



Palabra Clave

ISSN: 0122-8285

publicaciones@unisabana.edu.co

Universidad de La Sabana

Colombia

Mellado, Claudia; López-Rabadán, Pablo; Elortegui, Claudio  
¿(Para) ciudadanos o espectadores? Periodismo político chileno y sus modelos  
profesionales de aproximación a la audiencia  
Palabra Clave, vol. 20, núm. 1, marzo, 2017, pp. 14-46  
Universidad de La Sabana  
Bogotá, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64949843002>

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

# ¿(Para) ciudadanos o espectadores? Periodismo político chileno y sus modelos profesionales de aproximación a la audiencia

Claudia Mellado<sup>1</sup>  
Pablo López-Rabadán<sup>2</sup>  
Claudio Elortegui<sup>3</sup>

Recibido: 2015-12-07  
Enviado a pares: 2015-12-09

Aprobado por pares: 2016-02-02  
Aceptado: 2016-02-22

DOI: 10.5294/pacla.2017.20.1.2

**Para citar este artículo / to reference this article / para citar este artigo**  
Mellado Ruiz, C., López-Rabadán, P. y Elortegui, C. ¿(Para) ciudadanos o espectadores?  
Periodismo político chileno y sus modelos profesionales de aproximación a la audiencia.  
*Palabra Clave* 20(1), 14-46. DOI: 10.5294/pacla.2017.20.1.2

## Resumen

Este artículo analiza la forma en que el periodismo político chileno aborda a su audiencia a través de distintos estilos de reporteo, así como su evolución en las últimas décadas. La digitalización de la industria de medios, incluida la prensa tradicional, ha generado importantes transformaciones en su organización profesional, así como en la forma como el periodismo se dirige a los distintos públicos a través del producto informativo. A partir de un estudio longitudinal de la cobertura política de la prensa chilena, que abarca las dos primeras décadas de reinstauración democrática en el país (1990-2010), se profundiza en el tipo de público al que se dirige la *performance periodística*, diferenciando entre dos modelos de audiencia: el ciudadano como sujeto político activo y el espectador de infoentrete-

1 Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile. claudia.mellado@ucv.cl

2 Universitat Jaume I - Castellón, España. rabadan@uji.es

3 Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile. claudio.elortegui@ucv.cl

nimiento. Los resultados obtenidos muestran dos tendencias relevantes: la complementariedad de ambos modelos para integrar al debate político a nuevos públicos con intereses diversos y una presencia importante de ambos modelos, pero variable a lo largo del tiempo, tanto en la prensa élite como popular.

## **Palabras clave**

Periodismo; política; análisis de contenido; *performance periodística*; periodismo cívico; infoentretenimiento; Chile (Fuente: Tesauro de la Unesco).

# (For) Citizens or Spectators? Chilean Political Journalism and its Professional Models for Approaching the Audience

## Abstract

This paper analyzes the way in which Chilean political journalism approaches its audience through different reporting styles, as well as its evolution over the past few decades. The digitalization of the media industry, including traditional press, has led to major changes in its professional organization, as well as in the way journalism addresses the different audiences through the information product. Based on a longitudinal study of the political coverage of the Chilean press, which covers the first two decades of democratic reinstatement in the country (1990-2010), we delve into the type of audience at which *journalistic performance* is aimed, differentiating between the two audience models: the citizen as an active political subject and the infotainment viewer. The results obtained show two important trends: the complementarity of both models to integrate the political debate to new audiences with diverse interests and an important presence of both models but changeable over time, both in the elite and popular press.

## Keywords

Journalism; politics; content analysis; *journalistic performance*; civic journalism; infotainment; Chile (Source: Unesco Thesaurus).

# (Para) cidadãos ou espectadores? Jornalismo político chileno e seus modelos profissionais de aproximação à audiência

## Resumo

Este artigo analisa a forma como o periodismo político chileno aborda a sua audiência através de diferentes estilos de reportagem, assim como também a sua evolução nas últimas décadas. A digitalização da indústria de mídia, incluída a imprensa tradicional, tem gerado importantes transformações em sua organização profissional, assim como na forma como o jornalismo se dirige aos distintos públicos através do produto informativo. A partir de um estudo longitudinal da cobertura política da imprensa chilena, que abrange as duas primeiras décadas de restauração democrática no país (1990-2010), se aprofunda no tipo de público ao qual se dirige a *performance jornalística*, diferenciando entre dois modelos de audiência: o cidadão como sujeito político ativo e o espectador de info-entretenimento. Os resultados obtidos mostram duas tendências relevantes: a complementariedade de ambos modelos a integrar ao debate político a novos públicos com interesses diversos e uma presença importante de ambos os modelos, mas variável ao longo do tempo, tanto na imprensa elite quanto popular.

## Palavras-chave

Jornalismo; política; análise de conteúdo; *performance jornalística*; jornalismo cívico; info-entretenimento; Chile (Fonte: Tesauro da Unesco).

## Introducción

Tradicionalmente, el periodismo político ha desempeñado importantes funciones democráticas y sociales (Donsbach y Patterson 2004; Hanitzsch et al. 2011). Por una parte, desarrolla un papel central en el funcionamiento de sistemas políticos avanzados. Como práctica informativa, representa, a su vez, un recurso estratégico básico para el ejercicio de la ciudadanía y la organización política de la sociedad (Delli Carpini y Keeter 1996; Blumler y Kavanagh, 1999; Voltmer, 2013). En concreto, sus contenidos permiten el acceso ciudadano a los principales acontecimientos y debates sociales, determinan el establecimiento de la agenda pública, dinamizan el proceso de formación de opinión y permiten el control crítico sobre las élites (McCombs, 2004; Humanes, 2014; Brants et al., 2010).

Por otra parte, la política como frente informativo ocupa desde hace décadas una posición de referencia en la cobertura periodística. Por la propia relevancia social de sus contenidos y la proximidad e interacción con fuentes institucionales, el periodismo político ha sido considerado como uno de los sectores (*news beat*) más prestigiosos de la profesión, y sus noticias gozan, frecuentemente, de una elevada visibilidad en los medios (Neveu, 2002; López-Rabadán y Casero-Ripollés, 2012; Albæk et al., 2014).

Estudios que han analizado la forma en que el periodismo aborda a la audiencia en sus contenidos a partir de la distinción entre ciudadanos y consumidores, tienden a asociar esta dos opciones, respectivamente, con la diferenciación entre *hard* y *soft news* (Boczkowski, 2009), y entre prensa de élite y popular (Franklin, 1997). En concreto, estos estudios apuntan a la idea de que, mientras la prensa de élite se relaciona con contenidos vinculados al interés público, la prensa popular se asocia a modelos de orientación comercial (Örnebring y Jönsson, 2004). Esta forma de abordar a la audiencia ha sido frecuentemente planteada como una dicotomía de ámbitos, mutuamente excluyentes entre sí. Asimismo, estas aproximaciones han sido conceptualizadas como categorías discretas, lo cual implica que cuando una está presente la otra no (Mellado y Van Dalen, 2015). La mayor parte de los estudios también clasifica las noticias según su tópico, donde

la política pasa automáticamente a clasificarse como una noticia dura, más vinculada a la prensa de élite (Grabe et al., 2003; Reinemann et al., 2012).

