen el periodismo, las oportunidades y limitaciones que conllevan para su trabajo los desarrollos contemporáneos de los que somos testigos privilegiados, como el paso de los medios análogos a los digitales, el trabajo periodístico convergente, la multiplicación de las fuentes y tópicos informativos, y el empoderamiento de los ciudadanos consumidores –y ahora también generadores– de información.

Metodológicamente esta investigación descriptiva emplea análisis de contenido de veintiséis entrevistas en profundidad a expertos en nuevos medios, periodistas y editores chilenos de medios convencionales de prensa, radio y televisión, de esos medios en su versión *online*, de sitios informativos que sólo operan en Internet y de medios ciudadanos. Veintidós entrevistas corresponden a editores y periodistas de veintiún medios (diez medios *online*, nueve medios tradicionales de referencia y dos medios ciudadanos), y las otras cuatro, a conversaciones con expertos en periodismo y comunicaciones digitales.

Las preguntas de investigación apuntan a dar cuenta de las transformaciones fundamentales durante los últimos cinco años en las prácticas y productos periodísticos chilenos a causa de la digitalización. Entre sus efec-

tos más visibles aparece la creciente convivencia del periodismo con las redes sociales, la necesidad de manejar y adaptarse a tecnologías en constante desarrollo, las exigencias de inmediatez y de una actualización constante de la información, las demandas desde las audiencias por nuevos tópicos de su interés, y el control que esas mismas audiencias ejercen sobre el trabajo periodístico, todo ello en un contexto de sobreabundancia de información. Además se han ido consolidando algunos medios ciudadanos que alcanzan impacto en audiencias segmentadas. Se suman también al escenario mediático chileno medios informativos que solamente operan *online* y que cubren temas distintos a los medios tradicionales y en ocasiones están marcando la pauta en tópicos que estos han postergado u omiten.

Aun cuando la digitalización les está moviendo el piso a los medios informativos y a sus profesionales, el grueso de los entrevistados aquí niega que los nuevos escenarios hayan variado los estándares y conductas éticas de los comunicadores. Ello a pesar de que desde la academia los desafíos éticos propios de las transformaciones contemporáneas sean evidentes: “es oportuno señalar que el periodismo de la era digital afronta retos éticos que se presentan con una naturaleza y una estructura semejantes a los que se plantearon cuando, en el siglo XVII, comenzó a desarrollarse la prensa periódica, y cuando, en los años 20 del siglo XX, irrumpió la radio como medio de comunicación” (Casasús, 2001, p. 51).

Las innovaciones que más se echan de menos tras escuchar a los veintiséis profesionales se relacionan con mayores acciones que democratizen la información, como el desarrollo del periodismo de investigación y de la información política, además de la promoción del pluralismo y la inclusión de personas o grupos comúnmente relegados por los medios.

Marco teórico

Entre los periodistas hay unos que perciben los adelantos tecnológicos como una experiencia de paraíso terrenal y otros, como un verdadero infierno. Pero hay una tercera multitud que, aún algo perpleja, trata de hacer sentido de estos procesos evaluando sus bondades y límites, entendiendo

que la digitalización representa una inflexión para el ejercicio periodístico, un antes y un después, sin probable regreso al pasado.

En palabras de Fondevila (2010, p. 20), “El periodismo y la creación de contenidos experimentaron en los años 90 del siglo XX un tsunami en todos los sentidos. El eje de ese maremoto no es otro que Internet”. Habla de una *mediamorfosis* desde las plataformas análogas a las digitales, y Flores (2008, p. 1) advierte que “La Sociedad de la Información está revolucionando profundamente la cotidianeidad de las personas. Asistimos, quizá de manera no muy consciente, al nacimiento de una nueva civilización. Ni un solo rincón de nuestra historia futura va a dejar de verse afectado por el desarrollo devastador del mundo digital. Y las empresas de medios y la propia profesión periodística, deben tomar buena nota de todo este acontecer”. Para Castells (2005) la actualidad es “un periodo histórico caracterizado por una revolución tecnológica centrada en las tecnologías digitales de información y comunicación, concomitante, pero no causante, con la emergencia de una estructura social en red, en todos los ámbitos de la actividad humana, y con la interdependencia global de dicha actividad”. Los cambios más evidentes implican para Serrano (2008, p. 4) que “La inmediatez, la interactividad, la ‘democratización’ de la información en un tiempo récord, la convergencia de lenguajes y formas, no debe servir, y no está sirviendo, para relegar a los medios, sino para tender a su ya imprescindible reformulación”.

Muchos autores destacan la nueva relación comunicador-receptor que conlleva el fenómeno en discusión. Albertos (2001) subraya la posibilidad de liberarse de las parrillas programáticas de los medios para acceder a información cuando y donde se estime oportuno. Y según Lerma (2009, p. 2) “Comienza así a desarrollarse un periodismo que llama a la gente a participar, ya sea dejando comentarios sobre su gusto u opinión sobre la información presentada; para que colabore y amplíe con datos nuevos una noticia o evento; o que aporte elementos que lleguen a constituir una noticia *per se*”. Goldenberg (2005, p. 83) habla de ‘conversar’ con los ‘lectores’: “Esto incorpora un cambio importantísimo en el mundo periodístico: entregarle al lector el real control de lo que consume”. Coincide Salavarría (2004, p.

41) en que “Saber escuchar y prestar la voz a estos nuevos lectores activos y exigentes es quizá la última gran lección que deberán aprender los nuevos periodistas”. En definitiva, “Con la generación de contenidos por los usuarios en la red, tiende a diluirse la clásica distinción establecida entre los roles del emisor y el receptor”, sentencian Fleischman, Ginesta y López (2009, p. 267). Y Albertos (2001, p. 24) sacude teorías consolidadas:

El papel tradicional de los editores como filtro o *gatekeepers*, así como la función clásica de agenda-setting, propia de los medios, aparece hoy cuanto menos cuestionada y desde luego compartida. La red permite el acceso directo del público a las fuentes de información sin la mediación profesional de los comunicadores, y ofrece –como se ha dicho– por primera vez en la historia de la comunicación acceso universal a un sistema mundial de publicación que funciona, igualmente, al margen de los editores profesionales.

