



**Universidad de Chile**

**Instituto de Comunicación e Imagen**

**Escuela de Periodismo**

**HACIA UN PERFIL SOCIOCULTURAL DE LA  
AUDIENCIA PARTICIPATIVA DE  
LA SEGUNDA ONLINE**

Tesis presentada al Instituto de Comunicación e Imagen  
para optar al grado académico de Licenciado en Comunicación Social

**JUAN CARLOS GONZÁLEZ OLIVERA**

Profesora Guía: Patricia Peña Miranda  
Santiago, Chile  
Octubre de 2013

## TABLA DE CONTENIDOS

TABLA DE CONTENIDOS	ii
TABLA DE ILUSTRACIONES	v
RESUMEN	vii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1: DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.1. Justificación del estudio	3
1.2. Preguntas de investigación	5
1.2.1. Preguntas generales	5
1.2.2. Preguntas específicas	6
1.3. Objetivos de investigación	7
1.3.1. Objetivos generales	7
1.3.2. Objetivos específicos	7
1.4. Supuestos	8
CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO	10
2.1. Periodismo en medios digitales	10
2.2. Periodismo web en Chile	19
2.3. Participación de los lectores: de los blogs a las redes sociales	24
2.4. El caso de La Segunda: incorporación de una caja de comentarios	36
2.5. La Segunda Online, una extensión del diario La Segunda	43
2.6. Adultos mayores en internet y en redes sociales	51
CAPÍTULO 3: MARCO METODOLÓGICO	64
3.1. Caracterización de la investigación	64
3.2. Población y muestra	65
3.3. Procedimientos de generación, registro y análisis de la información	67
3.3.1. Encuesta	69
3.3.2. Grupo de discusión	75
CAPÍTULO 4: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	83
4.1. Encuesta	83
4.1.1. Primer Objetivo: Caracterizar a los usuarios de la caja de comentarios de La Segunda Online, de acuerdo a los criterios de edad, género, estrato social y tendencia política.	83
4.1.1.1. ¿Género?	84
4.1.1.2. ¿Edad?	85
4.1.1.3. ¿Cuál es su ingreso mensual?	87
4.1.1.4. ¿Cómo se define políticamente usted?	88
4.1.2. Segundo objetivo: Indagar sobre la valoración que hacen los usuarios de la caja de comentarios de La Segunda Online.	92

4.1.2.1.	¿Qué es lo que más le gusta de este espacio de comentarios?	92
4.1.2.2.	¿Qué es lo que menos le gusta de este espacio de comentarios?	94
4.1.2.3.	¿Qué mejoraría en el espacio para comentarios de La Segunda Online?	96
4.1.2.4.	¿Cuál es su sitio favorito para comentar noticias chilenas en internet?	110
4.1.2.5.	¿Por qué razón prefiere el sitio que señaló como su favorito?	113
4.1.3.	Tercer objetivo: Sondear cuáles son las motivaciones que llevan a los usuarios de la caja de comentarios de La Segunda Online a comentar las noticias.	123
4.1.3.1.	¿Recuerda que situaciones lo han impulsado a escribir un comentario en una noticia?	123
4.1.3.2.	¿Considerando su experiencia, recuerda haberse sentido motivado por alguna de estas emociones para escribir un comentario?	125
4.1.4.	Cuarto objetivo: Describir los rasgos comunes de los usuarios más seguidos de la caja de comentarios de La Segunda Online.	127
4.1.4.1.	¿Reconoce a alguna de las personas que habitualmente comentan en nuestras noticias?	128
4.1.4.2.	¿Cuál es el nombre de este comentarista?	128
4.1.4.3.	¿Por qué lo identifica o sigue?	133
4.1.5.	Quinto objetivo: Determinar de qué manera influyen las noticias y los comentarios de la caja en la opinión de los usuarios de la Segunda Online.	135
4.1.5.1.	En general, considerando su experiencia, ¿usted diría que ha cambiado, alguna vez, de opinión, por causa de algún comentario que ha leído en el espacio de comentarios de La Segunda Online?	135
4.1.5.2.	¿De qué manera influyen los comentarios que se escriben en las noticias en sus propias opiniones?	137
4.1.6.	Sexto objetivo: Indagar sobre el consumo de noticias por parte de los usuarios de la caja de comentarios de la Segunda Online, de acuerdo a la lectura y extensión de éstas.	137
4.1.6.1.	¿En general, cuánto lee de una noticia antes de escribir un comentario sobre su contenido?	138
4.1.6.2.	¿Cuál de estas afirmaciones se acerca más a lo que usted cree que debería ser la extensión ideal de una noticia?	139
4.2.	Grupo de discusión	141
CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES		167

CAPÍTULO 6: BIBLIOGRAFÍA	184
CAPÍTULO 7: ANEXOS	190
7.1. Detalle de respuestas a pregunta 3 de encuesta	190
7.2. Detalle de respuestas a pregunta 5 de encuesta	209
7.3. Transcripción grupo de discusión	230
7.4. Transcripción entrevista a Sebastián Campaña, Emol	266
7.5. Transcripción entrevista a Francisco Lira, Web Analytics	268
7.6. Resultados completos de la encuesta	

## TABLA DE ILUSTRACIONES

### Gráficos

1. Alcance de internet en América Latina	21
2. Acceso a internet desde móviles en América Latina	23
3. Efecto de incorporación caja de comentarios en tráfico de LSO	41
4. Tráfico de La Segunda Online, durante un día de la semana	47
5. Tráfico semanal de La Segunda Online	48
6. Edad de los usuarios registrados de La Segunda Online	50
7. Alcance de internet en Chile, según Censo 2012	53
8. Uso de redes sociales, por edad (EE.UU.)	60
9. “Amigos” de La Segunda en Facebook, según sexo y edad	65
10. Género de los usuarios de la caja de comentarios de LSO	84
11. Edad de los usuarios de la caja de comentarios de LSO	85
12. Ingreso mensual de usuarios de la caja de comentarios de LSO	87
13. Tendencia política de los usuarios de la caja de comentarios	89
14. ¿Qué es lo que más le gusta de este espacio de comentarios?	93
15. ¿Qué es lo que menos le gusta de este espacio de comentarios?	95
16. ¿Cuál es su sitio favorito para comentar noticias chilenas?	111
17. ¿Qué lo impulsa a escribir un comentario en las noticias?	124
18. ¿Qué emociones lo impulsan a escribir un comentario?	126
19. ¿Reconoce a alguna de las personas que habitualmente comentan en nuestras noticias?	128
20. ¿Ha cambiado de opinión por causa de algún comentario del sitio?	136
21. ¿Influyen los comentarios de las noticias en sus opiniones?	137
22. ¿Cuánto lee una noticia antes de opinar sobre ella?	139
23. ¿Cuál es la extensión ideal de una noticia para usted?	140

### Imágenes

1. Caja de comentarios de Facebook inserta en La Segunda Online	40
2. Portada La Segunda Online en noviembre de 2010.	44
3. Portada La Segunda Online en mayo de 2013.	45
4. Interacción de Gato Viejo con otros usuarios	132

## **Tablas**

1. Procedimientos de generación, registro y análisis de información	68
2. Integrantes del grupo de discusión	79
3. Categorías inferidas a partir de respuesta a pregunta: ¿Qué mejoraría en el espacio para comentarios de La Segunda Online?	97
4. Categorías inferidas a partir de las respuestas que señalaron a La Segunda Online como su medio favorito	114
5. Categorías emergentes que surgen del grupo de discusión	142

## RESUMEN

La caja de comentarios de Facebook se ha incorporado en algunos periódicos web como una forma de alentar la participación de sus usuarios. La Segunda Online se cuenta entre los medios que han apostado a esta herramienta, la cual no tiene censura previa, lo que ha permitido una facilidad de acceso y una libertad de opinión que no existía previamente. Pese a que esta forma de participación está abierta a quién tenga una cuenta Facebook, quienes escriben opiniones no son más del 1% de los usuarios de este sitio.

Para caracterizar a estas personas recurrimos a dos herramientas: una encuesta online y un grupo de discusión. Los resultados de ambos instrumentos permitieron construir un perfil de estos usuarios. Son mayoritariamente hombres mayores de 46 años, de clase media y media alta, más de derecha que de izquierda, y que pasaron de ser lectores del diario La Segunda a serlo de su sitio web. Además estos usuarios se definieron como “infomaníacos”, es decir son grandes consumidores de noticias y amantes de la actualidad informativa.

A raíz de estos hallazgos se plantearon algunas sugerencias al medio para mejorar la interacción de los usuarios con las informaciones, algunas de las cuales se estaban implementando a la fecha de entrega de esta tesis.

## INTRODUCCIÓN

Una de las novedades que han incorporado los medios digitales, es una caja de comentarios para las noticias, la que representa una forma de participación de los usuarios mucho más directa de lo que el periodismo escrito tradicional admitía. Aunque algunos medios como BBC no la han agregado, ciertamente, su uso está tan extendido que pasó a ser un elemento constituyente de la forma cómo se leen, comentan y distribuyen noticias digitales.

En Chile, los medios informativos web que registran mayor tráfico (Emol, La Tercera, El Mostrador, Terra, The Clinic, La Segunda) han agregado esta caja de comentarios. Las Últimas Noticias y Ciper son de los pocos que se mantienen al margen de esta tendencia, al menos a septiembre de 2013.

Hoy sabemos muy poco de la audiencia que lee y comenta noticias en los portales noticiosos. Aprovechando la oportunidad de poder interactuar con quienes escriben comentarios a las noticias en La Segunda Online (LSO), ya que quien escribe esta tesis se desempeñaba en 2013 como editor del sitio, esta investigación apuntó a conocer más de esa audiencia participativa. El aporte de este estudio es caracterizar a los sujetos que la integran, conociendo variables como sexo, edad, estrato social y tendencia política. Además de describir sus hábitos de consumo de noticias y de elaboración de comentarios,



así como explorar sus motivaciones al participar y la valoración que ellos hacen de este espacio.

Para una primera aproximación subimos al sitio una encuesta destinada estos usuarios más activos. Luego de postear un comentario a una noticia a cada usuario se les invitaba a responder un cuestionario. Los resultados se revisaron y sirvieron luego para formular preguntas adicionales a algunas personas invitadas a participar de un grupo de discusión que profundizó en la caracterización de estas personas.

Esta investigación empleó una metodología cualitativa que no requiere una hipótesis, pero sí supuestos, los que guiaron este trabajo. Su objetivo era, además de caracterizar a los usuarios, conocer cómo se comportan en su interacción con el sitio, sus noticias y otras personas con quienes se contactan en línea.

El universo o población que comprendió esta investigación fue el de las personas que escriben sobre las noticias en la caja de comentarios de las noticias de La Segunda Online.

## **CAPÍTULO 1: DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.1. Justificación del estudio**

El catedrático español José Luis Martínez Albertos (1997) sostenía que los diarios, las revistas y demás medios impresos están condenados a desaparecer dentro de un plazo inferior a un cuarto de siglo. Más recientemente, en 2008, calculó el año 2020 como el del fin de los medios impresos. Los anunciados cierres de las ediciones en papel de The New York Times (anunciada para 2015) y la revista Newsweek (concretada el 31 de diciembre de 2012), entre otros medios de prestigio, muestran que, más allá de que si su predicción será correcta o no, vivimos tiempos en que el periodismo en medios impresos, como diarios y revistas, está, al menos, en una seria crisis.

En otra vereda se encuentran los nuevos medios digitales, los que tampoco viven tiempos fáciles por la dificultad para encontrar financiamiento para sus contenidos, y además porque deben adaptarse a un entorno, el digital, en constante cambio.

Hoy atrapar a la audiencia es para los medios digitales algo tan importante para su supervivencia como lo ha sido para los medios escritos tradicionales. De ahí que sea central para un medio conocer a sus lectores, los que en el contexto

digital se conocen como usuarios ya que no son simples receptores de información sino que su relación con el medio *online* incluye comentar el contenido de las noticia, distribuirlas entre sus contactos e, incluso, enviar datos o información que complementen o cambien el contenido de las informaciones. Al respecto, muchos teóricos plantean, como Pablo Mancini (2011), que “la audiencia está asumiendo roles inéditos y llevando a cabo actividades sin comparación en la historia de los medios de comunicación”. Uno de estos roles, clave en la supervivencia de los sitios informativos web, es la distribución de noticias. “Esto se ve claramente en los procesos de distribución, cada vez dependemos más de la audiencia para construir valor” (Mancini, op cit., pp. 39).

Las personas apenas leen las noticias en internet y parecen preferir los buenos resúmenes más que los reportajes a fondo. Disponen de poco tiempo y van a saltos buscando información (Igarza, 2009). Vivimos la época de “la continua distracción parcial”, en palabras de Jack Fuller (2010). En este contexto de consumo de noticias, leer lo que opinan las personas de las informaciones se ha transformado en un recurso para los sitios web de capturar la atención de sus usuarios.

La caja de comentarios que se usa en La Segunda Online, al igual que la que emplea Emol, y que se coloca luego de las noticias de estos sitios, corresponde a una herramienta de Facebook y permite agregar comentarios a través de esta

red social. Tiene la ventaja, para estos medios, de que cada comentario escrito en el sitio se multiplica y es visto por quienes son amigos de este comentarista en Facebook, o al menos por parte importante de ellos.

Respecto a estos usuarios en línea, postula Mancini: “La audiencia quiere ver a la audiencia. La audiencia quiere interactuar con la audiencia, y no sólo con un grupo de notables periodistas” (Mancini, op cit., pp. 48).

Actualmente, la interacción de las personas con La Segunda Online se realiza, al igual como en muchísimos sitios en línea, sin la participación de moderadores que filtren estos contenidos y estas conversaciones *online* se dan entre distintos usuarios, sin periodistas de por medio. Creemos que es importante conocer a estos usuarios más participativos y cómo se relacionan con el sitio ya que ellos se han convertido en una caja de resonancia de los contenidos del medio, y en parte del mismo.

## **1.2. Preguntas de investigación**

### **1.2.1. Preguntas generales**

¿Cuáles son las características de los usuarios de la caja de comentarios de La Segunda Online?

¿Cómo opera la interacción entre la noticia y los usuarios de la caja de comentarios de La Segunda Online y la interacción entre ellos mismos?

### **1.2.2. Preguntas específicas**

¿Cuáles son las características de los usuarios de la caja de comentarios de La Segunda Online, de acuerdo a los criterios de edad, género, estrato social y tendencia política?

¿Cuál es la valoración que hacen los usuarios de la caja de comentarios de La Segunda Online?

¿Cuáles son las motivaciones que llevan a los usuarios de la caja de comentarios de La Segunda Online a comentar las noticias?

¿Qué rasgos comunes existen entre los usuarios de la caja de comentarios de La Segunda Online?

¿De qué manera influyen las noticias y los comentarios de la caja en la opinión de los usuarios de La Segunda Online?

¿Cómo es el consumo de noticias por parte de los usuarios de la caja de comentarios de la Segunda Online, de acuerdo a la lectura y extensión de éstas?

### **1.3. Objetivos de investigación**

#### **1.3.1. Objetivos generales**

Describir las características de los usuarios de la caja de comentarios de La Segunda Online.

Analizar tanto la interacción entre la noticia y los usuarios de la caja de comentarios de La Segunda Online como la interacción entre ellos mismos.

#### **1.3.2. Objetivos específicos**

Caracterizar a los usuarios de la caja de comentarios de La Segunda Online, de acuerdo a los criterios de edad, género, estrato social e orientación política.

Indagar en relación a la valoración que hacen los usuarios de la caja de comentarios de La Segunda Online.

Sondear cuáles son las motivaciones que llevan a los usuarios de la caja de comentarios de La Segunda Online a comentar las noticias.

Describir los rasgos comunes de los usuarios de la caja de comentarios de La Segunda Online.

Determinar de qué manera influyen las noticias y los comentarios de la caja en la opinión de los usuarios de La Segunda Online.

Indagar sobre el consumo de noticias por parte de los usuarios de la caja de comentarios de la Segunda Online, de acuerdo a la lectura y extensión de éstas.

#### **1.4. Supuestos**

Por medio de este estudio, se avanzó en describir cómo son los usuarios de la caja de comentarios de La Segunda Online, atendiendo tanto a categorías de sexo, edad, estrato social y tendencia política, pero también a hábitos de consumo de noticias y de participación en este espacio. Algunos supuestos que guiaron este trabajo fueron los siguientes:

Quienes aquí escriben son personas con características distintas al usuario promedio, ya que según cálculos previos, no más de un 1% de quienes leen las noticias de La Segunda Online se detienen a postear un comentario.

Se trata de personas a las que les acomoda el formato abierto de esta caja de comentarios, en la cual no hay que registrarse para comentar y en la cual prácticamente no existe moderación alguna.

Son, a juzgar por la observación de sus perfiles de Facebook y por el perfil de lectores del diario La Segunda, más hombres que mujeres, adultos más que jóvenes, más de derecha que de izquierda y personas de los estratos socioeconómicos ABC1, C2 y C3, principalmente.

Cuando entran a leer las noticias raramente se detienen a leer todo su contenido, porque para ellos participar en estos grupos de discusión es más importante que el aspecto informativo propiamente tal.

Es probable que reafirmar sus creencias u opiniones previas sea más central que detenerse en las noticias para conocer, ampliar su visión del mundo o, incluso, cambiar sus puntos de vista.



## **CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Periodismo en medios digitales**

A la fecha de escritura de esta tesis, han pasado poco más de 20 años desde que la World Wide Web, el programa que permite que los computadores de millones de personas se conecten en busca de información, salió del ámbito científico y se convirtió en un invento al alcance de toda la humanidad. Fue el 30 de abril de 1993 cuando el CERN, la Organización Europea para la Investigación Nuclear, organismo donde se creó el primer sitio web y donde se alojó el primer servidor, liberó el código de fuente de la WWW y permitió que su uso fuera gratuito.

Fue tan rápido el crecimiento de esta herramienta, usada primero como un medio para buscar información, que ya 1994 fue declarado el año de la red. A fines de ese año ya había 10 mil servidores conectados, más de 2 mil de ellos de uso comercial, y los usuarios se calculaban en 10 millones<sup>1</sup>. Nada de mal para un desarrollo que nació como un medio para compartir información en línea entre científicos y cuyos primeros servidores estaban todos ubicados en laboratorios de física de Europa.

---

<sup>1</sup> CERC. The birth of the web. [en línea] <http://home.web.cern.ch/about/birth-web> [Consulta: 25 mayo 2013].

En esos años, el servicio de internet más empleado era el correo electrónico, pero luego la conectividad que representaba la World Wide Web la volvió igualmente popular. Y pronto también se volvió un recurso para extender el alcance de los medios periodísticos tradicionales.

En la relación de los periódicos tradicionales con internet se diferencian tres etapas, definidas por John Pavlik (2001). En la primera etapa los contenidos son los mismos que los de los medios tradicionales. Las empresas periodísticas se limitan a hacer versiones *online*, lo que fue bastante fácil porque ya tenían sus noticias escritas en formato digital, por lo que fue fácil avanzar hacia una edición *online* (Edo, 2003, pp. 355).

En una etapa posterior, los contenidos son producidos pensando en las ediciones en línea y, en ocasiones, existe ya una redacción para los contenidos en línea que intenta añadir interactividad a las noticias. Es a finales de la década de los 90 cuando surgieron las primeras, y tímidas, tentativas de sacar partido de las características de la red con la introducción de infografías animadas, sonidos, videos y conexiones a noticias relacionadas.

