



Quórum Académico
ISSN: 1690-7582
ciciluz1@gmail.com
Universidad del Zulia
Venezuela

Tagle Montt, Francisco Javier; Claro Montes, Cecilia
Escándalos de corrupción mediática y escucha empresarial: Caso Papel Tissue en Chile
Quórum Académico, vol. 18, núm. 2, 2021, Julio-Diciembre, pp. 59-78
Universidad del Zulia
Maracaibo, Venezuela

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199069418002>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Depósito legal: ppi 201502ZU4635

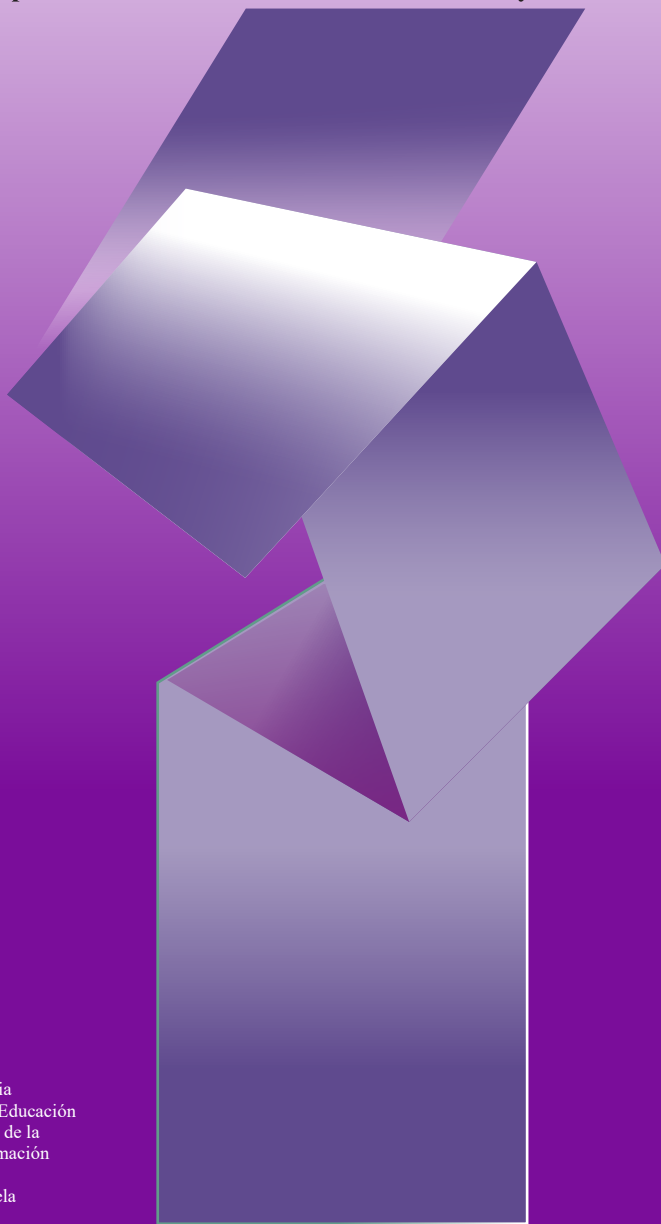
Esta publicación científica en formato digital es continuidad de la revista impresa

Depósito Legal: pp 200402ZU1627 ISSN:1690-7582

Q U Ó R U M

A C A D É M I C O

Revista especializada en temas de la Comunicación y la Información



Universidad del Zulia
Facultad de Humanidades y Educación
Centro de Investigación de la
Comunicación y la Información
(CICI)
Maracaibo - Venezuela

Escándalos de corrupción mediática y escucha empresarial: Caso Papel Tissue en Chile

Francisco Javier Tagle Montt¹ y Cecilia Claro Montes²

Resumen

Esta investigación tuvo por objetivo analizar los marcos con que los principales diarios económicos de Chile dieron cobertura y vigilancia a las noticias del escándalo empresarial del Papel Tissue, y si estos promovieron que las empresas dieran a conocer su escucha a la ciudadanía. Utilizando la teoría del *framing* y su aplicación metodológica a través de un análisis de contenido y de discurso, esta investigación tuvo por resultados que los periódicos promovieron encuadres destinados a explicar y definir el escándalo. Por otra parte, sí hubo espacios para que las empresas pudieran dar a conocer medidas reparatorias. Si desde el *management* se establece que las empresas escuchen a sus públicos, los medios de comunicación sirven a este objetivo, aunque con sus propias lógicas mediáticas.

Palabras clave: Escucha empresarial, escándalo mediático, Caso Papel Tissue, Chile.

Recibido: Junio 2021 – Aceptado: Agosto 2021

- 1 Profesor investigador de la Facultad de Comunicación de la Universidad de los Andes, Chile. Doctor en Estudios Latinoamericanos por la Universidad de Salamanca, España. Correo: fjtagle@uandes.cl
- 2 Profesora investigadora de la Facultad de Comunicación de la Universidad de los Andes, Chile. Doctora en Comunicación por la Universidad de los Andes, Chile. Correo: cclaro@uandes.cl



Media corruption scandals and corporate listening: The Tissue Paper Case in Chile

Abstract

The objective of this research was to analyze the frameworks with which the main economic newspapers in Chile covered and monitored the news of the Tissue Paper business scandal, and whether these promoted companies to make their listening known to the public. Using the theory of framing and its methodological application through content analysis, the results of this research were that newspapers promoted frames intended to explain and define the scandal. On the other hand, there were spaces for companies to publicize remedial measures. If the management establishes that companies listen to their audiences, the media serve this objective, although with their own media logics.

