

ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN

Percepción juvenil sobre características de la prensa chilena: un estudio mediante análisis factorial de correspondencias

Youth perception about characteristics of the chilean press: a study using correspondences factor analysis

RICARDO A. ORELLANA OLIVARES

Universidad de Concepción, Chile

OMAR A. BARRIGA

Universidad de Concepción, Chile

RESUMEN La importancia de la información proporcionada por los medios de comunicación como herramientas para comprender el momento actual en el ámbito social, político, económico, artístico o comercial del país y el mundo, parece innegable, necesaria e ineludible. En base a lo anterior, emerge como necesario investigar sobre las percepciones y características principales, así también como la calidad percibida de los medios escritos de circulación diaria a nivel nacional. La muestra seleccionada fue de 385 jóvenes de distintos establecimientos educacionales de la comuna de Concepción, Chile. El método de recolección de datos consistió en aplicación de cuestionarios. Un análisis estadístico de correspondencias simples y múltiples permitió conocer las percepciones de los jóvenes sobre distintos aspectos relacionados con los diarios, así como también establecer que en general el diario “El Mostrador” es percibido como el mejor, en contraparte de “La Cuarta” que es percibido como el más deficiente.



Este trabajo está sujeto a una licencia de Reconocimiento 4.0 Internacional Creative Commons (CC BY 4.0).

PALABRAS CLAVE Medios de comunicación; prensa escrita; jóvenes; percepción; análisis de correspondencias; Concepción.

ABSTRACT The importance of the information provided by the media as tools to understand the current moment in the social, political, economic, artistic or commercial sphere of the country and the world, seems undeniable, necessary and essential. Based on the above, it is necessary to investigate the perceptions and main characteristics, as well as the perceived quality of the newspapers of national circulation. The selected sample was 385 young people from different educational establishments in the commune of Concepción, Chile. The method of data collection consisted in the application of questionnaires. A statistical analysis of simple and multiple correspondences, allowed to know the perceptions of the young people on different aspects related to the newspapers, as well as to establish that in general the newspaper “El Mostrador” is perceived as the best, in counterpart of “La Cuarta” that is perceived as the most deficient.

KEY WORDS Media; written press; young; perception; correspondence analysis; Concepción.

Introducción

Con el pasar del tiempo, el ser humano ha sido informado por medios de comunicación que dan a conocer acontecimientos y aspectos relevantes de la esfera social. Estos han ido creando formas de acción y tipos de interacción social derivados de enfoques emergentes. Ello ha posibilitado la apropiación del conocimiento, permitiendo transmitir información o contenidos simbólicos para potenciales receptores, tanto presenciales como virtuales, intervenidos por las tecnologías de la información y comunicación (TIC's) en un mundo global (Ramírez et al., 2021).

Los medios de comunicación tienen como principal objetivo el de difundir e introducir temas de interés general al público al que van dirigidos, generando con ello valiosos espacios de opinión, discusión e intercambio de información (Sanhueza, 2009).

Ahora bien, desde que en los años noventa los soportes web abrieran el camino a otros emisores y fuentes informativas -autoridades políticas y culturales, ciudadanía, etc.-, los *mass media* (prensa, radio, televisión y medios digitales) han visto transformar su papel de mediación de la opinión pública (Aalberg et al., 2013, citados en Peña et al., 2022a).

Si bien la manera en que las personas se informan ha cambiado, dejando de usar meramente la televisión, la radio y la prensa escrita, agregando nuevas opciones como páginas web, blogs, podcasts, buscadores y redes sociales digitales como Facebook, Youtube, X, Instagram, Reddit, TikTok, Whatsapp o incluso Spotify (Trejo, 2025); el actual contexto mediático se caracteriza como un sistema híbrido en el que los viejos y los nuevos actores coexisten y, a la par, compiten por su hegemonía en la esfera mediática (Chadwick, 2013, citado en Peña et al., 2022a).

En lo específico, la prensa escrita constituye un medio que posee bastante difusión y goza de gran popularidad. A través de ella la gente se informa del acontecer local, nacional e internacional. Al mismo tiempo, representa un espacio que recoge la opinión y el sentir de la población tanto en lo económico, social y político, contribuyendo de esta forma al ejercicio de la democracia (Sanhueza, 2009). En consecuencia y tal como señala McQuail (2000, citado en Dastres et al., 2005), los medios de comunicación, entre los que se encuentra la prensa escrita, inciden en la formación de ciudadanos con conciencia, conformando a la vez identidades culturales gracias a su capacidad de generar cohesión y conexión entre individuos dispersos, a través de una experiencia compartida, todo aquello dentro un marco local, nacional y global. Asimismo, los medios de comunicación pueden servir como herramienta de apoyo a los movimientos sociales y a las nuevas políticas con acento democrático impulsadas por los gobiernos (McQuail, 2000, citado en Dastres et al., 2005).

Es preciso destacar la importante herramienta de educación que constituye la prensa, pues con su alcance y difusión favorece el incremento del acervo cultural de los pueblos. En este sentido y pese al retroceso que la prensa escrita ha sufrido frente al medio televisivo, la actividad intelectual que exige su lectura, el mayor desarrollo informativo que posibilita el papel y la flexibilidad que tiene el lector para efectuar dicha actividad con un ritmo y tiempo autodeterminado, en contraposición a la instantaneidad y rapidez con que se presentan las noticias en la pantalla, a través de imágenes y relatos acotados a un tiempo televisivo que las personas absorben de manera pasiva, dejan entrever el importante rol formativo y educativo que conserva la prensa escrita hasta hoy (Miralles, 2001). No obstante, existen autores como Rojo Villada (2003, p. 85, citado en Fernández, 2010) que afirman que, desgraciadamente, “la disposición de las personas hacia la lectura es significativamente menor que antes, hecho motivado en parte por la falta de tiempo”.

Para Fernández (2010) “la prensa escrita refugia al lector que acude a los diarios para una mayor comprensión y credibilidad de las noticias meteóricas emergidas desde otros medios de comunicación más interactivos como internet, televisión, radio, etc.” (p. 136), afirmación parcialmente replicable en la actualidad en nuestro país según lo analizado por Fernández y Núñez-Mussa (2024), ya que si bien los diarios regionales o locales tienen un bajo porcentaje de personas que no confían en ellos

(17%), siendo solo superado por *Biobío Chile*, *CNN Chile* y *Cooperativa* (16%); medios como *LUN* o *El Mercurio* tienen a su vez los más altos valores de personas que no confían en sus contenidos, con 29% y 27% respectivamente.

Si asumimos este argumento de mayor confianza, la existencia de este medio tradicional no se encontraría amenazada por el auge audiovisual y electrónico de la época presente, donde un manejo más abstracto de la información a través de las telecomunicaciones puede funcionar de manera complementaria, ya que la escritura continúa siendo un código vigente y necesario para las sociedades actuales (Telos, 1995, citado en Aigner et al., 2010).

Aguaded y Martínez (1998) argumentan que “para enseñar en la actualidad el periódico es un medio clave que considerar, estas publicaciones diarias llenas de inexactitudes, improvisaciones, subjetivismos y publicidad latente y encubierta son al mismo tiempo buenos aliados didácticos si se saben usar” (p. s/n, citados en Martínez-Salanova, 1998). Si bien los periódicos no son libros de textos ni se han hecho precisamente para enseñar, una formación que no emplea la prensa diaria difícilmente podrá tener como objetivo el conocimiento de la realidad y el entorno. Sin embargo, para llevar a cabo esta tarea resulta imprescindible promover de forma simultánea una educación general en medios, que permita una mayor comprensión del lenguaje mediático tanto en jóvenes como adultos y que fomente una lectura crítica, combatiendo de ese modo la desigualdad de conocimiento y poder (Miralles, 2001).

La prensa escrita destaca, además, por su evolución a través del tiempo, traspasando el original formato de sólo papel, ha encontrarse también normalmente disponible en sus versiones digitales, sólo mediado por la computadora o el teléfono. En este sentido, se entiende por diario electrónico “al que se transmite por las redes telemáticas, en especial Internet, y que definimos en base a dos de sus características fundamentales: la multimedialidad y la interactividad” (Díaz, 1997, p. 3).

Hoy en día, las publicaciones nacionales e internacionales de casi todos los diarios es posible encontrarlas a través de la red, en formato mayoritariamente gratuito, aunque también en los denominados muros de pago como *Emol* o *La Tercera*. Así también, es necesario visualizar dos tipos de diarios digitales y que poseen algunas disimilitudes. Primero, los que originalmente son impresos en papel y luego digitalizados por sus propietarios con el objeto de ponerlos a disposición en sus portales web e incorporarse a la era digital; y segundo, los diarios que tienen como soporte único a la red, por lo que se puede acceder a ellos exclusivamente a través de internet, mostrando generalmente un formato y estilo más visual, así como una redacción más escueta, ligada a la interactividad propia de este medio.

Según lo planteado por Alonso y Gallego (1993), el poder comunicativo de la prensa forma opinión en la sociedad y es un referente obligado cuando se trata de tocar temas de interés general, constituyendo parte del denominado “cuarto poder”. Desde un

punto de vista ideal, este poder le permite a la prensa potenciar el rol fiscalizador de la realidad social que se le atribuye y que, indudablemente, debiera tener en concordancia con un “enfoque normativo del periodismo”, que sintetiza sus funciones esenciales en informar, fiscalizar y promover el debate público (Merril, 1974; McQuail, 1983; Picard, 1985; Habermas, 1990; Curran, 1991; Hallin y Mancini, 2012, citados en Lagos et al., 2012). No obstante, la objetividad requerida para realizar estas funciones –algo complejo de lograr cabalmente– resulta mermada todavía más cuando se produce una concentración económica y/o política de los medios de comunicación, yendo directamente en detrimento de su función fiscalizadora. En efecto y cómo es posible de apreciar en el Edelman Trust Barometer Spain (2021), los medios de comunicación viven una crisis no solo de credibilidad, sino también de identidad. Si agregamos a ello la progresiva expansión de la desinformación (Amazeen, 2020), se termina por agudizar la crisis de confianza y de credibilidad que sufre en general el periodismo (Serazio, 2019, citado en Mauri, 2022).

Sumado a lo anterior, otro aspecto a considerar y que no ha sido suficientemente estudiado, restando de esta forma profundidad al debate sobre los medios de comunicación y la libertad de expresión en Chile, es la potencial influencia de los avisadores publicitarios en los contenidos de los diarios, en tanto parte sustancial del soporte económico de estos, pudiendo interceder de esta manera, ya sea directa o indirectamente, en el tratamiento de ciertos temas o noticias (Vergara et al., 2012).