La tercera fase comenzó con el desarrollo de contenidos creados exclusivamente para internet en medios que existen únicamente en línea o que son producidos en una sección dedicada exclusivamente a la edición en línea

del medio. En esta etapa se desarrollan con propiedad las características propias de la red, como el uso de recursos multimedia y la interactividad.

Es en esta fase, cuando surgen muchos medios pensados especialmente para la red, como The Huffington Post, Politico.com y The Daily. Si bien los dos primeros han sido modelos exitosos de negocios (al menos hasta octubre de 2013), el tercero cerró el 15 de diciembre de 2012, a sólo dos años de su nacimiento como el primer diario construido especialmente para tablets. Su suerte es una nueva confirmación de que encontrar modelos de financiamiento para estos nuevos medios sigue siendo un tema pendiente.

Es en el ámbito del lenguaje, donde se plantea la diferencia fundamental entre el periodismo web y las restantes especialidades del periodismo. Este lenguaje estaría condicionado por tres características de la web: la hipertextualidad, es decir, la capacidad de hacer conexiones entre distintos documentos (o nodos de información) a través de enlaces; la multimedialidad, entendida como la posibilidad de que esos nodos sean de características tan diferentes como texto, video o audio; y la interactividad, es decir, la capacidad del usuario para interactuar con el contenido. La utilización simultánea de los tres factores en una noticia web abre la oportunidad absolutamente única de que cada usuario pueda hacer una lectura personal de la información disponible, navegando de nodo en nodo de información (Canavilhas, 2007, pp. 7).

Alvárez (2003, pp. 247) agrega dos características a las anteriores: instantaneidad, que supera la simple actualidad de los medios audiovisuales clásicos, ya que allí la información se está viviendo simultáneamente, y universalidad, pues en internet todo circula a 0,1 segundos del lugar desde donde se reporta la noticia. Mucho más rápido que los medios como la televisión o la radio que se transmiten con un retraso leve, pero que es notorio en los despachos en vivo.

Roberto Igarza (2009) plantea que cuando las personas consumen prensa digital lo están haciendo “en todo momento y en ninguna parte”: en su lugar de trabajo, en la fila para pagar el supermercado, en la consulta del médico o mientras viajan en el transporte público. Ya no podemos imaginar en cuál momento y, menos, en qué lugar se va a navegar en un sitio web, ni cuánto tiempo destinarán a esto.

Por ello, en el libro “Hackear el periodismo”, Pablo Mancini (2011) señala que medios digitales exitosos como YouTube, Twitter, Facebook o Google, tienen claro que lo que se está disputando en internet es el tiempo-entre-tiempos (*in-between time*) de que dispone hoy la audiencia. Señala que el tiempo de oro (*golden time*) ya no existe, por mucho que los medios sueñen con conseguir la atención total de las personas por un largo período, comportamiento propio de los lectores en la era dorada de los periódicos tradicionales. Es decir, antes de

la masificación de la televisión, de internet y de los variados y competitivos usos del tiempo libre.

Advierte Mancini que “cualquier periodista que edite un sitio online sabe que las noticias de mayor extensión son las menos leídas y menos comentadas (...) La reflexión extensa no es ya necesariamente equivalente a contenido de calidad. La brevedad es parte del paradigma de valor percibido por la audiencia” (Mancini, 2012).

Esta valoración de la brevedad, es también una reacción al hecho de que el consumo de noticias en los medios digitales difiere, enormemente, en el tiempo que involucra, en relación a los medios escritos tradicionales, como periódicos o revistas. En promedio, una persona destina 4 o 5 minutos en visitar un sitio web informativo. En cambio, leer noticias en un diario puede significar fácilmente 20 a 30 minutos de atención. Si bien el tiempo que las personas ocupan en el consumo de TV o prensa escrita también ha ido cayendo, entre otras razones, por el auge de internet y otras formas de uso del tiempo libre, es evidente que el escaso tiempo que se destina a los sitios noticiosos web, es un elemento central a tomar en cuenta. Sólo el surgimiento de tabletas como iPad ha logrado aumentar los tiempos promedio de permanencia en un sitio, los cuales en esa plataforma se aproximan al de las lecturas de diarios o revistas.

Un contenido online, como lo es una noticia, es exitoso si logra diseminarse en forma viral por la red, infectándola con su contenido. Así lo plantea Henry Jenkins<sup>2</sup>, quien asegura que en el mundo digital lo que no se comparte en redes, está muerto. Para él “la circulación y la transformación genera valor sobre los contenidos” (Jenkins, 2010).

Existe, sin embargo, un pero. A veces, los contenidos que se difunden con más éxito no son los que aportan al prestigio de un medio, ni son sus noticias o reportajes más destacados. Algunos de los contenidos más exitosos en redes de sitios periodísticos terminan siendo temas de farándula o magazine que se alejan del centro de su quehacer. Es el caso de una de las informaciones más leídas de La Segunda Online en los meses de septiembre y octubre de 2012: “¿Qué son los hongos tibetanos?”<sup>3</sup>. Noticia que fue la más vista durante los días en que este medio trataba de influir en la agenda noticiosa con reportajes o investigaciones propias, como lo fue la revelación de la condonación de impuestos que realizó el SII a la multitienda Johnson's. Y es que el interés por este tema era tal que un reciente informe de Google sobre los temas más

---

<sup>2</sup> Académico del MIT que fundó el Convergence Culture Consortium. Algunas iniciativas suyas pueden seguirse en su blog <http://henryjenkins.org/> o en su proyecto [www.convergenceculture.org/](http://www.convergenceculture.org/).

<sup>3</sup> LA SEGUNDA ONLINE. 25 septiembre 2012. Los hongos tibetanos curan enfermedades. [en línea] <<http://www.lasegunda.com/noticias/buena-vida/2012/09/783428/los-hongos-tibetanos-curan-enfermedades>> [Consulta: 10 enero 2013].

requeridos por los chilenos en 2012 en este buscador aparecía la pregunta: ¿Qué son los hongos tibetanos?<sup>4</sup>

El editor de Emol, Sebastián Campaña, reconoce que muchas veces son los contenidos magazinescos los que se llevan parte importante de las audiencias digitales: “El morbo y la farándula tienen un impacto grande en internet y estos contenidos presionan a los medios”<sup>5</sup>. Esto implica un desafío adicional para los sitios en línea: cómo viralizar contenidos informativos sin ceder a un periodismo de tono menor, cuando no sensacionalista. El mismo periodista piensa que el desafío es “saber equilibrar y ahí está la opción editorial de decir ‘esto es importante y esto no’...”.

Por la excesiva liviandad y mal periodismo que muchas veces se ve en internet, algunos teóricos sostienen que el ciberperiodismo, es decir, aquel que se difunde por medios electrónicos, sería el causante de la decadencia del periodismo de calidad (Martínez, 1997), el que estaría representado por los diarios impresos. Este planteamiento es cuestionado por su semejanza al temor que recibió a otros soportes de la comunicación, como el cine o la televisión. Para los fines de esta tesis nos guiaremos por la aseveración de Diego Alonso

---

<sup>4</sup> LA SEGUNDA ONLINE. 12 diciembre 2012. Lo más buscado en Chile en 2012: Servel, Mundo opuestos, jaidefinichon y hongos tibetanos. [en línea]  
<http://www.lasegunda.com/Noticias/CienciaTecnologia/2012/12/805262/Lo-mas-buscado-en-Chile-en-2012-Servel-Mundos-opuestos-jaidefinichon-y-hongos-tibetanos> [Consulta: 18 abril 2013].

<sup>5</sup> CAMPAÑA, S. 2013. Entrevista en Anexos.

Sánchez (2007), quien señala que el periodismo digital es, en esencia, el mismo de siempre y, por tanto, el término de algunos soportes no significa necesariamente el fin del periodismo de calidad ni de los aspectos progresistas que éste representa. “Lo que hizo la red fue hacer que los periodistas se vieran obligados a volver los ojos hacia las bases históricas del periodismo: investigación, la claridad y la brevedad, la contextualización y el manejo de múltiples fuentes” (Sánchez, 2007, pp. 67).

Sebastián Campaña representa una postura más pragmática, ni tan crítica ni tan optimista: “Los medios web hacen un periodismo de acuerdo a los recursos que existen, que hoy son menores a los de los medios tradicionales. En la medida que la industria mejore sus niveles de ingresos debería mejorar la calidad de su contenido”.

En materia de exactitud de los contenidos de la información en línea, existe un valioso colaborador de los medios digitales, el propio usuario. Craig Silverman, especialista en el tema de los errores de la prensa y en su posterior corrección, señala que nunca antes en la historia del periodismo tantas personas y organizaciones habían estado tan comprometidas en corroborar hechos y verificarlos. “En el corazón de este nuevo aumento de la verificación está el hecho que, a través de búsquedas de internet, bases de datos, y su propia *expertise* individual, los miembros del público tanto como organizaciones



pueden reunir información de una vasta variedad de fuentes y fácilmente cuestionar lo que leen y ven en la prensa” (Silverman, 2010, p 37, traducción propia) . Es decir, una de las tareas más propias del periodismo profesional, la verificación de la autenticidad de la información, dejó de ser una labor que realizan exclusivamente los periodistas<sup>6</sup>.

A propósito de estos cambios, Mancini se pregunta: “¿Una noticia que revela quienes la leen, comparten, comentan y editan, es más valiosa que una idéntica desde el punto de vista de la información pero que no ofrece esos componentes? (Mancini, 2011, pp. 48)”. Claro que es más valiosa, respondemos. Nos entrega información sobre quienes ejercen de reporteros, correctores, editores y distribuidores de las noticias digitales. Es decir, sobre sus propios usuarios.

En síntesis, los sitios web informativos enfrentan las mismas exigencias que siempre ha tenido el oficio periodístico, pero con la dificultad de crear en medios que no disponen de grandes recursos económicos, y que buscan a una audiencia esquivada, formada por personas empoderadas, participativas y críticas, que se conectan a internet a cualquier hora del día y que permanecen escaso

---

<sup>6</sup> En una conferencia en Hamburgo, Silverman señaló que “Fact-checking - once exclusively the province of magazines such as the New Yorker- is now an industry of NGOs, a hobby for engaged citizens, and standard operating procedure for bloggers”.

tiempo conectadas a un sitio específico, ya que la oferta es variada, enorme y de fácil acceso.

## **2.2. Periodismo web en Chile**

El primer diario impreso en Chile que tuvo una edición digital fue La Tercera, medio que el 18 de noviembre de 1994 lanzó el Diario Electrónico de Copesa, el cual se convirtió en uno de los primeros sitios web informativos del mundo. También algunos suplementos de ese periódico se cuentan entre los primeros en existir *online* en el planeta. Luego, el 1 de junio de 1997 debutó La Tercera Internet, sitio que junto al portal Terra fueron pioneros en periodismo web realizado en el país.

Fue recién en 1999 cuando nace Emol (El Mercurio On Line), a partir del sitio Valor Futuro, servicio de información económica y de actualidad para empresas de El Mercurio que sigue existiendo a fines de 2013. Desde sus orígenes, Emol centralizó los contenidos en internet de El Mercurio, Las Últimas Noticias y La Segunda, además de los diarios de regiones de la red El Mercurio. Sin embargo, paulatinamente se fueron independizando ediciones propias de cada medio, incluyendo a los diarios regionales que desde 2010 cuentan con el portal SoyChile.cl para extender su audiencia en la red.

Hoy, según cifras de Alexa.com<sup>7</sup>, el tráfico de los sitios informativos en Chile muestra que el liderazgo se reparte entre portales de periódicos tradicionales y de otras fuentes. Sin embargo, la mayor audiencia la captan páginas web de periódicos: Las Últimas Noticias, Emol y La Tercera, los que ocupan los lugares 12, 17 y 23, respectivamente, entre los más visitados en el país. Se debe considerar que los cinco sitios de mayor tráfico son, al igual como gran parte del mundo occidental, Facebook, YouTube, Google (cl y com) y Amazon.

Otros sitios noticiosos que cuentan con una audiencia relevante son el portal Terra (lugar 26) y los sitios de periódicos tradicionales como La Cuarta.com (44), elmercurio.com (79), el portal de los diarios regionales de El Mercurio, Soychile.cl (108), y La Segunda Online (124). También son exitosos, desde el punto de vista de su alcance, las páginas web de radios, revistas y canales de televisión como 13.cl (53), radiobiobio.cl (56), tvn.cl (71), theclinic.cl (94), cooperativa.cl (99) y 24horas.cl (101). Portales que nacieron en la web para informar tienen menos tráfico. Es el caso de El mostrador, que con el lugar 110 es el más exitoso de cuántos nacieron como páginas en línea.

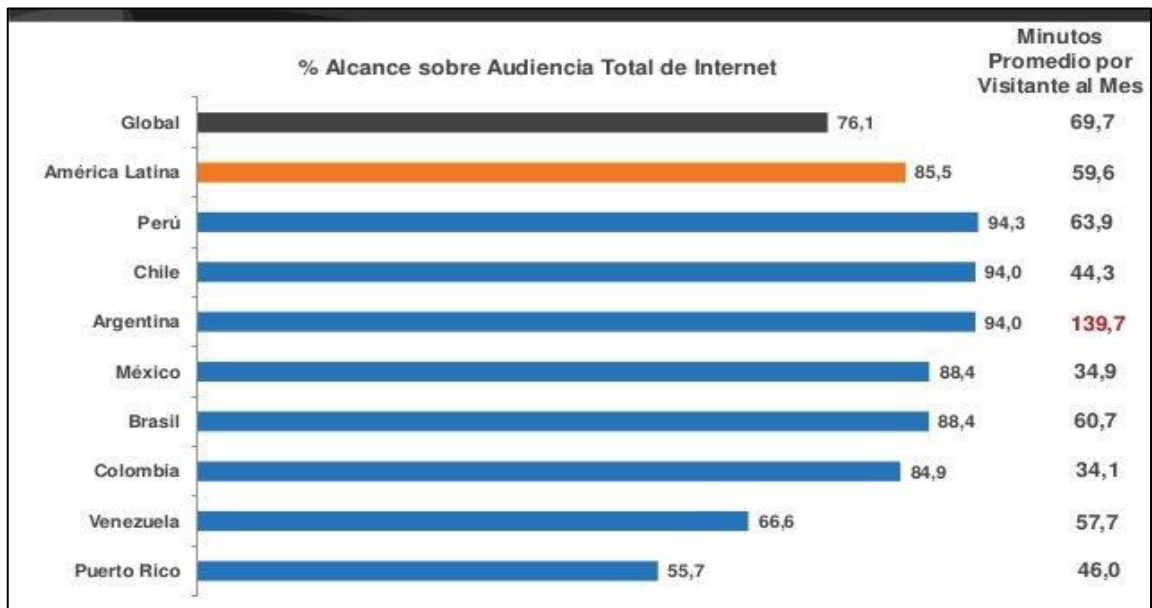
Cabe destacar que la certificación del alcance de los distintos medios web en Chile es un tema pendiente. Por ejemplo, para su seguimiento de las audiencias de los sitios web Alexa.com requiere de marcadores en éstos, los que los sitios

---

<sup>7</sup> Alexa es un referente internacional en relación al tráfico de los sitios web. Para información actualizada se puede visitar su página [www.alexa.com](http://www.alexa.com) [Consulta: 28 junio 2013]

de El Mercurio retiraron en octubre de 2012, fecha a partir de la cual éstos aparecen con cifras de tráfico en línea significativamente menor. Es así como, a partir de ese mes, Emol disminuye tanto que La Tercera aparece superándolo y otro tanto hace La Segunda que pasa a registrar un tráfico menor a El mostrador, medio al cual antes aventajaba. Por esto estos listados deben tomarse como una fotografía algo borrosa, más que como una imagen nítida.

**Gráfico 1. Alcance de internet en América Latina**



Fuente: comScore, México 2013

El gráfico anterior muestra el alto porcentaje de uso de internet en América Latina. Además, las conexiones a la red que se establecen a través del teléfono, o de otros aparatos móviles, están contribuyendo a aumentar el

consumo de medios digitales a toda hora del día. Y esto seguirá creciendo ya que la conectividad a internet por banda ancha desde teléfonos y tablets está aumentando en todo el mundo con una velocidad vertiginosa. Revisemos, en este sentido, las cifras en Chile.

Según la Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel), Chile es el país latinoamericano donde un mayor porcentaje de la población está conectada a internet.

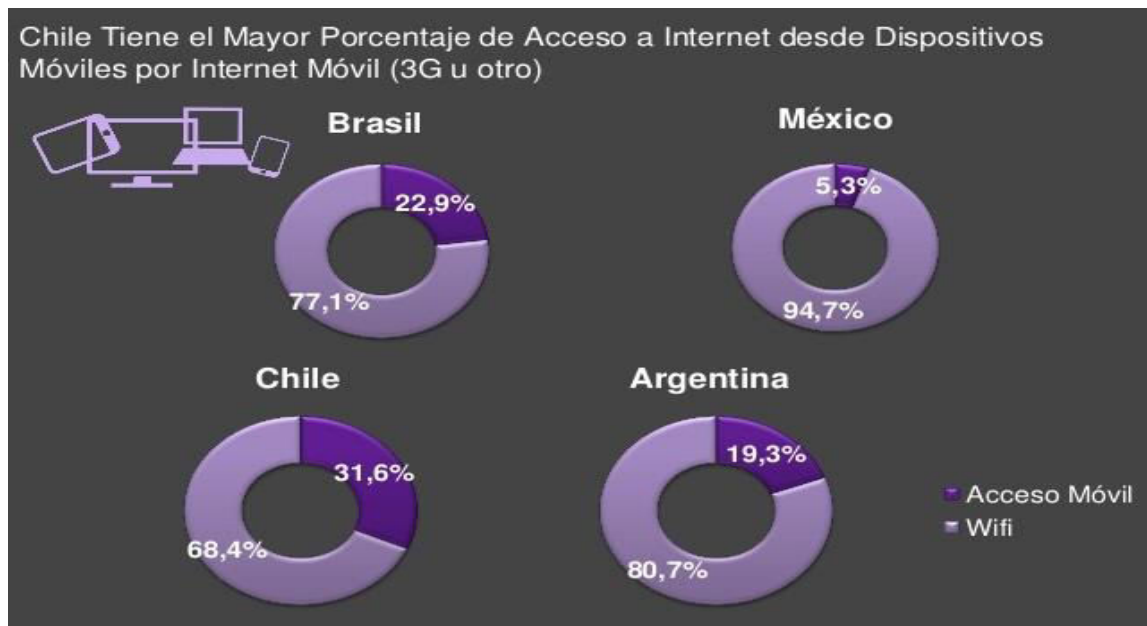
Según su informe anual, el 40,7% de la población ya cuenta con acceso a internet, considerando conexiones fijas y móviles 3G (Subtel, 2012). “Esto deja a Chile a la cabeza en la región, por sobre países como Uruguay, que según cifras a 2011 de la OCDE tenía una penetración de 35%, Brasil (30%), Argentina (22%), Venezuela (22%) y México (19%)” (La Tercera, 2013).

“La mayor incorporación de móviles inteligentes fue determinante, pues 76,61% de las conexiones se hicieron a través de estos equipos” (La Tercera, 2013).

El informe estadístico de septiembre de 2013 de la Subtel en relación a internet abunda en más datos que confirman el aumento de las conexiones a la red vía teléfonos con conexión 3G. Estos saltaron en número de 3.103.815, en diciembre de 2011, a 4.921.587, en diciembre de 2012, y a 5.556.093, en junio

de 2013. Pasaron, además de representar el 39,0% (dic 2011) de los aparatos, al 58,9% (junio 2013).