Keywords: Business listening, media scandal, Tissue Paper Case, Chile.

1. Introducción

Si bien Chile, a nivel latinoamericano, es uno de los países con menor percepción de la corrupción, según estimaciones de Latinobárometro (2018), una serie de escándalos en el sector empresarial ocurrieron en los últimos años que impactaron en la opinión pública. Entre estos están La Polar (2011), donde la tienda de retail renegociaba unilateralmente créditos de alto riesgo y que involucró a una serie de empresas en transacciones bursátiles con información ilegítima, y las colusiones en los mercados de las farmacias (2008) y de los pollos (2016). A estos casos se deben sumar los que tuvieron una arista política, como Soquimich (2014) y Penta (2015), en las que estas empresas financiaron ilegalmente campañas políticas.

Entre todos estos casos, uno de los principales fue el que protagonizó la emblemática Compañía Manufacturera de Papeles y Cartones (CMPC) que fue acusada en 2015 de coludirse durante diez años con la empresa sueca Svenska Cellulosa Aktiebolaget (SCA) para controlar los precios del papel tissue en Chile.

Desde el management, autores como Burnside-Lawry (2012) y Capriotti (2007) postulan que las empresas deben desarrollar la capacidad no sólo de comunicar, sino también de escuchar con valores y acciones a sus clientes, *stakeholders* y/o grupos de interés. En este sentido, los escándalos

de corrupción que expone Thompson (2001) con sus determinadas lógicas mediáticas y encuadres, abordados por Entman (2012), Tagle & Claro (2018) y Zamora & Marín (2010), pueden ser instancias para que las empresas enfrenen la crisis comunicando su escucha a sus públicos (Coombs, 2006a; Coombs, 2006 b).

A partir del caso del Papel Confort en Chile, esta investigación de carácter interdisciplinario, que intenta aunar estudios del *management* con los de la comunicación, tiene por propósito estudiar tanto los encuadres mediáticos como la escucha empresarial en los escándalos de corrupción. De esta manera, se analizará si existieron marcos en las noticias de los dos periódicos económicos más importantes de Chile, *Pulso* y *Diario Financiero*, en los que se hayan comunicado y evaluado la escucha de las empresas involucradas y las del sector en general. Teniendo en cuenta que, a criterio de Greene (2017), Humanes, Mellado Ruiz, & Márquez-Ramírez (2017) y Echeverría, González y Tagle (2021), los medios de comunicación en Chile tienen una importante dependencia de los sectores económicos.

Se trata de una investigación deductiva que, a partir de los marcos de escándalos mediáticos de Entman (2012), comprende tanto un análisis cuantitativo como cualitativo de las noticias de los dos periódicos seleccionados. Así, siguiendo la tipología de Carrasco-Campos & Saperas (2012), esta investigación se inserta metodológicamente en el ámbito de los estudios de *framing* con un diseño de tipo empírico con técnicas cuantitativas y de análisis del discurso.

Cabe destacar que de acuerdo con el Consejo para la Transparencia (2019) entre las múltiples demandas del estallido social de octubre 2019 ocurrido en Chile, estuvieron las críticas a los escándalos de corrupción empresariales de los últimos años en el país. De esta manera, estudiar cómo los medios de comunicación han cubierto la manera como escuchan las empresas a sus públicos ante los escándalos de corrupción, cobra mucho valor para comprender la valoración de la opinión pública respecto a este sector de la sociedad.

2. Marco teórico

2.1 Los marcos de los medios en los escándalos de corrupción

En palabras de autores como Christians, Glasser, McQuail, Nordenstreng, & White (2009), Coronel (2010), McQuail (2013) y Waisbord (2000, 2012), una de las funciones más esperables de los medios de comunicación en

democracia es la vigilancia del poder. Sin embargo, Thompson (2001) señala que los medios mediatizan los actos corruptos dándoles nuevas dimensiones y lógicas. Es por esta razón que, para Park (2012), la teoría del *framing* mediático cobra relevancia como fenómeno preponderante en el estudio de los medios como vigilantes del poder.

Como explica Sádaba (2006), la teoría del *framing* o del encuadre tiene sus orígenes a mediados de la década de los cincuenta, en el contexto de la sociología interpretativa que consideraba que en la recepción de los mensajes las personas no responden directamente a los hechos objetivos, sino que lo hacen con referencia a su interpretación. Así, a criterio de Neuman, Neuman, Just, & Crigler (1992), los encuadres serían una suerte de atajo cognoscitivo para conocer realidades complejas de difícil acceso tanto espacial, temporal como intelectual. Como explica Lakoff (2007):

"Los marcos no se ven ni se oyen (...) se trata de estructuras de nuestro cerebro a las que no podemos acceder de manera consciente, pero que conocemos a través de sus consecuencias: la forma en que razonamos y lo que consideramos sentido común" (Lakoff, 2007: 23-24).

En el plano de los medios de comunicación, y de acuerdo a Tuchman (1983), las noticias no son la realidad, ni tampoco espejo de la sociedad. Esta visión de la realidad de los medios, como explica Sádaba, Rodríguez, & Bartolomé (2012), conlleva a aceptar que la objetividad periodística al momento de informar nunca estará exenta de determinados enfoques. Así, el enmarcado mediático funciona dejando vacíos en la información que la audiencia rellena con sus esquemas preconcebidos, "estos son procesos interpretativos de la mente humana basados en ideas y sentimientos conectados, almacenados en la memoria" (Castell, 2009: 218).