2.- Modernización de la prensa escrita chilena

La prensa constituye una necesidad ineludible en nuestra sociedad. Nos acompaña en el día a día informándonos del acontecer colectivo en los más variados ámbitos. A lo largo del tiempo se ha ido consolidando hasta adquirir la característica e identidad con que hoy se le conoce (Sanhueza, 2009).

En lo estructural, cuenta con fecha y numeración correlativa, contiene noticias, crónicas, artículos de opinión, fotografías y trabajos literarios, entre otras secciones. Debe estar siempre a disposición del público y su impresión se realiza por medios mecánicos (Ossandón y Santa Cruz, 2001).

Se clasifican como diarios aquellos de circulación cotidiana o de una frecuencia de por lo menos cuatro veces por semana. Ambos se denominan así, debido a que abarcan una actualidad semejante. En cambio, los que poseen una circulación menor o igual a 3 veces por semana reciben el nombre de periódicos (Medina, 2004).

En el caso de Chile, el proceso de modernización de la prensa escrita suele situarse a comienzos del siglo XX, cuando determinadas condiciones como el crecimiento de las ciudades y la población urbana, el desarrollo y expansión del aparato educacional, la reducción del analfabetismo, el desarrollo y apertura del campo cultural, junto a los avances tecnológicos de la imprenta, coincidieron a su masificación. Ello, sumado a

un marco legal permisivo promovido por el liberalismo hegemónico de la época que hacía atractivo y resguardaba al mismo tiempo a los inversionistas del capital en el negocio informativo (Santa Cruz, 2003).

Así también, se comienzan a desarrollar en los diarios y revistas de la época los distintos géneros periodísticos y/o secciones, tales como la crónica, la noticia, la entrevista y el reportaje, por un lado; y la editorial, el artículo y columna o crítica por otro (Ossandón y Santa Cruz, 2005). Además, se apuesta como estrategia la masividad en el público al que van dirigidos y la introducción de gran cantidad de publicidad. De esta manera “el aviso publicitario en prensa significó un aumento en el tiraje y número de páginas, transformando a la prensa en un medio de masas bajo una nueva concepción de audiencia, consolidando de esta forma un nuevo modelo de negocio editorial” (Vergara et al., 2012, p. 60).

Por otro lado, algo que constituye un aspecto central, es que los diarios dejan de ser el único y exclusivo vehículo de los partidos políticos para divulgar su doctrina e ideología, dirigida en aquella época tradicional y esencialmente hacia la elite masculina, aventurándose ahora por la masividad e intento de una mayor objetividad (Ossandón y Santa Cruz, 2005). En consecuencia, para Brunner (1995, citado en Vergara et al., 2012) los medios conducen el camino hacia la modernidad al permitir el cambio de una cultura (y bienes culturales), jerárquicamente organizados, a otra masivamente distribuida. En este sentido, se aprecia de manera simultánea como los medios son por un lado atravesados por los procesos modernizadores, y por otro, sirven de herramienta para que estos mismos procesos penetren hacia el resto de la sociedad.

No es posible dejar de mencionar, que en las últimas décadas la prensa escrita ha sufrido caídas dramáticas en los números de lectores e ingresos, así como una reducción en el personal y en los recursos (Suenzo, 2020), con el desarrollo ulterior de la tecnología digital y de Internet la prensa experimenta una profunda segunda modernización; se pasa del papel al “papel digital”, naciendo el Diario Electrónico como alternativa al de papel, aunque este último continúe produciéndose.

Si bien un producto informativo tiene la principal función de transmitir datos, conocimientos y/o noticias para informar, los medios de comunicación masiva y, en particular, para el caso que nos atinge, la prensa escrita, generan influencias concretas sobre los individuos y el sistema social que es necesario detallar.

3.- La influencia de los medios en la configuración de la realidad

Para Martínez (1996, citado en Browne y Baessolo, 2010) la prensa escrita, en tanto medio discursivo, utiliza cuatro procedimientos con los cuales interviene en la configuración de la realidad social: valorización, tematización, actorización y referencias. El primero, también denominado *Efecto Setting* (Adamo et al., 2000, citado en Dastres et al., 2005), consiste en seleccionar y jerarquizar fenómenos sociales, dando importancia a determinados fenómenos en desmedro de otros, conformando de este modo la agenda noticiosa y dirigiendo la opinión pública hacia ciertos temas. Adamo (et al., 2000, citados en Dastres et al., 2005) señalan que se producen dos efectos con este procedimiento. En primer lugar, se maneja la posibilidad de orientar la atención del público lejos de determinadas cuestiones o hechos, que eventualmente no quieren ser tocados; y, en segundo lugar, mientras más importancia le otorgan los medios a ciertos objetos, más relevancia les asigna el público a éstas.

El segundo, la tematización, actúa cuando mediante la aplicación de discursos en los temas recurrentes, termina por introducir referencias o puntos de vista a los individuos para la decodificación e interpretación de acontecimientos (Martínez, 1996, citado en Browne y Baessolo, 2010). Conocido también como *Efecto Priming* “se edifica sobre la base de la investigación psicológica que pone de manifiesto que cuando las personas toman decisiones consideran el conjunto completo de la evidencia relevante disponible” (Dastres et al., 2005, p. 14).

El tercer procedimiento, la actorización, se refiere a la selección e introducción de “las voces y autores presentes en el discurso periodístico, los que pueden aparecer en el relato o ser referidos por él” (Browne y Baessolo, 2010, p. 79). De esta forma, no todos los actores son reconocidos como actores públicos, otorgándoles mayor presencia a determinadas voces en lugar de otras, posibilitando así grados de participación en la información de forma discrecional (Browne y Baessolo, 2010).

El último procedimiento señalado por los autores, la referenciación, es la orientación e interpretación de la realidad que introducen los medios a través de un sistema de símbolos, connotaciones y referencias, encuadrando la interpretación de ésta. Este efecto también suele denominarse como *Framing* y, en síntesis, es la “capacidad de producir distintas conclusiones en la audiencia de acuerdo con la forma en que se presenta la información” (Dastres et al., 2005, p. 15).

Pese a lo argumentado, McQuail (2000, citado en Dastres et al., 2005), matiza las posturas anteriores señalando que existiría una especie de negociación entre las estructuras personales de significado de los individuos, previamente configuradas por las identidades colectivas existentes, y los significados que los medios de comunicación publican sistemáticamente mediante sus discursos, rompiendo de esta forma con una visión todo poderosa de los *mass media* (Dastres et al., 2005).

Si bien existen investigadores como Ang en 1991 y Hartley en 1998 (citados en Santander, 2011) que señalan que los medios de comunicación son irrelevantes en la influencia que ejercen en las personas frente a otros factores sociales que resultarían más significativos, constituye una postura minoritaria.

En efecto, autores como Terán y Aguilar (2018) van más allá y presentan incluso una descripción en forma de proceso de la manera cómo se hace efectiva la manipulación de la opinión pública, por intermedio de mecanismos cognitivos y psicológicos. Ello aporta una conexión entre la planificación de la manipulación de la opinión pública, basada en la agenda-setting o planificación de dicha manipulación, y el efecto de la manipulación de la opinión pública, como es señalada para casos concretos, via framing o el enmarcado/entrampamiento. Precisamente, se ofrece una explicación acerca de cómo opera tal entrampado o framing mediático, así como de sus consecuencias.

Barbero (1991, citado en Dastres et al., 2005) manifiesta una postura intermedia, a juicio de los autores de este documento certera, señalando que “se sitúa a los medios en el ámbito de las mediaciones, en un proceso de transformación cultural que no tiene su punto de partida en ellos, pero en el cual tienen un papel importante” (Barbero, 1991, p. 154, citado en Dastres et al., 2005). De esta manera, a la legitimación que se produce a través de los medios de determinados discursos, preexistentes culturalmente hablando, se agrega su consolidación mediante los efectos que los medios generan.

Lewandowsky et al. (2017) complementa el debate de los medios y su influencia relacionando dos términos en gran medida desconocidos hasta el 2016 como son la postverdad y las noticias falsas, términos que han explotado en los medios de comunicación y en el discurso público. Esta creciente cantidad de desinformación surgida con la era de la postverdad se ha visto cada vez más incrementada con el avance de tendencias sociales significativas como la disminución del capital social, el aumento de la desigualdad económica, la polarización creciente, la disminución de la confianza en la ciencia y un entorno mediático más fragmentado.

Piñeiro-Naval et al. (2022) evidencia que desde el 2016 ha aumentado la producción científica sobre noticias falsas, liderada por revistas y autores españoles, principalmente estudios de bajo presupuesto, mayormente empíricos, basados en observación y análisis de contenido de prensa y redes sociales; mientras que Chang (2024) concluye que la difusión de noticias falsas impacta negativamente en múltiples áreas, como salud, finanzas, formulación de políticas y el consumo.

Además, actualmente, el poder pareciera residir en aquellos más vocales e influyentes en las redes sociales: desde celebridades y grandes corporaciones hasta titiriteros de botnets que pueden movilizar millones de tweetbots, es decir, personalidades falsas en línea a través de las cuales un pequeño grupo de operativos puede crear una ilusión de una opinión generalizada (Lewandowsky, 2011; Bu et al., 2013, citados en Ore et al., 2025).

Finalmente, autores como Van Bavel y Pereira (2018) o Pennycook y Rand (2019) agregan el sesgo de las discusiones en línea sobre temas politizados, como matrimonio entre personas del mismo sexo, cambio climático o control de armas, las cuales se asemejan a una cámara de eco. Es decir, las publicaciones sobre estos temas son compartidas principalmente por personas con preferencias ideológicas similares.

En consecuencia, el reconocimiento creciente del papel de la desinformación sigue a las advertencias previas, como las proporcionadas en el Foro Económico Mundial 2013, donde se clasificó a la propagación de la desinformación en línea como uno de los 10 problemas más significativos que enfrenta el mundo (WEF, 2013, citado en Lewandowsky et al., 2017), o las proporcionadas por la Organización de las Naciones Unidas [ONU], quien ya ha señalado que este fenómeno debiera estar sujeto a regulaciones sensatas para evitar su uso (Baade, 2018).

4.- Concentración de los medios de comunicación en Chile

En Chile, “la tendencia ha sido asociar la arraigada percepción de homogeneidad de los contenidos periodísticos con la ideología de sus dueños, que coincide con la de quienes ostentan el poder económico” (Gronemeyer y Porath, 2017, p. 181).