Las bondades de la digitalización y del uso de Internet para la generación de productos periodísticos también son un foco importante del análisis de los procesos que aquí se exponen. Larrondo (2005) destaca que Internet ofrece información de contexto como nunca antes gracias al hipertexto que posibilita acceder a material relacionado y ampliar la información e iluminar un suceso desde una diversidad de perspectivas. El desafío que ello plantea al periodista, según Larrondo (2005, p. 157), es que “exige por parte del informador prestar una especial atención a la contextualización y a la profundidad, a partir de una reflexión que le lleve a preguntarse en cada noticia qué necesitan y qué les falta por conocer a los lectores sobre ese tema”.

La aproximación al tópico en Chile

En Chile existen algunos trabajos que aportan antecedentes relevantes para este proyecto y complementan desde otras perspectivas, y con otros métodos, la información recogida en este trabajo. Permiten así ir completando el cuadro que se dibuja ante nosotros de la realidad de la digitalización y sus efectos sobre las prácticas y productos periodísticos en el país.

Román (2007) critica lo que califica la inercia del periodismo chileno enfrente a las transformaciones propias de la digitalización y desafía

a los profesionales chilenos a asumir la ‘forma hipermedial’. Goldenberg (2005, p.2) coincide al afirmar que “La experiencia indica que se han aplicado prácticas de las antiguas plataformas a los nuevos medios sin asumir sus diferencias; es decir, se ha optado por hacer más de lo mismo”.

Un estudio de 2010 de la Fundación de la Prensa¹ revela que en Chile sólo el 20,2% de los periodistas usa frecuentemente redes sociales, como Twitter o Facebook. Este porcentaje varía dependiendo si se trata de profesionales que trabajan en Santiago (23,4%) o en otras regiones (15,2%), lo que muestra diferencias significativas entre las prácticas en la capital y el resto de país, posiblemente también debido a la brecha digital. Sin embargo, periodistas y editores encuestados en 2009 en un estudio de la Universidad Alberto Hurtado (2010) muestran un panorama más promisorio de su vinculación con el mundo digital.² De acuerdo a esa investigación, en Santiago el 67,8% de los encuestados consideró que el periodismo trabaja bien con medios digitales, el 33,7% alabó el uso que dan a sitios *web* y a Internet y el 34,1%, sus habilidades para manejar nuevas tecnologías. En la misma encuesta, el 83,9% de los periodistas y editores santiaguinos destacó como la principal fortaleza del periodismo chileno su inmediatez, siendo un estándar y principio sobresaliente en los medios comerciales. Sin embargo, ese estudio también reveló que el 61,2% de los encuestados percibe que Internet aumentó la presión en las salas de prensa a las horas del cierre. Otro dato relevante para este trabajo es que, según esa encuesta, el 57,5% de los editores y periodistas aseguró que ha aumentado la cantidad de información equivocada o falsa que se está publicando. De los encuestados, 63,3% dijo que los valores fundamentales del periodismo se transfirieron también a Internet, pero el 33,3% expresó lo contrario y más bien cree que Internet está cambiando esos valores. Este grupo opinó que los criterios de ‘pérdida de altos estándares’, ‘menos cuidado’, ‘cualquiera puede ser un periodista *online*’ están afectando al periodismo, junto con su acento en la velocidad. Por último, aunque los profesionales encuestados coincidieron en que el periodismo digital se destaca por su capacidad de proveer muy rápidamente cobertura de noticias de último minuto y en desarrollo, sólo un 2,6% de ellos consideró que el periodismo está haciendo hoy un buen trabajo de cobertura en profundidad de temas específicos.

El empoderamiento de las audiencias, fruto de las redes sociales y de su capacidad de generar contenidos noticiosos gracias a la digitalización, hizo surgir en Chile diarios ciudadanos y radios comunitarias. Una investigación de Soledad Puente y Daniela Grassau (2011) estudia una variedad de diarios alternativos que están en la red de *Diarios Ciudadanos* y de radios comunitarias agrupadas en la Asociación Nacional de Radios Comunitarias y Ciudadanas de Chile A. G., ANARCICH. Su trabajo concluye a partir de doce entrevistas en profundidad a responsables de medios, y de ciento noventa encuestas a ciudadanos inscritos en ellos, que las prácticas en estos medios no pueden entenderse como acciones periodísticas, sino como ‘complemento ciudadano’ en el escenario informativo. Por tanto se debería hablar de colaboración en vez de sustitución del periodismo profesional.

En cuanto a la contribución de la digitalización al periodismo de investigación, el estudio de la Universidad Alberto Hurtado (2010) detecta en su encuesta de 2009 con informadores que aún son precisamente el periodismo de investigación y la función fiscalizadora de los medios las prácticas más débiles del periodismo chileno. Ello a pesar de que en otra encuesta nacional, aplicada el mismo 2009 a periodistas en la investigación de Claudia Mellado *et al.* (2010), estos profesionales calificaron la labor de fiscalización del periodismo como muy importante o extremadamente importante.

A pesar de las ventajas de la digitalización, en Chile existe solamente un sitio *online* dedicado al periodismo de investigación: CIPER-Chile.³ Liderado por la periodista Mónica González, este Centro de Investigación e Información Periodística se ha ido convirtiendo en un espacio de referencia y marca la pauta de medios convencionales, aunque su directora afirma que con su tipo de periodismo ella trabaja para una minoría reflexiva en el país.⁴

El impacto de la digitalización en la información política ha sido reducido en Chile, según Cabalin-Quijada y Lagos-Lira (2009), en parte debido al limitado acceso a conexiones de Internet, pero también debido a restricciones técnicas y a persecuciones a los administradores de sitios y bloggers. Los autores aseguran que “Esto ha configurado un nuevo sujeto y una nueva estrategia de resistencia a los poderes, como es el ciberdisidente

y la ciberdisidencia” (p. 43). Al momento de indagar entre las audiencias la procedencia de su información política, en el estudio Latinobarómetro 2010,5 el 20% de los encuestados chilenos dijo buscarla directamente en Internet, mientras el 49% afirmó obtenerla en la familia y otro 34%, de amigos (la pregunta permitía una respuesta múltiple por lo cual los porcentajes suman más de 100%).