A modo general, Entman (1993) explica que el encuadre trata acerca de que los medios de comunicación no solo ponen temas en la agenda de la opinión pública, sino que brindan un contexto a partir de la selección de algunos aspectos de la realidad, de manera tal que se promueva tanto una definición del problema determinado como una interpretación y/o solución.

Sin embargo, para Albaladejo & Medina (2014), la teoría del *framing* mediático puede ser considerada como un paradigma fracturado, debido a las distintas aproximaciones, discusiones abiertas y líneas de investigación que existen en torno a ésta. Por ejemplo, uno de los debates más importantes que autores como McCombs (2006) y McCombs (2014) señalan es sobre

si el *framing* corresponde solo a un segundo nivel de la *agenda setting* con atributos específicos o si se trata de un nuevo paradigma que no se centra en qué temas presentan los medios en su cobertura, sino en cómo los presentan. Esta misma idea es compartida por expertos como Cacciatore, Scheufele, & Iyengar (2016), Iyengar (1991) y Scheuefele & Tewksbury (2007).

Respecto a los escándalos de corrupción, los medios “suelen proporcionar una cierta interpretación de la corrupción que influye en la forma en que se discuten y evalúa en el debate público” (Park, 2012: p.3). Por su parte, Zamora & Marín Albaladejo (2010) señalan que el poder de los medios en la construcción social del escándalo de corrupción reside en el marco interpretativo que proporcionan. En esta misma línea, Entman (2012) postula que los encuadres que utilizan los medios sobre los escándalos de corrupción pueden tener importantes alcances tanto para la comprensión como en la forma en que valora o percibe este fenómeno la sociedad. Así, establece que existen cuatro tipos de marcos que mayoritariamente los medios utilizan al momento de encuadrar los escándalos de corrupción:

- I. Definición del problema: El acto corrupto es definido como un problema que impide la correcta operacionalidad del gobierno o de la sociedad.
- II. Análisis de las causas: Se atribuye este comportamiento corrupto a un individuo o institución en particular.
- III. Juicio moral: El corrupto y el acto corrupto reciben una condenatoria moral pública.
- IV. Aplicación de un remedio: Se busca una solución que involucre un castigo

2.2 La escucha y la respuesta en las empresas

Las empresas se desempeñan en mercados complejos y competitivos, en los que no basta la adecuada comercialización de productos y la obtención de utilidades para que estas puedan ser sustentables a largo plazo, sino que supone reconocer a la compañía como una institución social que genera valor.

Por su parte, Gutierrez-García (2010) explican que la comunicación es una herramienta de gestión clave para un buen gobierno o administración empresarial. Los diferentes públicos que con ella interactúan valoran la presencia de intangibles como confianza, reputación, imagen, identidad y responsabilidad social. Este contexto, desafía públicos más atentos y

exigentes con las empresas, obligando, en cierto modo, a un comportamiento organizativo más poroso y abierto al llamado entorno *multi-stakeholder*, lo que debiera provocar mayor interés desde la organización por su capacidad de escuchar.

La escucha a los diferentes públicos si bien no ha sido definida claramente desde la disciplina de la comunicación, apunta a un compromiso con respecto a cuánta gente en la organización es capaz de dar forma a la agenda de la misma o como una relación en dos sentidos entre las organizaciones y los *stakeholders*. Capriotti, (2007) se refiere a la importancia que las compañías establezcan buenas relaciones y comprendan los intereses mutuos de la compañía y sus públicos.

Paralelamente, Macnamara (2015, 2016a, 2016b, 2018) resalta la escucha como un elemento esencial en las sociedades contemporáneas y enfatiza que los *stakeholders* deben encontrar su voz y tener opinión. Heath & Coombs (2006) señalan que escuchar a los públicos es un aporte para la organización y ayuda a evitar conflictos, proyectar la organización hacia adelante y generar relaciones más duraderas con la institución.

La escucha requiere de elementos que deben estar presentes para que ella sea efectiva. En primer lugar, resulta conveniente la existencia de diálogo que ayuda a que los diferentes públicos pasen a tener similar relevancia en determinadas ocasiones. Para Botan & Taylor, (2004), al haber diálogo, los públicos son valorados y colaboran a la co-creación que es la construcción social de la perspectiva de la realidad.

Asimismo, Taylor & Kent (2014) defienden que las buenas decisiones son hechas por las instituciones cuando están abiertas a un *feedback*, otro de los elementos de la escucha, de modo que las personas tengan confianza y seguridad en expresar sus ideas. Así, las resoluciones se adoptan con el objetivo de que sean las mejores, lo que no necesariamente significa que sean las más convenientes a ojos de la directiva de las organizaciones.

Un tercer elemento se refiere al reconocimiento, ya que escuchar a los públicos supone un aporte para la organización y ayuda a evitar conflictos, proyectar la compañía hacia adelante y generar relaciones más duraderas con la institución.

En el ámbito empresarial, a juicio de Cohen, Ding, Lesage, & Stolowy, (2017), la prensa desempeña un papel importante en denunciar posibles fraudes, presiona a la administración de las empresas y es fundamental para sacar a luz pública escándalos financieros. En este sentido, el papel de

los medios de comunicación es fundamental para difundir los errores que cometen las organizaciones y que afectan a los públicos. De este modo, los medios actúan como difusores de posibles transgresiones dando a conocer el comportamiento de ellas al público general. Sumado a lo anterior, Clemente y Gabbionete (2017) afirman que los medios influyen en la percepción de lo que ocurre, principalmente, a partir del encuadre que se otorga a esa información.

