

Resumen ejecutivo

Medios de comunicación, redes digitales y consumo de información política en Chile.
Estado del arte.

Carolina Cornejo y Felipe González

El panorama actual que enfrentan los medios de comunicación se caracteriza por una población que se ha tornado más crítica con estos, especialmente con aquellos medios a los que se le da mayor uso. En general, la evaluación de la información que entregan ha ido a la baja, análisis compartido incluso con los profesionales del campo de la comunicación y que afecta mayormente a la televisión. En cuanto a confianza en los medios de comunicación, al año 2020 los jóvenes presentaron niveles sumamente bajos y solo un 8% indicó confiar en los medios, una disminución de 52 puntos porcentuales respecto a 2009. Para complementar, solo en un año, Chile cayó 15 puntos porcentuales en la confianza general en la noticias, ubicándolo en el lugar 28 de 40 países para 2020. Ahora bien, la confianza en la información que se entrega por redes sociales va transversalmente en aumento. Incluso, de acuerdo a las mediciones de Digital News Report, en 2020 se ve por primera vez que las redes sociales han superado a la televisión como fuente de información noticiosa. Diversos eventos, como el estallido o revuelta social, podrían haber gatillado estas pronunciadas tendencias, acelerando tal vez la transformación del entorno noticioso y la forma en que se consume información. Sin embargo, la pérdida del privilegio de la información por parte de los medios tradicionales repercute en la esfera pública. Como consecuencia, las predicciones políticas tal y como la conocemos se debilitan y no conocemos las implicancias que esto conlleva hacia el futuro.

En este documento de trabajo, el primero de una serie elaborada por el Observatorio de Política y Redes Sociales de la Universidad Central de Chile, se propuso describir cómo se ha dado la transformación mediática en Chile y la forma en que las plataformas digitales y redes sociales sirven como fuente de información política en la actualidad. De esta manera, se aborda en detalle la evolución de los medios de comunicación y el consumo informativo en el país, cómo se efectúa el consumo de información política en el nuevo entorno noticioso desde la irrupción del Internet, la importancia de las redes sociales durante los últimos años y cómo se configuran respecto a los medios tradicionales frente al consumo de información política.

Por medio de una revisión de literatura, se examina la principal evidencia empírica producida en el campo de las comunicaciones acerca de los estudios de medios y la esfera pública. El abordaje permitió identificar los escenarios que fueron dando forma al panorama actual. Así, las características oligopólicas, la baja regulación y falta de pluralismo de la industria infocomunicacional, han repercutido en la forma como las audiencias se conectan con los asuntos públicos, y como estos generan los mecanismos de rendición de cuentas en la sociedad. De esta manera, en medio de una era digital, el surgimiento de las plataformas de

micro-blogging como Facebook o Twitter, y el resto de redes sociales como Instagram, WhatsApp y otras, se han configurado como un espacio de consumo informativo que posibilita funciones que en los medios tradicionales se han visto más restringidos, dando paso a audiencias interactivas, generadoras y promovedoras de información.

Principalmente, se da cuenta de la predominancia de la televisión como medio informativo, aunque con una baja paulatina y sostenida en su consumo, así como también del de radio y diarios. La penetración de Internet produjo que todos los medios tradicionales generaran profundas transformaciones en sus líneas editoriales a modo de mantener su relevancia en el espacio informativo. La posibilidad de diversificación de voces en la esfera digital, ha puesto en mayor evidencia algunos conflictos, por ejemplo, la concentrada agenda noticiosa, la cual influye directamente en una reducción de tópicos informativos, la calidad de la información, la confianza y la capacidad de fiscalización de las autoridades por parte de las audiencias. En este sentido, el deterioro de aspectos centrales de los canales informativos tradicionales, junto a las ventajas que traen las fuentes digitales, han propiciado una audiencia más desconfiada, que contrasta la información en redes sociales y puede advertir desinformación. Las nuevas plataformas se instauran como métodos de verificación y contraste de información.

Por ahora las redes sociales parecen funcionar de manera conjunta con los medios tradicionales, visibilizando que hay una tendencia a que las reacciones al interior de estas están alimentadas por los eventos televisivos del momento. Sin embargo, se va constatando una presencia masiva de la ciudadanía en redes sociales. Así, independiente de la edad, la mayoría usa habitualmente WhatsApp, Facebook y YouTube. Aquellas redes cuyas características las hacen más favorables de transmitir información con contactos cercanos y similares valórica e ideológicamente, son las que se utilizan mayormente para el consumo y transmisión de información política. Y Twitter, a pesar de ser una red de menor uso en relación a las mencionadas, con menor preferencia informativa y menor confianza, es la que posee mayor conexión con los contenidos televisivos y surge como el espacio digital politizado por excelencia. Sumado a esto, Chile es uno de los países que encabeza en su uso a nivel latinoamericano, por lo que no se debe desestimar los desafíos que conlleva a nivel político. Estos hechos también han demostrado el cambio por parte de las autoridades y políticos, quienes deciden involucrarse más con la ciudadanía por medio de estas plataformas, para adaptar su imagen y discurso a estos formatos, lo que hasta hace no mucho tiempo se hacía de manera casi exclusiva para el espacio televisivo.

Finalmente, existen diversos perfiles de usuarios. Aquellos más conectados poseen características que actualmente no quedan consagrados únicamente a los jóvenes o estratos sociales con mayores ingresos y educación. Por lo mismo, en un entorno noticioso altamente digitalizado, existe una necesidad de seguir indagando respecto a experiencias más acabadas sobre la experiencia de los usuarios a la hora de consumir información política, dando un paso más allá de los estudios que abordan únicamente en el uso o frecuencia de consumo de

redes sociales. Hemos visto que el acceso a Internet y el uso expandido de las redes sociales han contribuido a subsanar algunas problemáticas persistentes en los medios tradicionales, y que se han detallado anteriormente. Para conocer sus alcances queda por explorar cómo se dan estas dinámicas no solo en periodos electorales, o en relación a la aprobación presidencial y la identificación política como se ha hecho principalmente hasta ahora, sino que también en el día a día, identificando su contribución en la construcción de ciudadanía y participación política, a la reducción en brechas de consumo de información política y en fenómenos que aún quedan por dimensionar como la desinformación, que bien puede erosionar las instituciones y la democracia.