Aunque el grueso de la información, incluida la política, se obtiene en Chile a través de la televisión (Franco, 2009), una investigación reciente de Arriagada *et al.* (2010) sobre aquella minoría que se conecta a Internet para acceder a información revela que las personas que usan diariamente medios *online* empiezan a ser más críticas de las acciones presidenciales que aquellas audiencias que rara vez o nunca obtienen información de medios digitales. Boas (2008), refiriéndose al uso de medios digitales y la política en Chile, argumenta que Internet está adquiriendo una importancia creciente para establecer nuevas formas de vinculación entre políticos y ciudadanos. Habla de que en las campañas los candidatos usan sus blogs para comunicarse interactivamente y emplean sus sitios *web* y correos electrónicos para reclutar, organizar y movilizar voluntarios para esas campañas. Sin embargo, también concluye que a pesar de que Internet es capaz de reforzar una tendencia hacia la promoción de vínculos directos entre los candidatos chilenos y sus seguidores, no parece capaz de contrarrestar la tendencia hacia las campañas centradas en cuñas.

Preguntas de investigación

A la luz de la discusión expuesta, este trabajo se propone aportar al estudio de la digitalización en el periodismo chileno respondiendo las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Cuáles son los cambios más significativos ocurridos en los últimos cinco años en las salas de prensa y en el ejercicio del periodismo producto de la digitalización?
2. ¿Existen cambios en los estándares éticos del periodismo vinculados a los desarrollos tecnológicos?

3. ¿Cuál ha sido la influencia de los medios ciudadanos y medios *online* sobre la pauta informativa de los medios convencionales?
4. ¿Cuál ha sido el impacto de la digitalización en la democratización de la información, expresada en ámbitos especialmente relevantes para el periodismo y susceptibles de ser influidos por ella como: a) el periodismo de investigación, b) la información política, c) la diversidad e inclusión de minorías?

Método

El propósito de este estudio fue conocer de primera fuente los cambios fundamentales que ha generado la digitalización en Chile en los últimos cinco años en las prácticas y en los productos periodísticos, e indagar en los desarrollos pendientes y en las posibles repercusiones de los adelantos tecnológicos para el periodismo y para su relación con las audiencias en los nuevos escenarios discutidos en el capítulo anterior.

Con ese objetivo, metodológicamente este trabajo se realizó con entrevistas en profundidad y análisis de contenido de sus transcripciones. Se conversó con veintiséis profesionales de prensa, radio, televisión, medios *online*, medios ciudadanos y expertos en la materia. Fueron veintidós editores y periodistas de veintiún medios (diez medios *online*, nueve medios tradicionales de referencia, incluida una agencia de noticias, y dos medios ciudadanos), y las otras cuatro entrevistas fueron con expertos y académicos en periodismo y comunicaciones digitales. Los profesionales de distintas generaciones y trayectorias aportaron información de primera fuente del fenómeno en estudio, apuntando a los cambios que han ocurrido en los medios y en el ejercicio de la profesión en los últimos cinco años. Se parte de la premisa de que este periodo de tiempo permite hacer memoria con mayor certeza y dentro de él se presume que han ocurrido cambios significativos por la velocidad de los adelantos tecnológicos en el campo de las comunicaciones.

Los medios estudiados mostraban el cuadro más completo posible del objeto de esta propuesta y se seleccionaron considerando su relevancia, diversidad y representatividad. En función de ello se entrevistó a profesio-

nales de dos canales de televisión y de sus plataformas digitales: Televisión Nacional de Chile y TVN.cl, por ser el único canal nacional de televisión pública en el país, y Mega y Mega.cl, un canal privado con fines de lucro. En prensa se seleccionó a periodistas y editores de los dos periódicos de mayor circulación y de referencia en Chile y de sus respectivos medios *online*: *El Mercurio*, Emol.cl, *La Tercera* y latercera.cl, además del diario popular de alta circulación en sus dos versiones: *La Cuarta* y lacuarta.cl. *El Ciudadano* y elciudadano.cl se agregaron como medios independientes de los dos grandes conglomerados de la prensa chilena (El Mercurio S.A.P. y Copesa S.A.). En radio se eligieron dos medios de alta sintonía, que tienen departamento de prensa y alcance nacional: Cooperativa y ADN. Las radios fueron consideradas en sus versiones convencionales y *online* para comparar las salas de prensa y el trabajo periodístico cuando operan con las dos plataformas y para apreciar la diferencia entre estas y aquellas que solamente operan *online*.

De los medios ciudadanos, que tienen una impronta y alcance más local, se entrevistó a personas de *El Observado* para representar al norte de Chile, y de *El Vacanudo*, para recoger la perspectiva del sur. De los medios que solamente operan con plataformas digitales se conversó con profesionales de Terra.cl, por ser un sitio de alta sintonía en el mercado hispano, y de El Mostrador.cl, un periódico *online* chileno que tiende a marcar pauta en los medios convencionales.

Se incluyó a la agencia de noticias chilena Orbe por ser una empresa nacional privada que contribuye a la pauta noticiosa de distintos medios de comunicación e informa a sus suscriptores (medios, empresas e instituciones) del desarrollo noticioso en el país a lo largo de todo el día.

Los cuatro expertos y académicos en periodismo y comunicaciones digitales se sumaron para complementar las visiones de la práctica periodística con una perspectiva teórica acerca del fenómeno de la digitalización y su impacto en el periodismo. Se entrevistó a docentes universitarios que imparten cursos de posgrado en periodismo y medios digitales y a autores de textos pertinentes al objeto de estudio.