En las últimas décadas, potentes transformaciones sociales y profesionales han modificado el ejercicio del periodismo político y, como consecuencia, su aportación democrática a la comunicación pública (Blumler y Kavanagh, 1999; Blumler y Coleman, 2010). Entre estos cambios destacan el desarrollo de internet y las tecnologías digitales, que han aumentado la velocidad y capacidad de difusión de la producción noticiosa (McNair, 2006; Castells, 2009). Por otra parte, la mediatización y profesionalización de la comunicación (Strömbäck, 2008; Maarek, 2007) han convertido la información política en un recurso estratégico sobre el que diversos actores tratan de influir y aprovechar para sus intereses. Finalmente, la mercantilización de los medios, la tabloidización y la segmentación de las audiencias (Mosco, 2009; Brants, 1998) obligan a presentar un producto noticioso más atractivo a las audiencias, y competitivo frente al resto de medios.

Este contexto de transformación ha generado importantes tensiones entre la práctica del periodismo político y las nuevas características de las audiencias. Diversos autores han afirmado que el concepto clásico de *audiencia* parece hoy insuficiente para comprender las necesidades actuales de un público que todavía quiere estar informado sobre desarrollos relevantes, pero que no quiere aburrirse con un mero estilo de reporteo seco y factual (Brants y De Haan, 2010, p. 421). En concreto, las investigaciones recientes demuestran que la tabloidización ha borrado la distinción entre noticias *duras* y *blandas*, dando como resultado formas híbridas de contenido (Uribe y Gunter 2007; Kristensen y From, 2012), así como la presencia combinada de diferentes formas de abordar a la audiencia (Mellado y Van Dalen, 2015).

Tal y como diferentes perspectivas en la teoría de roles han mostrado, la existencia de múltiples roles es un aspecto central en la sociedad actual, los cuales pueden adaptarse, ser modificados y evolucionar, dependiendo de las necesidades del entorno y de los cambios sociales (Lynch, 2007, p. 379; Mellado, 2015).

En esta línea, las investigaciones recientes han estudiado la diversificación de modelos de periodismo en relación con la forma en que conciben y abordan al público, tanto como ciudadanos, consumidores, clientes o espectadores, sin que estos “roles” deban ser mutuamente excluyentes (Eide y Knight, 1999; Costera Meijer, 2003; Brants y De Haan, 2010; Atkinson, 2011). Apoyando esta diversificación en el abordaje de los contenidos, diversos estudios han detectado cambios significativos en las prioridades informativas de las audiencias, así como una notable brecha entre la agenda propuesta por los medios y las noticias más leídas/vistas/escuchadas por el público. Algunos autores han encontrado que, salvo en momentos de máxima tensión política, las audiencias tienden a demandar temáticas y tratamientos más *soft* en el periodismo político que los ofrecidos por los medios (Boczkowski y Peer, 2011).

Ante el aumento de la oferta mediática, la mayor interacción que los medios pueden tener con el público y la capacidad de decisión de las audiencias, resulta entonces importante constatar si estos cambios han afectado también la forma en que el periodismo político aborda a una audiencia cada vez más exigente a la hora de seleccionar contenidos informativos, producto de sus múltiples roles en la sociedad. Específicamente, parece razonable preguntarse si la inclusión de elementos propios de la espectacularización en noticias usualmente clasificadas como *hard* podrían estar transformando los modelos de audiencia dominantes desde el periodismo político (Uribe y Gunter, 2007; Mellado, 2015; Mellado y Van Dalen, 2015).

El objetivo de este artículo es doble: por un lado, analizar los cambios en la presencia de los modelos de periodismo cívico y de infoentretenimiento durante las últimas dos décadas (1990-2010) en la prensa política chilena; y por otro, identificar diferencias en la presencia de ambos modelos de periodismo entre la prensa élite y popular a lo largo del tiempo. Este artículo analiza específicamente la cobertura política en la prensa nacional chilena desde que la democracia fue reinstaurada luego de la dictadura militar de Pinochet.

El estudio longitudinal del periodismo político en un contexto latinoamericano, con un foco en el periodismo chileno, permite conocer a fon-

do la evolución de los contenidos periodísticos y la presencia de diversos modelos profesionales en un escenario posdictadura, incluyendo grandes transformaciones económicas, culturales, así como cambios relevantes en la ciudadanía y el público en general, materializados en su diversificación de roles, en su forma de consumo, así como en la manera de exigir sus derechos como ciudadanos.

Considerando el desarrollo que diversos países han tenido luego de procesos dictatoriales similares —en especial en América Latina y Europa del Este—, este estudio puede ofrecer claves para ayudar a entender el papel del periodismo en regímenes posdictatoriales. Además, dada la complejidad de los procesos históricos y políticos de estos países, es probable que la cobertura presente particularidades que aporten matices significativos al estudio comparado de la comunicación política, más allá de la perspectiva occidental clásica (Hughes y Mellado, 2015).

En este sentido, resulta relevante analizar el grado de adaptación de las tendencias globales en torno al desarrollo del modelo cívico y del modelo infoentretenimiento en un país como Chile, considerado por muchos como un laboratorio de potentes transformaciones políticas, sociales y económicas, exemplificando en el ámbito internacional un exitoso proceso de transición democrática. Asimismo, un análisis de contenido longitudinal, que considere los matices que representa la prensa popular y élite respecto de sus modelos periodísticos, puede poner a prueba planteamientos y suposiciones extendidas sobre los modelos periodísticos presentes en ambos tipos de prensa.

## Repensar los modelos de periodismo político y su concepción de la audiencia

En el contexto de profunda transformación del periodismo político, un aspecto central por analizar es la forma en que éste concibe y aborda a la audiencia a través de la puesta en práctica de sus diferentes roles profesionales (Mellado y Van Dalen, 2015). Blumler y Cushion (2014, p. 260), por ejemplo, advierten del peligro de que los estudios de periodismo se centren excesivamente en cuestiones de funcionamiento estructural (sistema

de producción, novedades tecnológicas, modelos de negocio, etc.) y descuiden la vinculación de la práctica profesional con aspectos normativos de la profesión, lo cual debería permanecer como una preocupación principal.

Ahora bien, analizar la simultaneidad y la *performance* de los roles profesionales de los periodistas (Mellado y Van Dalen, 2015) demanda la aplicación de metodologías adecuadas a la hora de analizar la práctica profesional. Desde una visión normativa, el estudio sobre la forma en que el periodismo concibe a la audiencia se ha abordado a través de encuestas a periodistas (Hanitzsch, 2007; Weaver y Willnat, 2012), a quienes se pregunta por la importancia que estos dan a diferentes funciones vinculadas a su interacción con el público. Este enfoque ha sido sin duda relevante para analizar los ideales y valores periodísticos que sirven para legitimar y definir el periodismo (Mellado, 2015). Sin embargo, presenta problemas a la hora de analizar las *performances* profesionales, producto de la inevitable brecha que existe entre la retórica profesional y la puesta en práctica de dichos ideales, producto de distintas influencias internas y externas (Mellado y Van Dalen, 2013; Shoemaker y Reese, 2013).

Por otra parte, los roles profesionales tienden a ser múltiples, situacionales y en permanente negociación, tanto en los periodistas como en las audiencias (Turner, 2006; Mellado, 2015), y resulta complejo distinguir entre las esferas pública, privada y comercial, cada vez más entrelazadas (Bauman, 2000). Como resultado, se detecta un panorama cada vez más híbrido y dinámico a la hora de responder a las necesidades del público desde diferentes roles, lo cual hace necesaria la introducción de enfoques más flexibles a la hora de analizar el contenido periodístico (Mellado y Van Dalen, 2015).

Específicamente, la expansión del infoentretenimiento en el periodismo político en las últimas décadas representa un cambio decisivo en sus contenidos (Brants y De Haan, 2010; Kristensen y From, 2012). En efecto, la introducción generalizada de temáticas y recursos narrativos del entretenimiento en la cobertura política podría implicar una nueva forma de acercarse e interpelar al público.