**Gráfico 2. Acceso a internet desde móviles en América Latina**



Fuente: comScore México 2013.

Este gráfico muestra la fuerte penetración porcentual de la banda ancha móvil en Chile. En este informe se anticipa que pronto “la mayoría de las personas consumirán contenido en dispositivos móviles y el PC dejará de ser el centro del universo (comScore, 2013)”.

Y este auge de internet en los teléfonos también está repercutiendo en los sitios web informativos: Para Emol, un 15% de las conexiones a su sitio se establecen

de lunes a viernes desde teléfonos. Y los fines de semana, la mitad del tráfico se origina en equipos móviles (Web Analytics, 2013).

En el caso de La Segunda Online, un 14% de quienes ingresan al sitio lo hacen hoy a través de teléfonos inteligentes y tabletas. Esta cifra, que corresponde a abril de 2013, duplica la que existía un año antes, cuando apenas un 7% del tráfico se originaba en móviles. Y los fines de semana, siempre según datos de Web Analytics, la mitad de quienes entran a este portal lo hacen a través de teléfonos celulares.

Tanto en Emol como La Segunda Online la irrupción de los teléfonos inteligentes en las visitas a ambos sitios guarda relación con el éxito de los iPhone y iPad, los más usados para navegar en ambos sitios, pero también con el creciente número de *smartphones* con sistemas operativos Android y Blackberry que se están vendiendo tanto en Chile como en otros países desde donde se entra al sitio.

### **2.3. Participación de los lectores: de los blogs a las redes sociales**

Uno de los cambios más revolucionarios y recientes del periodismo digital es la participación de los lectores en los contenidos, ya que éstos comentan y aportan a los mismos artículos que están leyendo, enriqueciéndolos por este

medio. Esta práctica es tan diferente a aquello que existía previamente que hay quienes se preguntan si no estaremos asistiendo, por primera vez, al nacimiento de un periodismo verdaderamente democrático.

De ahí la reflexión que se formuló en el Cuarto Foro de Periodismo Digital de Rosario: “Es válido preguntarse si realmente existieron medios de comunicación de masas antes de la convergencia digital, y repensar el concepto de libertad de expresión en los ecosistemas de medios concentrados con capacidad de distribución masiva de información que dominaron el fin del siglo pasado (Irigaray, 2011, pp. 11)”.

Para autores como Roberto Igarza en la actual era digital, “ya no es necesario cumplir con condiciones técnicas o económicas reservadas a unos pocos para poder emitir un mensaje y que éste se encuentre accesible inmediatamente para un amplio público. La información puede ser producida de manera distribuida y circular con la fluidez de la luz entre muchos. No es fácil asimilarlo para ninguno de los sistemas de mediaciones heredados, incluyendo los medios (Igarza, 2011, pp. 96)”.

El tiempo en que el relato de los medios de comunicación se construía sobre un mensaje unívoco y vertical está terminando, plantea el mismo autor. “El mundo de la interactividad llegó para quedarse. Los nuevos medios apenas han



comenzado a mostrar lo que pueden ofrecer si lo que se pretende es un estadio superior de participación democrática. Si se trata de ingresar en una etapa superadora, los Medios Sociales no son la solución, pero es muy probable que sean parte de ella (Igarza, op. cit, pp. 98)".

Paulatinamente, los medios se han ido abriendo a permitir espacios permanentes de participación, más allá de los espacios tradicionales al estilo de "Cartas al director" que publicaban los diarios, las que nunca han dejado de ser una participación acotada de los lectores, filtrada según los criterios editoriales de lo que es apropiado publicar y que no.

En su libro "Democracia en América" Alexis de Tocqueville identificaba dos mecanismos que permitían establecer un debate abierto en la sociedad civil. Estos eran el *meeting hall* (especie de asambleas que nacieron en EE.UU., donde toda la comunidad es convocada para debatir un tema) y los periódicos. Plantea Itai Himelboim (2010), al respecto que "los foros políticos online, donde la información y las ideas pueden ser compartidos, discutidos y debatidos, pueden ser considerados versiones informales de los *meeting hall*". Se parecen más a estos, y no a los periódicos, en que aquí el debate ocurre sin que exista alguien que decida que opiniones son más respetables o quienes pueden o no participar.

Se identifican cuatro etapas en la participación ciudadana en los sitios de noticias. “La tercera se da desde 2006 aproximadamente, cuando los medios absorben tres opciones interactivas ‘nuevas’: los blogs, los comentarios debajo de cada noticia y los canales de reporterismo ciudadano. Este cambio es notable para el periodismo porque el usuario común se comienza a mezclar con los periodistas en la construcción de la actualidad. Los lectores se vuelven más visibles y todo esto genera también un sinnúmero de problemas, despierta muchos abusos, muchas críticas y mucha resistencia en las redacciones (Rost, 2011, pp. 105)”.

La participación en 2013 va desde las opiniones en los blogs u otros espacios que pasan por el filtro de un moderador hasta los modelos que permiten a cualquiera postear su opinión en noticias, reportajes o comentarios de blogueros, ejerciendo el sitio web poco o nulo control sobre los comentarios que se agregan a la noticia original.

Aunque un medio no permita que sus notas se incorporen las opiniones de las personas, como lo hace BBC Mundo (al menos hasta octubre de 2013), los usuarios ya están manifestando su opinión al compartir en redes sociales ciertas informaciones y otras no.

“Actualmente existe una participación de la gente que es parte de la oferta de los medios”, sentencia al respecto Sebastián Campaña.

En torno a los medios digitales se crean comunidades de personas que interactúan con sus contenidos. Una gran cantidad de estudios ha examinado el sentido de pertenencia que es generado precisamente a través de esta interacción virtual. Uno de estos es el de Blanchard (2004) sobre el sentido de comunidad entre quienes participan posteando comentarios en el proyecto Julie/Julia, ligado a la idea de una estudiante de cocinar todos los días, por espacio de un año, las recetas de su chef preferida.

Stavrositu & Sundar (2008), por ejemplo, demostraron que mientras mayor es el número de comentarios que aparecen en un blog, más intenso es el sentido de comunidad que sienten los participantes del mismo. Kennedy (2008) también sugiere que internet está explorando un nuevo tipo de comunidad y argumenta que los foros de discusión y comentarios realizados por sus participantes pueden aumentar la lectura que los usuarios hagan del medio, ya que satisface la necesidad que tienen por sentirse parte de una comunidad y los motiva a seguir participando de la misma.

Algunos estudios plantean que una de las principales variables que incide en la decisión de informarse *online* es el grado de interactividad que presentan los

sitios web, característica que no sólo determina cómo se exhibe la información sino también el tipo y perfil del usuario que accede a ésta. Así lo ha señalado Shyami Sundar (2013, traducción propia), autor que también señala que el nivel de interactividad de un sitio web influencia positivamente la percepción de la reputación de esta organización<sup>8</sup>.

En un reciente estudio, Himelboim (2011) planteó que debe tomarse en cuenta que las discusiones políticas son fundamentales para la sociedad civil y los foros en línea albergan conversaciones libres y abiertas sobre estas materias (citado por Reader, 2012, traducción propia).

Una investigación de Chung & Yoo (2008, traducción propia) a su vez, coincidió con estudios anteriores en demostrar que las tres principales razones de las personas para visitar diarios en línea era la búsqueda de información, la sociabilización y la entretención. Sin embargo, para estos autores la búsqueda de sociabilización era una motivación menor que las otras dos en el uso de internet. Detectaron además un uso desigual de los espacios de participación *online* y postularon que los hombres y los usuarios que más manejo tienen de internet y de sus herramientas eran usuarios más frecuente de estos espacios<sup>9</sup>.

---

<sup>8</sup> Señala que *“Results indicate that the level of Web site interactivity positively influenced participants' perceptions of the organization's reputation, with liking and involvement fully mediating this relationship”*.

<sup>9</sup> La cita original es *“Gender and Internet efficacy were two other predictors that were consistently significant throughout all regression analyses. Results suggest that men are more likely to use interactive*

Esta participación de los lectores de los sitios web tiene un nuevo modelo que es el de las cajas de comentarios ligadas a redes sociales. Estas permiten sumar opiniones a las noticias que leen las personas sin pasar por el filtro de un moderador y simplemente requieren una cuenta Facebook, u de otra red social, para que las personas ingresen. Aunque veremos con mayor detalle la experiencia de La Segunda Online en este formato, en el capítulo próximo, vamos a examinar ahora algunos cambios que ha traído este nuevo espacio de opinión.

Uno de los aspectos más controvertidos de este nuevo espacio de comentarios es que permite un grado de anonimato inexistente en el pasado, ya que se convirtió en tradición que los periódicos publicaran sólo cartas firmadas por una persona conocida o cuya identidad era objeto de verificación. Con la llegada de los blogs y luego de los comentarios vía redes sociales, nació todo un universo de comentaristas que usa nombre inventados o seudónimos. En paralelo, los posts de muchos usuarios de estos espacios de opinión se caracterizan por ser rudos, en ocasiones groseros y a veces francamente odiosos. El conocimiento, la retórica elegante y la ironía que solían ser las armas de quienes enviaban cartas a los periódicos han sido reemplazados por formas más directas de atacar las opiniones ajenas. Un cambio que a muchos les resulta difícil de soportar, incluidos los periodistas.

---

*features than women, and those who considered themselves to have adept Internet skills are also more likely to use various interactive features”.*

Una encuesta entre periodistas en Estados Unidos mostró que aunque estos respaldan la posibilidad de las personas para comentar en sus propias noticias, resienten el exceso de libertad y falta de moderación en relación en los sitios de noticias (Nielen, 2012, pp. 86). Muchos reporteros prefieren no mirar lo que las personas comentan sobre sus propias notas porque no les gusta el curso que pueden tomar esos debates. De hecho, sólo el 36% de los periodistas señala que lee estos comentarios, con frecuencia o habitualmente. Y no es porque lo consideren una pérdida de tiempo. Resienten el hecho que independientemente del tema que traten las noticias la discusión termina centrándose en los temas contingentes del minuto y no en lo que ellos escribieron. Tampoco les gusta el despliegue de odiosidad extrema, reflejada en ataques racistas o misóginos, y el que esta odiosidad ataca muchas veces a sus entrevistados y/o fuentes noticiosas.

Algunos periódicos online han justificado su decisión de prohibir los comentarios anónimos ya que los asocian al exceso de crudeza, insultos y fanatismo que son parte de algunas opiniones que ingresan a estos espacios de comentarios. En este sentido, es ilustrativo el juicio del columnista del Boston Globe, Jesse Singal, quien al argumentar que estos comentarios pueden ser odiosos, pero eliminarlos puede ser un error, describe un problema que plantean este tipo de interacción en los sitios: “Los anónimos lanzadores de ataques escupen veneno odioso, que en parte es racista, mientras que aquellos que quieren participar de

un debate significativo ven sus contribuciones ahogadas en un mar de basura (Singal, 2010, traducción propia)<sup>10</sup>.

Un reciente estudio sobre lo que se entiende por una buena actitud cívica cuando se comentan noticias en línea muestra que hay un mundo de diferencia cuando se contrasta la visión de los periodistas con la de las personas que hacen uso de estos espacios de comentarios. Señala su autor (Reader, 2012) que los nuevos foros de comentarios de noticias en línea han extendido enormemente “el mercado de ideas”. “Los foros tradicionales eran fuertemente dirigidos. Los editores seleccionaban cartas al editor para publicar, y en ocasiones editaban las seleccionadas por extensión y gramática. Como resultado de esto, las cartas al editor publicadas llegaron a ser productos del censor periodístico, y los foros resultantes fueron más el reflejo de lo que los periodistas querían que lo que el público escritor deseaba”, señala este autor.

El trabajo de Reader se centra en investigar lo que sucede con las personas que suben comentarios con seudónimos y postula que mientras los periodistas ven como algo negativo el que algunas personas usen *nicknames* para postear sus comentarios, los usuarios tienen otro punto de vista. Para recoger el punto de vista de los medios, se tomó una serie de artículos que hablaban sobre el tema (incluido el mencionado de Jesse Singal en Boston Globe) y se

---

<sup>10</sup> Señala este autor: “*Anonymous flame throwers spew hateful vitriol, some of it racist, while those who wish to participate in meaningful debate see their contributions drowned in a sea of trash*”.

desmenuzó sus argumentos, mientras que para conocer la opinión de las personas que comentan noticias se sintetizaron las respuestas enviadas a estos mismos artículos. La mayoría de las opiniones en relación al tema (el 71%) se opuso a prohibir el anonimato en los foros, el 17% respaldó la prohibición y un 12% planteó posturas intermedias.

Hubo una mayoría de personas que se manifestó en contra de que sean los mismos medios los que prohíban a determinados usuarios y se planteó, por el contrario, que se debería empoderar a los comentaristas para que ellos mismos sancionen los comentarios inapropiados. Una idea fuerte detrás de esta defensa del anonimato es que éste permite a las personas decir la verdad a poderosas instituciones (incluidos los medios de comunicación). Otra segunda razón de los usuarios para defender el empleo de seudónimos es que usar nombres reales al comentar puede crearles serios problemas. Muchos expresaron su temor a ser víctimas de robo de identidad, acoso por redes, email o teléfono, e incluso asaltos violentos. Un tercer punto no es menos interesante: el anonimato es percibido como libertad.

“Unos pocos comentarios que apoyan la prohibición del anonimato sugerían que hacerlo presionaría a los opinantes a ‘pensar más cuidadosamente’ o a ‘mostrar algún control’ en sus escritos, mientras que aquellos que expresaron opiniones opuestas (a la prohibición) o negociadas a menudo sugirieron que el



valor de los comentarios anónimos era animar a las personas a expresarse libremente (Reader, 2010, traducción propia)<sup>11</sup>”.

En junio de 2010 una columna en el periódico Buffalo News anunciando su próxima prohibición de los comentarios anónimos generó 641 comentarios, seis meses después otra columna de un editor que celebró el éxito de la prohibición sólo tuvo 12 comentarios<sup>12</sup>. Uno de ellos planteó: “Artículos que tendrían cientos de comentarios ahora no tienen ninguno... Este sitio ahora es ABURRIDO<sup>13</sup>”.

Para Bill Reader lo ocurrido en este periódico ilustra una diferencia entre el criterio periodístico y el del público: “Cuando se trata del *feedback* de la audiencia, muchos periodistas preferirían la calidad por sobre la cantidad, pero muchos de quienes usan estos foros parecen dispuestos a tolerar escritura de bajo nivel y veneno si esto estimula la participación de un público mayor (Reader, 2012, traducción propia)<sup>14</sup>. Y es que las noticias o los blogs que tienen muchas opiniones parecen atraer a más comentaristas, los que muchas

---

<sup>11</sup> La cita plantea: “A few comments supporting a ban on anonymity suggested that doing so would restrict posters to “think more carefully” or “show some restraint” in their writings, while those suggesting negotiated or oppositional opinions often suggested that the value of anonymous commenting was that it encouraged people to speak their minds freely”.

<sup>12</sup> La columna de Margaret Sullivan puede verse en <<http://www.buffalonews.com/editorial-page/columns/margaret-sullivan/article306128.ece>>

<sup>13</sup> Comentario de Peter Zummo al artículo del Boston Globe. [en línea] <<http://www.buffalonews.com/editorial-page/columns/margaret-sullivan/article306128.ece>>

<sup>14</sup> La frase original de Reader es “(...) when it comes to audience feedback, many journalists may prefer quality over quantity, but many of those who use such forums seem willing to tolerate substandard writing and vitriol if it encourages broader public participation”.

veces discuten materias distintas a las que inicialmente atrajeron a los primeros usuarios.

El director del departamento de Comunicaciones de la Universidad de Georgia, Itai Himelboim, estudió las implicancias para la sociedad civil de estas interacciones no moderadas. Sus conclusiones fueron de dulce y agraz.

Revisando los comentarios de más de 207 mil personas a lo largo de seis años (más de 8 millones de comentarios) en 35 grupos de discusión en línea postuló que si bien la tecnología de internet entrega la posibilidad a muchísimas personas de debatir casi cualquier tema con un enorme auditorio y con la ventaja de que mientras mayor es el número de participantes crecen las posibilidades de recibir respuesta a lo expresado, lo que es un indicador de equidad, aparecen en esta interacción también limitaciones importantes.

Señala esta investigación que la distribución de las réplicas –otro indicador de equidad- se sesgaba en función del tiempo y temas de discusión. “Para la mayoría de los participantes es improbable convocar a una discusión en relación a los temas de su interés. El contenido que llevan aquellos que atraen porciones desproporcionadas de la discusión tiende a estar sesgado hacia los contenidos que existen en los medios de comunicación tradicionales (Himelboim, 2010)”.

En resumen, esta característica tan propia del periodismo web que es la capacidad de interactuar con la noticia, que se expresa más recientemente en las cajas de comentarios de las redes sociales, es una herramienta que puede empoderar a la sociedad civil, pero también es un modelo nuevo que desafía a los medios de comunicación con esta participación que nos descoloca con su estilo rudo, deslenguado y descreído que no se parece a las antiguas formas de participación de los lectores de noticias.

#### **2.4. El caso de La Segunda: incorporación de una caja de comentarios**

¿Qué es la arquitectura de la información? Se define como “el arte y la ciencia de organizar espacios de información con el fin de ayudar a los usuarios a satisfacer sus necesidades de información (Toub, 2000)”. Dicho en una forma más utilitaria “es diseñar, estructurar los contenidos de una página web para que sean utilizados eficazmente por el usuario (Cajun, 2008)”.

Incorporar a las noticias de un sitio web informativo, una estructura como la caja de comentarios, representa un salto cualitativo en su arquitectura noticiosa, ya que permite un consumo distinto del mismo, uno más participativo y, probablemente, emocional, en el cual las formalidades del periodismo tradicional se ven contrastadas con un despliegue de opiniones y de

sentimientos que suelen estar ausentes, al menos en apariencia, en las crónicas periodísticas.

La caja de comentarios que se usa en La Segunda Online, al igual que la que emplea Emol, corresponde a un desarrollo tecnológico de Facebook, el cual permite agregar comentarios a través de esta red social, y que simplemente se agrega aquí a la estructura ya existente. Adicionalmente, quienes no tienen cuenta en Facebook pueden opinar usando Yahoo, Hotmail o AOL, pero no desde otras redes sociales.

Francisco Lira, gerente de desarrollos periodísticos de El Mercurio, señala que la caja de comentarios genera “más identificación con el medio. Como usuario puedes ir a diez sitios o más en busca de noticias y en todos ellos vas a ver más o menos las mismas informaciones. En cambio, donde puedes comentar las noticias hay una comunidad de la que tú eres parte y en la cual puedes opinar<sup>15</sup>”.

Emol fue pionero en incorporar una caja de comentarios como la que posee La Segunda y luego incorporó una mediación de los comentarios que no posee el sitio estudiado. Esta caja se incorporó en octubre de 2010 y significó un aumento de tráfico y un nivel altísimo de participación. “A Emol le agrega una

---

<sup>15</sup> Entrevista a Francisco Lira puede verse en Anexos.

instancia de participación de la que carecía y que le da más valor a nuestro sitio. Este espacio de libertad de expresión es muy valorado y por lo mismo hay que tener bastante cuidado al tomar la decisión de bloquear un comentario, pero se debe hacer cuando algunas personas se dedican solamente a insultar a otros”, sostiene Campaña, editor de Emol.