El levantamiento de la información se realizó durante el segundo semestre de 2010. Se cumplió así el doble propósito de recolectar información y experiencias de primera fuente primero y luego hacer un análisis sistemático de ese material.

Las entrevistas en profundidad

La entrevista en profundidad se ha validado como un método de levantamiento de material de estudio sustentado en el valor atribuible a respuestas honestas y significativas en una conversación cómoda y sin esquemas fijos o categorías de respuesta predefinidas (Olabuénaga, 1999; Guerrero, 2001; Blasco y Otero, 2008; Taylor y Bogdan, 2000).

Las entrevistas del proyecto se realizaron con un mismo cuestionario semiestructurado de manera que la conversación se focalizara en los temas de estudio y luego se pudieran hacer comparaciones y detectar tendencias. Pero también se pretendió que la conversación fuera flexible y tuvieran cabida las contrapreguntas y los temas aledaños relevantes. Una condición importante de la entrevista fue que las respuestas remitieran a los principales cambios que según los entrevistados habían ocurrido en torno a los últimos cinco años (2005-2010). Las preguntas se centraron en los cuatro ejes temáticos de las preguntas de investigación: 1) la influencia de la digitalización en las prácticas de trabajo en la sala de prensa y en el reporte del periodista chileno, 2) los posibles cambios en los estándares éticos del periodismo vinculados a los desarrollos tecnológicos, 3) la influencia de la opinión pública y de nuevos actores sociales, como los medios ciudadanos, sobre la pauta informativa de los medios convencionales producto de la digitalización, y 4) el impacto de la digitalización en la democratización de la información, expresada en ámbitos especialmente relevantes para el periodismo y susceptibles de ser influidos por ella, como: a) el periodismo de investigación, b) la información política, y c) la diversidad e inclusión de minorías.

Las entrevistas fueron principalmente presenciales y, según la disponibilidad del entrevistado, complementadas por teléfono, correo electrónico y chat. A cada entrevistado se le identificó con las siguientes variables de-

mográficas: cargo, edad, nivel de educación, medio en que trabaja y años de trabajo en él. Se optó por entrevistas anónimas para garantizar un mayor espacio de libertad para levantar información relevante para los objetivos de investigación de este proyecto.

El análisis de contenido de las entrevistas

El análisis de contenido es un método consolidado en las investigaciones en comunicación social. Hernández *et al.* (1998, p. 293) aseguran que “El análisis de contenido puede ser aplicado virtualmente a cualquier forma de comunicación”. Se basa en el estudio sistemático de un texto (escrito, visual o auditivo) con diferentes instrumentos y desde distintas disciplinas (Andréu, 1998; Padrón, 1996; Bardin, 1986). Krippendorf (1990) puntualiza que el método busca la formulación sistemática, a partir de datos, de inferencias reproducibles y válidas que hagan sentido en su contexto.

En esta investigación se usaron las transcripciones de las entrevistas grabadas y los textos de *emails* y chats que las complementaron. De estas transcripciones, realizadas por las propias entrevistadoras, se emplearon oraciones como unidades de análisis, que fueron categorizadas en etapas sucesivas considerando las preguntas de investigación y los ejes temáticos del cuestionario de las entrevistas. Se ficharon 470 unidades de análisis correspondientes a frases con información pertinente y relevante al objeto de estudio, y se hicieron 867 categorizaciones, porque en diversas oportunidades una misma oración respondía a más de una categoría. Las conversaciones fueron categorizadas por las propias entrevistadoras para que al momento de interpretar y clasificar las unidades de análisis se considerara el contexto de la pregunta y los posibles subtemas en la respuesta, y para que se atuviera lo más fielmente posible al sentido dado por el entrevistado.

Para visualizar con mayor claridad los cambios de los últimos cinco años, las unidades de análisis pertinentes se recodificaron y les fueron atribuidas las siguientes categorías: ‘más que antes’, ‘menos que antes’, ‘igual que antes’ (por ejemplo, más cantidad de trabajo por jornada que antes, menos o igual); ‘igual’ o ‘diferente’ (por ejemplo, en el medio convencional y en el medio *online* se aplica el mismo criterio ético o uno diferente), y ‘hay’ o ‘no hay’ (por ejemplo, en Chile existe o no el periodismo ciudadano).

El análisis del material categorizado sirvió para responder las preguntas de investigación buscando coincidencias entre los entrevistados, discrepancias y tendencias que dieran cuenta del impacto de la digitalización en el periodismo chileno.

Resultados

Las veintiséis entrevistas analizadas sistemáticamente permitieron describir las prácticas actuales de los informadores enfrentados a la digitalización de las comunicaciones.

Aunque muchas transformaciones recientes en el periodismo en Chile se pueden atribuir a razones económicas y tal vez también políticas, esta investigación muestra que varios cambios se vinculan a la digitalización. También muestra que otras innovaciones que Internet hace posibles están pendientes.

1. ¿Cuáles son los cambios más significativos ocurridos en los últimos cinco años en el periodismo producto de la digitalización?

Claramente los cambios más visibles en el periodismo chileno de los últimos cinco años se asocian a las nuevas herramientas tecnológicas, especialmente Internet.

Aun así, los entrevistados coinciden en que los periodistas todavía están descubriendo el potencial de estos instrumentos. En palabras de un experto con dieciséis años de trabajo en nuevos medios, “Los periodistas chilenos *online* sólo cambian el soporte papel por el soporte *web*. Las razones radican en un tema de formación, de negocio y de tiempo”. Los críticos dicen que falta flexibilizar los modos de trabajo y avanzar en la implementación de hipertextos, multimedialidad e interactividad, sacar mayor ganancia de las redes sociales y abrirse a nuevos grupos, a más fuentes y a otros contenidos noticiosos.