Para Sunkel y Geoffroy (2002), se suelen utilizar tres indicadores para delimitar la concentración de los medios de comunicación: la propiedad, la participación en el mercado de los ingresos publicitarios y la participación en el mercado de las audiencias.

En el negocio de la prensa escrita en Chile se puede apreciar, en primer término, una alta concentración de la propiedad de los diarios por parte de dos grupos económicos: El Mercurio y Copesa. El primero es propietario de *El Mercurio*, *El Mercurio Valparaíso*, *La Últimas Noticias* y *La Segunda*. Además, este mismo grupo es propietario de muchos otros diarios regionales que forman parte de sus filiales (entre los que se encuentra *El Sur* y *La Estrella de Concepción* que fueron utilizados en esta investigación), que circulan tanto en la zona norte, centro y sur del país, y que, en total, suman 25 títulos. El segundo grupo, Copesa, es propietario de los diarios *La Tercera*, *La Cuarta* y *Diario Concepción*, a la vez que posee diversas radios, revistas y portales web.

Como es nítido de apreciar, la tendencia poderosa y vertiginosa de masivas adquisiciones y fusiones aludida por Santander (2011) es una realidad concreta y visible en Chile, sin que se ejerza a la fecha ningún mecanismo serio de regulación. En acuerdo a esta idea, Sunkel y Geoffroy planteaban en 2002, que:

“... se ha dejado el campo de la comunicación abierto a los agentes del mercado sin una mínima regulación en el campo. La política de no intervención ha tenido como uno de sus principales efectos la desaparición de diversos medios de comunicación que surgieron en los finales del régimen militar. Asimismo, ha habido una completa falta de preocupación por los medios locales, lo que ha acentuado la debilidad histórica de los medios regionales en nuestro país” (Sunkel y Geoffroy, 2002, p. 136).

Con respecto al segundo indicador señalado por los autores, el de participación en el mercado de los ingresos publicitarios, se muestra también una alta concentración en el país. Esto se ve reflejado en datos aportados por la Asociación Agencias de Medios [AAM] (2025) quienes detallan que la inversión publicitaria se concentra en el área digital (51,4%), la televisión abierta (24,6%), vía pública (14,8%), televisión pagada (1,8%) y en la prensa/diarios con igualmente un 1,8%. Dentro de los últimos existe un claro duopolio, ya que los dos grupos económicos predominantes, El Mercurio y Copesa, concentran el 83% de la inversión publicitaria (Breull, 2015, citado en Observatorio Latinoamericano de Regulación, Medios y Convergencia [OBSERVA-COM], 2016).

Finalmente, producto de la revisión del tercer indicador no cabe duda de que se está ante una concentración patente de la prensa escrita en Chile. De hecho, para algunos autores (Sunkel y Geoffroy, 2001; Mönckeberg, 2009; Couso, 2011, citados en Gronemeyer y Porath, 2017), Chile sería un caso emblemático de concentración y homogeneidad. Los diarios pagados más leídos del país son conocidos títulos de los dos grupos económicos dominantes, y que circulan a nivel nacional. Según datos que aportaba el extinto sistema de circulación y lectoría del primer semestre de 2018 (Valida, 2018), *El Mercurio* tiene el primer lugar con un promedio semanal de 320.543 lectores en papel, seguido de *La Tercera* con un promedio de 274.296. En términos digitales y con datos más actuales, en tanto, la empresa internacional Similarweb establece en 27,3 y 22,2 millones de visitas mensuales para *La Tercera* y *El Mercurio*, respectivamente (Similarweb, 2024), cifras que pueden ser confirmadas según lo esbozado por Fernández y Núñez-Mussa (2024), quienes informan un alcance semanal online de 23% para *La Tercera on line*, siendo solo superado por el portal de *Megano-ticias on line* con un 26%.

Como se refirió en los párrafos introductorios, la concentración de los medios de comunicación afecta la objetividad de la información periodística, impidiendo el cumplimiento de las funciones democráticas atribuidas a la prensa.

Sunkel y Goeffroy (2002) mencionan como uno de los efectos de esta concentración una subordinación de los medios al poder económico, reflejada sintéticamente en una pérdida de la importancia de los medios locales que no logran competir con el poder económico de los más grandes, y la participación de empresarios ajenos al

campo de la comunicación que permeabilizan intereses ajenos al campo comunicacional, transformándolos en negocio puro. Otro de los efectos que los autores hacen ver es el debilitamiento de la cultura profesional del periodista, ya sea por la desaparición de medios escritos debido al oligopolio de la prensa, o las presiones externas de las que es objeto, resultando en ciertas prácticas periodísticas extendidas como la autocensura. Gentzkow y Shapiro (2010), en tanto, atribuyen igualmente una responsabilidad indirecta a los lectores, ya que plantean que la identidad de los diarios está altamente relacionada con el sesgo ideológico de los consumidores, y que, los medios, al asumir una postura se inclinan por responder a las tendencias de sus audiencias.

En lo referente a lo esbozado en la introducción sobre la potencial influencia de los avisadores publicitarios en los medios, si bien no hay abundancia de estudios conclusivos, al menos dos investigaciones nacionales (Lagos et al., 2012; Vergara et al., 2012) han llegado a la conclusión de que ésta se produce bajo mecanismos indirectos, complejos, sutiles e implícitos, y es aplicada en el tratamiento de la noticia más que en el ocultamiento de un hecho noticioso.

Finalmente, Gronemeyer y Porath (2017) argumentan que, en base a sus últimos estudios, es posible concluir que se detecta una tendencia hacia un comportamiento homogéneo entre los medios de prensa, especialmente entre *El Mercurio* y *La Tercera*. Ello denota que los diarios chilenos tienden a comportarse de manera muy similar al momento de enjuiciar la lógica de las acciones y su implementación, siempre equilibrando rechazo con aceptación y siempre menos críticos del gobierno que de los actores civiles.

Sin embargo, es posible también observar que la penetración de periódicos en papel en jóvenes y adolescentes desciende progresivamente cada año, y que la media de edad de los lectores aumenta. Las cifras relativas crecen, pero en términos absolutos, en diez años se han perdido 150.000 lectores menores de 24 años (Túnez, 2009).

En consecuencia, resulta de suma importancia ahondar en dicho grupo etario específico, profundizando en las particularidades y características que visualizan desde su visión juvenil.

5.- Juventud y percepción de la prensa escrita

Lo juvenil puede ser comprendido como un constructo social, reconociendo la existencia de diversos sectores de la sociedad e instituciones que cumplen el rol de producir discursos y vínculos generacionales, consolidando y validando ciertos imaginarios sobre las juventudes en contextos de sociedades adultocéntricas (Duarte, 2012, citado en Araya et al., 2020).

La juventud, es específico, como objeto de investigación científica se consolida en Argentina hacia fines de la década de los ochenta con el incremento de la violencia económico-social, resultado de la implementación del modelo neoliberal y sus políticas de marginación y desempleo (Auyero, 1993; Svampa, 1993, citados en Fernández, 2021).

Históricamente por juventud ha sido entendido un grupo de personas que pertenecen a un tramo específico de edad, o también como una forma de ser o estado mental característico. En dicho sentido, Nugent (2006), los categoriza como hombres y mujeres de entre 15 y 20 años, los cuales se encuentran en una fase intermedia de la juventud, caracterizada por la transición de la pubertad a la madurez, en la cual ya han iniciado procesos que determinarán de manera importante su forma de vida.

Vemos entonces que la juventud ha sido identificada principalmente a partir de su referente demográfico y/o legal bajo un criterio de universal, dentro de determinados rangos de edad. Sin embargo, si bien se entiende que cuando se habla de generación se hace referencia a un grupo de edad, esta va más allá de solo dicha característica e incluye la época en que cada persona se socializa. Es decir, se remite a la edad, pero atravesada por la cultura y por la historia (Margulis y Urresti, 1998, citados en Ramírez, 2020).

La juventud actual se desenvuelve en una época dominada por la comunicación, o más precisamente de la telecomunicación, que es una comunicación inseparablemente acoplada a la tecnología, y un casi ilimitado acceso a información sin parangón en la historia social.

Entendiendo que la prensa escrita de papel no es ciertamente el medio informativo que más afinidad tiene con las nuevas generaciones, las cuales viven con una temporalidad acelerada producto de la vida moderna, o como señala Valdetaro (2005), la hegemonía de un imaginario del “presente instantáneo” favorecido por las nuevas tecnologías de la información, nadie hubiera podido prever que en el 2020 más de la mitad de los alumnos del planeta no podrían asistir a la escuela debido a un virus (Giannini, 2020, citado en Martínez, 2022), y que al menos en casi todos los países del mundo se había decretado el cierre total o parcial de sus centros educativos (ONU, 2020, citada en Martínez, 2022).

Paradójicamente, en un momento en que el aprendizaje a distancia con base digital fue utilizado para garantizar la continuidad educativa en numerosos países, la

mitad del número total de estudiantes, unos 826 millones, se mantuvo fuera de la escolaridad pues no tenía acceso a una computadora en el hogar, y el 43% (706 millones) no tenía Internet en casa (ONU, 2020).

Si bien la pandemia trajo como aprendizaje que es posible enseñar y aprender en la virtualidad (Martínez, 2022), también trajo un nuevo impulso a “estructuras de antaño” como libros, revistas, diarios de papel o juegos de mesa, en especial en contextos donde el acceso a Internet constituía un bien escaso.

Por el contrario, quienes gozaban de una buena conexión y ante la mayor disponibilidad de tiempo libre, pero confinado, pudieron explorar o reexplorar plataformas de las más diversas índoles, entre ellas las informativas.

Este contexto nunca antes visto pudo demostrar que estos textos informativos, ya sea en su formato papel o digital, siguen siendo un pilar estructural de la industria informativa en el país. Mientras que los jóvenes, ya como adultos en formación, comienzan a necesitar comprender de mejor forma la realidad social y relacionarse de una manera más comprometida con el acontecer nacional en diversos ámbitos, con mayor razón aun en un contexto tan particular como el sucedido.

A pesar de la relación no grata que es posible continuamente visualizar entre la prensa y los jóvenes, culpabilizándolos de las más diversas situaciones como revueltas, agentes de propagación de enfermedades o simplemente apatía (Araya et al., 2020), este grupo ha sabido demostrar y visualizarse en numerosas épocas y países alrededor de todo el mundo, con sus contrapartidas y movilizaciones sociales, emergiendo como actores relevantes en la realidad social. En Chile, por ejemplo, el movimiento estudiantil, que nutrido de información y al tanto de la contingencia informativa irrumpió con fuerza en 2006 y el 2011, demuestra la agencia cada vez más activa que tienen los jóvenes en la actualidad, poniendo en tensión el imaginario que aludía al desinterés de las juventudes con la política y lo político, presentado como sujeto apático y anómico (Bustos, 1997; Candia, 2004; Alvear y Miranda, 2006; Fuentes, 2006; Urbano et al., 2006; Aguilera, 2009; Baeza y Sandoval, 2009; Torres, 2010, citados en Araya et al., 2020).