Frente a los retos planteados, este trabajo apuesta por el análisis de la *performance* periodística, basándose en la metodología utilizada por el proyecto internacional Journalistic Role Performance Around the Globe ([www.journalisticperformance.org](http://www.journalisticperformance.org)) (Mellado, 2015; Mellado y Van Dalen 2015). La aplicación de esta metodología ofrece tres grandes ventajas.

Primero, se basa en el estudio del producto periodístico, no solo en percepciones y planteamientos abstractos expresados en encuestas, lo cual le confiere una potente conexión con la realidad profesional. A su vez, entiende la práctica periodística como el resultado de un proceso colectivo de producción (Shoemaker y Reese, 2013). Por otra parte, el concepto de *performance* periodística está directamente conectado a los roles profesionales y funciones normativas (clásicos y actuales) que sustentan la actividad (Mellado, 2015). En este sentido, hace propio y es capaz de articular analíticamente el consenso alcanzado por la literatura académica sobre el carácter situacional, híbrido y flexible de los nuevos modelos de audiencia (Eide y Knight, 1999; Costera Meijer, 2003; Brants y De Haan, 2010), donde es posible la simultaneidad e hibridación de roles.

A partir del estudio de la materialización de diferentes roles profesionales en la práctica periodística, estudios recientes (Atkinson, 2011; Mellado, 2015; Mellado y Van Dalen, 2015; Hellmueller y Mellado, 2015) proponen, desde diferentes ángulos, al menos tres modelos de aproximación al público (cívico, infoentretenimiento y servicio), los cuales abordan a la audiencia tanto como ciudadano, espectador y cliente.

Este artículo se centra en el análisis de dos de estos tres modelos en el periodismo político chileno: el modelo cívico, que entiende al público como ciudadano, y el modelo de infoentretenimiento, que entiende al público como espectador de la política.

## La audiencia como ciudadano: la vigencia de la perspectiva normativa

El periodismo político se ha definido tradicionalmente a partir de una agenda centrada en la actualidad institucional y económica, dirigiéndose

a la audiencia en términos de ciudadanía, responsabilidad social e interés público (Blumler y Cushion, 2014). Desde esta perspectiva, ha sido preponderante un modelo cívico que considere a la audiencia como ciudadanos informados, interesados en la actualidad y políticamente responsables (Aalberg y Curran, 2011). Es posible identificar diferentes aspectos que articulan el abordaje del público desde una orientación cívica.

En primer lugar, este modelo se sitúa en un plano ético y autónomo, regido por el interés público, desde el que se trata de cumplir funciones democráticas, ofrecer acceso a la ciudadanía sobre la realidad política y articular la construcción de la opinión pública (Atkinson, 2011). Desde este modelo, los ciudadanos no solo son destinatarios principales de la información, sino también una fuente importante de ella (Glasser, 1999; Kurpius, 2002; Beam et al., 2009).

Por otra parte, adopta un rol educativo centrado en la explicación de temas complejos y polémicos, pero relevantes en el debate público (Salgado y Strömbäck, 2012; Blumler y Cushion, 2014). Así, este modelo se caracteriza por aportar una abundante contextualización informativa de los hechos noticiosos (antecedentes, datos cuantificables, interpretación de expertos, etc.).

Respecto del desarrollo de este modelo en diferentes contextos políticos y culturales, la literatura internacional detecta importantes diferencias *cross-nacionales*. Benson y Hallin (2007), por ejemplo, estudian la influencia de la estructura empresarial y política sobre el discurso de la prensa política francesa y estadounidense entre 1960 y 1990, y encuentran diferencias en los contenidos entre ambos países que se mantienen en el tiempo: mientras los periódicos franceses incluyen una mayor representación de los puntos de vista de la sociedad civil y una alta proporción de interpretación y opinión en las noticias, la prensa estadounidense destaca por una proyección más cercana a los puntos de vista de las élites políticas y un tratamiento descriptivo y desideologizado.

Los trabajos empíricos recientes también analizan la materialización de diversos roles profesionales de la prensa chilena. Hellmueller y Mellado

(2015) estudian la influencia de distintos modelos profesionales en el proceso de construcción de la agenda mediática a comienzos de esta década en los Estados Unidos y Chile, y encuentran una representación de modelos profesionales claramente divergente: mientras el modelo *watchdog* es el central en la prensa política estadounidense, en el caso Chile se encuentra una coexistencia de los modelos intervencionista, cívico y de infoentretenimiento, con un peso similar de cada uno en la cobertura de la información.

Mellado y Lagos (2014), en un análisis de la cobertura de la prensa nacional chilena durante 2010, detectan una notable presencia del modelo cívico, así como una presencia similar del modelo infoentretenimiento en las noticias. Asimismo, constatan que, si bien la presencia del modelo cívico es superior en la prensa élite que en la popular, las diferencias entre ambos tipos de prensa son escasas, alcanzando niveles similares de representación. Por su parte, Hughes y Mellado (2015) revisan de forma longitudinal (1990-2011) el uso de diferentes tipos de fuentes por parte de la prensa política chilena, detectando un predominio de fuentes gubernamentales en la información, por sobre la representación de la perspectiva y las demandas ciudadanas, aunque también evidencias de un fortalecimiento de la presencia ciudadana y de información de contexto, en períodos de fuerte conflicto social.

## El infoentretenimiento en la prensa política y la concepción del público como espectador

Aunque la presencia de elementos propios del entretenimiento es una tendencia de largo recorrido en la prensa política en el Reino Unido y los Estados Unidos, es en las últimas décadas cuando la expansión del infoentretenimiento se ha intensificado, adquiriendo una dimensión global (Es-ser, 1999; Sparks y Tulloch, 2000; Thussu, 2007).

En la literatura académica actual, encontramos un cierto consenso a la hora de definir el fenómeno como la introducción de recursos estilísticos y narrativos propios del entretenimiento en la cobertura noticiosa (Brants y Neijens, 1998; Grabe, Lang y Zhao, 2003; Jebril, Albæk y De

Vreese, 2013). Sin duda, el origen del fenómeno es de base económica y guarda relación con la creciente mercantilización del periodismo (Mosco, 2009; Aalberg, Van Aelst y Curran, 2010). Bajo estos parámetros, los medios tienden a priorizar contenidos que atraigan la máxima audiencia posible, dejando a un lado el interés público como criterio noticioso principal (McManus, 1994; Franklin, 1997). El desarrollo del infoentretenimiento se ha visto potenciado recientemente a causa de tres factores estructurales: el aumento del volumen de noticias y del número de proveedores informativos en línea, el crecimiento de la competencia en el mercado de medios y la fuerte crisis financiera que afecta el periodismo en la última década (Mosco, 2009).

La expansión del infoentretenimiento en el terreno del periodismo político, sin embargo, ha generado una valoración dispar y poco consensuada entre académicos y los mismos profesionales. Por una parte, desde posiciones normativas, se observa como una degradación del discurso público que pone en riesgo los estándares de rigor y objetividad, y que dificulta el cumplimiento de las funciones democráticas del periodismo, en cuanto dificulta la articulación de un debate público racional y degrada el conocimiento político de la ciudadanía (Blumler y Kavanagh, 1999; Gripsrud, 2000). Por otro lado, desde la teoría de mercado se reconocen aspectos positivos de la presencia del infoentretenimiento, entre ellos, que permite una visión más amplia y alternativa de la realidad política (Lehman-Wilzig y Seletzky, 2010), y que representa una herramienta útil para despertar el interés y la participación en la vida política a grupos sociales alejados de ella (Brants, 1998; Örnebring y Jönsson, 2004).