Finalmente, Coombs (2006 a) y Coombs (2006 b) explica que uno de los roles de la práctica de la comunicación en las organizaciones está en el monitoreo de la cobertura de los medios y el encuadre que otorguen a la cobertura de crisis, sobre todo considerando el importante efecto que puede producir en la opinión de los *stakeholders*.

2.3 Diarios económicos: *Pulso* y *Diario Financiero*

Según Godoy (2016), la prensa escrita chilena se caracteriza por una alta concentración de la propiedad y un bajo pluralismo, cuyos protagonistas son *El Mercurio SAP* y el grupo *Copesa*. A este último grupo pertenece *Pulso*, que nació como un diario especializado en economía el año 2011, con una extensión de 48 páginas y plataforma web y que es el suplemento de negocios del diario *La Tercera*.

Respecto a *Diario Financiero*, éste fue fundado por un grupo de periodistas de economía que trabajaba en el cuerpo de Economía y Negocios del diario *El Mercurio* en 1988. Actualmente, es controlado por el *Grupo Claro*.

Atendiendo a estas características de propiedad; en lo que se refiere a cómo informan los medios en Chile, Gronemeyer & Porath (2017), Mellado, Cabello, & Torres (2017) y Tagle (2021) señalan que se ha establecido empíricamente una tendencia entre los medios, especialmente de prensa escrita, a encuadrar sus noticias en *frames* similares y a un predominio en la utilización de fuentes oficiales. Asimismo, para Greene (2017), Humanes, Mellado Ruiz y Márquez-Ramírez (2017); Echeverría, González y Tagle (2021) se ha establecido que los medios y periodistas en Chile tienen una baja autonomía e independencia, debido a la influencia de sectores económicos que pagan el avisaje. De acuerdo a Latinobarómetro (2018), el 44% de los chilenos creen que los medios de comunicación hacen un buen trabajo, lo que contrasta con que sólo el 25% de la ciudadanía considera que ellos son totalmente independientes de las influencias de los poderosos.

2.4 El Cartel del Papel Confort

CMPC es una empresa chilena nacida en la década de los años veinte, que, con presencia en ocho países de Sudamérica, comercializa productos como maderas, celulosa, papeles para el embalaje y tissue. El propietario histórico de esta firma ha sido la familia Matte, la cual se encuentra ubicada en el *ranking* Forbes de riquezas del mundo 2018.

Por su parte, SCA fue fundada en 1929 por el sueco Iván Kreuger como parte de un *holding* que agrupa a diez compañías forestales de ese país europeo. SCA comercializa bienes de consumo, papel y celulosa en varios países del mundo, incluido Chile.

En 2015, la Fiscalía Nacional Económica, entidad encargada de investigar posibles casos de colusión, acusó a CMPC de coludirse durante más de una década (2000- 2011) con SCA, en el mercado del papel tissue, acordando el precio de los productos y participación de mercado.

Tanto CMPC como SCA se acogieron a la figura legal de delación compensada, la que les permitió aportar con antecedentes a la investigación, a cambio de un beneficio que significara la exención o reducción de la multa.

3. Metodología

Esta investigación interdisciplinaria tiene por objetivo estudiar tanto los encuadres mediáticos como la escucha empresarial en los escándalos de corrupción a partir del caso de colusión del Papel Tissue ocurrido en Chile en 2015. En este sentido, se plantean como hipótesis:

- H1: Los dos principales periódicos económicos del país enmarcaron el escándalo del Papel Tissue en los cuatro marcos mediáticos de escándalos de corrupción de Entman (2012), existiendo prevalencias de unos más que otros en la cobertura del caso.
- H2: Los dos periódicos económicos en su cobertura del escándalo de corrupción promovieron la escucha de las empresas involucradas y las del sector gremial en general, permitiéndoles reconocer su culpabilidad y acciones de enmienda.

Se seleccionaron *Diario Financiero* y *Pulso*, los dos periódicos de carácter económico que, según Válida (2016), tuvieron mayor circulación del país durante el año del escándalo. El periodo de tiempo que se estudió fue desde el día en que la fiscalía dio a conocer la colusión de las empresas involucradas, el 29 de noviembre de 2015, hasta las siguientes dos semanas.

Se consideró este espacio de tiempo como oportuno para analizar las acusaciones y las reacciones de los distintos actores.

Se trata de una investigación deductiva, que comprende tanto un análisis cuantitativo como cualitativo de las noticias de los dos periódicos seleccionados. De esta manera, esta investigación en el ámbito de los estudios de *framing* es de tipo empírico con técnicas cuantitativas y de análisis del discurso (Carrasco-Campos & Saperas, 2015).

En lo que se refiera a la parte cuantitativa, ésta se fundamenta a partir de las categorizaciones de los marcos de Entman (2012) -definición del problema, análisis de las causas, juicio moral y aplicación de un remedio- y su codificación de las noticias de las muestras. De igual manera, se midieron los centímetros cuadrados que ambos periódicos dedicaron a cada marco, esto para establecer primacías y comparaciones.

Respecto al análisis cualitativo, y tomando en consideración lo expuesto por Bryman (2012), Riff, Lacy & Fic (2014) y Santander (2011) de que no existe una herramienta metodológica para el análisis del discurso, sino que se basa en la creación de categorías de análisis previas que se confrontan con la macroestructura del texto, se utilizaron las conceptualizaciones de los marcos de Entman (2012) como las categorías en la que se basó el análisis. Todo esto, a partir de la premisa expuesta por Van Dijk (2014), quien señala que el emisor (en este caso los periódicos) a través de sus noticias tienen una percepción subjetiva de la realidad en sus discursos.