En variadas ocasiones, esa visualización se hizo desde la prensa basada en el cuestionamiento y desvalorización del actuar político de las y los jóvenes en tanto su condición juvenil, en un contexto de alto cuestionamiento por parte del mundo adulto hacia las formas de organización de los jóvenes, que desde ese entonces se movilizaban contra las lógicas neoliberales del sistema educativo (Araya et al., 2020), tensión también visualizada en el contexto de la revuelta popular del 18 de octubre (18-O) del año 2019, donde finalmente se reconoció la importancia de las acciones políticas de las juventudes en las manifestaciones a nivel nacional, que cuestionaban la cruda desigualdad social como consecuencia de la implementación del neoliberalismo extremo en Chile (Scherman et al., 2020).

En consecuencia, considerando las características y función social que posee ineludiblemente la prensa escrita, habitualmente resumida en la triada de informar, formar y entretener, resulta interesante indagar en la percepción que tienen los jóvenes respecto a la calidad del contenido de los medios de circulación escrita a los que pueden acceder.

Si bien asumimos que el concepto de calidad, independiente del “apellido” que pueda acompañarle, resulta muy complejo de definir y concierne en uno de los términos más “resbaladizos” que pueden existir (Coombs, 1968, citado en Peralta, 2008), es un concepto que ha adquirido una notoria centralidad, relevancia y ubicuidad en numerosos ámbitos de las sociedades industrializadas contemporáneas, lo cual lo hace inevitablemente muy interesante de investigar (Acevedo et al., 2022).

Este concepto ha evolucionado bastante desde sus orígenes, pues en un principio el aseguramiento de la calidad perseguía como casi único fin el de detectar los productos defectuosos y separarlos de las líneas de producción antes de que estos llegasen a manos del consumidor final (Díaz y Salazar, 2021). Definiciones como “representa un proceso de mejora continua, en el cual todas las áreas de la empresa buscan satisfacer las necesidades del cliente o anticiparse a ellas, participando activamente en el desarrollo de productos o en la prestación de servicios”, dan cuenta de ello (Álvarez, 2006, citado en Peña et al, 2022b, p. 125).

En fin, preferimos adquirirnos de definiciones más contemporáneas que sostienen que la calidad es el conjunto de propiedades y características que definen su aptitud para satisfacer unas necesidades expresadas o implícitas y, en este concepto, se incluyen múltiples dimensiones no solo relacionadas con la dimensión productiva (Sanchís y Ribeiro, 1999, citado en Díaz y Salazar, 2021), una percepción de la calidad.

La percepción, en tanto, según lo definido por la Real Academia Española (RAE, 2025) puede ser entendida desde su origen del latín “*perceptio, onis*” que significa en una de sus acepciones conocimiento, idea; pero que es comúnmente utilizada para designar la sensación interior que resulta de una impresión material hecha en nuestros sentidos y que posee por tanto un carácter subjetivo.

La tradición perceptual y la teoría social cognitiva reconocen la importancia de las percepciones para comprender y predecir la conducta individual (Purkey y Novak, 2016, citados en Rodríguez et al., 2022). Las percepciones se relacionan con el modo en que pensamos acerca de los demás y de nosotros mismos. Dichas percepciones tienen además la capacidad de guiar nuestra conducta, pues tendemos a reaccionar a las experiencias en función de cómo las percibimos (Rodríguez et al., 2022).

Para Chanca et al. (2020), en tanto, y en una definición compartida por otros autores como Casiano y Cueva (2020), “la percepción corresponde al plano de las actitudes, los valores sociales o las creencias que han sido creadas y recreadas por los seres humanos como una forma de apropiación subjetiva de la realidad” (Chanca et al., 2020, p. 71).

Por tanto, la apreciación que el consumidor tiene de un medio de comunicación sería la resultante de la agregación y composición de determinadas estimaciones subjetivas, las cuales además pueden ser distintas en cada individuo, sobre algunas cualidades o características que se cree que aquel posee (Gil-Lafuente et al., 2020).

6.- Metodología

El estudio se basa en datos primarios y pretende conocer las percepciones de los jóvenes sobre el contenido y características de los principales diarios de circulación regional y nacional. Se enfoca en jóvenes de entre 15 a 20 años que pueden ser concebidos como ciudadanos en formación, por lo que dichas percepciones arrojarán luz respecto a las siguientes cuestiones: primero, la capacidad de una lectura más crítica de los medios de comunicación escrita por parte de estos “futuros o nuevos ciudadanos”, quienes actualmente pueden acceder a una gran cantidad de información, ya sea mediante la televisión y/o internet; y segundo, asociaciones de estilos y líneas editoriales con percepciones de calidad de cada uno de los diarios, vinculadas a la funciones principales asignadas socialmente a este tipo de medios, desde la mirada juvenil.

El estudio incluyó a 385 jóvenes de establecimientos municipales y particulares subvencionados de la comuna de Concepción, de primer a cuarto año de enseñanza media, los cuales fueron contactados y divididos en 8 sesiones de trabajo.

En primer lugar, se les solicitó a los jóvenes participantes del estudio que manifestaran los atributos que, a su juicio, tienen o deberían tener los medios de prensa escrita como aspectos generales, característicos y/o necesarios. Los doce atributos más mencionados por los estudiantes fueron: *divertido, nacionalista, clásico, diferente, económico, confiable, independiente, conservador, liberal, globalizado, juvenil y amigable*.

Los aludidos atributos de los diarios emergieron como resultado del análisis de las funciones asignadas socialmente a los mismos, las cuales son: informar, fiscalizar y promover el debate público (Merril 1974; McQuail, 1983; Picard, 1985; Habermas, 1990; Curran, 1991; Hallin y Mancini, 2012, citados en Lagos et al., 2012). De esta manera, atributos como *confiable, globalizado e independiente*, están vinculadas estrechamente con las funciones antes implicadas. Los dos primeros atributos se relacionan con la función de informar, mientras que el tercero constituye una condición básica para ejecución de las funciones de fiscalización y promoción del debate público. Por otra parte, el resto de los atributos contrastan la versión tradicional con que se conoce al diario, cuyos atributos más próximos serían los de *nacionalista, conservador y clásico*, con los nuevos formatos del diario actual, a los que se podrían asignar aspectos como *divertido, diferente, juvenil, liberal, amigable y económico*.

En segundo lugar, se facilitó a cada uno de los jóvenes participantes –en sus formas impresas y digitales- los diarios de circulación nacional y regional *El Mercurio*, *La Tercera*, *La Cuarta*, *El Mostrador*, *Las Últimas Noticias*, *Publimetro*, *El Sur*, *La Estrella de Concepción*, *Diario de Concepción* y *The Clinic*. Esto con el propósito de que efectuaran una lectura donde pudieran analizar sus principales secciones y contenidos en particular.

Posteriormente se les aplicó un primer cuestionario en donde se les solicitó que para cada uno de los diez diarios mencionados se les relacionara con uno o más de los 12 atributos que considerasen característicos de cada uno de éstos y que fueron anteriormente seleccionados por ellos mismos. Finalmente, se les solicitó también que relacionaran uno o más de estos atributos con sus propias características personales, a modo de autoevaluación.

En una segunda parte de la sesión se les solicitó a los jóvenes que evaluaran para cada uno de estos medios escritos las características de *precio*, *seriedad*, *independencia*, *contenido regional*, *deportes*, *política*, *economía*, *versión digital*, *investigación*, *farándula* y *crónica roja*¹; bajo las categorías de excelente, bueno, regular y malo. Ello con el objeto de evaluar la calidad de manera específica de cada una de las áreas temáticas desarrolladas en los diarios que interesan a los lectores. Al mismo tiempo, permite valorar características generales como la *independencia* y *seriedad*, que sugerirían una mayor confiabilidad de la información, junto con la percepción sobre el *precio*, que podría indicar mayor o menor accesibilidad para los lectores estudiados.

Para el procesamiento de los datos resultantes se utilizó el procedimiento estadístico de análisis de correspondencias múltiples y análisis de correspondencias simples, medios que gozan de gran popularidad en estudios que buscan visualizar asociaciones de forma gráfica (Abril et al., 2022; Cruz y Useche, 2021; Goldsack-Trebilcock et al., 2024; Morán et al., 2024; Ruiz, 2021).

El análisis de correspondencias múltiples es un procedimiento descriptivo de asociación entre variables, entre las modalidades de una misma variable o entre modalidades de variables distintas. No se utilizan contrastes de asociación de significación estadística, sino aproximaciones gráficas, llamadas mapas perceptuales, con puntos que representan las categorías de las variables y que permiten evaluar visualmente la distancia entre ellas (Donoso et al., 2020). El análisis factorial de correspondencias simples, en tanto, se basa en el enfoque de la escuela francesa sobre técnicas de estadística descriptiva y exploratoria de Lebart. Se utiliza para el análisis de hasta dos dimensiones y se representa en cartografiados, que son gráficas fáciles de interpretar y

1. Es preciso mencionar que estas dos últimas características fueron identificadas como negativas por parte de los jóvenes, por lo que una evaluación de excelente se traduce en un diario que no recurra o haga de manera muy prudente el abordaje a los recursos de crónica roja y/o contenido de farándula.

revelan relaciones no lineales entre las modalidades de diferentes variables que otros métodos no permiten observar (Cesari et al., 2017, citados en Dematte et al., 2023). Es importante destacar que, como técnicas no paramétricas, las correspondencias no presentan resultados generalizables a una población, sino que presentan aproximaciones interpretativas a los datos que se tienen a mano.

Ambos procedimientos fueron realizados a través del programa de análisis estadístico SPSS v.25.

7.- Resultados

Luego del análisis de correspondencias simples efectuado por el programa SPSS, incorporando las variables de “nombre del diario” y “atributo”, la Figura 1 muestra como la primera dimensión presenta un valor singular o propio de 0,704 y con una inercia de 0,495, la cual expresada con la inercia total de la nube de puntos de 0,907 representa un 54,6%. El segundo eje retenido presenta un valor singular de 0,530 con una inercia de 0,281, lo cual sumado a la inercia explicada del eje anterior, explican 85,6% de la inercia total de la nube de puntos, lo cual resulta totalmente satisfactorio para el estudio. Es preciso recordar que la Inercia (λ) debe ser entendida como la medida que expresa la dispersión del conjunto de puntos, ya sea en un espacio multidimensional o unidimensional (Lévy y Varela, 2003).