Varios elementos articulan el desarrollo profesional de este modelo de periodismo en el producto noticioso. En primer lugar, se observa la consolidación de un modelo que se dirige a la audiencia como *espectador*, a partir de recursos estilísticos destinados a proporcionar relajación y experiencias emocionales (Mellado, 2015). Desde este modelo, el objetivo prioritario es conmover y divertir al público, a partir de un estilo informativo, pero, al mismo, tiempo atractivo y sugerente (Grabe, Lang y Zhao, 2003; Brants y De Haan, 2010).

Es posible identificar varias tendencias en la literatura internacional para caracterizar la presencia del modelo infoentretenimiento en el producto informativo: la preponderancia de emociones y del enfoque humano en el discurso (Van Zoonen y Holz-Bacha, 2000), la creciente personalización de la cobertura (Van Aelst, Sheaffer y Stanyer, 2012), el protagonismo de la vida privada (Stanyer, 2012; Casero-Ripollés, Ortells-Badenes y Rosique-Cedillo, 2014), así como el uso de un tono sensacionalista y morboso a la hora de abordar la actualidad política (Vettehen, Nuijten y Beenjes, 2006; Hanusch, 2013).

Respecto de la expansión del modelo infoentretenimiento en diferentes contextos periodísticos, los trabajos empíricos recientes ofrecen perspectivas complementarias sobre su presencia. Por una parte, el estudio comparativo de Hellmuller y Mellado (2015) muestra una presencia muy escasa del modelo de infoentretenimiento en la prensa política estadounidense; y bastante notoria en el caso de Chile. Al mismo tiempo, aunque varios estudios han mostrado que los valores periodísticos y las prácticas de reporteo aún difieren entre la prensa élite y popular (Skovsgaard y Van Dalen, 2013; Strömbäck y Van Aelst, 2009), otros estudios han encontrado una creciente homogeneización en el tratamiento de la información política en ambos tipos de prensa (Esser, 1999), por lo que la introducción de narrativas y herramientas estilísticas vinculadas al entretenimiento por sobre al interés público (Brants y Neijens, 1998; Baum, 2002) no sería un hecho aislado en la cobertura política de los medios; y en este sentido, entender las diferencias de contenido a través de esta distinción se haría cada vez más difícil (Lehman-Wilzig y Seletzky, 2010; Uribe y Gunter, 2007).

Mellado y Lagos (2014) y Mellado y Van Dalen (2015), por ejemplo, también detectan una presencia actual relevante del modelo de infoentretenimiento en el conjunto de secciones de la crónica nacional chilena, incluida la política. Asimismo, encuentran que, si bien la presencia de este modelo es mayor en la prensa popular que en la de élite, su presencia en esta última es mayor que la de otros modelos.

## El caso chileno: la transición política y de la prensa

Chile se constituye en un interesante caso para estudiar las diferentes formas en que el periodismo aborda a la audiencia. El retorno de la democracia en Chile (1990) marca un inédito periodo para la dinámica de los medios de comunicación y del periodismo político, sobre todo, en su relación con audiencias, que comenzaron a experimentar una intensa transformación sociocultural. Esto se produce por públicos más volcados y abiertos al consumo, que aprecian la necesidad de mejorar sus expectativas de vida y acceden a nuevos y variados bienes y servicios, permitiendo así el estímulo a una industria de medios que se abrió con mayor fuerza a las lógicas publicitarias, a la masividad de los formatos y a la tecnología para elevar su fidelización con audiencias emergentes (Hunneus, 2014).

Chile ha sido etiquetado como un “laboratorio social” donde se implementó una profunda transformación económica neoliberal entre 1973 y 2003, es decir, el periodo que comprende el régimen militar y los tres primeros Gobiernos del retorno a la democracia, configurándose un cambio radical de la sociedad chilena (Gárate, 2012; Guillaudat y Mouterde, 1998). En este contexto, el rol de los medios fue importante en la transmisión de un relato que buscó, en una primera fase, cohesión política, estabilidad y consensos pactados entre las élites políticas y económicas, teniendo en los formatos audiovisuales propios de una industria televisiva más consolidada, por ejemplo, la masividad y espectacularización necesaria para fidelizar a los nuevos públicos. En lo social, en este periodo se privatizan áreas públicas “estratégicas”, como la educación, la salud, las previsiones y el transporte del país.

La democracia pos-1989 ha sido destacada por su tranquilidad, transición pacífica y crecimiento económico, pero criticada por sus restricciones a la competencia política y las expresiones de participación. Este patrón no es accidental, pues, fue instaurado en la dictadura, heredando un miedo a la inestabilidad, una cultura política dominada por los intereses de una reducida élite social y un sistema electoral estructuralmente sesgado (Navia, 2010; Teichman, 2011).

La violencia política del régimen de Augusto Pinochet desactivó una sociedad “hipermovilizada”, erradicando progresivamente las organizaciones sociales, sindicales y políticas, y desmantelando las estructuras para la acción colectiva, en beneficio de numerosos grupos económicos y financieros cercanos a la dictadura. La herencia militar también se manifiesta en una Constitución promulgada en dictadura, que continúa manteniendo una serie de enclaves autoritarios y que requiere elevados *quorums* parlamentarios para modificarse (Navia, 2010).

En este sentido, la democratización chilena ha sido calificada como “incompleta” (Garretón, 2003) o “semisoberana” (Hunneus, 2014). Estas denominaciones reflejan las limitaciones institucionales y políticas existentes, restringiendo el empoderamiento ciudadano en favor de los acuerdos entre la élite, e incubándose una mirada pasiva para comprender a las audiencias de los medios.

Los Gobiernos democráticos que sucedieron en régimen militar de Pinochet basaron el éxito de la transición en un proceso que priorizó el crecimiento económico, buscando una “política de los acuerdos” entre los actores políticos. Los indicadores macroeconómicos fueron relevantes y lograron paz social, pero con el paso de los años se debió lidiar con nuevas transformaciones culturales y expectativas de una ciudadanía que comenzó a exigir mayor equidad y una mejor redistribución del ingreso, concentrado en 10% más rico de la población.

Las protestas en las calles revivieron temores en la élite y visiones de la hipermovilización popular del pasado (Navia, 2010) o del regreso de la acción colectiva (Teichman, 2011), pues, fueron ganando en número y actores. Los estudiantes, profesores, usuarios del transporte público, indígenas y medioambientalistas intensificaron desde 2006 hasta 2011 numerosas marchas que reflejaron el nuevo protagonismo de la vida cívica, junto con un paulatino empoderamiento de los ciudadanos y el crecimiento en la participación (Teichman, 2011). En la actualidad, el proceso político chileno muestra evidentes signos de agotamiento, con una ciudadanía que se declara ajena a la política, decepcionada por recientes escándalos que afectan la

relación entre los políticos y el financiamiento de sus campañas, así como un cuestionamiento a la figura presidencial, los partidos políticos, los empresarios y las instituciones públicas y privadas en general (OCDE, 2013).

A partir de la revisión de la literatura internacional, así como del contexto chileno, se plantean las siguiente hipótesis formales de investigación:

H1: La presencia del modelo cívico en la prensa política chilena ha tendido a aumentar a lo largo del tiempo.

H2: La presencia del modelo de infoentretenimiento en la prensa política chilena ha tenido a aumentar a lo largo del tiempo.

H3: Existen diferencias significativas en la presencia de los modelos cívico e infoentretenimiento entre la prensa chilena popular y de élite, aunque estas diferencias han tendido a reducirse a lo largo del tiempo.