El que se trate de una caja de comentarios de Facebook conlleva ciertas particularidades de esta red social, la que se caracteriza porque sus usuarios incorporan como amigos a personas que previamente conocieron *offline*. Aunque algunos estudios apuntaban a asumir que ciertas personalidades eran más afines que otras al uso de Facebook, un estudio de académicos de la Universidad de Windsor, en Canadá, desestimó esta tesis. Señaló, en su lugar, que “podría ser que factores emocionales como el deseo de comunicación, la búsqueda de apoyo social y de entretenimiento pueden ser más útiles en entender el uso de Facebook que los (elementos) que nosotros elegimos<sup>16</sup>” (Ross, 2009, pp. 578, traducción propia).

El intercambio de información parece ser una de las principales motivaciones para usar Facebook, por lo que al adoptar su caja de comentarios algunos medios de comunicación logran que el Muro de muchos usuarios también

---

<sup>16</sup> El texto original dice: *“It may also be that motivational factors such as desire for communication, seeking of social support and entertainment value may be more useful in understanding Facebook use than the ones we selected. These motivating factors appear to be independent of the Five-Factor approach to personality, yet are likely influential in the decision to use forms of CMC such as Facebook”.*

presente informaciones extraídas de estos periódicos o medios *online*. En un estudio comparativo entre Facebook y los mensajes de texto, se planteó una diferencia entre ambas formas de comunicarse con los más cercanos: “Facebook permite grandes volúmenes e intercambios en el cual cada intercambio es más corto y menos involucrado y por tanto más fácil de manejar. Por sobre todo, podemos concluir que la sociabilidad es una gratificación central obtenida en ambas formas de comunicación social<sup>17</sup>” (Quan-Haase, 2010, traducción propia).

La imagen que puede verse en la siguiente página muestra cómo se despliegue una noticia en La Segunda Online. A la información misma, que aquí se acompaña de una fotografía, se le suman elementos como noticias relacionadas (llamadas + Noticias), noticias más leídas, una caja de Facebook con sugerencias de otras informaciones que compartir y, debajo de la noticia misma, la caja de comentarios. (Nota: la noticia real está cortada para que pueda verse en una sola página y en la imagen misma faltan algunos elementos mencionados).

---

<sup>17</sup> La cita postula: *“Facebook supports larger volumes of exchanges with each exchange being much shorter and less involved and therefore easier to manage. Overall, we can conclude that sociability is a central gratification obtained from both forms of social media”*.

# Imagen 1. Caja de comentarios de Facebook inserta en La Segunda Online

**La Segunda online**  
jueves, 09 de mayo de 2013

INICIO ACTUALIDAD **POLÍTICA** ECONOMÍA ESPECTÁCULOS DEPORTES BUENA VIDA CONTACTO  
BLOGS REDACCIÓN THINK TANKS DEBATE DE IDEAS SOLIDARIDAD S.A. CINE, TV Y CULTURA DEPORTES

Compartir |   

## POLÍTICA

### Longueira prepara libro de campaña con su «relato»: Contará sus 30 años de vida política

Texto, que se titulará «Por un Chile más justo», recogerá la experiencia del candidato UDI desde su trabajo en poblaciones, hasta su paso por el ministerio de Economía y sus principales proyectos.

POR: LA SEGUNDA jueves, 09 de mayo de 2013



Un libro de unas 60 páginas, donde recogerá toda su experiencia política en los últimos 30 años, prepara el ex ministro y ahora candidato presidencial de la UDI, **Pablo Longueira**. El texto, que se titulará «Por un Chile más justo», pretende ser el relato que quiere transmitir el ex senador durante la campaña, donde el abanderado del gremialismo espera imponerse sobre su contendido de RN, **Andrés Allamand**. De hecho, está pensado que **salga a la luz antes de las elecciones presidenciales de noviembre, y no para la primaria del 30 de junio**.

La idea es que el libro recoja las ideas con que el abanderado UDI pretende enfrentarse con la ex Presidenta Michelle Bachelet en la primera vuelta, confrontando su posición, sobre todo, con el eje de la «desigualdad» instalado por la campaña opositora.

emprendimiento en Rancagua y la Araucanía, pero su idea -antes de dejar el ministerio- era levantar 100 centros en distintas comunas del país, donde se asese a emprendedores en el ámbito financiero y capacitación. El costo de este programa es de \$ 100 millones por cada centro.

 Twittear 0
  +1 0
  Share 36

Comentarios públicos · Vista del moderador Configuración

12 comentarios ▾

Añade un comentario...

Publicar en Facebook Publicar como Juan Carlos González (Cambiar) **Comentar**

 **Daniel Mallea Flores** · ★ Mejor comentarista · Escuela de aplicacion

Bien, por fin va ha dar a conocer el paradero de los detenidos desaparecidos, de su tata siendo este su regalón, o talvez nos dirá como manipulo las cifras del INE, CENSO, ENCUESTA DE LA CEPAL, o como era que iba a bajar la tasa de interés máxima, o como a engrupido a la gente pobre con su discurso del país de maravillas en el que estamos viviendo, o como engrupio con la ley de pesca para 7 Familias a perpetuidad.

 3 · Me gusta · Responder · Moderar ▾ · Seguir esta publicación · Hace aproximadamente una hora

 **Roberto Cerda Silva** · ★ Mejor comentarista · Universidad Técnica Federico Santa María

Va a contar como se sacaba los mocos mientras en Chile asesinaban gente.

 3 · Me gusta · Responder · Moderar ▾ · Seguir esta publicación · Hace 35 minutos

 **Roberto Cerda Silva** · ★ Mejor comentarista · Universidad Técnica Federico Santa María

30 años de complice.

 3 · Me gusta · Responder · Moderar ▾ · Seguir esta publicación · Hace aproximadamente una hora

 **Rodolfo Edgardo Gonzalez Cordero** · ★ Mejor comentarista

A fines de 1975, se realiza en Santiago un pacto criminal entre los gobiernos de Argentina, Brasil, Bolivia, Chile, Uruguay y Paraguay, donde asiste el agente de la DINA, Manuel Contreras. Se planea entonces la cooperación internacional, al estilo de Interpol, para perseguir y exterminar a la disidencia política "subversiva" del Cono Sur.

**+ LEÍDAS**

- 1 Presidente de Asociación de Bancos: "La banca jamás ha abusado de los clientes"
- 2 Marido de Rubilar: "Si RN no lleva a Karla me encargaré de que no tengan ningún voto"
- 3 Ariel Castro fue acusado de violación y secuestro ante la Justicia. Fijan fianza de 8 millones de dólares
- 4 Encuentran muestra de sangre de lactante sacrificado por secta de Colliguay
- 5 Investigan robo desde la Dirección de Grandes Contribuyentes del SII

 **Golborne socializa su interés de ser candidato a senador por Santiago Poniente**  
262 personas recomiendan esto.

 **Investigan robo desde la Dirección de Grandes Contribuyentes del SII**  
Javier Galaz Barraza recomienda esto.

 **Presidente de Asociación de Bancos: "La banca jamás ha abusado de los clientes"**  
384 personas recomiendan esto.

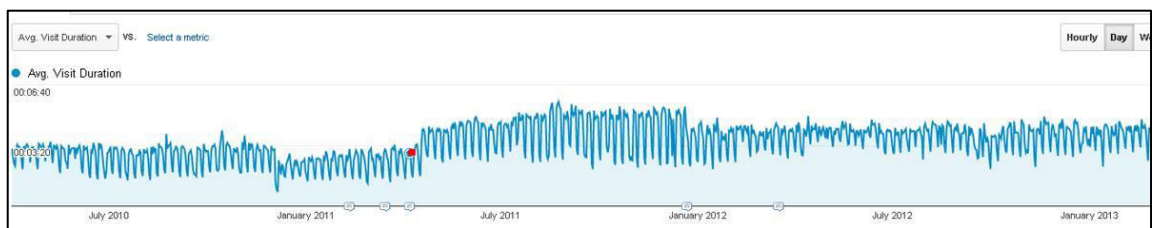
 Plug-in social de Facebook

TWITTER: SALIR

Comenta usando @La\_Segunda, #Actualidad\_nacional

Confirmando la importancia de la interactividad en el consumo de periodismo web, el sitio de La Segunda también subió su tiempo promedio de lectura web a partir de la incorporación de este espacio para comentarios.

### Gráfico 3. Efecto de incorporación caja de comentarios en tráfico de LSO



Fuente: Web Analytics (El Mercurio)

El gráfico previo muestra el efecto en el tiempo de navegación promedio en el sitio La Segunda Online luego de que el 7 de abril del 2011 se sumara una caja de comentarios Facebook a las noticias. El punto rojo marca el día en que se incorporó este desarrollo. Si hasta entonces, el tiempo de permanencia era de 2 minutos 52 segundos en promedio, tras la incorporación de la caja rápidamente subió sobre los 5 minutos. Luego de una fuerte alza, la decisión, días después, de sacar los comentarios que se generaban en las noticias de Emol que se pueden ver en La Segunda Online motivó un descenso en el tiempo promedio de permanencia el cual bajó de los 5 minutos. Sin embargo, la nueva realidad de las cajas de comentarios mantuvo desde entonces mayores tiempos promedio de permanencia en el sitio. A mediados de mayo de 2013, siempre



según cifras de Web Analytics<sup>18</sup>, el promedio de permanencia de un usuario del sitio era de 4 minutos 21 segundos. En octubre del mismo año, el promedio era de 4 minutos 24 segundos.

La importancia que le otorga el diario La Segunda, y por extensión su sitio web, a los temas políticos explica el que las noticias de este ámbito sean las que en promedio generan más comentarios y debate en esta caja de comentarios. Por el contrario, la mayoría de las notas de espectáculos o deportes, por mucho tráfico que generen, no generan el número de comentarios que gatillan aquellas que involucren a los líderes de la política nacional.

En síntesis, los espacios de comentarios tienen pocos años de vida en Chile, pero ya son parte del despliegue de las noticias que hacen la mayoría de los sitios informativos nacionales. Aunque el mayor tiempo de permanencia en el sitio por parte de los usuarios no implica necesariamente una valoración positiva de estas cajas de comentarios, al menos confirma de que los comentarios que se agregan en ellas están siendo vistos y aumentando considerablemente el tráfico de los mismos. Por lo mismo, es importante ver cómo los usuarios están usando y valorando estos nuevos espacios para comentar las noticias.

---

<sup>18</sup> Empresa que registra el tráfico en internet de los sitios de El Mercurio S.A.P.

## **2.5. La Segunda Online, una extensión del diario La Segunda**

Los diarios de mayor prestigio y circulación del mundo también cosechan seguidores y popularidad en sus sitios web (Marcos J.A., 2003, pp. 267). Pasa en Estados Unidos con USA Today y The New York Times, en España con El Mundo y El País y en Chile con El Mercurio y La Tercera. Además, estos medios fueron de los primeros en sus respectivos países en contar con subir sus contenidos a la red lo que les dio ventaja frente a quienes se incorporaron en forma posterior a internet.

El sitio web La Segunda Online ([www.lasegunda.com](http://www.lasegunda.com)) comenzó a existir en septiembre de 2001 como una forma de que el diario La Segunda (fundado en 1931) tuviera presencia independiente en internet. Antes de esa fecha, Emol, el sitio *online* del diario El Mercurio, era quien administraba desde la contratación de periodistas hasta el contenido noticioso de ese medio en la red.

Desde el año 2001, ha variado la política de la empresa El Mercurio S.A.P., propietaria de la marca La Segunda, en relación al funcionamiento y contenido de su sitio web, pero hay ciertos aspectos que, a octubre de 2013, se mantienen. Entre ellas, su horario de funcionamiento, como portal noticioso con contenido que se renueva, de lunes a viernes, de 8 a 18 horas.

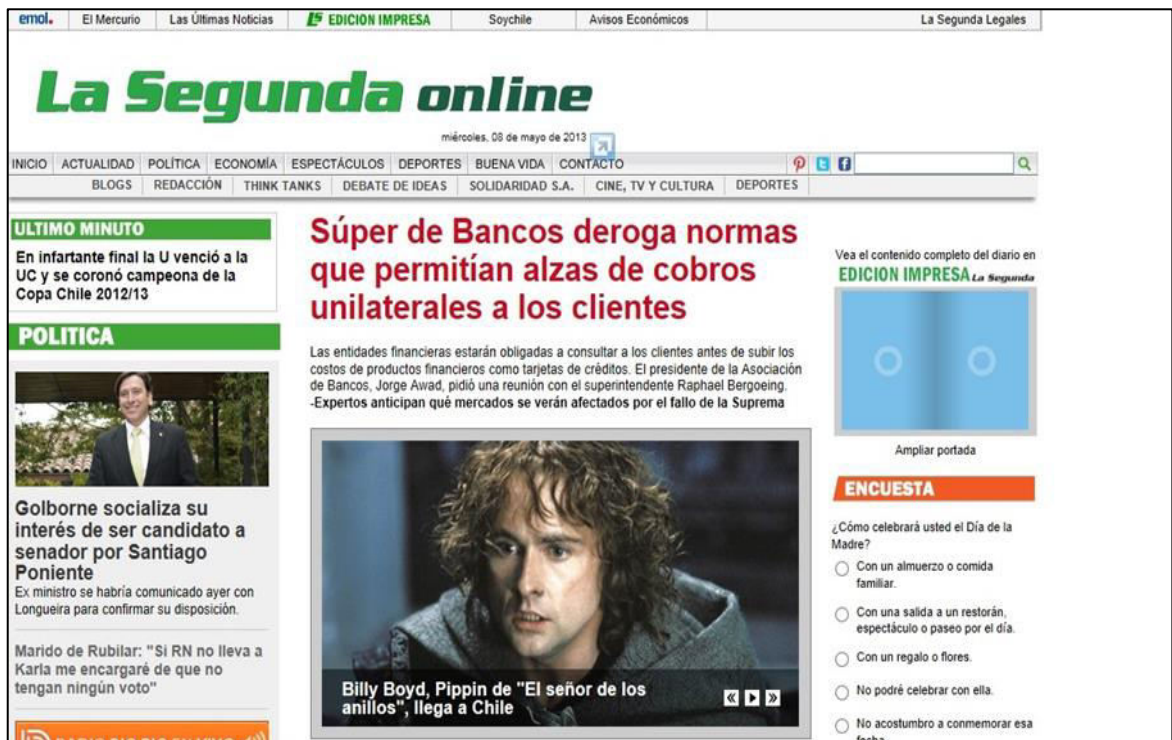
En las mañanas y tardes, se alimenta este portal con contenidos noticiosos que tienen su origen en fuentes como radios, canales de televisión y agencias noticiosas internacionales y nacionales. También recibe contenidos de parte de los periodistas de la edición impresa de La Segunda. Sin embargo, sólo a partir de las 18 horas se suben al sitio los contenidos más propios del diario, entendiéndose por tales las entrevistas, los reportajes y las noticias exclusivas, que hasta esa hora sólo están disponibles para los lectores de la edición impresa o suscriptores de la misma, quienes tienen libre acceso a su edición de papel digital ([www.la2da.cl](http://www.la2da.cl)), conocida como La Segunda Digital, a partir de las 14 horas, de lunes a viernes.

Imagen 2. La Segunda Online en noviembre de 2010.



La imagen anterior muestra el diseño del Home de La Segunda Online previo a su rediseño de diciembre de 2010. El título principal del sitio es de color rojo al igual que el del diario. Este aspecto se mantiene en el nuevo diseño, el cual puede verse a continuación.

**Imagen 3. Portada de La Segunda Online en mayo de 2013**



A partir del nacimiento, el 14 de abril de 2012, de la edición de La Segunda Sábado, la cual se distribuye como matutino en todo el país, el sitio web también comenzó a subir contenidos del diario durante ese día. Hoy, el portal sube contenidos a internet los sábados entre las 9 y 15 horas. Se trata, en su

totalidad, de los contenidos más destacados de La Segunda Sábado. A partir de las 14 horas la totalidad de este contenido, en formato PDF, está disponible para todos los lectores.

Sólo cuando hay noticias de alto impacto (por ejemplo, el terremoto del 27 de febrero de 2010 o el accidente del avión Casa 212 en el archipiélago de Juan Fernández en 2011), La Segunda Online funciona en un horario más extendido, similar al de medios noticiosos digitales con una cobertura horaria mayor.

El tráfico actual del sitio, medido por Web Analytics, promedió en mayo de 2013 117.366 visitantes únicos de lunes a viernes y los sábados 48.428. El igual mes, el total de visitantes únicos fue de 1.415.548. Medido en número de sesiones, La Segunda Online, tuvo 3.740.072 sesiones en abril de 2013.

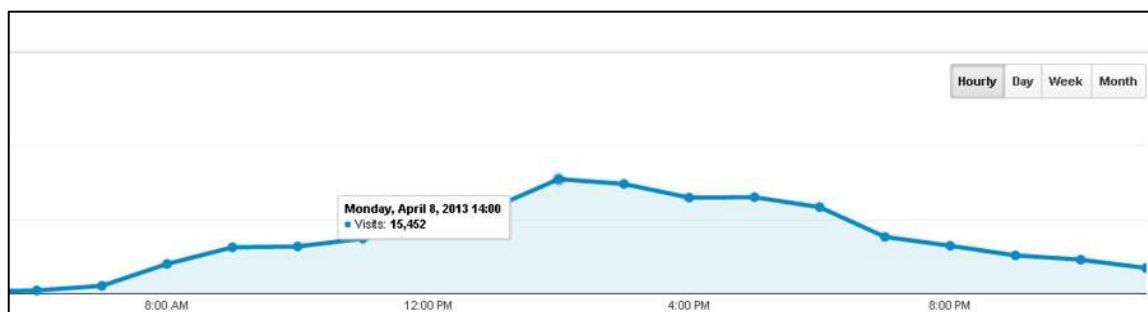
El tráfico de este sitio tiene ciertas particularidades, las que están influidas por su característica de ser depositario de los contenidos de un diario vespertino. Su mayor audiencia está a las 14 horas, lo que coincide con la hora en que se sube el contenido del diario a papel digital y éste está disponible para los suscriptores. Luego de las 19 horas su tráfico disminuye.

Del total de quienes ingresan al sitio, en abril de 2013, el 13,5% corresponden a quienes entran por teléfonos o tabletas. De ellos un 80% lo hacen vía teléfonos

inteligentes y un 20% desde tablets, en su mayoría iPad, que a la fecha era el más usado en el país.

Bastante menor es el tráfico de La Segunda Digital: durante mayo de 2013 su promedio de tráfico diario fue de 15.614 visitantes únicos, medido entre lunes a viernes, y de 8.244 los sábados. Aquí no hay posibilidad de actualizar los contenidos, ni de comentar las noticias. Se trata sólo de un PDF de cada página de La Segunda que puede verse en el computador.