Pero las opiniones varían entre los periodistas que trabajan en medios convencionales o en sus plataformas *online* y quienes ejercen en medios que

sólo son digitales. En estos últimos abundan comunicadores jóvenes familiarizados con la tecnología, quienes aseguran que en esos medios los cambios por la digitalización son más visibles.

La percepción de que el creciente uso de las redes sociales es el principal cambio en el ejercicio del periodismo en los últimos cinco años es unánime. Los entrevistados dicen que algunos medios monitorean permanentemente plataformas como Twitter, han contratado personas para manejar las redes sociales y han incorporado cuentas de Facebook y Twitter a sus sitios *web*. Evocan los comunicadores que hay noticias construidas completamente a partir de un tuit y que hoy los incendios se anuncian en Twitter antes que en la radio.

Las redes sociales les sirven para obtener información desde las audiencias, datos, testimonios, comentarios, opiniones y rectificaciones. Los periodistas ven en ellas también una manera de llegar a mayores audiencias cuando se van recomendando a otros los buenos trabajos periodísticos. En ocasiones los propios periodistas tuitean información para corroborar sucesos o replicar viralmente datos, por ejemplo accidentes o resultados de elecciones. Sin embargo, también reconocen problemas vinculados a las redes. Según un editor de prensa, “Internet obliga a tener una mayor capacidad de comprensión para identificar los sucesos relevantes porque surgen noticias a cada minuto y existe la tentación de publicar supuestos sin confirmación”.

Hay consenso entre los entrevistados en que un segundo impacto relevante de la digitalización es la imperiosa necesidad de conocimiento y destreza en el uso intensivo de tecnologías. Según un experto digital, el mayor conocimiento tecnológico “es un elemento diferenciador y un valor agregado indispensable en la formación del periodista”.

Aun así, sólo algunos medios convencionales chilenos esperan que sus periodistas reporteen y además capten imágenes para el sitio *web*. La convergencia y el periodista multifuncional se están instalando sólo lentamente en algunos medios chilenos, y su práctica está lejos de marcar tendencia. Incluso existen medios con dos equipos de profesionales distintos,

uno en su soporte tradicional y otro en la plataforma *online*, a veces sin contacto alguno entre ambos o con una relación de competencia. Los periodistas de medios únicamente digitales hablan de otra realidad. Según el editor de un sitio informativo *online* “los medios digitales nos han obligado a ser ‘polifuncionales’, es decir, a ser capaces de reportear, escribir, tomar fotos, grabar un video, editar el video y subirlo todo a una *web*. Antes era impensable que una sola persona lo hiciera. Hoy es requisito mínimo para trabajar en periodismo digital”.

Internet y los celulares inteligentes son las herramientas de reporteo predilectas de los periodistas chilenos. La mayoría de los entrevistados reconoce que hoy pasan más tiempo frente a sus computadores que personalmente con sus fuentes o en el lugar de las noticias. El editor de un diario asegura que consecuentemente “los artículos pierden ambiente y contexto”.

La inmediatez impresa al periodismo por la digitalización probablemente sea el cambio que más ha alterado la vida de los periodistas por la aceleración del ciclo de la noticia para responder a una demanda permanente del público por información instantánea y actualizada. Según un experto en televisión digital, “Ser los primeros es el incentivo. A los directivos les importan mucho las cifras de los *rankings*”. La expectativa, se queja un periodista, es que estén las veinticuatro horas del día conectados para reaccionar sobre la marcha ante cualquier evento y para actualizar información, y el editor de un sitio informativo describe que “En el trabajo en la web la velocidad de circulación de la información excede la propia capacidad de reacción”.

Como contrapartida a la inmediatez, reporteros y editores coinciden en destacar las posibilidades de los medios *online* de aportar contexto y de profundizar la información porque no hay límite de espacio. Sin embargo, las percepciones acerca de si esto se ha logrado están divididas entre los entrevistados. Aunque comparten que la tendencia es hacia una mayor contextualización y una mayor profundidad en los productos periodísticos digitales, hay quienes aseguran que ello no obedece necesariamente al mejor reporteo de los periodistas, sino a las contribuciones de las audiencias que interactúan

con las salas de prensa y, especialmente, a la acumulación de información que permite la digitalización y a la que se accede a través de hipertextos.

Las expectativas de que Internet generara una notoria diversificación de las fuentes y de los tópicos de noticias por el acceso prácticamente ilimitado a información y por la participación de las audiencias se han satisfecho en parte. El editor del sitio *online* de un diario describe su efectividad en las noticias internacionales: “Antiguamente las fuentes eran una o dos agencias de cables. Hoy existe además una gama de diez a veinte sitios con versiones sobre una misma noticia”. La diversificación de los sucesos informados, según el editor de una radio, se debe a que hoy están atentos a los dichos, demandas y aportes de los oyentes en las redes sociales. La ventaja de los medios *online* es que en ellos hay espacio para todos los hechos noticiosos.

Aunque editores y periodistas reconocen con frecuencia que estas diversificaciones favorecen la democratización de los contenidos informativos, varios profesionales también critican que la información se está haciendo más homogénea porque todos acceden a los mismos antecedentes y fuentes, y porque todos también tratan de responder a los intereses de las audiencias expresados en las redes sociales. El jefe de un medio ciudadano se queja de que “La exclusividad ya no existe, o dura muy poco, a lo más diez minutos. Los grandes golpes periodísticos pasaron a la historia”.

Los periodistas también explican que la homogenización de la información en los medios digitales se debe a que Internet facilita el acceso a fuentes y a datos y reduce los tiempos de reporte y los costos, por lo cual se espera de ellos que cubran y escriban sobre muchas más noticias que antes dentro de la misma jornada. Como consecuencia el contenido informativo se ha vuelto más homogéneo y más superficial, con frecuencia limitándose a responder parte de las preguntas básicas del periodismo: qué, quién, cómo, dónde y cuándo, agregando rara vez por qué.