## Metodología

### Muestra

Para responder hipótesis formales de investigación, conducimos un análisis de contenido *cross-longitudinal* de la prensa nacional chilena entre abril de 1990 y diciembre de 2010. Específicamente, usamos una intervalo base de 5 años para analizar cambios en el tiempo: 1990, 1995, 2000, 2005 y 2010.<sup>4</sup>

Un análisis de contenido fue realizado en cinco medios escritos de interés general con circulación nacional: *El Mercurio*, *La Tercera*, *Las Últimas Noticias*, *La Cuarta* y *La Nación*. Estos diarios fueron escogidos, porque representan diferentes orientaciones de audiencia, todos fueron publicados durante el periodo analizado, y representan los dos conglomerados que dominan la prensa escrita en Chile, así como el único diario de propiedad del Gobierno. *El Mercurio* y *La Tercera* son los principales diarios de élite en Chile. *La Nación* era un diario de propiedad mayormente gubernamen-

<sup>4</sup> Ya que Pinochet dejó el poder en marzo de 1990, omitimos deliberadamente todos los artículos publicados antes de abril de 1990, con el fin de obtener una muestra de diarios que permitan dar cuenta del periodo posdictatorial de la concertación, el cual se inicia con el Gobierno del demócrata-cristiano Patricio Aylwin.

tal, el cual mantuvo características pro gobierno hasta su desaparición a finales de 2010, bajo el Gobierno de Sebastián Piñera. *Las Últimas Noticias* y *La Cuarta* (los cuales pertenecen a *El Mercurio* y *Copesa*, respectivamente), en cuanto son periódicos populares con un marcado modelo comercial.

Usando el método de la semana construida, se seleccionó una muestra estratificado-sistemática de cada diario. En cada diario, un lunes, un martes, un miércoles, un jueves, un viernes, un sábado y un domingo fueron seleccionados para cada semestre de cada año, asegurándonos que cada mes del año estuviera representado por al menos un día, y de esa forma, evitando una sobrerepresentación de un periodo en particular. Esto significa que dos semanas construidas fueron muestreadas por diarios por año. Los cinco diarios fueron analizados durante las mismas semanas construidas.

La unidad de análisis fue el ítem noticioso. Se entendió por ítem noticioso el grupo de elementos visuales o verbales continuos que se refieren al mismo tema. En cada muestra seleccionada, todas las noticias asociadas a la cobertura política fueron consideradas. En total 3624 ítems noticiosos fueron codificados. Las noticias de la prensa de élite concentraron 72 % de las noticias incluidas en la muestra, y la prensa popular 28 %. Este desbalance es debido a que la prensa popular contiene menos noticias por publicación.

## Medidas

La definición operacional de las variables utilizadas por este estudio fue derivada de trabajos previos sobre modelos de periodismo de aproximación a la audiencia en el contenido noticioso. Para medir la presencia de los modelos cívico y de infoentretenimiento, nos basamos en 11 indicadores previamente operacionalizados por Mellado (2015) y validados en datos chilenos por Mellado y Van Dalen (2015).

A costo de medidas más exactas, cada indicador fue codificado según presencia/ausencia para aumentar la confiabilidad intercodificador. Cinco indicadores fueron incluidos para medir el modelo infoentretenimiento: personalización, vida privada, sensacionalismo, emociones y morbo, en tanto que seis indicadores fueron incluidos para medir el modelo cívico:

perspectiva ciudadana, demandas ciudadanas, credibilidad en los ciudadanos, impacto local, información de contexto e información sobre actividades ciudadanas. En el caso de cada indicador, codificamos por contenido manifiesto más que por contenido latente. Cada noticia fue codificada también de acuerdo con el tipo de periódico (élite o popular).

Antes del análisis principal, se sometieron los datos a un análisis factorial confirmatorio siguiendo el modelo de validación de la escala de Mellado y Van Dalen (2015). El análisis se desarrolló usando Mplus 7.0. El modelo compuesto por los enfoques cívico y de infoentretenimiento mostró un ajuste satisfactorio con los datos:  $\chi^2 (57) = 83.54, p < .001$ , RMSEA = .036 [90 % CI = .033: .038], CFI = .969, TLI = .944, WRMR = .985.

## **Recolección de datos y codificación**

Diez codificadores fueron entrenados durante tres meses en la aplicación de un libro de códigos común que contenía definiciones operacionales de cada variable. Se llevaron a cabo diferentes pruebas de entrenamiento para asegurar que los codificadores poseían un conocimiento similar del libro de códigos. Para evitar sesgo, los codificadores fueron asignados aleatoriamente a los ítems seleccionados. Una vez terminada la codificación, se realizó una nueva codificación en 10 % de la muestra seleccionada al azar para determinar la confiabilidad intercodificadores. Basándonos en la fórmula del alfa de Krippendorff, la confiabilidad intercodificador fue de .77. Los niveles de confiabilidad fluctuaron entre .7 (credibilidad en los ciudadanos) a .9 (perspectiva ciudadana y emociones).

## **Resultados**

Considerando todos los años en estudio, así como los dos tipos de prensa analizadas, los datos muestran que los modelos infoentretenimiento ( $n = .054$ ; DS = .116) y cívico ( $n = .054$ ; DS = .111) presentan en términos globales la misma presencia en la cobertura política.

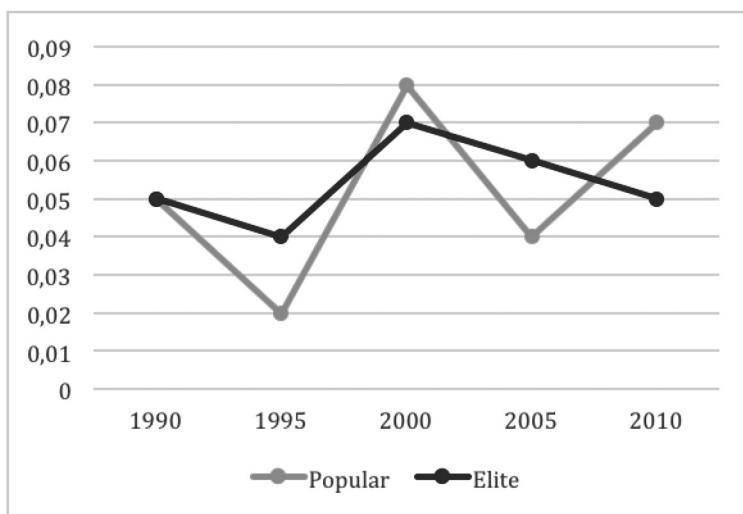
No obstante, las variables tiempo y tipo de prensa son factores que generan diferencias en la presencia de ambos modelos de periodismo. Con el objeto de testear estas diferencias, sometimos nuestros datos al procedi-

miento modelo lineal general univariante con ambos tipos de periodismo —cívico e infoentretenimiento— como variables dependientes (un modelo para cada VD), y con las variables año y tipo de prensa como factores fijos (variables independientes).

En el modelo cívico, los datos sustentan parcialmente H1 y H3. Específicamente, los resultados muestran diferencias significativas en la presencia de este tipo de periodismo a lo largo de los años en la cobertura política chilena ( $F = 21.481$ ;  $gl = 4$ ;  $p = .000$ ), así como un efecto de interacción entre las variables tiempo y tipo de prensa ( $F = 3.754$ ;  $gl = 4$ ;  $p = .000$ ). El tipo de prensa, por sí solo, sin embargo, no es un factor que genere diferencias significativas en la presencia del modelo cívico ( $F = .011$ ;  $gl = 1$ ;  $p = \text{n.s.}$ ).