**Gráfico 4. Tráfico de La Segunda Online, durante un día de la semana**



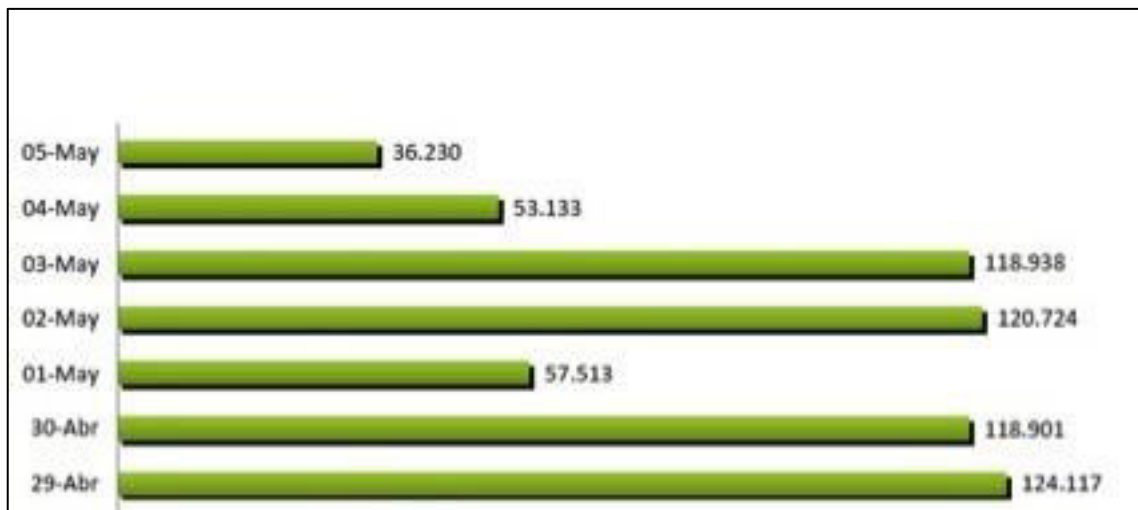
**Fuente: Google Analytics**

Este gráfico muestra el comportamiento de la audiencia de La Segunda Online durante el lunes 8 de abril de 2013, y es representativa del volumen de tráfico de un día hábil. La hora de mayor audiencia es las 14 horas (con 15.452 visitantes únicos). A partir de entonces el número de visitas disminuye levemente para descender en forma más acentuada luego de las 19 horas.

No existe una coordinación periodística mayor entre el diario y su sitio web. Se trata de dos equipos distintos, que trabajan en paralelo, por lo cual muchas veces desarrollan crónicas diferentes de un mismo hecho noticioso. Esto porque al ser La Segunda Online un sitio que incorpora las noticias del día no puede esperar que esté escrita la crónica correspondiente que irá en el diario ya que ésta tiene un horario de cierre distinto. Además, los hechos que ocurren a partir del mediodía no son cubiertos por el equipo del diario para su inmediata publicación en papel. A esa hora, ya se está pensando y trabajando en el diario del día siguiente.

### Gráfico 5. Tráfico semanal de La Segunda Online

(Número de visitantes únicos de [www.lasegunda.com](http://www.lasegunda.com))



Fuente: Google Analytics.

Como puede verse en el gráfico anterior, que cuantifica el número de visitantes únicos que navegó en La Segunda Online en los primeros días de mayo de 2013, los días hábiles representan buenas cifras de tráfico para este sitio, no así los días feriados (el 1 de mayo, en este ejemplo) y los sábados y domingos (4 y 5 de mayo en este gráfico). Cabe destacar que los días hábiles se actualiza constantemente el portal y se agregan noticias distintas a las que se escriben para el diario La Segunda.

Desde el punto de vista comercial, a partir de marzo de 2012 la publicidad de La Segunda Online se vende en forma independiente a Emol. Antes de esa fecha, los mismos vendedores de Emol ofrecían los banners y espacios publicitarios de La Segunda Online. Se vende como un sitio de nicho, considerando que una parte importante de quienes navegan son profesionales de ingresos medios y altos, y cuenta con avisaje principalmente de marcas de automóviles (Mercedes Benz, Nissan y Audi), bancos, planes de magíster de universidades (U. de Chile, U. del Desarrollo y U. Adolfo Ibáñez) y venta de propiedades en Santiago Oriente (Aconcagua).

En relación al peso que tienen las distintas edades en La Segunda Online, se dispone de los datos que entrega la base de datos de los panelistas de El Mercurio, ya que Emol y otros sitios de la empresa El Mercurio piden a los usuarios registrar algunos datos personales, lo que permite conocer más sobre



los usuarios. De lunes a viernes, se registran en el sitio entre 25 y 30 mil sesiones diarias de personas que son parte de este panel, lo que constituye alrededor del 18% del total de usuarios que navegan en La Segunda Online. Esto permite conocer los rangos de edades de quienes son parte de este registro: alrededor del 33% tienen más de 55 años, y sobre el 58% más de 45.

**Gráfico 6. Edad de los usuarios registrados de La Segunda Online**

Custom Variable (Value 02)	Visits	Visits
1. ■ 55-100	2,309,158	33.06%
2. ■ 45-54	1,766,602	25.29%
3. ■ 33-44	1,634,435	23.40%
4. ■ 25-32	682,741	9.78%
5. ■ 0-0	270,785	3.88%
6. ■ 18-24	194,900	2.79%
7. ■ 1-17	73,661	1.05%

**Fuente: Web Analytics (El Mercurio)**

El gráfico anterior además de graficar la importancia de los adultos mayores entre quienes navegan en La Segunda Online también muestra que la atención hoy está puesta en los grupos de menor edad, por lo que la estadística es más gruesa en relación con lo que ocurre a partir de los 55 años.

## **2.6. Adultos mayores en internet y en redes sociales**

Aunque es un lugar común decir que los adultos mayores no usan internet como otros grupos etarios, la realidad está mostrando algo bien distinto. Un reciente artículo del sitio mexicano especializado en publicidad y marketing Merca 2.0 cita algunos datos que ayudan a romper el estereotipo de que las personas de la tercera edad no emplean computadores o no saben navegar por la red.

Según el Cuarto Estudio de Consumo de Medios Online de IAB México (2013), en la actualidad el 80 por ciento de los mexicanos mayores de cincuenta años lee noticias en internet. Otro 80 por ciento utiliza internet para revisar su correo electrónico, el 70 por ciento busca información y el 50 por ciento accede a portales y redes sociales.

Agrega el sitio Merca 2.0, que “aunque la mayoría prefiere una computadora, el 39 por ciento emplea los teléfonos celulares para entrar a internet”.

Estos datos son congruentes con un estudio de Pew Research Center, también citado por Merca2.0, que señala que en 2012 por primera vez más de la mitad de los adultos mayores de 65 años usaba internet en Estados Unidos.

“Para abril de 2012, el 53% de los adultos estadounidenses de 65 o más años usan internet o correo electrónico. A pesar de que estos adultos aún son más reticentes que otros grupos a usar internet, la última información representa la primera vez que la mitad de los *seniors* están yendo a internet. Después de varios años de poco crecimiento entre este grupo, estas ganancias son significativas. En agosto de 2008, el 38% de los adultos de 65 y más años estaban en línea; para agosto de 2011, la participación de *seniors* usando internet o correo electrónico al menos ocasionalmente había subido hasta el 41%. No obstante, para febrero de este año el número de *seniors* conectados había saltado hasta el 48%. En la última encuesta, el 53% dijo que ellos usaban internet o email<sup>19</sup> (Zickuh, 2012, traducción propia)”.

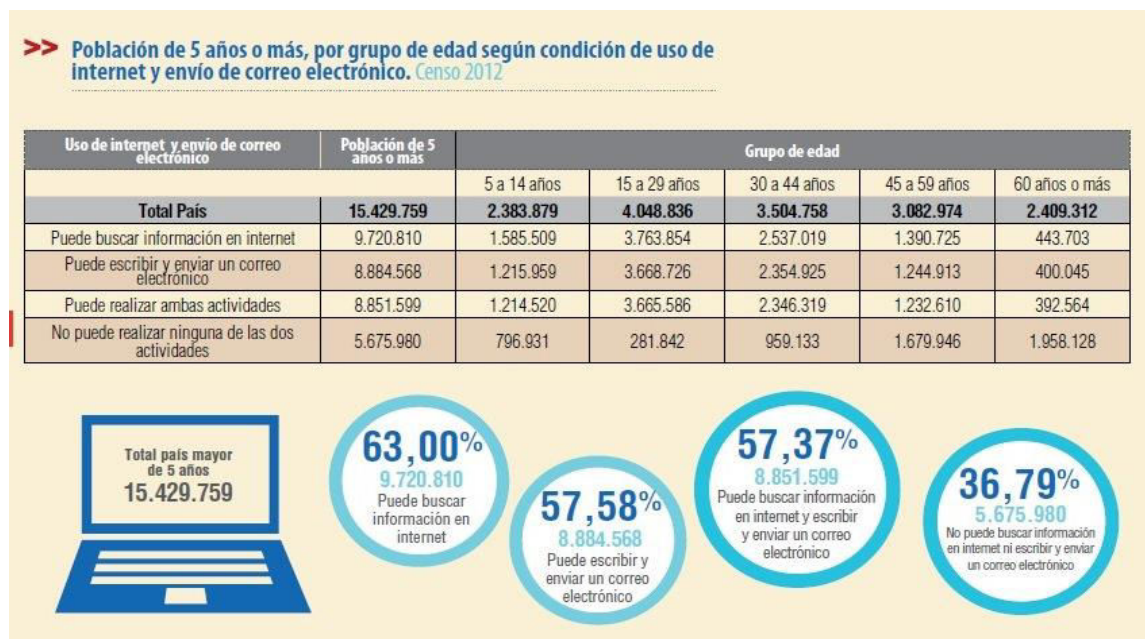
En Chile, la conectividad de este grupo etario todavía parece relativamente pequeña. Al menos según las cifras que entregó el Censo 2012. De una población de mayores de 60 años que se cifra en 2.409.312 una amplia mayoría (1.958.128 individuos, el 81%) declaran que no realiza ninguna de las dos actividades básicas para que una persona se considere usuario de internet. Esto es escribir y enviar un correo electrónico o bien buscar información en internet.

---

<sup>19</sup> El texto original señala: “*After several years of very little growth among this group, these gains are significant. In August of 2008, 38% of adults ages 65 and older were online; by August of 2011, the share of seniors using the internet or email at least occasionally had barely inched up to 41%. However, by February of this year the number of online seniors had bumped up to 48%. In the latest survey, 53% said they used the internet or email.*”.

Los adultos mayores conectados son muy pocos. Sólo un 18,4% señaló que “puede buscar información en internet” y sólo un 16,6% que “puede escribir y enviar un correo electrónico”.

**Gráfico 7. Alcance de internet en Chile, según Censo 2012**



Fuente: Censo de población y vivienda 2012.

El gráfico anterior, correspondiente precisamente al Censo 2012, muestra cifras de conectividad entre adultos mayores tan bajas como las que existían en Estados Unidos una década atrás. Como lo testimonian las cifras de Pew Research, en el país norteamericano la conectividad subió un 12% adicional en este grupo etario en sólo ocho meses. Bien podría ser que un salto similar se viva en Chile en los próximos años.

Hay escasez de información en Chile con respecto a lo que ocurre con los adultos mayores y su relación con internet. La oficina en Chile de IAB Chile, asociada a Interactive Advertising Bureau, la que se especializa en estudios sobre medios digitales y redes sociales en el país, reconoce que no tiene nada en relación a adultos mayores e internet en Chile<sup>20</sup>.

Un dato muy interesante asociado al consumo de internet por adultos mayores en Estados Unidos señala que “a pesar de que la mitad de los adultos de 65 o más años permanece desconectado de internet, una vez en línea, el uso de internet se convierte en un elemento infaltable en la vida diaria para los *seniors*<sup>21</sup> (Zickuhr, op. cit.)”.

Además, una vez convertidos en usuarios su consumo se vuelve casi tan frecuente como el de los grupos etarios más conectados. Un 82% del total de adultos conectados declara usar internet en un día promedio y en el grupo de 65 o más años el porcentaje es de un 70%. Entre los adultos entre 50 a 64 años ese porcentaje sube al 76% (Zickuhr, op. cit).

El consumo de internet tampoco es menos entusiasta que el de los más jóvenes. Esta investigación señala que “una vez que se les dan las

---

<sup>20</sup> Consulta vía email fue hecha a Lilian Denham, gerente de Marketing, el 24 de abril de 2013.

<sup>21</sup> El texto señala: “Although half of adults ages 65 and older remain disconnected from the internet, once online, internet use becomes a fixture un everyday life for seniors”.

herramientas y el entrenamiento necesario para comenzar a usar internet, ellos se convierten en fervorosos usuarios de la tecnología<sup>22</sup>”.

Al respecto, otro estudio muestra el impacto positivo que tiene en las vidas de adultos mayores el aprender a usar computadores que muchas veces tienen en sus casas, pero que muchas veces no saben cómo aprovechar.

Esta investigación entrevistó a adultos mayores que recibieron capacitación para navegar en internet y descubrir cómo aprovechar todas las posibilidades de este medio. Muchas personas expresaron que para ellas aprender estas habilidades era, por primera vez, sentirse parte del mundo actual: “Estoy tan entusiasmada, ahora estoy en el siglo XXI. No puedo esperar a ver qué es lo que viene<sup>23</sup> (Gardner, 2010, traducción propia)”, señaló una mujer que, a los 85 años, por primera vez conocía recursos de internet como Google Earth.

En 2013 no usar internet es propio de quienes fuera de la modernidad. Y eso lo saben y sienten quienes por diversos motivos no tienen conectividad a la red o, cuando la tienen, no saben cómo navegar en ese océano de información. Por eso la definición de las tecnologías de la información como “la indispensable

---

<sup>22</sup> La frase exacta sostiene: “Once they are given the tools and training needed to start using the internet, they become fervent users of the technology”.

<sup>23</sup> La cita original es: “I’m so excited, I’m in the 21st century now. I can’t wait to see what’s next”.

gramática de la vida moderna<sup>24</sup> (Willa, 1999, pp. 10) no requiere mayores explicaciones para las personas de la tercera edad. Ellos saben que se trata de un lenguaje que de no dominarlo los condena al analfabetismo funcional en nuestros días.

“(Internet) es hoy un importante vehículo para diseminar información y accede en la mayor parte de las áreas de la vida diaria incluyendo noticias, actividades educativas y culturales, así como servicios gubernamentales. Es también usada crecientemente dentro del sector salud para información, entrega de servicios, monitoreo casero, comunicación interactiva y apoyo<sup>25</sup> (Gardner, 2010, traducción propia)”.

Desde sus inicios los especialistas en salud mental y envejecimiento han visto en el uso de la red un elemento positivo para la tercera edad. Ya en 2001, psiquiatras argentinos destacaban los aportes que ellos veían en los adultos mayores que usaban internet. Y en esto dicen lo mismo que doce años después siguen indicando diversos estudios como las ventajas que representa internet para los *seniors*.

---

<sup>24</sup> El texto dice: *“Using information technology has been described as nothing less than ‘the indispensable grammar of modern life’”*.

<sup>25</sup> El texto señala: *“(Internet) today it is an important vehicle for information dissemination and access in most areas of daily life including news, educational and cultural activities, and government services. It is also increasingly used within the healthcare arena for information, service delivery, in-home monitoring, interactive communication and support”*.

“¿Qué les aporta (internet)? En primer lugar permite estar y sobre todo sentirse vigentes, viviendo este tiempo que es de todos, dentro de una sociedad que día a día está más informatizada. Les posibilita una comunicación con otros, conocidos o no, en forma casi inmediata y con rápida respuesta. Brinda apertura a un amplio espacio donde se puede recabar información de distinto tipo y/o programas de esparcimiento”, señalan Ruiz y Viguera (2001).

Agregan que la red, además, “facilita el compartir con los nietos un espacio que estos ya manejan con increíble solvencia. En los Mayores dependientes, imposibilitados de deambular, ya sea transitoria o permanentemente, puede ser muchas veces el único elemento de relación con otros. En depresiones o soledad, puede contribuir a una mejor calidad de vida e incluso como forma para ir saliendo de esas situaciones de sufrimiento. Así mismo, deviene un medio de ayuda a través de la telemedicina y en especial de la rápida atención domiciliaria (Ruiz y Viguera, op.cit.)”.

Una investigación realizada en Florida, Estados Unidos, con jubilados reveló que “los adultos mayores bien informados en el uso de la computación están más satisfechos con su vida” (Karavidas, 2005, pp. 697). Según los investigadores, el tener conocimiento sobre computación hace que los adultos mayores sean más independientes, les permite mantener redes sociales y estar informados sobre su salud.



Es decir, en esta materia sigue existiendo amplio consenso sobre las ventajas de internet y, por el contrario, escasos temores a los probables efectos negativos para los adultos mayores. En el trabajo de los psiquiatras antes citados sólo se percibe como probable efecto negativo la “adicción y de aislamiento al que llevaría el uso de este medio. Esto es controlable y en general esto ocurre mucho más en los jóvenes que en los mayores (Ruiz y Viguera, op.cit.)”. A pesar de esta idea, un estudio de Pew & Internet muestra que lejos de aislarse por su uso de las redes, los usuarios de internet “son criaturas altamente sociables, tanto en línea como desconectados de ellas (Rydberg, 2011)”. La investigación mostró que el 80% de los usuarios de internet participan de grupos mientras que de los no usuarios sólo lo hace el 56%.

Para Sebastián Campaña, los adultos mayores son una audiencia más exigente. Les molesta que se escriba mal y reclaman. Son más cuidadosos en que la información no tenga un filtro editorial fuerte y exigen un periodismo de calidad. Todavía se preocupan de la ortografía, de la redacción, de cómo se escribe, aspectos que en las redes sociales muchas veces es algo secundario, cuando no ignorado.

En relación al uso de redes sociales por adultos mayores hay mucho menos información disponible en el país. En enero de 2013, comScore calculó que el

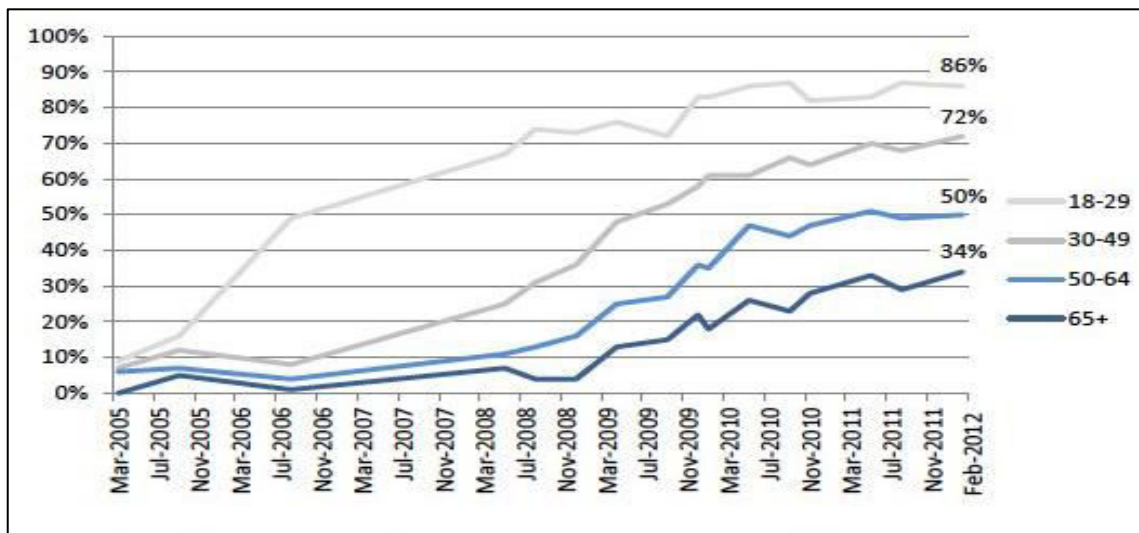
9.8% de la audiencia de redes sociales tiene sobre 55 años. Si se considera que el total de usuarios de internet en el país se cifraba recientemente en 9.720.810 personas (Censo 2012) entonces la cantidad aproximada de potenciales usuarios de redes sociales sobre 55 años sería de unas 950 mil personas.