Finalmente, para asegurar la fiabilidad de los resultados, las noticias fueron analizadas por dos codificadores independientes, quienes tienen licenciaturas y magister en el área de comunicación. Los que, luego de una reunión inicial donde se establecieron criterios comunes, codificaron cada uno una mitad de la cobertura de cada periódico. En este sentido, importante para la sistematización del concepto *framing*, fue la consideración de Tankard (2001) con respecto a que el *frame* es la idea central u organizadora de toda la información expuesta en la noticia: los titulares, las imágenes, el *lead*, las fuentes, las citas, las estadísticas, las tablas y los gráficos. Así, una vez finalizado todo el proceso de codificación, se aplicó el diseño de reproductividad de datos de Krippendorff aplicado al 10 por ciento de la muestra, dando un índice de 0,9.

4. Discusión de resultados

En las dos semanas estudiadas, se encontraron 48 noticias en *Diario Financiero* y 50 en *Pulso* que fueron dedicadas al escándalo del Papel Tissue. Al clasificar estas noticias según los encuadres de Entman (2012), el marco mayoritario en ambos periódicos fue: "definición del problema", siendo el minoritario en ambos casos "aplicación de un remedio".

Figura 1.- Porcentajes de centímetros dedicados en *Diario Financiero* y *Pulso* a los frames de Entman (2012) respecto al caso del Papel Tissue, 29 de octubre al 13 de noviembre de 2015.

	Diario Financiero	Diario El Pulso
Definición del problema	47%	42%
Análisis de las causas	26%	30%
Juicio moral	17%	19%
Aplicación de un remedio	11%	9%

Fuente: Elaboración propia

Respecto a si las empresas CMPC y SCA tuvieron, durante el escándalo, la posibilidad de dar a conocer su escucha, en *Pulso* esto ocurrió sólo en los marcos "definición del problema" y "análisis de las causas".

Figura 2.- Porcentajes en diario *Pulso* de noticias respecto a los encuadres de Entman (2012) sobre corrupción en que las empresas CMPC y SCA dieron a conocer su escucha

	Escucha CMPC	Escucha SCA
Definición del problema	8%	4%
Análisis de las causas	4%	0
Juicio moral	0	0
Aplicación de un remedio	0	0

Fuente: Elaboración propia

Mientras que en *Diario Financiero* no sólo no hubo noticias en que la SCA diera a conocer su escucha, sino que, en este mismo ámbito, la CMPC estuvo presente, mayoritariamente, en "aplicación de un remedio".

Figura 3.- Porcentajes en Diario Financiero de noticias respecto a los frames de Entman (2012) sobre corrupción en que las empresas CMPC y SCA dieron a conocer su escucha

	Escucha CMPC	Escucha SCA
Definición del problema	4%	0%
Análisis de las causas	0%	0
Juicio moral	2%	0
Aplicación de un remedio	10%	0

Fuente: Elaboración propia

4.1. Definición del problema y análisis de las causas

“La historia de la colusión: reunión en Las Brisas de Chicureo y PC arrojados al canal San Carlos” (*Pulso*, 29 de octubre de 2015); “La artillería legal que preparan las defensas para evitar las sanciones” (*Diario Financiero*, 2 de noviembre de 2015); “Colusión CMPC-SCA: gobierno lanza ofensiva y pide intervención del Consejo de Defensa del Estado” (*Diario Financiero*, 3 de noviembre de 2015) y “SCA acusa "amenazas" de la CMPC para entrar al Cartel y abre complejo escenario judicial para el grupo Matte” (*Diario Financiero*, 30 de octubre de 2015), fueron algunos de los titulares de las noticias que fueron clasificadas en el marco "definición del problema". En este encuadre los medios se limitaron principalmente a informar y explicar el caso:

"Las reuniones tuvieron lugar en un cuartel de bomberos en Av. Apoquindo -conocido como la Bomba Alemana-, y a ellas asistían, además de los ya mencionados, los gerentes comerciales de la época: Cecilia Haberle de CMPC y Miguel González de PISA (SCA). Para controlar el cumplimiento del acuerdo se utilizó una plantilla que los ejecutivos de CMPC denominaron “Modelo” o “bomba”, en alusión al lugar donde se reunían (*Pulso*, 29 de octubre de 2015).

Sin embargo, y en la misma coyuntura de la crisis, también hubo unas pocas noticias en que las empresas dieron a conocer su escucha a través de comunicados institucionales.

"El hecho que algunos de nuestros ejecutivos hayan realizado acciones contrarias a la libre competencia no sólo contraviene la legislación vigente, sino que afecta profundamente nuestra forma de actuar como empresa, las políticas corporativas y nuestra cultura organizacional", dijo CMPC en un comunicado" (Diario Financiero, 29 de octubre de 2015).

Pero no sólo a través de comunicados institucionales las empresas dieron a conocer su escucha, sino que en el caso de la CMPC fue su propio presidente, Eliodoro Matte, quien en una entrevista manifestó su *feedback* de lo ocurrido:

"Quiero pedirles perdón no solamente a los empresarios, sino a la opinión pública y, en especial, a los consumidores y colaboradores (...) es momento de dar la cara; de no eludir responsabilidades; de pedir perdón con humildad y de hacer todo lo posible para que cosas como estas no se repitan" (Diario Financiero, 2 de octubre de 2015).