En relación con el paso de los años, los datos muestran un modelo cívico más bien inestable, con altos y bajos durante el periodo analizado, tal y como se aprecia en la figura 1. Los resultados exhiben un aumento de la presencia de este modelo en 1990, 2000 y 2010. En el otro extremo, se aprecia una baja importante del modelo cívico en 1995 y 2005, probablemente, por el cierre de dos ciclos presidenciales que no culminaron con grandes tensiones.

**Figura 1.** Presencia del modelo cívico a lo largo del tiempo, según tipo de prensa



En este sentido, el modelo cívico en la prensa chilena cumple una labor política en la transición, canalizando el debate, moderando las posturas cuando son extremas y tutelando también, desde lo normativo, la dificultad que tiene en el tiempo mantener el pacto democrático entre las élites. No obstante, el modelo cívico también se va abriendo a los cambios y exigencias que experimentan las audiencias populares con la política, los medios y el periodismo.

De hecho, el efecto de interacción que arrojan los datos muestra cómo en determinados momentos históricos la presencia del modelo cívico es significativamente mayor en la prensa popular que en la prensa de élite. Es más, se aprecia que desde 2005 hasta 2010 la prensa popular experimenta un alza importante, tendencia contraria a lo que sucede con la de élite. Con este resultado, se relativiza el fuerte peso de la élite y de la prensa élite como única conductora del proceso político y se comienza a observar, desde este estudio *cross-longitudinal*, una nueva tendencia política, dada por otro protagonismo que comienza a convivir con el poder que concentra la redemocratización en Chile. En otras palabras, las formas tradicionales del modelo cívico se complementan con una ciudadanía que vehicula a través de la prensa popular su forma de instalarse de igual a igual con el poder político y las estructuras del Estado.

En el modelo infoentretenimiento, los resultados muestran un efecto significativo de las variable año ( $F = 76.912$ ;  $gl = 4$ ;  $p = .000$ ) y tipo de prensa ( $F = 150.158$ ;  $gl = 4$ ;  $p = .000$ ), así como un efecto de interacción entre ambos factores ( $F = 34.698$ ;  $gl = 4$ ;  $p = .000$ ), en su presencia en la cobertura política chilena.

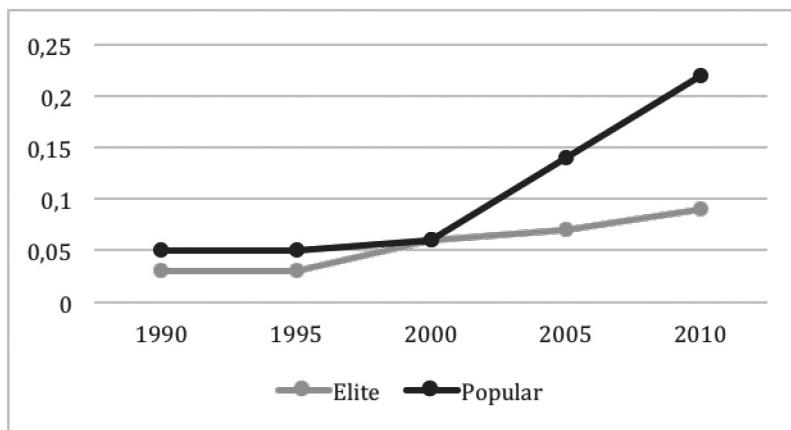
Los resultados sustentan parcialmente H2 y H3. Específicamente, los datos muestran que el modelo infoentretenimiento muestra un despegue progresivo y constante desde 1995 en adelante en la prensa política.

El primer año del periodo muestra el nivel más bajo de la presencia de elementos de espectacularización en la cobertura política, posiblemente, por el temor o resguardo que existía en la prensa en general y en la labor del periodista en particular, después de largos años de dictadura marcados por una férrea censura.

La posterior promulgación de la Ley de Prensa de 2001, sustituyendo la Ley de Abusos de Publicidad, redujeron las trabas al trabajo periodístico, permitiendo una mayor libertad y diversidad de temáticas. Este cambio en la legislación disminuyó las barreras que tenía la prensa a la hora de acceder a información concerniente a la vida privada de autoridades y miembros de la clase política. De hecho, considerando el periodo que incluye la Ley de Prensa hasta 2010, el aumento en la presencia de estos elementos fue superior a la década anterior.

Los datos también muestran una presencia significativamente mayor del modelo de infoentretenimiento en la prensa popular que en la prensa élite. La variable tiempo, sin embargo, genera un efecto moderador en las diferencias entre ambos tipos de prensa. Mientras la distancia entre ambos tipos de prensa fue mínima durante la década de 1990 respecto de la presencia del modelo infoentretenimiento en su cobertura política — fundamentalmente por un decidido ingreso del *marketing* electoral y la visualización de la política mediante figuras asociadas al espectáculo político —, desde comienzos del siglo XXI dicha brecha aumenta de forma significativa. Aunque la prensa de élite muestra una mayor presencia de elementos de infoentretenimiento en su cobertura política, el aumento de este tipo de periodismo en la prensa popular es significativamente mayor y drásticamente exponencial, restando soporte a la tercera hipótesis planteada por este estudio (figura 2).

**Figura 2.** Presencia del modelo infoentretenimiento a lo largo del tiempo, según tipo de prensa



## Conclusiones

El presente estudio aporta resultados relevantes sobre la aparición, evolución y consolidación de los modelos de periodismo cívico e infoentretenimiento en el periodismo chileno, en un escenario posdictatorial. La forma en que el periodismo aborda a la audiencia a través de la materialización de sus roles profesionales en el contenido noticioso es un indicador importante para valorar la contribución de la profesión y de los medios a la democracia.

Tres fueron las hipótesis generales que guiaron el estudio, las cuales recibieron un soporte diverso según los datos analizados. En primer lugar, los datos muestran una presencia importante de ambos modelos periodísticos en la cobertura política, que reflejan la forma que tuvo la prensa chilena para aproximarse a las audiencias, en un contexto de profundos cambios sociales, económicos y culturales experimentados durante las últimas décadas, que posibilitaron el desarrollo de dos grandes tipos de audiencias no mutuamente excluyentes: ciudadanos y espectadores. Específicamente, los resultados reflejan las características propias del contexto de redemocratización chilena, que oscila entre dos dimensiones que la prensa incorpora para aproximarse a la audiencia: la focalización en la comercialización de la información política que perfila a los públicos como observadores del espectáculo político y el surgimiento de nuevos actores con exigencias sociales sobre el sistema político, incorporando a ciudadanos que desean mayor participación democrática.

Los niveles de infoentretenimiento en la prensa política comienzan a aumentar progresivamente, producto de un intenso proceso estructural de comercialización, tabloidización y competitividad en los medios. Así también la profesionalización de la política y los recursos estratégicos que emplean los políticos para captar el interés de la prensa con miras a los electores fomentan una relación con las audiencias como espectadores de la vida política.

Pero si bien no se puede desconocer que el alza del infoentretenimiento va de la mano con la creciente decepción y malestar hacia los políticos que se aprecia en Chile desde 2000, la realidad analizada es más

compleja. En efecto, esta investigación detecta que el modelo cívico tiene una presencia similar a la del infoentretenimiento en el periodismo político en términos globales, aunque con cierta inestabilidad producto de diferentes factores contextuales y características específicas de los diferentes gobiernos que siguieron a la dictadura. Existe una dualidad, una complementación de los dos modelos, que se explica por el equilibrio de una población que va queriendo acceder a nuevas experiencias de consumo, pero también conseguir mayores derechos sociales y políticos, dispuesta, incluso, a movilizarse y luchar por obtenerlos.