En paralelo, Facebook mostraba en abril de 2013, en su herramienta de publicidad, que hay 812,160 usuarios chilenos sobre 55 años. Según estas cifras un porcentaje mayoritario de este grupo etario está conectado a esta red social.

Así como cifras de Estados Unidos hablan de un significativo crecimiento de la conectividad a internet entre los adultos mayores, también ha subido su conexión con las redes sociales. “De abril de 2009 a mayo de 2011, el uso de sitios de redes sociales entre usuarios de internet mayores de 65 años creció un 150%, desde el 13% de 2009 al 33% de 2011 (Zickuhr, 2012)”.

Las motivaciones de los adultos mayores para usar sitios de redes sociales difieren de aquellas de los adultos más jóvenes. Por ejemplo, “para adultos sobre 50 años estar en contacto con su familia es la razón número uno para usar sitios de redes sociales. Para los adultos de menos de 50 años, estar en contacto con amigos es una motivación mayor (Zickuhr, op. cit.)”.

**Gráfico 8. Uso de redes sociales, por edad (EE.UU.)**



**Fuente: Pew & Internet American Life Project Surveys**

El gráfico anterior muestra cómo se ha elevado la participación en Estados Unidos de los mayores de 65 años en internet. No da cuenta, sin embargo, de la explosión en su uso en 2013 que revela el estudio más reciente de Pew & Internet.

A pesar de la menor conectividad actual de los adultos mayores en relación a otros grupos etarios, hay motivos para pensar que su uso de redes sociales será creciente e importante para ellos.

“Los usuarios de redes sociales están más dispuestos a reconectarse con personas de su pasado, y estas conexiones renovadas pueden entregar una

fuerte red de apoyo cuando las personas están cerca del retiro o embarcándose en una nueva carrera<sup>26</sup> (Madden, 2010, traducción propia)”.

Según el estudio de Pew & Internet, existe otra razón poderosa para augurar un futuro promisorio a los adultos mayores en las redes sociales: “Los adultos mayores son más propensos a estar viviendo con una enfermedad crónica, y aquellos que viven con estas enfermedades son más proclives a buscar apoyo *online*<sup>27</sup>”. Y otro elemento clave, siempre según este centro de estudios estadounidense, es que las redes sociales crean puentes para sortear los abismos entre diferentes generaciones. “Estos espacios sociales reúnen a usuarios de diferentes formas de vida y entregan una oportunidad para compartir habilidades sorteando las divisiones generacionales (Madden, op. cit.)<sup>28</sup>”.

Acotan los investigadores que existen pocos otros espacios, tanto en línea como fuera de la red, donde desde preadolescentes hasta abuelos, pasando por amigos y vecinos, se comuniquen usando el mismo medio. “Las fotografías, videos y actualizaciones compartidas en forma diaria pueden proveer una

---

<sup>26</sup> La cita original se pregunta: “*So why might social media be increasingly attractive to older adults? First, our research shows that social networking users are much more likely to reconnect with people from their past, and these renewed connections can provide a powerful support network when people near retirement or embark on a new career*”.

<sup>27</sup> Textualmente dice: “*...older adults are more likely to be living with a chronic disease, and those living with these diseases are more likely to reach out for support online*”.

<sup>28</sup> El texto plantea: “*And finally, social media bridges generational gaps. While the results can sometimes be messy, these social spaces pool together users from very different parts of people’s lives and provide the opportunity to share skills across generational divides*”.

conexión valiosa con una familia distante y con amigos que están vinculados en variadas formas. Los hijos y los nietos de los adultos mayores están documentando muchos aspectos de sus vidas a través de los medios sociales, y éstas también se están volviendo en espacios populares para las redes de trabajo, educación continua y participación política (Madden, op.cit.)<sup>29</sup>.

Pese a los avances, todavía el uso de redes sociales sigue siendo minoritario entre los adultos mayores, incluso entre quienes están conectados a internet. Mientras una de cada tres personas de la tercera edad que se conectan a la red usa redes sociales como Facebook y LinkedIn, casi nueve de diez emplean el correo electrónico<sup>30</sup>.

¿Y cuál es la actitud de los adultos mayores hacia los portales informativos? De acuerdo al 4o Estudio de Consumo de Medios Online 2011 de IAB México y Millward Brown, el 84% de los internautas de 50 años visitan portales de información o noticias para mantenerse actualizados. Para ellos, internet es un

---

<sup>29</sup> La cita señala: *“There are few other spaces—online or offline—where tweens, teens, sandwich generation members, grandparents, friends and neighbors regularly intersect and communicate across the same network. Photos, videos and updates shared on a daily basis can provide a valuable connection to faraway family and friends who are tied together in a variety of ways. The children and grandchildren of older adults are documenting many aspects of their lives through social media, and these are also becoming popular spaces for professional networking, continuing education, and political participation”*.

<sup>30</sup> La frase asegura: *“As of February 2012, one third (34%) of internet users ages 65 and older use social networking sites such as Facebook, and 18% do so on a typical day (...) Among all adult internet users, 66% use social networking sites, and 48% use them on a typical day”*.

medio que les permite mantenerse actualizados (85%) y les genera confianza (42%)<sup>31</sup>.

Cuando se trata de informarse en internet, agrega este mismo estudio, la primera fuente son los buscadores como Google (89%), seguido de los correos electrónicos (52%), las redes sociales (33%) y, recién en cuarto, los portales noticiosos (31%).

En resumen, aunque se han incorporado tardíamente a la red, los adultos mayores participan casi con el mismo entusiasmo de otros estratos de edad tanto en las redes sociales como en otros sitios. Su comportamiento al mismo tiempo no es motivo de muchos estudios, pero los existentes muestran que su vínculo con internet es muy importante para ellos porque los conecta con los tiempos actuales tanto como con sus familias y, secundariamente, amigos.

---

<sup>31</sup> Este estudio puede consultarse en <[http://www.iabmexico.com/50anios\\_omas.](http://www.iabmexico.com/50anios_omas.)>

## **CAPÍTULO 3: MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1. Caracterización de la investigación**

Esta es una investigación cualitativa, pues intentará “descubrir el sentido o significado de las acciones sociales o hechos”, según la definición de Sierra Bravo, citada por Del Río (2011, pp. 86).

El enfoque metodológico que se usó es descriptivo, ya que intenta profundizar en la forma cómo las variables de género, edad, estrato social y tendencia política influyen en el comportamiento de los lectores de noticias. La definición de Sierra Bravo señala que las investigaciones descriptivas se caracterizan por “describir el comportamiento de una o más variables dependientes en una población definida o muestra de población (Del Río, op. cit.)”.

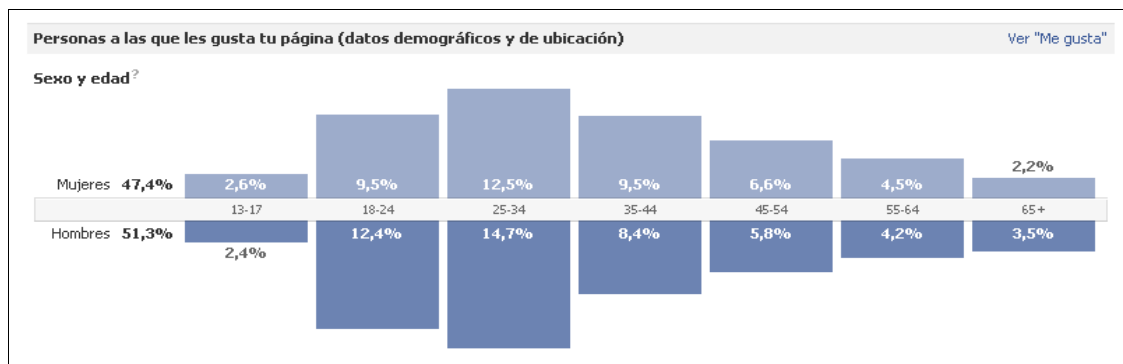
Por su naturaleza es, además, una investigación documental ya que “tiene como objeto directo la observación de fuentes documentales” y, al mismo tiempo incorpora una encuesta, la que es definida como aquel procedimiento en que “los datos manejados proceden de las manifestaciones verbales o escritas de los sujetos observados (Del Río, op. cit.)”.

### 3.2. Población y muestra

El universo o población que comprende esta investigación es el de las personas que escriben sobre las noticias en la caja de comentarios de La Segunda Online. Se aplicó un cuestionario a todas las personas que el mes de enero de 2013 agregaron comentarios en este sitio web. Se calcula esta población en unas doce mil personas, ya que, según estadísticas de Web Analytics (El Mercurio), aproximadamente, un 1% de quienes navegan en el sitio comentan las noticias. Esto arroja, según cifras de noviembre de 2012, 12 mil 590 probables comentaristas de un universo total de 1.258.900 usuarios únicos registrados durante ese mes.

No sabemos mucho de las personas que escriben en la caja de comentarios de La Segunda Online. Facebook no entrega demasiada información sobre ellos.

**Gráfico 9. “Amigos” de La Segunda en Facebook, según sexo y edad**



Fuente: Facebook



Como se puede apreciar en el gráfico anterior, quienes señalan que el sitio les gusta en Facebook, son más hombres que de mujeres, y fuertemente concentrado entre los 18 y 44 años (66,9%). Sin embargo, estos datos son meramente ilustrativos y no nos dan información previa sobre cómo se comportan estas mismas variables en nuestro objeto de estudio, la caja de comentarios de La Segunda Online. De hecho, la simple observación visual de las fotografías de quienes allí comentan usando sus cuentas Facebook da cuenta de un perfil de personas mayoritariamente por sobre los 35 años.

Según la información que entrega Alexa.com, el público de La Segunda Online a julio de 2013 es mayoritariamente masculino, con una sobrerrepresentación de los mayores de 65 años, pero con un nivel de visitas entre los 25 y 44 años que es proporcional al de los usuarios de internet. Sí aparece con un porcentaje de jóvenes que se ubica por debajo de la media de la red.

Se investigó a esta población a través de una encuesta que recurrió a una muestra no probabilística, es decir una en la cual “la elección de las unidades de análisis no depende de la probabilidad sino de causas relacionadas con las características de la investigación (Del Río, 2011, pp. 88)”. Este tipo de muestras “...no permiten calcular el margen de error muestral y por lo tanto no son representativas de la población (Del Río, op. cit., pp. 89)”. Por ello, se califican de ilustrativas.

Ya que se trata de un muestreo ilustrativo, o no probabilístico, no es necesario que la muestra sea representativa al punto de que deba calcularse el margen de error de la misma.

Por otra parte, como se trata de una encuesta dirigida a un público del cual sabemos muy poco, tampoco es posible realizar una encuesta de cuotas, es decir, que se seleccione "...personas o unidades de análisis que cumplen un porcentaje conocido o determinado del universo (Del Río, 2011, pp. 89)". Sólo existe un registro muy general de cómo se manifiestan las variables de sexo o edad entre los usuarios, lo que impide reflejar las características principales de esta población para el estudio.

### **3.3. Procedimientos de generación, registro y análisis de la información**

La tabla de la página siguiente resume la forma cómo se generó información para cumplir con los objetivos de este estudio y cuáles son los instrumentos de registro y análisis de la misma. Posteriormente, cada uno de éstos se explica en detalle.

**Tabla 1. Procedimientos de generación, registro y análisis de información**

Objetivos		Generación	Registro	Análisis
Generales	Específicos	Información		
1. Describir las características de los usuarios de la caja de comentarios de La Segunda Online.	1. Caracterizar a los usuarios de la caja de comentarios de La Segunda Online, de acuerdo a los criterios de edad, género, estrato social e ideología.	Encuesta	Cuestionario	Estadística descriptiva
	2. Indagar sobre la valoración que hacen los usuarios de la caja de comentarios.	Encuesta	Cuestionario	Estadística descriptiva
	3. Sondear cuáles son las motivaciones que llevan a los usuarios de la caja de comentarios La Segunda Online a comentar las noticias.	Encuesta	Cuestionario	Estadística descriptiva
	4. Describir los rasgos comunes de los usuarios de la caja de comentarios de La Segunda Online.	Grupo de discusión	Grabación	Análisis de contenido
2. Analizar tanto la interacción entre la noticia y los usuarios de la caja de comentarios de La Segunda Online como la interacción entre ellos mismos.	5. Determinar de qué manera influyen las noticias y los comentarios de la caja en la opinión de los usuarios.	Encuesta	Cuestionario	Estadística descriptiva
	6. Indagar sobre el consumo de noticias por parte de los usuarios de la caja de comentarios de la Segunda Online, de acuerdo a la lectura y extensión de éstas.	Encuesta	Cuestionario	Estadística descriptiva

En la investigación se utilizaron dos instrumentos para recoger información: una encuesta a usuarios de la caja de comentarios y un grupo de discusión al cual fueron convocados usuarios elegidos. A continuación, el detalle de cómo operaron estos instrumentos.

### **3.3.1. Encuesta**

Una encuesta en línea fue el primer instrumento de recolección de datos que se empleó en este estudio. Es un instrumento adecuado que permitía llegar a muchas personas al mismo tiempo, contactándolos cuando participaban comentando noticias en La Segunda Online. Por eso nunca se les preguntó si comentaban las noticias de este sitio, ya que la aplicación del cuestionario respectivo presumía que las personas entrarán a este portal noticioso y opinaran en alguna de sus informaciones.

Para probar el funcionamiento del cuestionario que luego se subiría en línea, éste fue enviado en diciembre de 2012 a diez personas con el objeto de confirmar la eficacia de sus preguntas y su extensión. A partir de esta experiencia le hice los ajustes correspondientes. Quienes evaluaron este instrumento no tuvieron objeciones en relación a las preguntas, pero sí algunas dudas sobre su extensión, por lo que éste se acortó en un par de preguntas que

eran secundarias en relación a los objetivos planteados. Así el cuestionario estuvo listo para ser distribuido masivamente.

Esta decía: “Queremos conocerte más. ¿Quieres participar en nuestra encuesta?”. A continuación permitía responder sí o no a esta posibilidad. La participación de las personas fue mayor la primera semana, pero luego la curva de respuestas bajó notoriamente.

Un total de 375 respuestas válidas recibió el cuestionario. Otras diez se eliminaron ya que al revisarlas con cuidado se detectó que eran duplicados, luego de lo cual se desecharon las que estaban repetidas.

Los comentarios que las personas enviaron en las preguntas abiertas se publicaron tal y cual fueron escritos, sólo con correcciones ortográficas y de puntuación, pero no de redacción. En el anexo que incluye el detalle de las respuestas a las preguntas abiertas del cuestionario (las números 3 y 5) se incluyen las contestaciones tal y como éstas fueron anotadas, sin corrección alguna.

Cuando no fue posible entender lo que querían representar los encuestados sus respuestas se clasificaron como “no aplica”, a la hora de agruparlos en

categorías. Además, se realizó una observación del conjunto de sus respuestas para entender en un contexto más amplio lo que cada persona quería expresar.

El orden de las preguntas en este cuestionario privilegiaba las preguntas sobre el sitio y otros portales de noticias, dejando para la última parte las preguntas sobre edad, género, ingresos y tendencia política. Esto tuvo por objeto el estimular la participación entrando prontamente en el tema.

Las variables que se midieron en la encuesta fueron edad, género, estrato social y tendencia política. Esta última variable es pertinente considerando que La Segunda, tanto en formato impreso como *online*, es un medio que concede mucha importancia a la información política. De hecho tiene una sección Política, la que no existe en Emol donde este tipo de noticias es parte de una sección mayor, Nacional.

Las variables de género corresponden a los patrones masculino, femenino y otro. Y la de edad registró las opciones: menos de 15 años, entre 16 y 25, entre 26 y 35, entre 36 y 45, entre 46 y 55, entre 56 y 65 y mayores de 66 años.

En el caso del estrato social se preguntó si sus ingresos mensuales se ubicaba en algunos de los niveles especificados. Estos iban desde Menos de \$60.000 a Más de \$763.000. Cada uno de los tramo era equivalente a uno de los grupos

socioeconómicos con que se opera en Chile (E, D, C1, C2 y ABC1, respectivamente) y se basa en el cálculo monetario de Collect GfK de marzo de 2011, el cual cifró los montos de ingresos que se ligaba con los distintos estratos socioeconómicos. A falta de estimaciones más recientes se emplearon estas cifras.

Para definir la tendencia política, se pidió que los usuarios se definan como de: Izquierda, Centro-izquierda, Centro, Centro-derecha y Derecha. También se les entregó las alternativas No sabe, No Responde, No me defino políticamente de esta forma y Otra. Esta última permitía agregar el nombre de otra identidad política no considerada.

La encuesta sondeó la opinión de las personas sobre la cajas de comentarios de La Segunda Online. Les pidió señalar las ventajas y desventajas de este espacio de comentarios, además de cuáles son sus sitios chilenos preferidos para comentar noticias en internet. Adicionalmente, se les pidió mencionar porque les gustaban unos portales más que otros.

Además, se preguntó por las razones que impulsan a las personas a agregar un comentario en el espacio existente para este fin, así como las emociones que los impulsan a debatir en esta caja de comentarios.

Se formularon preguntas en forma abierta para ahondar en el impacto que tienen las cajas de comentarios en la vida de estas personas; para intentar descubrir motivaciones ajenas a la que presuponíamos sobre ellos y su relación con el sitio intento por conocer a comentaristas destacados que participen comentando noticias allí, y para saber los nombres de algunos usuarios destacados del sitio.

Para facilitar la recolección de datos, las respuestas a los cuestionarios se almacenaron en la herramienta Spreadsheet de Google Drive, la cual permite obtener resúmenes de las respuestas y gráficos de las mismas. Esta elección representó varias ventajas, como su gratuidad y ordenamiento automático de los datos en formato Excel para su posterior estudio. Hoy los resultados de la encuesta están disponibles en Google Drive<sup>32</sup>, mismo sitio donde se redactaron las preguntas del cuestionario y se les organizó en diferentes tipos de respuestas abiertas o cerradas, según los ordenamientos que permitía Drive a fines de 2012.

Una vez aplicado el cuestionario, se interpretaron los datos obtenidos. Además de la cuantificación de las respuestas a las preguntas cerradas, se hizo una codificación de las preguntas abiertas, eligiendo las categorías de respuestas

---

<sup>32</sup> La encuesta puede verse en su totalidad en formato Excel y en un resumen con gráficos en <<https://docs.google.com/spreadsheets/ccc?key=0Auv6QUAPFDA5dGRHthZ2RVJZWUZhm25vamdLWnV VU1E#gid=0>>



que se dan con mayor frecuencia y clasificándolas. Por ejemplo, en la pregunta sobre quién o quiénes son los comentaristas que identifican y siguen los encuestados, se anotan las menciones más recurrentes.

Aunque las respuestas a las preguntas abiertas fueron en general breves, en algunas ocasiones se trató de largas réplicas que apuntan a dos o más motivos para, por ejemplo, preferir a un sitio web. En estos casos, se clasificaron todas las razones señaladas en forma separada. Donde se extrajo parte de una respuesta para llevarla a otra categoría se escribió el signo (...).

Como herramienta de análisis de resultados de la encuesta usé una estadística descriptiva para determinar la cantidad de casos que contiene cada categoría y su porcentaje.