Esta entrevista tuvo una importante repercusión, dado que provocó reacciones tanto en los sectores políticos como empresariales, quienes la valoraron de manera positiva, pero le criticaron que Matte en esta escucha no diera una alternativa de compensación a los consumidores:

"Gremios y políticos valoran "perdón de Matte" pero demandan reparar daño" (Pulso, 2 de noviembre de 2015); "Empresarios y políticos se dividen ante dichos de Matte: faltó señal de reparación" (Diario Financiero, 2 de noviembre de 2015).

En lo que se refiere al "análisis de las causas", los periódicos explicaron en qué fallaron las prácticas de las empresas: "Es muy difícil desbaratar carteles con este nivel de secreto" (Pulso, 29 de octubre de 2015); "Colusión del Tissue: se abre debate por cumplimiento de metas entre ejecutivos" (Pulso, 30 de octubre de 2015); "Las prácticas de gobierno corporativo de CMPC que fallaron en el caso de colusión" (Pulso, 11 de noviembre de 2015); "Este es un cartel 3.0 hubo un mayor grado de secretismo" (Diario Financiero, 30 de octubre de 2015); "El modus operandi" (Diario Financiero, 29 de octubre de 2015); "Gobierno corporativo: desmenuzan fallas que facilitaron el cartel" (Diario Financiero, 30 de octubre de 2015).

Sin embargo, a diferencia de la empresa internacional SCA, la chilena CMPC, como una forma de rendición de cuentas, reconoció cuáles son los aspectos de sus políticas internas que pudiesen haber fallado, las que permitieron que algunos de sus ejecutivos se coludieran.

"Manuales de ética, procesos de control de riesgos, comités especiales y participación de los directores en los holding en las filiales, son parte de las políticas de gobiernos corporativos que la empresa CMPC revela en sus respuestas a la norma 341, las que hoy a la luz de las investigaciones en el negocio de tissue, están siendo escrutadas (...) Respecto de las prácticas para manejar el conflicto de interés, la empresa sindicó que no tiene una política concreta para enfrentarlos, pero indicó que tiene otras prácticas como un Departamento de Control de Gestión" (Pulso, 11 de noviembre de 2015).

Burnside-Lawry (2012) indica que los consumidores describen una escucha efectiva como la que se produce en las organizaciones que incorporan valores y acciones para oír con precisión, lo que implica recibir y entender el mensaje y así mejorar la relación entre la organización y los grupos de interés.

4.2. Juicio moral y aplicación de un remedio

Ni la empresa CMPC ni la SCA dieron a conocer su escucha en el marco de juicio moral. Sin embargo, fueron representantes del sector empresarial los que emitieron sus pareceres valóricos de lo que estaba sucediendo: "Las malas prácticas hay que desterrarlas y se deben combatir" (Pulso, 2 de noviembre de 2015); "Con cada escándalo la tarea se hace más difícil, se nos aleja la meta", (Pulso, 2 de noviembre de 2015); "Estos hechos nos afectan y nos duelen, pero en ningún caso nos restan legitimidad" (Pulso, 9 de noviembre de 2015); "La colusión es un hecho que debe ser condenado con la mayor fuerza" (Diario Financiero, 30 de octubre de 2015); "Quiero repudiar de la forma más enérgica de los hechos que nos hemos enterado" (Diario Financiero, 30 de octubre de 2015).

En lo que se refiere al marco "aplicación de un remedio", la mayoría de las noticias fueron desde el mundo político: "Llamado transversal a acelerar proyecto de la libre competencia" (Pulso, 30 de octubre de 2015),

y organismos estatales y ciudadanos, “Sernac y Conadecus estudian compensaciones: descuento en precio es la más efectiva” (*Diario Financiero*, 2 de noviembre de 2015).

Macnamara (2016) señala que la prueba decisiva de la escucha es si las organizaciones alguna vez cambian algo como resultado de lo que se dice. En este sentido, hubo unas pocas noticias en la que la CMPC dio a conocer su propia "aplicación del remedio", tanto despidiendo a los ejecutivos coludidos, “Casi una decena de ejecutivos han sido desvinculados por caso de colusión entre CPMC-SCA (exPisa)” (*Diario Financiero*, 3 de noviembre de 2015), como estableciendo la posibilidad, antes de que la justicia lo determinará, de una compensación económica a los consumidores, “Directorio de CMPC evalúa donar a terceros el equivalente a multa máxima por colusión” (*Diario Financiero*, 4 de noviembre de 2015).

5. Conclusión

Si a criterio de Burnside-Lawry (2012) y Capriotti (2007), la escucha implica aquellos valores y acciones con las que las empresas consideran a sus clientes, los escándalos de corrupción son instancias de crisis profundas que ponen a prueba el cómo están escuchando las empresas a los públicos con los que se relacionan.

En este sentido, Christians *et al* (2009) señalan que la labor de los medios y su rol de vigilancia del poder, en este caso respecto a las empresas, a juicio de Clemente & Gabbioneta (2017), no sólo radica en denunciar ilícitos de corrupción, sino también en determinar y evaluar la escucha de la propia empresa como actor social y sus propósitos de enmienda más allá de lo que dictaminen las propias instituciones de justicia.

Si bien ocurrido hace algunos años, el caso del Papel Tissue se ha simbolizado como uno de los principales abusos ocurridos en los últimos años en Chile, y fue parte de los escándalos de corrupción empresariales que estuvieron entre las críticas del estallido social de 2019.