Figura 1.

Resumen análisis de correspondencias simples.

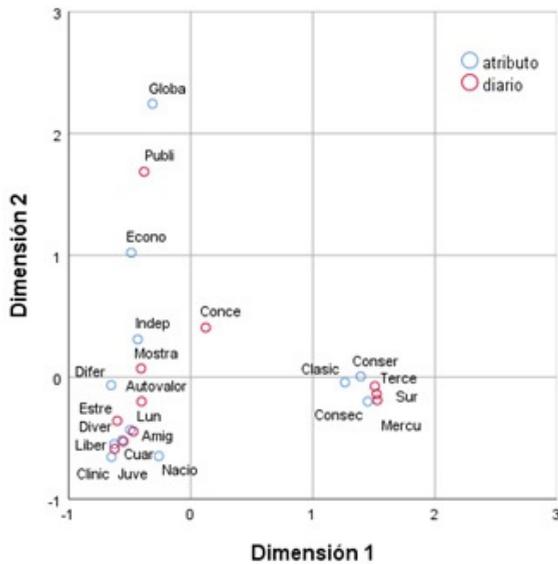
Dimensión	Valor singular	Inercia	Chi cuadrado	Sig.	Proporción de inercia		Valor singular de confianza	
					Contabilizado para	Acumulado	Desviación estándar	Correlación 2
1	,704	,495			,546	,546	,014	,098
2	,530	,281			,310	,856	,018	
3	,258	,067			,074	,930		
4	,161	,026			,029	,958		
5	,138	,019			,021	,979		
6	,096	,009			,010	,990		
7	,079	,006			,007	,996		
8	,053	,003			,003	,999		
9	,022	,000			,001	1,000		
Total		,907	2751,104	,000 ^a	1,000	1,000		

Fuente: Captura de pantalla SPSS v.25.

El valor del estadístico χ^2 (2.751,104) y su significación permiten claramente rechazar la hipótesis nula de independencia entre las dos variables con un nivel de confianza de 99%. Es necesario mencionar que se retuvieron solo 2 ejes debido que al incorporar un tercero se manifestaron problemas de claridad de interpretación de los ejes retenidos, junto con problemas de correlaciones entre dichos ejes. Además, la secuencia de valores propios indicaría un punto de quiebre entre el factor 2 y 3, por ende, es razonable tomar solo los primeros 2 (esto reflejaría una aplicación de la Ley del Codo).

Figura 2.

Diagrama de dispersión biespacial.



Fuente: Captura de pantalla SPSS v.25.

Como se puede apreciar en la Figura 2, el primer eje factorial se genera por la oposición entre los atributos de *diferente*, *liberal*, *juvenil* y *divertido*; situados en el extremo negativo del eje y que conjuntamente aportan un 19,6% de la inercia explicada por el eje. En contraparte los atributos de *consecuente*, *conservador* y *clásico*, situados en el extremo positivo que aportan un 71,5% de la inercia total del eje primario. Es importante reconocer que más de dos tercios de la inercia total del primer eje es definida por estos últimos tres atributos, mientras que los atributos restantes se ubican en cercanía del baricentro, restándole importancia interpretativa a esos atributos para ese factor. En fin, el primer factor diferenciador de atributos de los periódicos para estos jóvenes tiene que ver con atributos que podríamos llamar tradicionales (*consecuente*, *conservador* y *clásico*).

Con relación a los diarios, *The Clinic*, *La Estrella de Concepción*, *La Cuarta* y *Las Últimas Noticias*, situados en el extremo negativo, contribuyen un 21,2% de la inercia. Por el otro lado, *El Mercurio*, *La Tercera* y *El Sur* configuran un 73,7% del primer eje. Al igual que en el eje primero, este segundo eje es definido fundamentalmente por la ubicación de *El Mercurio*, *la Tercera* y *El Sur*.

En cuanto a las contribuciones de la dimensión a la inercia del punto más elevada, por tanto, mejor representadas, coinciden casi por completo. *Conservador* (97,3%), *clásico* (92,8%), *consecuente* (85,9%), *diferente* (78,0%), *divertido* (55,0%) y *liberal* (51,2%), en cuanto a los atributos; y *La Tercera* (97,3%), *El Mercurio* (95,8%), *El Sur* (90,9%), *La Estrella de Concepción* (59,4%) y *The Clinic* (46,3%), con relación a los diarios.

Por lo tanto, es posible apreciar que esta primera dimensión identifica conceptos relacionados a un diario tradicional, con mayor seriedad y de corriente conservadora como son claros ejemplos *El Mercurio*, *El Sur* y *La Tercera*; en contraparte de diarios identificados con un formato diferente, y mayor contenido lúdico, como *The Clinic*, *La Cuarta*, *Las Últimas Noticias* y *Estrella de Concepción*.

El segundo eje factorial está constituido por la oposición entre los atributos de *liberal*, *nacionalista*, *juvenil* y *divertido*, que situándose en el extremo negativo del eje aportan un 22,9% de la inercia explicada por el eje. Por el otro lado del eje, los atributos de *globalizado* y *económico* aportan en su conjunto un 73,4% de la inercia total del eje.

Con relación a los diarios, *The Clinic*, *La Cuarta* y *Las Últimas Noticias* se sitúan en el extremo negativo del eje explicando en su conjunto un 22,0% de la inercia total del eje, mientras que en el extremo positivo aparece solamente el diario *Publimetro*, que por si solo explica un 73,1% de la inercia del eje.

En cuanto a las contribuciones de la dimensión a la inercia del punto más elevadas, en este segundo eje aparecen los atributos de *globalizado* (91,6%), *económico* (67,0%), *liberal* (39,4%), *divertido* (35,3%) y *nacionalista* (34,6%); mientras que *Publimetro* (92,6%), *Diario de Concepción* (37,6%) y *The Clinic* (31,2%) en cuanto a los diarios.

Una vez más, el hecho que la mayor parte de la inercia del segundo eje está dada por los atributos *global* y *económico*, mientras que los otros atributos se ubican cercanos al baricentro, y el único periódico que se ubica en la cercanía de esos dos atributos es *Publimetro*, apunta a que lo que los jóvenes encuestados identifican como algo diferente de la norma es precisamente una orientación universalista (global y económico), para el cual sienten que solo un periódico tiene esa orientación general (*Publimetro*).

Figura 3

Medidas discriminantes.

	Ponderación de variable	Dimensión		Media
		1	2	
precio	4	,427	,602	,514
seriedad	4	,817	,064	,441
independencia	4	,813	,830	,822
cont_regional	4	,214	,595	,405
vers_digital	4	,241	,605	,423
farandula	4	,956	,010	,483
deportes	4	,463	,725	,594
politica	4	,941	,601	,771
economia	4	,863	,586	,725
cro_roja	4	,807	,655	,731
investigación	4	,909	,773	,841
Total activo ^a	44	29,807	24,180	26,993
% de varianza		67,743	54,955	61,349

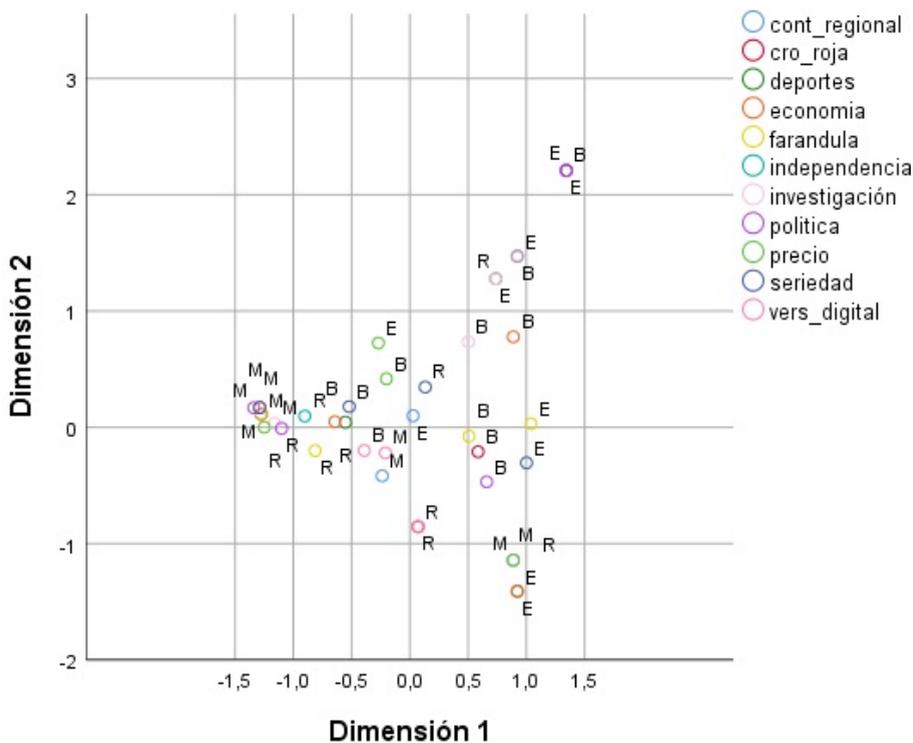
Fuente: Captura de pantalla SPSS v.25.

La modalidad ilustrativa de “autoevaluación”, considerada como suplementaria en el análisis estadístico, se aprecia muy cercana al baricentro del plano. Si bien no aparece estrechamente relacionada con ningún diario en particular, se aprecia relativamente cercana a los atributos de *diferente* y *amigable*, con los cuales los jóvenes son mayoritariamente autocalificados.

En el análisis de correspondencias múltiples que se realizó con el fin de indagar aun más en el objeto de estudio, se distingue una primera dimensión con un valor propio de 0,677, mientras que la segunda con un valor de 0,550. La Figura 3 muestra las varianzas o medidas de discriminación para cada una de las variables medidas. En el primer eje factorial, la mayoría de las variables (salvo precio, contenido regional, versión digital y deportes) presentan bastante consistencia con valores que oscilan entre 0,807 y 0,956. Las variables economía y farándula disponen de una forma muy similar con una distribución lineal, ya que sus modalidades se ordenan de forma según la secuencia excelente y bueno (en el extremo positivo) y regular y mal en el extremo negativo.

Figura 4

Análisis de correspondencias múltiples, gráfico conjunto de puntos de categoría.