Cabe destacar que para evitar que una persona respondiera en más de una oportunidad el cuestionario, el sistema identificaba la URL del equipo de quien participaba y cuando se detectaba nuevamente a este mismo equipo no se le invitaba a participar. Sin embargo, esto no podía evitar que una misma persona contestara las preguntas más de una vez, usando computadores o aparatos móviles distintos.

### **3.3.2. Grupo de discusión**

Seleccionamos además como técnica de generación de información al grupo de discusión porque permite mayor flexibilidad y libertad en la búsqueda de información relevante. A través de este instrumento, como plantea Soler (2011, pp. 205) “El grupo se convoca para que discuta y estén reunidos el tiempo en que discuten...”.

El propósito del grupo de discusión era ahondar en las motivaciones que tienen las personas para participar comentando las noticias. Es un instrumento adecuado para conocer con mayor detalle qué sucede cuando las personas comentan noticias, en especial, en los aspectos emocionales involucrados en su comportamiento.

Posterior a la aplicación del cuestionario, se seleccionaron siete personas para que participaran de este grupo. Originalmente, iban a ser escogidas de los nombres que arrojaran las respuestas a las siguientes preguntas abiertas del cuestionario: ¿Sigues a algún comentarista en especial? ¿Recuerdas su nombre? ¿Por qué lo sigues? Sin embargo, las respuestas se concentraron en destacar a Gato Viejo y apenas surgieron otros nombres, la mayor parte de ellos mencionados sólo una vez con lo que el propósito de estructurar un grupo de discusión con líderes de opinión en línea ya no tenía sentido.

En vista que el cuestionario no permitió seleccionar a un grupo destacado de comentaristas, para dar con los participantes del grupo de discusión se les envió invitación, vía Facebook, a algunas personas que comentaron noticias en La Segunda Online el fin de semana del 20 y 21 de abril de 2013. Primero fueron 12, y en vista de la lenta respuesta obtenida se fue invitando a más personas hasta llegar a un total de 34, tratando en todo momento de mantener ciertos equilibrios que más adelante detallamos. De los convocados, diez confirmaron su asistencia. El día mismo del encuentro, el 29 de abril de 2013, tres se excusaron de asistir, lo que dejó el número final de asistentes en siete.

Este grupo de discusión se estructuró una vez concluida la recolección de datos de la encuesta, de modo que la información que de allí se desprendió ayudó a definir algunas características que debía tener un grupo para ser representativo de quienes comentan en La Segunda Online.

Se privilegió a hombres mayores de 50 años, del grupo ABC1 y que se identifiquen más con la derecha y centro derecha, ya que ese fue el perfil mayoritario de los usuarios de la caja de comentarios de La Segunda Online que respondieron el cuestionario subido a Google Drive.

Si bien el grupo fue relativamente homogéneo, tanto por su edad como estrato socioeconómico, éste incluyó tanto hombres como mujeres. Además se buscó

personas que reflejaran la diversidad de opiniones políticas presentes en los comentarios.

La tendencia política fue inferida al seleccionarlos para ser invitados, a raíz de sus opiniones en los debates y no corresponde a una definición propia. Es así, por ejemplo, como uno de los invitados se define en su Facebook como “independiente” y, sin embargo, señaló con un Me Gusta a las páginas en Facebook de Longueira, Ena von Baer, Avanzada Nacional y otras que son propias de quien respalda a los partidos políticos que se definen de derecha. Por el contrario no respaldó a ninguna cercana a la Concertación ni a políticos que se definen de centro o izquierda. Esta actitud también se reflejaba en sus comentarios. Este criterio de selección nos pareció adecuado por cuánto se basa en lo que opinan en redes y ayudaba a seleccionar una muestra representativa de distintas visiones ya que tanto en redes como al ser consultados muchos se declaran de centro, independientes o sin filiación política, pero en su interacción en Facebook tienen un comportamiento más partidista.

Buscábamos un grupo homogéneo, al menos en las categorías de edad e ingreso socioeconómico, ya que estos grupos homogéneos se consideran más útiles para valoraciones concretas y precisas (Soler, 2011, pp. 207). Esta homogeneidad lo es en relación al tema en estudio.

A propósito de la recomendación de que se tome en cuenta, en un grupo de discusión, “la homogeneidad de género, edad, nivel socioeconómico, categoría laboral y grupo étnico, pues estas dimensiones suelen influir de manera importante en la mayoría de interacciones entre las personas (Soler, op.cit.)”, habría que decir que con excepción del género y grupo étnico (característica que no se tomó en cuenta), el grupo que participó fue bastante homogéneo.

En lugar de buscar homogeneidad de género, se trató que las mujeres estuvieran “sobrerrepresentadas” en este grupo considerando la sugerencia de Ibáñez (1986) quien plantea que cuando un producto es más pertinente a uno de los géneros (en este caso, los hombres) “debe aumentarse el grupo menos ‘entendido’ (las mujeres) en un sujeto más”. De ahí que consideremos apropiada la proporción de 4 hombres y 3 mujeres del grupo ya que contempla una representación algo mayor de comentaristas mujeres, bastante minoritarias entre quienes comentan las noticias en la caja de comentarios de La Segunda Online, dato que también se reflejó en la encuesta.

**Tabla 2. Integrantes del grupo de discusión**

<b>Género</b>	<b>Edad</b>	<b>Profesión</b>	<b>Tendencia política</b>	<b>Familia</b>
Hombre	72	empresario y constructor civil	derecha	4 hijos, 10 nietos
Mujer	56	funcionaria de organismo internacional	derecha	2 hijos (19 y 21 años)
Hombre	59	abogado	izquierda	(no informó)
Mujer	50	ejecutiva y relacionadora de empresas	derecha	3 hijos, 1 nieta
Hombre	71	profesor universitario jubilado	izquierda	1 hijo (44 años) y 4 nietos
Hombre	70	publicista jubilado	derecha	4 hijos, 7 nietos
Mujer	+60 (no informó edad)	jubilada	izquierda	4 hijos, 3 nietos

En la tabla anterior señalamos género, edad y tendencia política ya que en este grupo homogéneo, estas categorías son las que más los diferencian. Señalaremos además la profesión, categoría que si bien no está entre las que fueron sondeadas en la encuesta previa puede resultar ilustrativa de que en general se trata de profesionales de ingresos medios altos y esa característica ayudó a que existiera homogeneidad en la interacción de los participantes. Adicionalmente, luego de participar en el grupo se les preguntó por su familia ya que queríamos confirmar que se trata de un grupo de personas liberados del tiempo que requiere las labores de crianza, ya sea porque sus hijos son mayores de edad o porque éstos han formado sus propias familias.

El grupo de discusión tuvo lugar en un comedor ejecutivo del diario El Mercurio y comenzó pocos minutos antes de las 19 horas. El grupo fue relativamente puntual ya que a las 18.30 horas, cuando estaba citada la reunión, ya habían llegado cinco personas. Las dos personas restantes se incorporaron en los primeros minutos del debate.

Cabe destacar que para convocar a los participantes se les invitó a nombre del sitio web La Segunda Online ya que se trataba de atraer la atención y el interés por participar a un encuentro de carácter voluntario y no remunerado.

El encuentro se prolongó poco más de una hora y media, tiempo en el cual alcanzaron a plantearse la casi totalidad de las preguntas que se prepararon con anticipación. Este cuestionario así como las respuestas que generó se encuentra en la sección Anexos, donde se indica además cuáles son los objetivos que están detrás de este interrogatorio así como temas que ayudarían a levantar el perfil de los usuarios del sitio que comentan sus informaciones.

Estas preguntas y el grupo de discusión mismo se realizó en base a un diseño semiestructurado (Soler, 2011, pp. 208) que permite más libertad en los temas que se discutan, pero que, finalmente, formula algunas preguntas previamente planificadas. Esto último, con el objetivo de profundizar en las motivaciones de los participantes para escribir en la caja de comentarios de La Segunda Online.

El grupo de discusión fue bastante productivo y la moderación ayudó a que todos se expresaran sus ideas en relación a los temas planteados. Se cumplió con la sugerencia metodológica de que la persona encargada de la transcripción no participara del debate, ni como moderadora y que sólo existiera un moderador en el encuentro (Debus y Novelli, 2000). Una segunda persona que participó en el encuentro sólo asistió a escuchar las opiniones, hizo pequeñas acotaciones durante el mismo y no moderó en el debate, según consta en la transcripción del grupo de discusión<sup>33</sup>.

Se siguieron en el análisis de los datos las sugerencias de Ramón Llopis (2004) en el sentido, por ejemplo, de atender a la importancia de las diversas palabras que se usan para responder a una misma pregunta así como el significado de estas palabras. Sin embargo, el mismo autor es claro en advertir que al poner atención a otros aspectos importantes como la comunicación no verbal, la actitud de los participantes o la misma predisposición a participar del encuentro no se debe perder de vista “las ideas centrales que estimulan el discurso central”.

Otro aspecto al que se puso especial atención fue diferenciar entre las respuestas concretas basadas en experiencias reales de aquellas más vagas e imprecisas, y a las primeras se les otorgó más importancia. De la misma forma,

---

<sup>33</sup> Ver Anexos.



se analizó la calidad de las respuestas a las solicitudes de mayor información por parte del moderador. En concordancia con la mayor valoración a las respuestas basadas en experiencias reales y concretas, se tomaba con mayor atención a aquellas que entregaban ejemplos concretos o respuestas más elaboradas cuando éstas eran solicitadas.

Durante el proceso de análisis se tomaron en cuenta los objetivos del estudio y la necesidad de avanzar en la elaboración de un perfil de quienes comentan las noticias de La Segunda Online. Por lo mismo se privilegió en definir aquellos aspectos que ayudaban a caracterizar a estos usuarios y sus comportamientos, en desmedro de otros aspectos que surgieron durante la discusión.

## **CAPÍTULO 4: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN**

Se presentará a continuación la información obtenida, tanto en la encuesta como en el grupo de discusión. Cuando se desarrolla un tema con mayor detalle es posible que se agreguen datos obtenidos en otro instrumento. Por ejemplo, al abordar la tendencia política a partir de los datos de la encuesta también se agrega información que entregó el grupo de discusión y que es relevante en esa materia.

Mientras en la encuesta todos los objetivos iniciales de la investigación están presentes en las preguntas que se formulan, en el grupo de discusión sólo algunos de ellos fueron desarrollados.

A partir de las respuestas a dos preguntas abiertas se desarrollaron categorías que agrupan las respuestas de las personas. Estas están presentadas en tablas y luego explicadas con detalle.

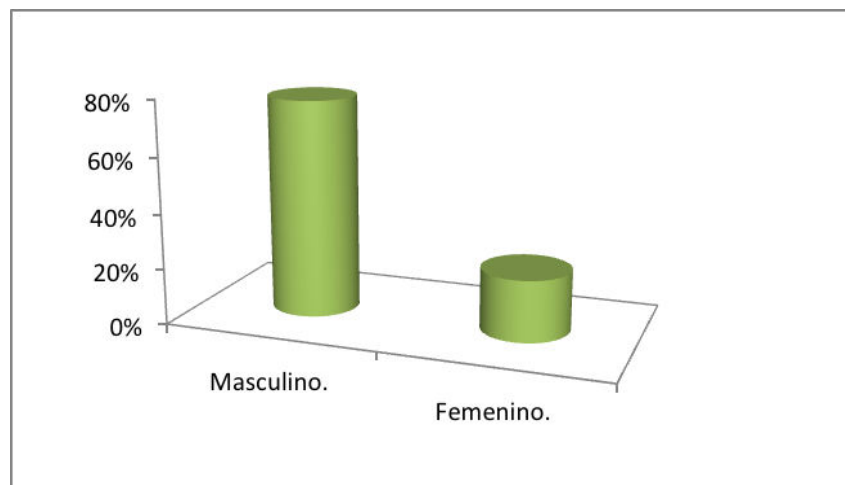
### **4.1. Encuesta**

**4.1.1. Primer Objetivo: Caracterizar a los usuarios de la caja de comentarios de La Segunda Online, de acuerdo a los criterios de edad, género, estrato social e ideología.**

#### 4.1.1.1. ¿Género? (Pregunta 16)

El 78% de quienes respondieron la encuesta son hombres y el 22%, mujeres. Esto se corresponde con la información sobre participación en sitios web, donde los hombres superan ampliamente a las mujeres. A pesar de que existía la categoría “otro”, nadie se identificó con un género distinto a “masculino” y “femenino”.

**Gráfico 10. Género de los usuarios de la caja de comentarios de LSO**

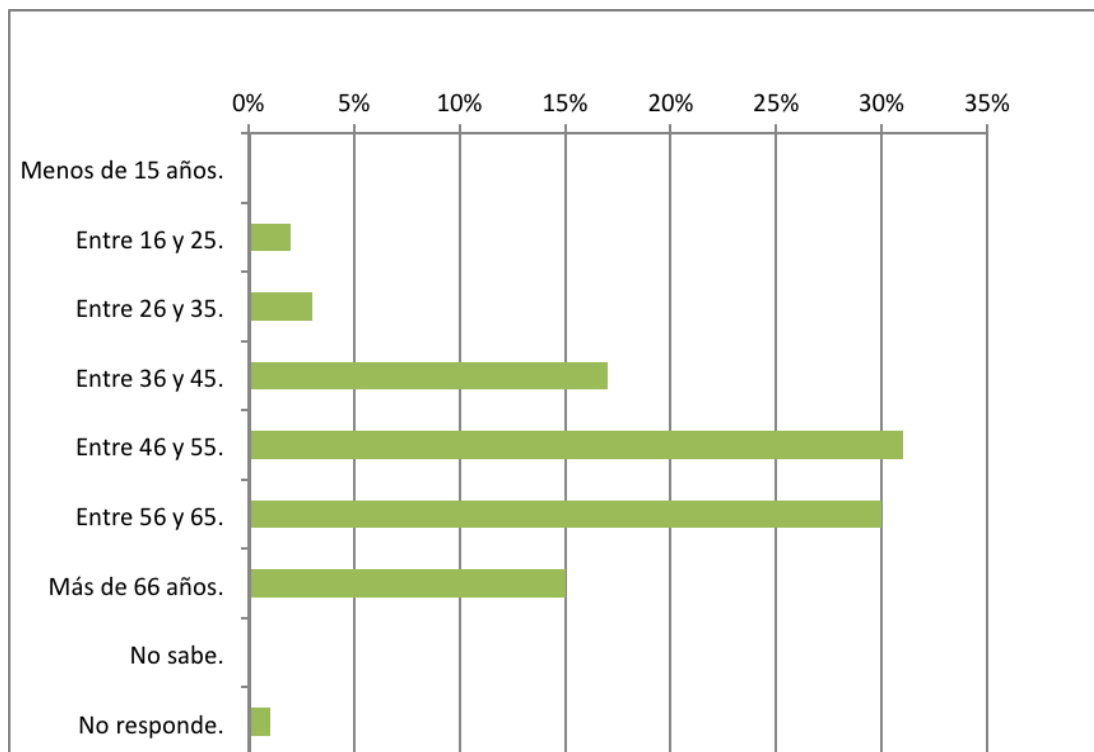


Este porcentaje, mayoritariamente masculino de comentaristas, es coincidente con lo que se observa al revisar los comentarios de las noticias. Allí es menor el número de mujeres que participa en estos debates. Sin embargo, no se aprecia allí una diferencia tan grande como la que revela esta pregunta.

#### 4.1.1.2. ¿Edad? (Pregunta 15)

Entre los encuestados, sólo una persona señaló tener menos de 15 años, con lo cual la presencia de individuos menores de edad, representa aproximadamente un 0,3% de la muestra. Además, un 5% declaró tener menos de 35 años, lo que refleja que la juventud, no importando cuán amplio sea el rango de edad que se le atribuya, apenas está presente entre quienes participaron de la encuesta.

**Gráfico 11. Edad de los usuarios de la caja de comentarios de LSO**



La poca participación de jóvenes contrasta con lo relevante de la participación del segmento de adultos y adultos mayores ya que el 61% de los encuestados tienen entre 46 y 65 años.

El segmento etario que más participó respondiendo el cuestionario es el que se ubica entre los 46 y 55 años y que representa el 31% del total de personas encuestadas. También participan activamente los adultos en la edad previa a la jubilación tanto como quienes ya están pensionados. El 45% de quienes responden se concentran en el grupo de edad de mayores de 56 años: un 30% tiene entre 56 y 65 años y el 15% restante declara más de 66 años. En total, los mayores de 46 años corresponden al 76% de quienes respondieron a la encuesta. Los denominados adultos jóvenes, quienes son estadísticamente más activos en internet, que los adultos mayores, son aquí una minoría.

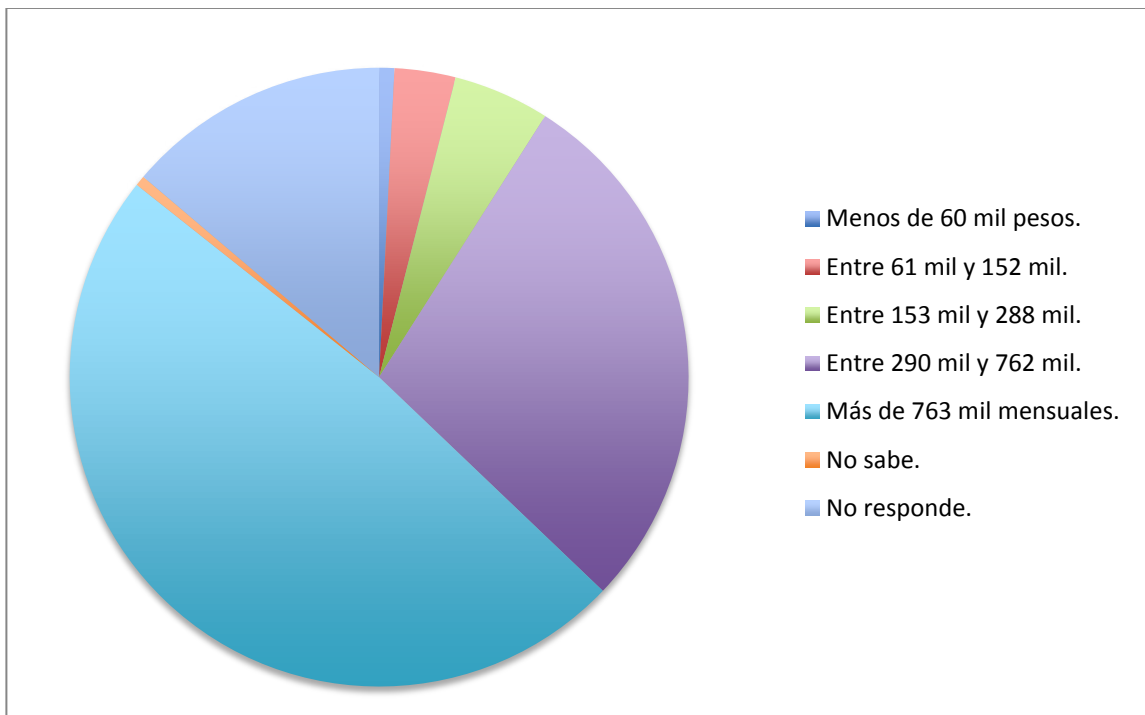
Es decir se trata de una audiencia integrada principalmente por adultos en la segunda parte y final de su vida laboral, así como pensionados.