De esta manera, se comprueba la hipótesis 1, dado que los dos principales diarios económicos al ser analizados bajo la categorización de *frames* de Entman (2012) promovieron los encuadres destinados a definir y explicar el problema y lo que estaba ocurriendo, utilizando en menor medida los marcos "juicio moral" y "aplicación de un remedio". Sin embargo, y si bien

tanto en *Diario Financiero* como en *Pulso* hubo un afán mayoritariamente de denuncia, no hubo uno de dar una perspectiva más profunda y estructural al escándalo de corrupción. En este sentido, no hubo miradas respecto a relacionar este escándalo con otros ni a comprender lo que estaba sucediendo como un problema que afecta a la sociedad, y al sector empresarial en particular, más allá de lo coyuntural de este caso.

Respecto a la hipótesis 2, hubo ciertos espacios, aunque bastante minoritarios, de los periódicos destinados a la escucha empresarial ante esta crisis de corrupción. Sin embargo, esta cobertura de la escucha sólo fue respecto a una empresa, la chilena, donde ésta pudo dar a conocer su arrepentimiento a través de una entrevista a su principal dueño y establecer algunas medidas reparatorias.

Teniendo lo dicho por Greene (2017), Humanes, Mellado Ruiz, and Márquez-Ramírez (2017) y Echeverría, González & Tagle (2021) de que existe una dependencia de medios y periodistas en Chile respecto al sector económico, debiera considerarse en el análisis otras aristas relacionadas con las influencias de poder. De esta manera, y como parte de futuras investigaciones, sería valioso establecer los procesos de cómo se lleva a cabo esta relación entre los medios y la escucha de las empresas. Por ejemplo, y tomando este caso de estudio, fue la empresa la que se acercó al medio para dar a conocer su escucha o fue el medio quien obligó a rendir cuentas a la empresa mediante su rol de vigilancia.

Así, si la escucha se ha transformado en un elemento esencial de las empresas en las sociedades contemporáneas, Macnamara (2015, 2016a, 2016b, 2018) explica que el rol de los medios en su afán de vigilancia en escándalos de corrupción no debe ser comunicarla exclusivamente como una suerte de lavado de imagen de éstas. Al contrario, la escucha especialmente en estas situaciones de ilícitos debe ser constantemente evaluada y confrontada por los medios en pos de la ciudadanía.

6. Referencias

Bryman, A. (2012). *Social research methods*. Estados Unidos: Oxford University Press.

- Coombs, W. T. (2006a). The protective powers of crisis response strategies: Managing reputational assets during a crisis. *Journal of Promotion Management*, 12(3), 241–260.
- Coombs, W. T. (2006b). Crisis management: A communicative approach. En C. H. Botan, & V. Hazleton (Eds.), *Public relations theory* (pp. 171–197). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Botan, C.H & Taylor, M. (2004). Publics relations: State of the field. *Journal of Communication*, 54(4), 645–661.
- Burnside-Lawry, J. (2012). Listening and Participatory Communication: A Model to Assess Organization Listening Competency. *The International Journal of Listening*, (26), 102–121.
- Cacciatore, M. A., Scheufele, D. A., & Iyengar, S. (2016). The end of framing as we know it... and the future of media effects. *Mass Communication and Society*, 19(1), 7–23.
- Capriotti, P. (2007). El concepto de relación como fundamento de la naturaleza de los públicos en Relaciones Públicas. *Sphera Pública*, (7).
- Carrasco-Campos, Á., & Saperas, E. (2015). La operacionalización de la noción de framing en jorunaol of communication (2009-2013): Objeto de estudios, técnicas de investigación y construcción teorica. *Communication & Society*, 28(4).
- Castell, M. (2009). *Communication Power*. Inglaterra: Oxford University Press.
- Christians, C., Glasser, T., McQuail, D., Nordenstreng, K., & White, R. (2009). *Normative Theories of the Media. Journalism in democratic societies*. Estados Unidos: University of Illinois.
- Clemente, M., & Gabbioneta, C. (2017). How Does the Media Frame Corporate Scandals? The Case of German Newspapers and the Volkswagen Diesel Scandal. *Journal of Management Inquiry*, 26(3), 287–302.
- Cohen, J., Ding, Y., Lesage, C., & Stollowy, H. (2017). Media Bias and the Persistence of the Expectation Gap: An Analysis of Press Articles on Corporate Fraud. *Journal of Business Ethics*, 144(3), 637–659.
- Coronel, S. (2010). Corruption and the watchdog role of the news media. *Public sentinel: News media and governance reform*, 111–136.