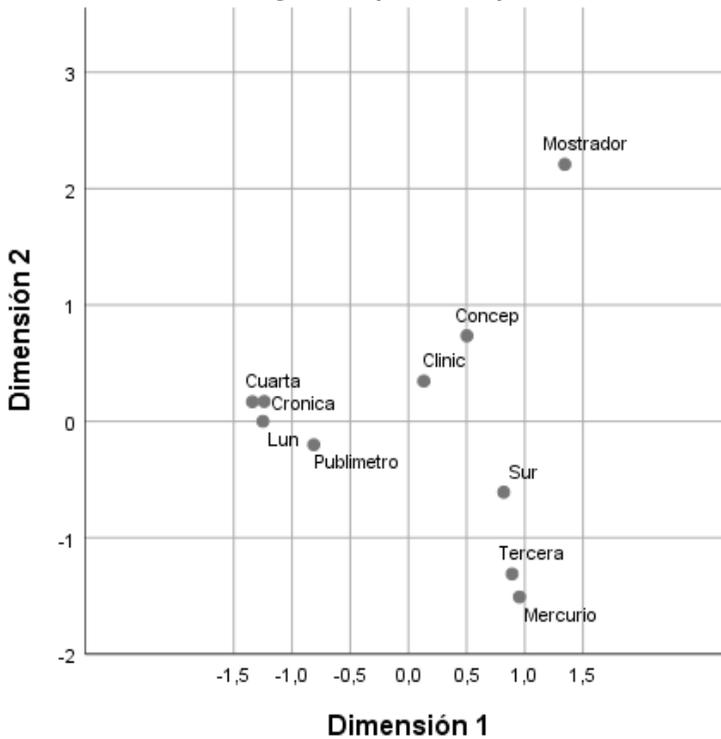
Fuente: Captura de pantalla SPSS v.25.

Por las distribuciones que se aprecian en las Figuras 4 y 5, este primer eje ordenaría los diarios desde el mejor al peor, ya que en el extremo positivo se encuentra gran parte de las valoraciones de excelente (salvo precio) y más de la mitad de las valoraciones de bueno. En contraparte, el extremo negativo presenta gran cantidad de valoraciones de malo y regular. El mejor diario bajo estas once características sería *El Mostrador* y el peor *La Cuarta*.

En el segundo eje factorial, las variables independencia, deportes e investigación presentan cierta consistencia con valores que oscilan entre 0,725 y 0,830. A diferencia del eje anterior, ninguna de las variables mantiene una distribución de tipo lineal en sus modalidades. Sin embargo, es muy interesante destacar que el segundo eje lo que hace es diferenciar entre aquellos periódicos mejor evaluados, estando *La Tercera*, *El Sur* y *El Mercurio* al lado derecho de la Figura 5, al igual que *El Mostrador*. Sin embargo, los primeros 3 periódicos están en la parte negativa del segundo eje mientras que *El Mostrador* está en la parte positiva. En esencia, esta Figura nos indica que la calidad de los periódicos está representada por tres fuentes “clásicas” y una fuente más nueva, en tiempo y en formato. Es decir, lo bueno tiene diversas manifestaciones.

Figura 5

Análisis de correspondencias múltiples, diarios y periódicos.



Fuente: Captura de pantalla SPSS.

Más aún, este eje pareciera diferenciar entre diarios que presentan valoraciones extremas en sus características, en contraparte de los que presentan mayor uniformidad en sus calificaciones. Por lo tanto, este eje pareciera relacionarse con la consistencia de estos medios, ya que *El Mostrador* y en menor medida *Diario Concepción* mantienen valorizaciones similares en la mayoría de sus variables. En contraparte otros como *El Mercurio*, *La Tercera* o *El Sur*, presentan valoraciones excelentes en algunos aspectos como *seriedad*, pero valores calificados malos en aspectos como *precio* o *independencia*.

Respecto al análisis por cuadrantes, el tercero de estos (parte negativa de ambos ejes), se sitúa la modalidad regular de la mayoría de las variables y algunas de las modalidades de malo. Por lo tanto, y gracias a la transposición que permite la figura número 5, los diarios *Las Últimas Noticias* y *Publimetro* son considerados en general como regulares.

El cuarto cuadrante (parte negativa del primer eje y positiva del segundo), contiene la mayor cantidad de calificaciones malas en torno a las variables analizadas, por

lo que *La Cuarta y Estrella de Concepción* son considerados como los más deficientes en circulación, en especial *La Cuarta* que presenta la mayor cantidad de categorías evaluadas como malas.

El segundo cuadrante (parte positiva del primer eje y negativa del segundo) como se dijo anteriormente, se presentan todo tipo de modalidades, por lo que hace complicada su interpretación.

Finalmente, el primer cuadrante (parte positiva de ambos ejes), predominan las calificaciones de excelente y bueno (salvo en deportes), por lo que en general podrían ser considerados como los mejores diarios, en especial *El Mostrador* que se aprecia muy lejano al baricentro.

8.- Conclusiones

Los jóvenes participantes del estudio se autodefinen mayoritariamente como *diferentes* y *amigables*, características que ellos no extrapolan particularmente a ninguna publicación en específico.

En virtud de los pertinentes análisis estadísticos utilizados fue posible concluir que el diario *El Mostrador* es percibido por los estudiantes como el mejor de los diez diarios analizados. Si bien el diario *El Mercurio* muestra un comportamiento positivo similar según los análisis, la diferencia más importante radica en las evaluaciones extremas con que cuenta este último, ya que, si bien obtiene calificaciones de excelente en *seriedad, farándula, deportes o economía*, también tiene calificaciones de malo en categorías como *independencia, precio o contenido regional*. *El Mostrador*, en tanto, salvo en la categoría de *deportes*, goza de solo calificaciones de excelente y bueno. El hecho que aquellos periódicos calificados como, en general, buenos, presenten diferentes fortalezas y debilidades al hacer el análisis pormenorizado, sirve para fortalecer la idea de que las apreciaciones que estos jóvenes entrevistados tienen son reflexivas, no hay una homogeneidad impuesta por la superficialidad, sino que el detalle demuestra que hay percepciones marcadamente diferentes de los diversos medios que solo se homogeneizan al momento de extraer una evaluación global.

Los diarios *La Estrella* de Concepción y en especial *La Cuarta* sintetizan la mayoría de las evaluaciones de regular y malo, en consecuencia, son considerados como los diarios más deficientes o malos del total de diarios analizados. En marcado contraste con las apreciaciones de medios más positivas, en el caso de las apreciaciones más negativas sí pareciera existir mayor homogeneidad en las opiniones pormenorizadas. En esencia, lo que es considerado malo tiende a ser considerado malo en general y esa apreciación tiende a marcar la evaluación global. Sin embargo, en aquellos casos en que las evaluaciones generales son positivas, sí existen matices importantes en cuanto a qué aspectos de sus funciones son mejor evaluadas y cuáles no.

Si bien el *Diario Concepción* no obtiene una suma tan alta de calificaciones de excelente como si lo hacen *El Mercurio*, *El Sur* o *La Tercera* (solo obtiene excelente en contenido regional y versión digital), si obtiene la mayor cantidad de evaluaciones buenas (9 categorías) y ninguna evaluación considerada como regular o mala, por lo tanto, es diagnosticado como una buena opción de información por parte de los sujetos muestrales.

Los diarios *El Mercurio*, *El Sur* y *La Tercera* son relacionados con los atributos de *conservadores*, de un formato *clásico* y como muy *consecuentes* en sus ideas, independiente de si los estudiantes estaban o no de acuerdo con dichas ideas.

El atributo de *confiable* no es asociado a ninguna publicación en particular, lo que a juicio de los autores de esta investigación resulta quizás no del todo sorprendente pero preocupante. Además, contradeciría lo planteado por autores como Fernández (2010) que planteaba que los individuos acudirían a los diarios buscando una mayor comprensión de la realidad y también credibilidad.

El diario *Publimetro* que en virtud de sus disimilitudes con los otros medios constituye prácticamente una categoría propia y presenta el perfil más particular, es percibido como un diario principalmente *globalizado* y *económico* (distribución gratuita), pero que en general es de regular calidad.

Los diarios de *La Cuarta*, *Las Últimas Noticias* o *The Clinic* son visualizados con un fin mayormente de entretenimiento que informativo. Sus hojas plagadas de nacionalismos, páginas lúdicas y contenido erotizado constituyen a la percepción detectada y calificada por los estudiantes. Igualmente, *The Clinic* constituye un perfil bastante particular, ya que, si bien mantiene bastantes características desaprobadas por los estudiantes, no goza de calificaciones tan negativas como los otros dos diarios mencionados y obtiene una evaluación final bastante más positiva.

Se constata que, si bien existen diarios con características y estilos distintos al formato tradicional y que en alguna medida podrían considerarse asociados de mayor forma a lo *juvenil*, lo *diferente* y lo *amigable*, igualmente no constituyen opciones percibidas como de calidad.

Llama poderosamente la atención que el atributo de *independiente* no esté estrechamente relacionado con ningún diario en particular. *El Mostrador* aparece como el más cercano a este atributo, pero como se mencionó tampoco es su principal característica. Este aspecto resulta clave y necesariamente debe ser tenido en consideración al ser utilizado en la labor educativa y por sus impactos sobre el pluralismo. Ahora, profundizando en esta ausencia de relación entre el atributo de independiente y algún medio escrito, se plantea la interrogante de si pudiera existir algún medio realmente independiente, ya que, aunque el diario no perteneciera a alguno de los grandes grupos ya identificados, igualmente estaría supeditado a la línea editorial del medio y/o a la subjetividad del editor, quien solo estaría limitado por aspectos éticos, que evidentemente varían en grado dependiendo de la persona. En este sentido, queda

demostrado que los jóvenes no perciben neutralidad en ninguno de los diarios analizados, ya sean estos relacionados a tendencias políticas de derecha o izquierda. Ello podría constituir un avance, desde el punto de vista de la capacidad crítica a la hora de las lecturas correspondientes, considerando de forma más natural que los diarios son medios discursivos y por tanto están asociados a elementos subjetivos o ideológicos, sumado a la existencia de mecanismos de influencia conocidos y manejados por los medios de comunicación como la valorización, tematización, actorización y referencia. Respecto a esta cuestión, se plantea entonces la necesidad de reforzar como parte de la educación escolar una lectura aún más crítica de la información recogida a través de la prensa escrita, que conduzca a los jóvenes a analizar tanto el contenido de los mensajes, como el contexto en el que emergieron.