En segundo lugar, los hallazgos de este estudio muestran que la prensa popular tiende a estrechar sus diferencias con la de élite y superarla en la presencia del modelo cívico en determinados períodos. Este resultado resulta relevante, en cuanto contradice las posturas que plantean una brecha entre la prensa élite y popular basada en este modelo. Por un lado, las audiencias populares parecen ir ganando mayores cuotas de participación en el espacio público de la democracia chilena y exigen esa valoración; y por otro, el periodismo político debe ir produciendo modificaciones y ajustes en encuadres temáticos en los cuales la prensa popular no accedía ni era incorporada, contextualizando los procesos de interés de estos grupos y visibilizando sus acciones en el resto del sistema político. En esta lógica, la prensa popular sistematiza una presión ciudadana, la focaliza y ordena en actores y temáticas de gran significación para las clases medias y populares que, lejos de provocar menor presencia del modelo, lo aumentan, porque les da un sentido colectivo.

Por otro lado, sin embargo, como el diseño de la transición tuvo énfasis en las convenciones económicas, se posibilita el ingreso del consumo masivo y abierto para las audiencias. Con ello, el periodismo político activa narrativas propias del entretenimiento y de la espectacularización de la realidad, orientadas por las necesidades de una economía competitiva, una mayor mercantilización mediática y audiencias volátiles, interesadas en nuevas temáticas. Esto se produce de forma importante en la prensa de élite, pero, en especial, en la prensa popular a partir del siglo XXI.

Una posible explicación de este hecho son las diferencias que ambos tipos de prensa marcan entre sí, producto de su segmentación comercial (Mellado y Lagos, 2014). El infoentretenimiento se incrementa aún más en la prensa popular, porque necesita captar el interés de un sector cada vez menos cercano a la política, que percibe lejanía con sus representantes y que se siente más cómodo como espectador. El ingreso de nuevas tecnologías aplicadas al mundo de las comunicaciones y una prensa chilena más globalizada, junto con un mercado cada vez más agresivo y competitivo, también pueden haber influido en este resultado.

En este sentido, se observa, además, un cambio en la relación de la clase política con la prensa, en un intento por acercarse a las clases medias y populares. Al exhibir un lado más íntimo y privado con la prensa, se dio pie a la inserción de elementos de espectacularización en la cobertura de estos hechos. Una fortaleza específica de este estudio es su naturaleza cross-longitudinal y su foco en la cobertura política regular, más allá de períodos electorales específicos. Sin embargo, futuros estudios deben testear esta lógica de la relación ciudadanos-espectadores frente al contenido político noticioso generado no sólo por la prensa impresa, sino en un contexto multiplataforma que considere la cobertura política televisiva, radial y en línea.

## Referencias

- Aalberg, T. y Curran, J. (2011). *How media inform democracy: a comparative approach*. Londres: Routledge.
- Aalberg T., Van Aelst, P. y Curran, J. (2010). Media systems and the political information environment: a cross-national comparison. *International Journal of Press/Politics*, 15(3), 255-271. doi: 10.1177/1940161210367422
- Aguilera-Ruiz, O. (2012). Repertorios y ciclos de movilización juvenil en Chile (2000-2012). *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 17(57), 101-108.

Albæk, E., Van Dalen, A., Jabil, N. y De Vreese, C. H. (2014). *Political journalism in comparative perspective*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Atkinson, J. (2011). Performance journalism: A three-template model of television news. *International Journal of Press/Politics*, 16(1), 102-129. doi: 10.1177/1940161210381646

Baum, M. A. (2002). Sex, lies, and war: How soft news brings foreign policy to the inattentive public. *American Political Science Review*, 96(01), 91-109.

Bauman, Z. (2000). *Liquid modernity*. Cambridge, UK: Polity.

Beam R. A. et al. (2009). Journalism and public service in troubled times. *Journalism Studies*, 10(6), 734-753. doi: 10.1080/14616700903274084

Benson, R. y Hallin, D. C. (2007). How States, Markets and Globalization Shape the News The French and US National Press, 1965-97. *European Journal of Communication*, 22(1), 27-48. doi: 10.1177/0267323107073746

Blumler, J. G. y Coleman, S. (2010). Political communication in Kavanagh freefall: the British Case—and Others? *International Journal of Press/Politics*, 15(2), 139-154. doi: 10.1177/1940161210362263

Blumler, J. G. y Kavanagh, D. (1999). The third age of political communication: influences and features. *Political Communication*, 16, 209-230.

Blumler, J. G. y Cushion, S. (2014). Normative perspectives on journalism studies: stock-taking and future directions . *Journalism*, 15, 259-272. doi: 10.1177/1464884913498689

Boczkowski, P.J. (2009). Rethinking hard and soft news production: From common ground to divergent paths. *Journal of Communication*, 59(1), 98-116. doi: 10.1111/j.1460-2466.2008.01406.x

Boczkowski, P. J. y Peer, L. (2011). The choice gap: The divergent online news preferences of journalists and consumers. *Journal of Communication*, 61(5), 857-876. doi: 10.1111/j.1460-2466.2011.01582.x

Brants, K. (1998). Who's afraid of infotainment? *European Journal of Communication*, 13(3), 315-335.

Brants, K. y Neijens, P. (1998). The infotainment of politics. *Political Communication*, 15(2), 149-164. doi: 10.1080/10584609809342363

Brants, K. y De Haan, Y. (2010). Taking the public seriously: Three models of responsiveness in media and journalism. *Media, Culture y Society*, 32(3), 411-428. doi: 10.1177/0163443709361170

Brants, K., De Vreese, C. H., Möller, J. y Van Praag, P. (2010). The real spiral of cynicism? Symbiosis and mistrust between politicians and journalists. *International Journal of Press/Politics*, 15(1), 25-40. doi: 10.1177/1940161209351005

Casero-Ripollés, A., Ortells-Badenes, S. y Rosique-Cedillo, G. (2014). Consecuencias democráticas de la disolución de las fronteras entre información, entretenimiento y privacidad en la era digital. *Telos*, 99, 45-54.

Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford, UK: Oxford University Press.

Costera Meijer, I. (2003). What is quality television news?: A plea for extending the professional repertoire of newsmakers. *Journalism Studies*, 4(1), 15-29. doi: 10.1080/14616700306496

Delli Carpini, M. X. y Keeter, S. (1996). *What americans know about politics and why it matters*. New Haven, CT: Yale University Press.

Domingo, D. et al. (2008). Participatory journalism practices in the media and beyond: an international comparative study of initiatives in online newspapers. *Journalism Practice*, 2(3), 326-342.

Donsbach, W. y Patterson, T. E. (2004). Political news journalists: partisanship, professionalism, and political roles in five countries. En F. Esser y B. Pfetsch (eds.), *Comparing political communication: theories, cases, and challenges* (pp. 251-270). Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Eide, M. y Knight, G. (1999). Public-private service: Service journalism and the problems of everyday life. *European Journal of Communication*, 14, 525-547. doi: 10.1177/0267323199014004004

Esser, F. (1999). 'Tabloidization' of News a comparative analysis of anglo-american and german press journalism. *European Journal of Communication*, 14(3), 291-324.

Franklin, B. (1997). *Newszak and news media*. Londres y Nueva York: Arnol.

Gárate, M. (2012). *La revolución capitalista de Chile: 1973-2003*. Santiago de Chile: Ediciones Universidad Alberto Hurtado.

Garretón, M. A. (2003). *Incomplete democracy: Political democratization in Chile and Latin America*. Chapel Hill, NC: UNC Press Books.

Glasser, T. L. (1999). *The idea of public journalism*. Nueva York: Guilford Press.