El reclamo es que los periodistas deben lidiar hoy con una sobreabundancia informativa y una sobrecarga de trabajo sin que ello implique, se-

gún ellos, mejores salarios. En los medios *online* deben cubrir una noticia, mantenerla actualizada (aunque también se han ido incorporando ‘actualizadores’ a los medios) y generar *links* hacia noticias relacionadas o sitios complementarios. Esta nueva rutina de trabajo requiere de comunicadores mentalmente preparados para enfrentar permanentes cambios, demandas y correcciones desde las audiencias.

El editor de la agencia de noticias agrega que la sobrecarga de trabajo obedece al dinamismo del periodismo por el hambre de información inmediata y de enfoques diferentes sobre los mismos hechos cubiertos por todos. También sobrecarga el trabajo en los medios digitales el rol más multifuncional de los periodistas, pues hay equipos de trabajo más pequeños y el profesional debe cubrir varios frentes noticiosos y distintos sucesos.

Por último, la **relación editor-periodista** también ha variado en los últimos cinco años en los medios digitales. Los periodistas afirman que la relación es más horizontal y de menos control que antes o que en los medios tradicionales. Dicen ser más independientes en lo que escriben, en las decisiones que toman y en el manejo de los contenidos y de los sitios. Acerca del nuevo rol de los editores, un reportero de televisión *online* describe que “El editor hoy es un *broker*, no un *gatekeeper*. Analiza la información y ayuda al mandar señales. Hace un trabajo de orientación, de dar curso al torrente”.

2. ¿Existen cambios en los estándares éticos del periodismo producto de los desarrollos tecnológicos?

La digitalización ha introducido un cambio significativo identificado unánimemente por editores y periodistas como un creciente control del trabajo periodístico desde las audiencias, que exigen correcciones e información más completa. En cambio, las percepciones entre los comunicadores acerca de los esfuerzos de autorregulación están divididas entre quienes piensan que se han mantenido iguales y quienes opinan que hay una mayor autorregulación.

Consultados sobre criterios éticos nuevos producto de la digitalización del periodismo, los comunicadores entrevistados coinciden en que la

conducta ética de los periodistas y sus estándares éticos no han cambiado. No perciben un impacto relevante sobre sus líneas editoriales y afirman ser más cuidadosos que antes al verificar fuentes y datos y al presentar las noticias por la incertidumbre del origen y la rigurosidad de la información de Internet. Un periodista de radio *online*, a propósito de la ‘mayor fiscalización’, cuenta que “Antes, cuando un periodista hacía un despacho, este pasaba al aire y ahí se disolvía; ahora queda la cuña con un titular asociado. La misma fuente suele llamar y decir ‘yo te dije esto otro’. Es decir, fiscaliza la audiencia y también las fuentes. La permanencia y los espacios de participación generan un mayor control”.

A pesar de este rol fiscalizador más activo de las audiencias y de las fuentes, la mitad de los comunicadores entrevistados dicen que ello no ha influido en sus criterios para incluir determinadas noticias en sus pautas o para evaluar la noticiabilidad de un suceso. “En este medio jamás se ha cambiado la pauta por consideración de la opinión pública”, asegura el periodista de un diario de referencia. Sin embargo, la otra mitad dice que esos criterios se ven afectados ahora por las presiones a través de las redes sociales y que ellos responden a las demandas de las audiencias cuando expresan un interés especial en un hecho o tema, por ejemplo a través de Twitter. Es posible que se abandone el reporte de una determinada noticia que ya estaba en la pauta a causa de la demanda del público.

3. ¿Cuál ha sido la influencia de los medios ciudadanos y medios online sobre la pauta informativa de los medios convencionales?

Otro de los fenómenos asociados a la digitalización que ha innovado en la comunicación social es la aparición de los medios ciudadanos. En Chile conviven con los medios convencionales numerosos sitios que se autodefinen como diarios ciudadanos *online*. Aunque la mayoría de los editores y periodistas admiten la existencia de estos medios, algunos la niegan, argumentando que no califican como periodismo sino como plataformas de expresión de opiniones, tal como concluye también la investigación de Puente y Grassau (2011). Según estos comunicadores, los medios ‘ciudadanos’ que sí difunden información tienen editores profesionales, y los mejores entre ellos

también tienen publicidad, lo cual ya los transforma en un negocio y los subordina a las presiones de los anunciantes, como a todos los otros medios, y los hacen perder así su cualidad de diarios independientes capaces de aportar información relevante que los medios convencionales estarían omitiendo.

Sin embargo, quienes reconocen a los medios ciudadanos, y quienes trabajan en ellos, opinan que han permitido escuchar nuevas voces de grupos rara vez o nunca acogidos en los medios de referencia. Y aunque no todos los profesionales entrevistados consideran que la cobertura de grupos marginados haya crecido significativamente a causa del periodismo ciudadano, varios aseguran que se está expandiendo, especialmente en los medios más alternativos y gracias a las presiones ejercidas a través de las redes sociales. La experiencia del editor de un sitio de periodismo ciudadano es que “Hasta donde yo he visto, *Diarios Ciudadanos* ha mantenido un criterio de apertura a las nuevas ideas, e incluso ha apoyado redes alternativas de emprendimiento”, y el editor de otro medio ciudadano asegura que este “ha cumplido con los propósitos de no tener fines comerciales, no constituir monopolios, no defender el mercado ni el sistema. Asume una actitud crítica, da voz y acceso a los sectores tradicionalmente marginados, muestra la otra cara de la moneda, trabaja con información de contenido social y busca la democratización de las comunicaciones”.

4. ¿Cuál ha sido el impacto de la digitalización en la democratización de la información, expresada en aspectos especialmente relevantes del periodismo, como: a) el periodismo de investigación, b) la información política y c) la diversidad y las minorías?

Aunque en muchos entornos las mayores expectativas de la digitalización de los medios y del periodismo se han formulado alrededor de la posibilidad de contribuir con ello a dar sustento a la democracia, esta investigación revela que esos objetivos continúan siendo los principales desarrollos pendientes en Chile.