Los datos en Chile avalan la hipótesis de concentración de los medios de comunicación. Como ya se ha mencionado encarecidamente, basta con observar la propiedad de los diarios nacionales para apreciar que varios de los diarios de la muestra pertenecen a un mismo consorcio, pero están dirigidos a distintos públicos y audiencias, lo que lógicamente complejiza competir entre sí. Esta concentración de los medios de comunicación por parte del poder político y económico, así como la influencia de los avisadores publicitarios de la prensa escrita de empresa, son aspectos que ciertamente logran ser percibidos de bastante manera por los jóvenes del estudio. Cabe recalcar que de ninguna manera la concentración de los medios es considerado por los autores como algo normal e inocuo para los jóvenes y la sociedad en general, pues como ya se mencionó anteriormente, pueden entorpecer el rol fiscalizador que debieran ejercer en este caso los diarios.

Hasta aquí, las conclusiones se han centrado en lo que se piensa de los periódicos. Sin embargo, estos resultados también arrojan luces importantes sobre las personas que están emitiendo estos juicios. Los resultados nos permiten ver cómo los jóvenes son capaces de emitir juicios pormenorizados de estos medios. El hecho de que los juicios globales de los medios buenos sean logrados por diversas trayectorias, mientras que los juicios globales de los medios malos no reflejen ese nivel de diferenciación, permiten inferir una reflexión fundada por parte de los jóvenes; una conclusión importante dado el común discurso público que tiende a menospreciar las capacidades reflexivas de la generación zeta.

Los resultados permiten deducir que para los jóvenes la función esencial de la prensa escrita continúa siendo la de informar, por tanto, los diarios que no cumplen con esta función de manera integral, es decir, que no incorporan géneros periodísticos de información o de opinión respecto a los diferentes ámbitos de la realidad nacional (actualidad, investigación, política, economía, cultura y espectáculos, crónica roja, etc.), y/o que además muestren el predominio excesivo de un ámbito sobre el otro, independiente de cual sea, serán catalogados como regulares o malos en su

calidad. En este mismo sentido, Fuentes y Otazo (2005, p. 4) señalan en relación a algunos diarios de circulación nacional que “el escaparate donde se exhibía la muerte y la sangre era ahora ocupado por la vida íntima de los famosos y sus pequeños grandes dramas”, aludiendo al cambio de estos de pasar de ser diarios centrados en la crónica roja, a ahora centrarse en la farándula para, posteriormente, poder volver nuevamente a este primer recurso asociado al miedo y la sangre.

No obstante, al ser estos diarios catalogados como divertidos igualmente podrían ser leídos por los jóvenes, pese a estar conscientes de su calidad informativa.

Finalmente, este estudio pretendió aportar la visión crítica de un segmento clave de la sociedad, el cual accede mayoritariamente a múltiples fuentes informativas y quienes constituirán los ciudadanos del futuro, develando su percepción sobre las características de los diarios circulantes, su calidad y, al mismo tiempo, sus expectativas, lo que permite contrastar su visión particular con lo que cada diario pretende ofrecer. Finalmente, nos parece que la investigación realizada presenta una novedosa forma de conocer la visión de los jóvenes sobre los diarios nacionales, tanto desde los aspectos propiamente metodológicos como también por la escasez o inexistencia de investigaciones que abordan la percepción juvenil de estos medios.

Declaración de conflictos de interés

Los autores declaran no tener conflictos de interés.

Contribución de los autores

Ricardo A. Orellana Olivares fue responsable principal de la parte metodológica y estadística del estudio, la cual fue revisada y comentada por Omar A. Barriga. Ambos autores elaboraron conjuntamente el marco referencial y las conclusiones.

Sobre los autores

RICARDO A. ORELLANA OLIVARES es Sociólogo y Magister en Investigación Social y Desarrollo por la Universidad de Concepción, Chile. Académico Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Concepción, Región del Biobío, Chile. Correo Electrónico: rorellana@udec.cl.  <https://orcid.org/0009-0004-5208-4637>

OMAR A. BARRIGA es Sociólogo, Master of the Arts y Doctor en Sociología por The Ohio State University, Columbus, Ohio, US. Académico Departamento de Sociología, Universidad de Concepción, Región del Biobío, Chile. Correo Electrónico: obarriga@udec.cl.

 <https://orcid.org/0000-0002-5786-8287>

Referencias

Abril, M., Chariguamán, N. y Aguilar, J. (2022). Análisis de correspondencias múlti-

- ples para el estudio de los homicidios intencionales en el Ecuador. *Revista Politécnica*, 50(3), 43-52. <https://doi.org/10.33333/rp.vol50n3.04>.
- Acevedo, F., Gago, F., Da Silva, M. y Bastos, A. (2022). Estado del arte sobre concepciones de la calidad de la educación superior. *Sophia*, (32), 119-150. <https://doi.org/10.17163/soph.n32.2022.03>.
- Aignerren, M., Agudelo, G., Castaño, O., Correa, E., Levy, G., y Chica, W. (2010). Percepción sobre los medios de comunicación de la Universidad de Antioquía. *La Sociología de los Escenarios*, (21), 1-293. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/ceo/article/view/7067/6481>.
- Alonso, C. y Gallego, D. (1993). *Medios audiovisuales y recursos didácticos en el nuevo enfoque de la educación*. ITE-CECE.
- Amazeen, M. (2020). Journalistic interventions: The structural factors affecting the global emergence of fact-checking. *Journalism*, 21(1), 95-111. <https://doi.org/10.1177/1464884917730217>.
- Araya, C., Carrasco, P. y Olivares, J. (2020). Reflexiones sobre la visibilización de lo juvenil por la prensa escrita chilena en contexto de pandemia. *Última Década*, 28(53), 5-39. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-22362020000100005>.
- Asociación Agencia de Medios [AAM] (2025). *Inversión publicitaria en medios* [Diapositiva de PowerPoint]. Asociación Agencia de Medios. https://aam.cl/wp-content/uploads/2025/02/Informe-Inversion-en-Medios_Febrero_2025_env.pdf.
- Baade, B. (2018). Fake news and international law. *European Journal of International Law*, 29(4), 1357-1376. <https://doi.org/10.1093/ejil/chy071>.
- Browne, R. y Baessolo, R. (2010). Mirada aproximativa a la construcción de la noticia sobre lo peruano en la prensa diaria de cobertura nacional ("El Mercurio", 2010). Un Análisis Crítico del Discurso (ACD). *Comunicación y Medios*, (21), 72-89. <https://doi.org/10.5354/rcm.v0i21.17449>.
- Casiano, D. y Cueva, E. (2020). Gestión municipal, niveles de percepción y confianza: el caso para el distrito de Chachapoyas, Amazonas (Perú) 2019. *Acad*, 7(2), 157-165. <https://doi.org/10.30545/academo.2020.jul-dic.6>.
- Chanca, A., Ávila, J. y Aliaga, M. (2020). Percepción cultural de los pobladores sobre el Programa Social Juntos en el Valle del Mantaro. *Socialium*, 4(1), 68-83. <https://doi.org/10.31876/sl.v4i1.49>.
- Chang, L. (2024). Comparison of machine learning and Deep learning algorithms in detecting fake news. En N. Callaos, E. Gaile-Sarkane, N. Lace, B. Sánchez y M. Savoie (Ed.), *Proceedings of the 28th World Multi-Conference on Systemics, Cybernetics and Informatics: WMSCI 2024*. (pp. 203-209). International Institute of Informatics and Cybernetics. <https://doi.org/10.54808/WMSCI2024.01.203>.
- Cruz, B. y Useche, L. (2021). Análisis de correspondencias múltiple para describir

- el comportamiento proambiental del ciudadano de Manabí-Ecuador para el año 2018. *Revista Bases de la Ciencia*, 6(2), 75-94. https://doi.org/10.33936/rev_bas_de_la_ciencia.v6i2.3109.
- Dastres, C., Muzzopappa, E., Sáez, C. y Spencer, C. (2005). La construcción de noticias sobre seguridad ciudadana en prensa escrita y televisión. ¿Posicionamiento, distorsión o comprensión? *Seguridad Ciudadana y Democracia*, (2), 1-252. https://www.cesc.uchile.cl/publicaciones/op_04_construccion.pdf.
- Dematte, R., Gandolfo, E., Huespe, J. y Ávila, L. (2023). Uso de lógica difusa y análisis de correspondencias simples para caracterizar los vientos de la provincia de La Rioja, Argentina. *UNLaR, Ciencia*, 1(1), 15-33. <https://revistaelectronica.unlar.edu.ar/index.php/unlarciencia/article/view/877>.
- Díaz, G. y Salazar, D. (2021). La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial. *Podium*, (39), 19-36. <https://doi.org/10.31095/podium.2021.39.2>.
- Díaz, J. (1997). Tendencias del periodismo electrónico. Una aproximación a la investigación sobre medios de comunicación en Internet. *Revista de Estudios de Comunicación*, 2(2), 33-54. <https://ojs.ehu.es/index.php/Zer/article/view/17309>.
- Donoso, E., Valdés, R., Cisternas, P. y Cáceres, P. (2020). Enseñanza de la resolución de problemas matemáticos: Un análisis de correspondencias múltiples. *Diálogos sobre educación. Temas actuales en investigación educativa*, 11(21), 1-22. <https://doi.org/10.32870/dse.v0i21.629>.
- Edelman Trust Barometer Spain (2021). *21ª edición trust barometer de edelman* [Diapositiva de PowerPoint]. Edelman Trust Barometer Spain. https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss396/files/202105/TRUST_SPAIN_2021.%20PRESENTACION.pdf.
- Fernández, F. y Núñez-Mussa, E. (2024). (17 de junio de 2024). *Sin título*. Reuters Institute. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024/chile>.
- Fernández, J. (2010). Fuentes de análisis para el estudio de la prensa diaria. *Anales de Documentación*, (13), 135-158. <https://www.redalyc.org/pdf/635/63515049008.pdf>.
- Fernández, M. (2021). Violencia policial y juventud. Una revisión teórica. *Sociológica*, 36(103), 119-156. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-01732021000200119&lng=es&nrm=iso.
- Fuentes, C. y Otazo, I. (2005). *Elementos de continuidad y cambio en la prensa popular: el caso de la cuarta*. [Seminario de investigación, Escuela de Periodismo, Universidad de Chile]. Repositorio Institucional - Universidad de Chile.
- Gentzkow, M. y Shapiro, J. (2010). What drives media slant? evidence from U.S. daily newspapers. *Econometrica*, 78(1), 35-71. <https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/biasmeas.pdf>.