- Díaz, M., & Mellado, C. (2017). Agenda y uso de fuentes en los titulares y noticias centrales de los medios informativos chilenos. Un estudio de la prensa impresa, online, radio y televisión. Cuadernos. info, (40), 107–121.
- Echeverría, M., González, R. A., & Montt, F. J. T. (2021). Corruption framing in Latin American media systems. A comparison between Mexico and Chile. *The Journal of International Communication*, 1-23.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of communication*, 43(4), 51–58.
- Entman, R. M. (2012). Scandal and silence: Media responses to presidential misconduct. Estados Unidos: Polity.
- Clemente, M. y Gabbionete C. (2017). How Does the Media Frame Corporate Scandals? The Case of German Newspapers and the Volkswagen Diesel Scandal. *Journal of Management Inquiry*, 26(3), 287– 302.
- Godoy, S. (2016). Media ownership and concentration in Chile. En E. Noam (Ed.), *Who Owns the World's Media?: Media Concentration and Ownership Around the World*. Estados Unidos: Oxford University Press.
- Greene, F. 2017. “Algunas influencias en la autonomía de los periodistas chilenos: Una actualización de investigaciones previas.” *Revista de Comunicación* 16 (2): 234–251. doi:10.26441/RC16.2-2017-A11.
- Gronemeyer, M. E., & Porath, W. (2017). Framing Political News in the Chilean Press: The Persistence of the Conflict Frame. *International Journal of Communication*, 11, 24.
- Heath, R., & Coombs, W. T. (2006). *Today's public relations: An introduction*. SAGE Publications.
- Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. Chicago: The University Chicago Press.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología y Analisis de contenido*. España: Paidós.
- Lakoff, G. (2007). *No pienses en un elefante: Lenguaje y debate político*. Editorial complutense.
- Latinobarómetro. (2016). *Informe Latinobarometro 2016*. Santiago de Chile: Latinobarómetro.

- Latinobarómetro. (2017). Informe Latinobarómetro 2017. Santiago de Chile: Latinobarómetro.
- Latinobarómetro (2018). Informe Latinobarómetro 2018. Santiago de Chile: Latinobarómetro.
- Humanes, M. L., C. Mellado Ruiz, and M. Márquez-Ramírez. 2017. "La presencia del método objetivo en los contenidos noticiosos de la prensa de Chile, México y España." *Comunicación y sociedad* 29: 165–184.
- Macnamara, J. (2015). The work and "architecture of listening": Requisites for ethical organization-public communication. *Ethical Space*, 12(2), 29–37.
- Macnamara, J. (2016a). Organizational listening: Addressing a major gap in public relations theory and practice. *Journal of Public Relations Research*. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2016.1228064>
- Macnamara, J. (2016b). *Organizational listening. The Missing Essential in Public Communication*. Nueva York: Peter Lang Publishing.
- Macnamara, J. (2018). Toward a Theory and Practice of Organizational Listening. *International Journal of Listening*, 32, 1–32. <https://doi.org/10.1080/10904018.2017.1375076>
- Marín Albaladejo, J. & Medina, R. (2014). Aproximación integradora en la investigación sobre la teoría del framing desde su condición multiparadigmática. *Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 7(1), 6–40.
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda: El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós.
- McCombs, M. (2014). *Setting the Agenda: Mass Media and Public Opinion*. Estados Unidos: Polity Press.
- McQuail, D. (2013). *Journalism an society*. California, Estados Unidos: Sage.
- Mellado, C., Cabello, P., & Torres, R. (2017). Modelos periodísticos y el uso de actores y fuentes en la cobertura de asuntos sociales en la postdictadura chilena (1990-2010). *Comunicación y Sociedad*, (28).
- Neuman, W. R., Neuman, R. W., Just, M. R., & Crigler, A. N. (1992). *Common knowledge: News and the construction of political meaning*. Estados Unidos: University of Chicago Press.

- Park, C. (2012). How the media frame political corruption episodic and thematic frames stories found illinois newspaper. Presentado en Ethics and Reform Symposium on Illinois Government September, Chicago.
- Riff, D., Lacy, S., y Fic, F. (2014). *Analyzing Media Messages: Using Quantitative Content Analysis in Research*. Estados Unidos: Routledge.
- Sádaba, T., Rodríguez, J., & Bartolomé, M. (2012). Propuesta de sistematización de la teoría del framing para el estudio y praxis de la comunicación política. *Observatorio (OBS*) Journal*, 6, 109–126.
- Sádaba, Teresa. (2006). *Framing: Una teoría para los medios de comunicación*. Ulzama: España.
- Santander, P. (2011). Por qué y cómo hacer Análisis del Discurso. *Cinta de Moebio*, 41, 207–224.
- Scheuefele, D., & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of communication*, 57(1), 9–20.
- Tagle, F. (2021). Generic Frames in Corruption Scandals in Chile (2015–2019): Differences and Similarities Between Print and Online Media. *International Journal of Communication*, 15, 22.
- Tagle, F., & Claro, C. (2018). Encuadres y uso de fuentes en la vigilancia mediática. Análisis de prensa argentina y chilena: Casos José López y Caval. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 24.
- Tankard, J. W. (2001). “The empirical approach to the study of media framing”. En Stephen Reese, August Grant, y Oscar Gandy (2001). *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*, (pp. 95–106). Estados Unidos: Taylor & Francis.
- Taylor M & Kent, M. (2014). Dialogic Engagement: Clarifying Foundational Concepts. *Journal of Public Relations Research*, 26(5), 384–398.
- Thompson, J. (2001). *El escándalo político: Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia. Estudio sobre la contrucción de la realidad*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Valida. (2016). *Boletín de Circulación y Lectura Revistas*. Santiago de Chile: Valida.

- Van Dijk, T. (2014). *Discurso y contexto*. España: Gedisa editorial.
- Waisbord, S. (2000). *Watchdog journalism in South America. News, Accountability, and Democracy*. Nueva York: Columbia University Press.
- Waisbord, S. (2012). *Political Communication in Latin America*. En H. Semetko & M. Scammell (Eds.), *The SAGE Handbook of Political Communication*. Estados Unidos: SAGE.
- Zamora, R., & Marín Albaladejo, J. (2010). *La representación simbólica del escándalo político. Hacia una tipología de los marcos periodísticos (Frames) utilizados en la narración del escándalo de corrupción política*. *Razón y Palabra*, 73.