En las entrevistas con veintidós editores y periodistas ninguno habla de lo que se está haciendo en el ámbito del periodismo de investigación o

de la ayuda que le estaría brindando la digitalización en esta tarea a pesar de que explícitamente se les pregunta por eso. El impacto de la digitalización en un aumento en la información y comunicación política tampoco es un tema en que los entrevistados se refieran a cambios o logros.

Distinta es la situación cuando se habla de diversidad y minorías, especialmente por la existencia de medios *online* ciudadanos que se han hecho cargo del tema de las minorías. Pero tampoco hay una sola posición respecto de sus éxitos. En Chile las personas que crean, administran y dirigen medios digitales alternativos, como los diarios ciudadanos y blogs, sí se preocupan de materias que afectan a las minorías y usan estos medios para exponer esos temas, comentarlos, promover debate público y, ojalá, lograr que algún medio de referencia recoja esos temas y discusiones en sus pautas y alcancen así un impacto relevante en audiencias más amplias y en los líderes de opinión. Sin embargo, comunicadores y expertos entrevistados argumentan que la falta de conectividad constituye un problema serio para que los medios alternativos influyan con sus coberturas de temas socialmente sensibles.

Los comunicadores coinciden en que hay nuevas agrupaciones que han creado medios digitales alternativos como espacios de expresión ciudadana, entre ellos una diversidad de diarios ciudadanos y radios comunitarias. Pero no hay consenso acerca del éxito de estos medios en el empeño específico de democratizar el espacio de expresión pública en Internet y en el propósito de marcar la pauta en materias socialmente sensibles que los medios de referencia no cubren o cubren menos.

Las percepciones de quienes trabajan en medios ciudadanos y los profesionales que lo hacen en medios convencionales difieren sustancialmente. Mientras los primeros consideran fundamental su contribución al momento de tratar temas sensibles de la sociedad chilena y se definen como accesibles al usuario común y a las minorías para expresar sus ideas y reclamos con una impronta más crítica, los últimos tienden a asociar ese tipo de periodismo con lo hiperlocal, y por eso los consideran solamente un complemento para los medios convencionales. El editor de un diario ciudadano *online* en Santiago es categórico al defenderlos: “Claramente ha ampliado

(el periodismo ciudadano) la cobertura a grupos que muchas veces no tenían opción de publicar sus problemas”. Este grupo de periodistas ciudadanos reconoce, sin embargo, que a pesar de una mayor democratización gracias a Internet, la cobertura de los grupos marginados aún no ha variado de manera significativa. El periodista de un medio impreso convencional comenta que “Tal vez algunos grupos que antes no tenían cabida ahora tengan la oportunidad de manifestarse. Por ejemplo, los anárquicos tienen más posibilidad de hacer públicas sus ideas, ya que han introducido temas que antes no se sabían. Pero no veo que los medios actuales sean más diversos y pluralistas que antes”.

Una última percepción crítica se relaciona con el modelo económico de los medios ciudadanos y su vinculación con el tema de las minorías. Las personas que dirigen diarios ciudadanos *online* argumentan unánimemente que ellas se han mantenido inmunes a las presiones comerciales, lo cual les ha ayudado a dar acceso a grupos tradicionalmente marginados. Por su parte, expertos, editores y periodistas de medios convencionales aseguran que esos medios perdieron su independencia de los auspiciadores en cuanto tuvieron éxito y por eso empezaron a recibir apoyo financiero. Incluso periodistas ciudadanos entrevistados expresan creer que no es posible para esos medios carecer de una base comercial si quieren funcionar adecuadamente. Uno de los expertos consultados puntualiza: “todos los medios son financiados por alguien. Otra cosa es que, al no estar en un 100% financiados, tienen más libertad que la prensa escrita o la televisión.” Y, al igual que los medios tradicionales, los diarios ciudadanos adoptan ciertos estándares y modos de operar, como tener criterios de selección, pauta y una línea editorial que los condicionan.

Discusión final

A través de los propios protagonistas de la actividad periodística –editores, periodistas y expertos en periodismo en medios digitales– pudimos conocer de primera fuente y en mayor profundidad los cambios que en estos últimos cinco años han estado moldeando las salas de prensa y el ejercicio de la profesión. Las percepciones acerca de las transformaciones a causa de la digitalización, sus grados de desarrollo y los éxitos alcanzados, las posibilida-

des y límites de los adelantos tecnológicos y de las capacidades de quienes los usan no siempre coinciden y a veces abiertamente difieren, denotando así los distintos estadios de evolución y de aceptación de la nueva realidad.

En este escenario de luces y sombras cabe esperanzarse con las metas alcanzadas, como la activa participación a través de las redes sociales de un grupo de ciudadanos y su involucramiento en el acontecer noticioso. También es positivo que estén surgiendo nuevos medios periodísticos *online* que contribuyen a ampliar y diversificar la oferta de medios y de contenidos en Chile. Las amenazas inmediatas se relacionan con la capacidad real de los periodistas de autorregularse y de aplicar criterios éticos reflexivamente en un entorno de inmediatez, de sobreabundancia informativa y de demandas permanentes desde las audiencias.

Los hallazgos de este estudio importan al periodismo y a su enseñanza porque arrojan luz sobre las oportunidades y también sobre los riesgos para esta profesión producto de los desarrollos contemporáneos, como el paso de los medios análogos a los digitales, el trabajo periodístico convergente, la multiplicación de las plataformas como fuentes informativas, el empoderamiento de los ciudadanos consumidores y generadores de información. En tiempos de cambios radicales y acelerados es fundamental que la academia esté monitoreando sistemáticamente estas transformaciones. Este estudio quiere ser un paso en ese monitoreo, y a partir de él deben iniciarse nuevas investigaciones cualitativas y cuantitativas que permitan orientar tanto la formación de los futuros periodistas como las acciones más eficientes y de acuerdo a los más altos estándares profesionales de quienes ya están ejerciendo el periodismo.