- Gil-Lafuente, A., Amiguet, L. y Torres, A. (2020). Modelo de efectos olvidados en el análisis estratégico de medios de comunicación. *Inquietud Empresarial*, 20(1), 73-85. <https://doi.org/10.19053/01211048.9133>.
- Goldsack-Trebilcock, S., Table, F. y Buzeta, C. (2024). Marcas como metáforas sociales: una aplicación usando análisis de correspondencias. *Cuadernos.info*, (57), 247-267. <https://doi.org/10.7764/cdi.57.68359>.
- Gronemeyer, M. y Porath, W. (2017). Tendencias de la posición editorial en diarios de referencia en Chile. El arte de dosificar la crítica frente a la actuación de los actores políticos. *Revista de Ciencia Política*, 37(1), 177-202. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-090X2017000100008>.
- Lagos, C., Cabalin, C., Checa, L. y Peña y Lillo, M. (2012). El periodismo y la libertad de prensa frente a una noticia ícono: primeros resultados cualitativos. *Comunicación y Medios*, (25), 28-46. <https://doi.org/10.5354/rcm.v0i25.25901>.
- Lévy, J. y Varela, J. (2003). *Análisis multivariable para las ciencias sociales*. Pearson.
- Lewandowsky, S., Ecker, U. y Cook, J. (2017). Beyond misinformation: understanding and coping with the “post-truth” era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6(4), 353-369. <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.07.008>.
- Martínez, A. (2022). Espacios desiertos y nueva temporalidad. La educación superior virtual en tiempos del COVID19. *Revista anual acción y reflexión educativa*, (47), 129-146. <https://doi.org/10.48204/j.are.n47.a2586>.
- Martínez-Salanova, E. (1998). *Didáctica, educación y aprendizaje en la formación profesional ocupacional*. FACEP.
- Mauri, M., Ramon, X., Rodríguez, R. y Díaz, J. (2022). Indicadores para evaluar la rendición de cuentas en los medios de comunicación. *Cuadernos.info*, (51), 1-27. <http://dx.doi.org/10.7764/cdi.51.27331>.
- Medina, C. (2004). Periodismo penquista. El Sur de Concepción, 1882-1889. En Á. Soto, *Entre tintas y plumas* (pp. 113-123). CIMA.
- Miralles, R. (2001). La prensa escrita ante el desafío de los nuevos medios. *Comunicar*, (16), 131-139. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15801619>.
- Morán, S., Mantilla, S. y Martínez, F. (2024). Cualidades de candidatos que optan a un puesto de trabajo: una evaluación mediante análisis de correspondencias. *Victec*, 5(8), 21-37. <https://doi.org/10.61395/victec.v5i8.130>.
- Nugent, R. (agosto de 2006). *Los jóvenes en un mundo globalizado*. Population Reference Bureau. www.prb.org/pdf06/youthinaglobalworld_sp.pdf.
- Observatorio Latinoamericano de Regulación, Medios y Convergencia [OBSERVACOM] (diciembre 2016). *Informe TV digital 2016*. <https://www.observacom.org>.
- Ore, M., Delgado, E., Mendoza, J., Anyosa, M. y Acevedo, E. (2025). Revisión sistemática de la producción académica sobre el impacto de las fake news entre

- los años 2020-2025. *Revista InveCom*, 6(1), 1-10. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15309913>.
- Organización de las Naciones Unidas. (Agosto de 2020). *Informe de políticas: la educación durante la COVID-19 y después de ella*. https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/2020/09/policy_brief_-_education_during_covid-19_and_beyond_spanish.pdf.
- Ossandón, C y Santa Cruz, E. (2001). *Entre las alas y el plomo: la gestación de la prensa moderna en Chile*. LOM Ediciones.
- Ossandón, C. y Santa Cruz, E. (2005). *El estallido de las formas: Chile en los albores de la "cultura de masas"*. LOM Ediciones.
- Pennycook, G. y Rand, D. (2019). Fighting misinformation on social media using crowdsourced judgments of news source quality. *Psychological and Cognitive Sciences*, 116(7), 2521-2526. <https://doi.org/10.1073/pnas.1806781116>.
- Peña, D., Sánchez, M. y Sancan, L. (2022b). Gestión administrativa y su impacto en la calidad del servicio. *Recimundo*, 6(1):120-131. [https://doi.org/10.26820/recimundo/6.\(suppl1\).junio.2022.120-131](https://doi.org/10.26820/recimundo/6.(suppl1).junio.2022.120-131).
- Peña, S., Larrondo, A. y Morales, J. (2022a). Comunicación política, institucional y medios de comunicación en tiempo de pandemia. Análisis del diálogo sobre vacunas en cinco países iberoamericanos. *Revista de Comunicación*, 21(1), 315-328. <http://dx.doi.org/10.26441/rc21.1-2022-a16>.
- Peralta, M. (2008). La calidad como un derecho de los niños a una educación oportuna y pertinente. *Espacio para la infancia*, (29), 3-13. https://issuu.com/bernardvanleerfoundation/docs/la_educacion_infantil_el_desafio_de_la_calidad.
- Piñero-Naval, V., Igartua, J., Arcila-Calderón, C., González-Vásquez, A. y Blanco-Herrero, D. (2022). La investigación iberoamericana sobre comunicación política desde la teoría del encuadre (2015-2019). *Revista Prisma Social*, (39), 124-155. <https://revistaprismasocial.es/article/view/4858>.
- Ramírez, F. (2020). Juventud y movimientos sociales: reflexiones sobre la generación global latinoamericana. *Revista Argentina de Estudios de Juventud*, (14), 1-17. <https://doi.org/10.24215/18524907e030>.
- Ramírez, R., Villalobos, J., Lay, N. y Herrera, B. (2021). Medios de comunicación para la apropiación del conocimiento en instituciones educativas. *Información Tecnológica*, 32(1), 27-38. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642021000100027>.
- Real Academia Española. (2025). Percepción. En *Diccionario de la lengua española*. <https://dle.rae.es/percepción?m=form>.
- Rodríguez, M., Jenaro, C. y Castaño, R. (2022). La percepción de los alumnos como indicador de inclusión educativa. *Educación XXI*, 25(1), 357-379. <https://doi.org/10.5944/educXXI.30198>.
- Ruiz, E. (2021). Análisis cuantitativo de la evaluación del desempeño docente en la Universidad de Costa Rica. *Actualidades Investigativas en Educación*, 21(1), 58-

85. <http://dx.doi.org/10.15517/aie.v21i1.42425>.
- Sanhueza, O. (2009). *El diario electrónico como recurso pedagógico de apoyo al proceso de enseñanza-aprendizaje*. [Tesis para optar al grado académico de doctor en educación no publicada]. Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Santa Cruz, E. (2003). El campo periodístico en Chile a comienzos del siglo XX. *Comunicación y Medios*, (14), 17-29. <https://doi.org/https://doi.org/10.5354/rcm.v0i14.12097>.
- Santander, P. (2011) Por qué y cómo hacer análisis de discurso. *Cinta Moebio*, (41), 207-224. <https://www.moebio.uchile.cl/41/santander.html>.
- Scherman, A., Correa, T. y Peña y Lillo, M. (10 de enero 2020). 2019: el año en que los jóvenes se volvieron a movilizar. *La Tercera*. <https://www.latercera.com/tendencias/noticia/2019-el-ano-en-que-los-jovenes-se-volvieron-a-movilizar/969461/#>.
- Similar web (2 de enero 2024). *Effortlessly analyze your competitive landscape*. <https://www.similarweb.com>.
- Suenzo, F., Boczkowski, P. y Mitchelstein, E. (2020). La crisis de la prensa escrita: Una revisión bibliográfica para repensarla desde Latinoamérica. *Cuadernos.info*, (47), 1-25. <http://dx.doi.org/10.7764/cdi.47.1867>.
- Sunkel, G. y Geoffroy, E. (2002). Concentración económica de los medios de comunicación. Peculiaridades del caso chileno. *Comunicación y Medios*, (13), 135-150. <https://doi.org/https://doi.org/10.5354/rcm.v0i13.12985>.
- Terán, O. y Aguilar, J. (2018). Modelo del proceso de influencia de los medios de comunicación social en la opinión pública. *Educere*, 22(71), 179-191. <https://www.redalyc.org/journal/356/35656002014/35656002014.pdf>.
- Trejo, E. (2025). Explorando la narrativa educativa en la prensa escrita digital de la Ciudad de Guadalajara, Jalisco, México. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*, 55(2), 173-196. <https://doi.org/10.48102/rlee.2025.55.2.711>.
- Túnez, M. (2009). Jóvenes y prensa en papel en la era internet. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 15, 503-524. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3101734>.
- Valdettaro, S. (2005). Prensa y Temporalidad. *La Trama de la Comunicación*, (10), 97-102. <https://doi.org/https://doi.org/10.35305/lt.v10i0.124>.
- Valida (2018). *Boletín de Circulación y Lectura, 1° Semestre 2018*. [Diapositiva de PowerPoint]. Valida. <https://docplayer.es/97578819-Boletin-de-circulacion-y-lectura-1-semestre-2018.html>.
- Van Bavel, J. y Pereira, A. (2018). The partisan brain: an identity-based model of political belief. *Trends in Cognitive Sciences*, 22(3), 213-224. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2018.01.004>.
- Vergara, E., Garrido, C., Santibañez, A y Vera, P. (2012). Inversión publicitaria y pluralismo informativo: Una aproximación comparada al caso de la prensa en Chile. *Comunicación y medios*, 25, 57-70. <https://doi.org/https://doi.org/10.5354/rcm.v0i25.25871>.

CUHSO

Fundada en 1984, la revista CUHSO es una de las publicaciones periódicas más antiguas en ciencias sociales y humanidades del sur de Chile. Con una periodicidad semestral, recibe todo el año trabajos inéditos de las distintas disciplinas de las ciencias sociales y las humanidades especializadas en el estudio y comprensión de la diversidad sociocultural, especialmente de las sociedades latinoamericanas y sus tensiones producto de la herencia colonial, la modernidad y la globalización. En este sentido, la revista valora tanto el rigor como la pluralidad teórica, epistemológica y metodológica de los trabajos.

EDITOR

Matthias Gloël

COORDINADOR EDITORIAL

Víctor Navarrete Acuña

CORRECTOR DE ESTILO Y DISEÑADOR

Ediciones Silsag

TRADUCTOR, CORRECTOR LENGUA INGLESA

Mabel Zapata

SITIO WEB

cuhso.uct.cl

E-MAIL

cuhso@uct.cl

LICENCIA DE ESTE ARTÍCULO

Trabajo sujeto a una licencia de Reconocimiento 4.0 Internacional Creative Commons (CC BY 4.0)