Grabe, M. E., Lang, A. y Zhao, X. (2003). News content and form: Implications for memory and audience evaluations. *Communication Research*, 30(4), 387-413. doi: 10.1177/0093650203253368

Gripsrud, J. (2000). Tabloidization, popular journalism, and democracy. En C. Sparks y J. Tulloch (eds.), *Tabloid tales: Global debates over media standards* (pp. 285-300). Lanham, MD: Rowman y Littlefield.

Guillaudat, P. y Mouterde, P. (1998). *Los movimientos sociales en Chile, 1973-1993*. Santiago de Chile: Lom Ediciones.

- Hanitzsch, T. (2007). Deconstructing journalism culture: Towards a universal theory. *Communication Theory*, 17(4), 367-385. doi: 10.1111/j.1468-2885.2007.00303.x
- Hanitzsch, T. et al. (2011). Mapping journalism cultures across nations: a comparative study of 18 countries. *Journalism Studies*, 12(3), 273-293.
- Hanusch, F. (2013). Sensationalizing death? Graphic disaster images in the tabloid and broadsheet press. *European Journal of Communication*, 28(5), 497-513. doi: 10.1177/0267323113491349
- Hellmueller, L. y Mellado, C. (2015). Professional roles and news construction: a media sociology conceptualization of journalists' role conception and performance. *Communication y Society*, 28(3), 1-11.
- Hughes, S. y Mellado, C. (2015). Protest and accountability without the press the press, politicians, and civil society in Chile. *International Journal of Press/Politics*. doi:1940161215614565.
- Humanes, M. L. (2014). Exposición selectiva y partidismo de las audiencias en España. El consumo de información política durante las campañas electorales de 2008 y 2011. *Palabra Clave*, 17(3), 773-802. doi: 10.5294/pacla.2014.17.3.9
- Huneeus, C. (2014). *La democracia semisoberana: Chile después de Pinochet*. Santiago de Chile: Taurus.
- Jebril, N., Albæk, E. y De Vreese, C. H. (2013). Infotainment, cynicism and democracy: the effects of privatization vs personalization in the news. *European Journal of Communication*, 28(2), 105-121. doi:10.1177/0267323112468683
- Kristensen, N. y From, U. (2012). Lifestyle journalism: blurring boundaries. *Journalism Practice*, 6(1), 26-41. doi: 10.1080/17512786.2011.622898

Kurpius, D. (2002). Sources and civic journalism: changing patterns of reporting? *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 79(4), 853-866. doi: 10.1177/107769900207900406

Lehman-Wilzig, S. N. y Seletzky, M. (2010). Hard news, soft news, 'general' news: the necessity and utility of an intermediate classification. *Journalism*, 11(1), 37-56.

López-Rabadán, P. y Casero-Ripollés, A. (2012). La evolución de la agenda mediática española (1980-2010): un análisis longitudinal de la portada de la prensa de referencia. *Revista Latina de Comunicación Social*, 67, 470-493. doi: 10.4185/RLCS-2012-964

Lynch, K. (2007). Modeling role enactment: linking role theory and social cognition. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 37(4), 379-399. doi:10.1111/j.1468-5914.2007.00349.x

Maarek, P. J. (2007). The evolution of french political communication: reaching the limits of professionalisation? En R. Negrine, P. Mancini, C. Holtz-Bacha y S. Papathanassopoulos (eds.), *The professionalisation of political communication* (vol. 3, pp. 145-160). Bristol, UK: Intellect.

McCombs, M. E. (2004). *Setting the agenda: the mass media and public opinion*. Cambridge, UK: Polity Press.

McManus, J. H. (1994). *Market-driven journalism: Let the citizen beware*. Londres: Sage.

McNair, B. (2006). *Cultural chaos: Journalism, news and power in a globalised world*. Londres: Routledge.

Mellado, C. (2015). Professional roles in news content: six dimensions of journalistic role performance. *Journalism Studies*, 16(4), 596-614. doi:10.1080/1461670X.2014.922276

Mellado, C. y Van Dalen, A. (2014). Between rhetoric and practice: explaining the gap between role conception and performance in journalism. *Journalism Studies*, 15(6), 859-878. doi: 10.1080/1461670X.2013.838046

Mellado, C. y Van Dalen, A. (2015). Challenging the citizen-consumer dichotomy: a news content analysis of audience approaches in Chilean Journalism. *Journalism y Mass Communication Quarterly* (in press).

Mellado, C. y Lagos, C. (2014). Professional roles in news content: analyzing journalistic performance in the chilean national press. *International Journal of Communication*, 8, 2090-2112.

Mosco, V. (2009). *The political economy of communication*. Londres: Sage.

Navia, P. (2010). Living in actually existing democracies: Democracy to the extent possible in Chile. *Latin American Research Review*, 45(4), pp. 298-328.

Neveu, E. (2002). Four generations of political journalism. En R. Kuhn y E. Neveu (eds.), *Political journalism: New challenges, new practices* (pp. 22-43). Londres: Routledge.

Örnebring, H. y Jönsson, A. M. (2004). Tabloid journalism and the public sphere: A historical perspective on tabloid journalism. *Journalism Studies*, 5(3), 283-295. doi: 10.1080/1461670042000246052

Reinemann, C., Stanyer, J., Scherr, S. y Legante, G. (2012). Hard and soft news: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 221-239. doi: 10.1177/1464884911427803

Salgado, S. y Strömbäck, J. (2012). Interpretive journalism: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 144-161.

Shoemaker, P. y Reese, S. (2013). *Mediating the message in the 21st century: A media sociology perspective*. Nueva York: Routledge.

- Skovsgaard, M. y Van Dalen, A. (2013). Dodging the gatekeepers?: Social media in the campaign mix during the 2011 danish elections. *Information, Communication y Society*, 16(5), 737-756.
- Sparks, C. y Tulloch, J. (eds.) (2000). *Tabloid tales: Global debates over media standards*. Lanham, MD: Rowman y Littlefield.
- Stanyer, J. (2012). *Intimate politics: Publicity, privacy and personal lives of politicians in media saturated democracies*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Strömbäck, J. (2008). Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics. *International Journal of Press/Politics*, 13(3), 228-246.
- Strömbäck, J. y Van Aelst, P. (2010). Exploring some antecedents of the media's framing of election news: a comparison of swedish and belgian election news. *International Journal of Press/Politics*, 15(1), 41-59.
- Teichman, J. (2011). Chile: Democracy in a divided polity. En K. Isbester (ed.), *The paradox of democracy in Latin America: Ten country studies of division and resilience* (pp. 299-324). Toronto: University of Toronto Press.
- Thussu, D. K. (2007). *News as entertainment*. Londres: Sage.
- Turner, R. H. (2006). Role theory. En J. Turner (ed.), *Handbook of sociological theory*, (pp. 233-254). Nueva York, NY: Springer.
- Uribe, R. y Gunter, B. (2007). Are sensational 'news stories more likely to trigger viewers' emotions than non-sensational news stories?: A content analysis of british TV news. *European Journal of Communication*, 22(2), 207-228.
- Van Aelst, P., Sheafer, T. y Stanyer, J. (2012). The personalization of mediated political communication: a review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 203-220.

Van Zoonen, L. y Holtz-Bacha, C. (2000). Personalization in Dutch and german politics: The case of talk show. *Javnost/The Public*, 7, 45-56.

Vettehen, P. H., Nuijten, K. y Beentjes, J. W. (2006). Research note: Sensationalism in dutch current affairs programmes 1992-2001. *European Journal of Communication*, 21(2), 227-237.

Voltmer, K. (2013). *The media in transitional democracies*. Nueva York: John Wiley y Sons.

Weaver, D. y Willnat, L. (2012). *The global journalist in the 21st century*. Nueva York: Routledge.