Referencias

Albertos, J. (2001). "El mensaje periodístico en la prensa digital". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 7, pp. 19-32.

Andréu, J. (1998). "Las técnicas del análisis de contenido: una revisión actualizada". Disponible en: <http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf> [Fecha de consulta: 3 de febrero de 2012].

- Arriagada, A. *et al.* (2010). “¿Creer para ver o ver para creer? Consumo de medios y aprobación presidencial en Chile”. *Observatorio (OBS) Journal*, 4:1, pp. 349-377.
- Boas, T. C. (2008). “Chile: Promoting the Personal Connection. The Internet and Presidential Election Campaigns”. En: Ward, S. (ed). *Making a Difference: The Internet and Elections in Comparative Perspective* (pp. 15-34). Lanham, MD: Lexington Books.
- Blasco, T. y Otero, L. (2008). “Técnicas conversacionales para la recogida de datos en investigación cualitativa: la entrevista”. *Nure Investigación*, 33. Disponible en: http://www.nureinvestigacion.es/FICHEROS_ADMINISTRADOR/F_METODOLOGICA/format_332622008133517.pdf [Fecha de consulta: 22 de marzo de 2012].
- Cabalin-Quijada, C. y Lagos-Lira, C. (2009). “Libertad de expresión y periodismo en Chile: presiones y mordazas”. *Palabra Clave*, 12:1, pp. 37-59.
- Casasús, J. M. (2001). “Perspectiva ética del periodismo electrónico”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 7, pp. 49-55.
- Castells, M. (2005) “Innovación, libertad y poder en la era de la información. El carácter contradictorio del proceso de globalización y la diversidad”. Monografía en línea. *ONGDerechosDigitales*. Disponible en: <http://www.derechosdigitales.org> [Fecha de consulta: 3 de febrero de 2012].
- Fleischman, L., Ginesta, X. y López, M. (2009). “Los medios alternativos e internet: Un análisis cualitativo del sistema mediático español”. *Revista de Investigación Social*, 6:11, pp. 257-285.
- Flores, J. (2008). “Los blogs en la reinención del periodismo y los medios”. *Diálogos de la Comunicación*, 76, pp. 1-8.

- Fondevila, J. (2010). "Cloud journalism: un nuevo concepto de producción para el periodismo del siglo XXI". *Observatorio (OBS*) Journal*, 4:1, pp. 19-35.
- Franco, G. (2009). *El impacto de las tecnologías digitales en el periodismo y la democracia en América Latina y el Caribe*. Knight Center for Journalism in the Americas. Disponible en: <http://knightcenter.utexas.edu/es/node/1012> [Fecha de consulta: 19 de mayo de 2012].
- Goldenberg, S. (2005). "La interactividad: el desafío pendiente del periodismo online". *Cuadernos de información*, 18, pp. 80-87.
- Guerrero, L. M. (2001). "La entrevista en el método cualitativo". Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Chile. Documento en línea. Disponible en: <http://rehue.csociales.uchile.cl/investigacion/genetica/cg04.htm> [Fecha de consulta: 19 de mayo de 2012].
- Hernández, R. et al. (1998). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill, 2ª edición.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.
- Larrondo, A. (2005). "Estructura discursiva de la noticia hipertextual". *ÁMBITOS, Revista Andaluza de Comunicación*, 13-14, pp. 155-175.
- Lerma, C. (2009). "Implementación del periodismo interactivo en los portales de la prensa mexicana". *Revista Latina de Comunicación Social*, 12:64, pp. 787-801.
- Mellado, C. et al. (2010). "Estudio comparativo de cuatro regiones: Mercado laboral y perfil del periodista". *Cuadernos de Información*, 26, pp. 45-64.
- Olabuénaga, J. (1999). *Metodología de la investigación cualitativa*. España: Editorial Bilbao, 2ª edición.

- Padrón, J. (1996). *Análisis del discurso e investigación social*, Caracas: Universidad Simón Rodríguez.
- Puente, S. y Grassau, D. (2011). “Periodismo ciudadano: dos términos contradictorios. La experiencia chilena según sus protagonistas”. *Palabra Clave*, 14:1, pp. 137-156.
- Román, E. (2007). “Periodismo digital: Nuevos contratos semióticos de lectura”. *Memorias de la XI Jornadas de Investigadores en Comunicación*, UNCUIYO, Mendoza. Disponible en: <http://www.redcomunicacion.org/memorias/pdf/2007Edromanalvarez.pdf> [Fecha de consulta: 3 de febrero de 2012].
- Salaverría, R. (2004). “Diseñando el lenguaje para el ciberperiodismo”. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, 86, pp. 38-45. Disponible en: <http://chasqui.comunica.org/86/salaverria86.htm> [Fecha de consulta: 3 de febrero de 2012].
- Serrano, M. (2008). “Influencia de las mutaciones mediáticas digitales en la estructura comunicativa tradicional”. *Revista Comunicación y Hombre*, 4, pp. 3-15.
- Taylor, S. y Bogdan, R. (2000). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidós.

Informes de estudios

- VII Barómetro de Acceso a Información 2010. Fundación de la Prensa, Santiago, Chile. Recuperado el 3 de marzo de 2011. Disponible en: http://www.fundaciondelaprensa.cl/prontus_fundacion/site/artic/20101130/asocfile/resultados_barometro_2010.pdf.
- Encuesta Estado del Periodismo Nacional 2009, Informe de Resultados, Universidad Alberto Hurtado, Programa de Investigación de Medios, Escuela de Periodismo, 2010.

CIPER-Chile. ciperchile.cl.

“The impact of digital technology on journalism and democracy in Latin America and the Caribbean” (2009). Knight Center for Journalism in the Americas at the University of Texas, Open Society Foundations Media Program Austin, Texas.

Latinobarómetro 2010. Recuperado el 26 de febrero de 2013. Disponible en: <http://www.latinobarometro.org/>