Estas cifras coinciden con el único conocimiento previo de quienes comentan las noticias en La Segunda Online. Según Francisco Lira, de Web Analytics, se trata de personas de un perfil de edad mayor en relación a los usuarios de Emol y que contaría con un importante número de jubilados. En esto también hay

coincidencias con la información previa de Alexa.com, que advierte que los mayores de 65 años están muy presentes en el sitio.

#### 4.1.1.3. ¿Cuál es su ingreso mensual? (Pregunta 17)

**Gráfico 12. Ingreso mensual de usuarios de la caja de comentarios de LSO**



Sólo un 9% declaró ganar menos de 288 mil pesos mensuales, el límite aproximado al grupo socioeconómico C3. De ellos un 5% es C3, un 3% estrato D y sólo un 1% pertenece al E. En contraste, el 48% declara ingresos ABC1, es decir sobre los 763 mil pesos mensuales, y el 28% aquellos propios del estrato

C2, correspondientes a la franja que va desde los 290 mil a los 762 mil pesos. Un 14% no respondió esta pregunta.

De las 31 personas que declararon ingresos por bajo los 288 mil pesos, la mayoría son adultos y adultos mayores: 3 tienen entre 36 y 45 años, 7 están entre los 46 y 55 años, 12 de ellos se encuentran entre los 56 y 65 años y otros 7 sobre los 66 años.

Estos resultados son concordantes con el perfil de Facebook de los usuarios de La Segunda Online, en los que se puede observar un porcentaje importante de personas de altos ingresos, los que se reflejan en la tenencia de bienes propios de este estrato (como vehículos de lujo, casas de descanso e incluso embarcaciones), así como en la práctica de deportes de elite, como golf y esquí, y fotos de viajes exóticos, más allá de América Latina y Europa.

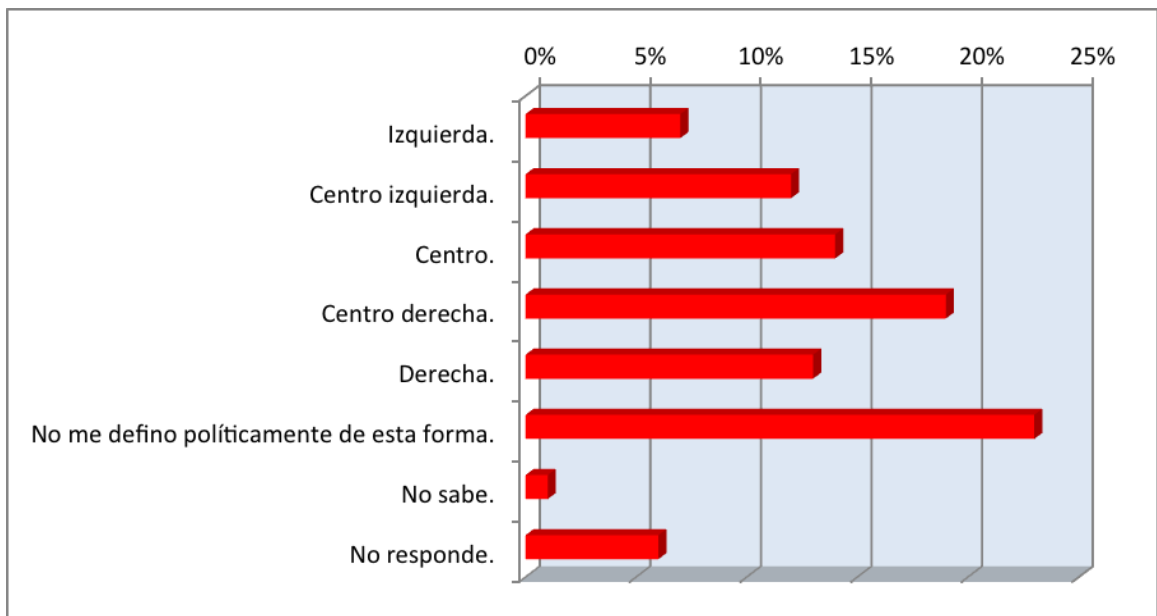
#### **4.1.1.4. ¿Cómo se define políticamente usted? (Pregunta 18)**

Del 62% que se definió políticamente según las alternativas ofrecidas, un 12% se declaró de derecha, un 18% de centro derecha, un 14% de centro, un 12% de centro izquierda y un 7% de izquierda. Estos datos son coincidentes con la observación del sitio que muestra una marcada participación de personas que se identifican con muchas variantes del pensamiento de derecha y con buenos

juicios a políticos influyentes del sector, como Longueira, Allamand y Matthei. Por contraste se desarrolla allí una fuerte crítica a Bachelet y otros líderes a quienes se percibe como cercanos a la izquierda. Una encuesta en agosto de 2013 en el sitio arrojó un 60% de rechazo a la idea de cambiar el nombre de la avenida 11 de septiembre.

Un 6,6% marcó la opción “Otra” (en total, 25 personas) y eligió describir su orientación política, ya que, probablemente, no se sienten representados por las alternativas que tuvieron para definirse políticamente. Entre ellos, tres eligieron definirse como “apolíticos”, sin entregar mayores detalles.

**Gráfico 13. Tendencia política de los usuarios de la caja de comentarios**





En relación a su tendencia política, un alto porcentaje, el 23%, señaló que no se definía políticamente de esta forma, aludiendo a la división en categorías como izquierda o derecha. Otro 15% contestó “No responde”, “No sabe” o bien “Otra”, por lo que tampoco señalaron preferencias.

Entre quienes eligieron definir su opción política, otro grupo corresponde a quienes sienten que su juicio es independiente (aproximadamente el 2% del total de quienes contestaron). Las respuestas que se consideraron como parte de esta categoría incluyen a “independiente informado”, “libre pensador”, “moderado, pensante y enjuiciante”, “apolítico independiente”, “ni facha, ni comunacha”, “tolerante y abierto de mente”, e “independiente nacionalista”.

Hubo quienes quisieron expresar su desencanto con la política (cuatro personas, 1% de los encuestados): “nunca más votaré por nadie y es lo que debe hacer la gente”, “la política es sólo para los ricos y no la clase obrera”, “desencantada de la política, ecologista y defensora de las injusticias” y “no creo en las definiciones políticas”.

Otras definiciones correspondieron a quienes quisieron precisar de mejor forma su ideario político (un 2%): “humanista”, “ultraizquierda”, “Tercera Vía”, “de la Concertación”, “ecologista y defensora de las injusticias, sean para el lado que sean”, “anarquista democrático” y “antisistema”.

Los resultados anteriores muestran tendencias políticas que difieren de lo que sería el chileno promedio, visualizado en las encuestas recientes. A modo de ejemplo, en la encuesta CEP de noviembre y diciembre de 2012<sup>34</sup> quienes no declararon tendencia política alguna fue el 47,2%, lo que sumado a quienes respondieron “no sabe” y “no responde”, superaron el 51% de la muestra. En nuestra encuesta *online* el porcentaje que no quiso definirse políticamente sumados a los “no sabe” y “no responde” llegaron al 37%.

El mismo estudio del CEP, cuyo universo de estudio fue la población de 18 años y más (urbana y rural) a lo largo de todo el país, excluyendo Isla de Pascua, mostró porcentajes distintos de posiciones políticas. De quienes se definieron, un 13,8% se declaró de derecha o centro derecha, un 10,3% de centro y un 22% de izquierda o centro izquierda. En nuestra encuesta, los porcentajes (al igual que los porcentaje citados del CEP están en relación al total que respondió al cuestionario) fueron, respectivamente, del 30% para la derecha y centro derecha, 14% para el centro y 19% para la izquierda y centro izquierda.

En el grupo de discusión una participante señaló el perfil de lectores de los diarios El Mercurio y La Segunda era muy claro: “la mayoría son de derecha (...) y un nivel socioeconómico también muy parejo”. Sus palabras no fueron

---

<sup>34</sup> Estudios actualizados sobre el tema pueden verse en <http://www.cepchile.cl/>.

cuestionadas por los otros participantes, ni siquiera por los que se identifican con posturas políticas diferentes.

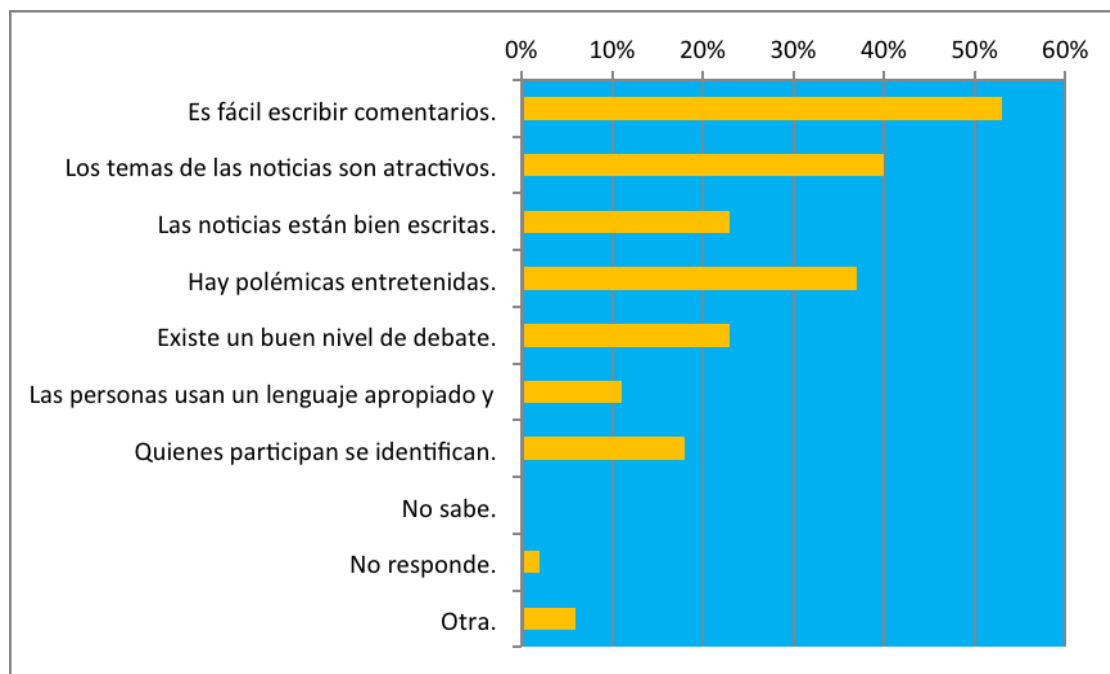
Los datos previos dan ciertas pistas iniciales sobre las personas que comentan las noticias de La Segunda Online. Son un grupo principalmente masculino, que se define políticamente con más claridad que el resto de los chilenos y que están situados porcentualmente más a la derecha que el resto de sus compatriotas. Por sus ingresos, se trata de personas del grupo ABC1 y, secundariamente, del C2, con escasa participación de los sectores de menores ingresos. Una gran mayoría, se encuentra por sobre los 46 años y, aunque hay un porcentaje relevante de jubilados (un 15%), la mayoría correspondería a individuos que viven la segunda y última etapa de su vida laboral.

**4.1.2. Segundo objetivo: Indagar sobre la valoración que hacen los usuarios de la caja de comentarios de La Segunda Online.**

**4.1.2.1. ¿Qué es lo que más le gusta de este espacio de comentarios?  
(Pregunta 1)**

Esta pregunta y la siguiente van a ser analizadas en forma conjunta ya que a cada atributo planteado en una, luego se plantean los opuestos en la otra. Además las respuestas anotadas en una y otra son coincidentes.

**Gráfico 14. ¿Qué es lo que más le gusta de este espacio de comentarios?**



Las respuesta a la pregunta sobre qué es lo que más le gusta del espacio de comentarios de La Segunda Online arroja un mayoritario respaldo a la facilidad para escribir comentarios (un 52% del total), al atractivo de los temas (40%) y a lo entretenidas que resultan algunas polémicas (37%).

La facilidad para escribir comentarios es bien evaluada y guarda relación con la democratización en la emisión de mensajes en la red a que alude Roberto Igarza cuando dice que “ya no es necesario cumplir con condiciones técnicas o económicas reservadas a unos pocos para poder emitir un mensaje y que éste se encuentre accesible inmediatamente para un amplio público” (2011). Estos

comentaristas aprecian el que rápida y fácilmente puedan incorporar sus opiniones a las noticias que son de su interés al punto que este atributo del sitio es comentado también en las respuestas a algunas preguntas abiertas que se formularon.

Sólo un 11% responde en esta pregunta que las personas usan un lenguaje apropiado y respetuoso.

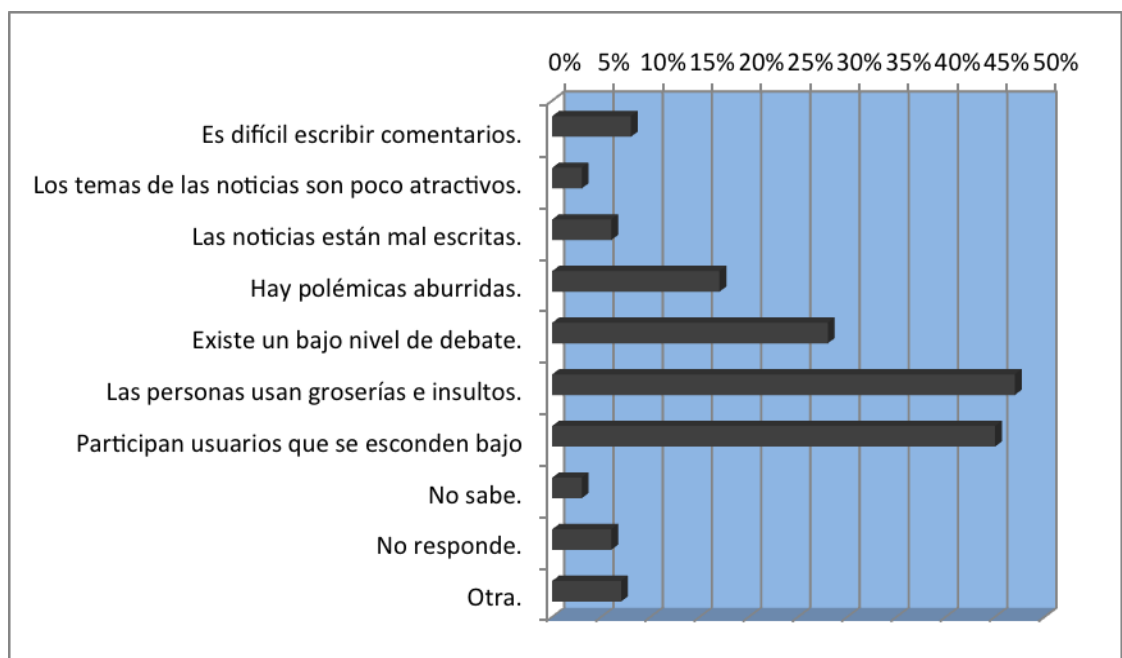
#### **4.1.2.2. ¿Qué es lo que menos le gusta de este espacio de comentarios? (Pregunta 2)**

Un 48% condenó el uso que algunas personas hacen de groserías e insultos en su interacción. Es la alternativa más seleccionada. A esto se suma el que un 44% rechaza la participación de usuarios que se esconden detrás de seudónimos. Esta cifra es coherente con el bajo porcentaje de quienes señalan como una característica positiva de este espacio el que quienes participen se identifiquen (apenas un 18% cree que esa identificación existe y la valoran positivamente).

Este rechazo al empleo de groserías por parte de adultos y adultos mayores que son usuarios del sitio se corresponde con la observación que hace Sebastián Campaña con respecto a que los adultos mayores son una audiencia

más exigente, a la cual le molesta el empleo de garabatos y el que se puedan subir opiniones sin que pasen por un moderador que se preocupe de la calidad del debate y de la educada interacción entre los usuarios.

**Gráfico 15. ¿Qué es lo que menos le gusta de este espacio de comentarios?**



Veamos las respuestas a otros temas que fueron consultados en estas dos últimas preguntas, en busca de contrastar las valoraciones positivas y negativas de distintos aspectos de las noticias escritas en el sitio.

**¿Son atractivos los temas de las noticias?** Un 40% opina que sí y sólo un 3% señala lo contrario.

**¿Están bien escritas las noticias?** Un 22% cree que es así, mientras que un 7% señala que están mal escritas. A juzgar por el bajo nivel de participación, este no es un tema que preocupe demasiado a quienes comentan estas informaciones.

**¿Existe profundidad del debate?** Para un 29% de quienes respondieron el cuestionario, existe un bajo nivel de debate, mientras que un 23% opina lo contrario, es decir que el nivel de debate es elevado.

#### **4.1.2.3. ¿Qué mejoraría en el espacio para comentarios de La Segunda Online? (Pregunta 3)**

Esta pregunta abierta fue contestada por 225 personas (60% de la muestra). Estas respuestas (completas en Anexos) fueron ordenadas en categorías tipificadas agrupando ideas comunes. Aunque hay un número significativo de personas que responden que no cambiarían nada en la caja de comentarios, existe una importante demanda por un mayor cuidado por temas relacionados con el respeto que debería existir en el debate. Se pide, especialmente, evitar que algunas personas se expresen con groserías y que comentaristas usen seudónimos en lugar de sus nombres reales para debatir. Esta solicitud surge también espontáneamente en el grupo de discusión y es motivo de un análisis más detallado en ese capítulo.

Veamos cómo se agrupan estas solicitudes de mejoras en La Segunda Online, las que para mejorar su comprensión fueron en ocasiones escritas corrigiendo su ortografía y puntuación, no así su redacción la que no ha sido cambiada (en el anexo que se entrega aparte con la totalidad de respuestas a esta preguntas, éstas sí están registradas tal y como fueron escritas).

**Tabla 3. Categorías inferidas a partir de las respuestas a la pregunta: ¿Qué mejoraría en el espacio para comentarios de La Segunda Online?**

<b>Categorías</b>	<b>Subcategorías</b>
Que se realice una mejor moderación de los comentarios	Que se impida la participación de quienes usan groserías
	Que se realice una mejor moderación
Les gusta este espacio de comentarios, no cambiarían nada	
Realizar cambios técnicos para mejorar la interacción en la caja de comentarios	Facilitar el acceso a quienes quieren comentar
	Ordenar de distinta forma los comentarios
	Que se pueda acceder desde otras redes sociales, o inscribiéndose
	Realizar mejoras técnicas
	Aumentar el número de caracteres asignados para comentar
	Poder contactarse con quienes escriben las noticias o con los protagonistas de las mismas
Que se mejore la calidad de las noticias y/o de los temas que se investigan	Mejorar calidad y presentación de los temas escogidos
	Mejorar investigación periodística
	Elevar la calidad de la escritura y redacción
	Lograr veracidad y objetividad
Evitar que las personas se oculten detrás de seudónimos	
Premiar a los buenos comentaristas	
Aumentar la participación	



### **Una mejor moderación de los comentarios**

Esta categoría suma 73 opiniones, e incluye dos subcategorías. La primera pide una moderación que deje afuera a quienes usan groserías o insultos en el debate y la segunda sugiere mejoras en la calidad de lo que se debate ya que sea por una mayor preocupación por la ortografía, el mal uso del lenguaje o por otros aspectos, como lo es el que se califique de “comentarista destacado” a quienes insultan a otras personas.

Como se aprecia al ver las respuestas, no siempre es fácil distinguir cuándo alguien simplemente llama la atención por el empleo de un lenguaje o una interacción inadecuada o cuando se pide la censura de estos comportamientos. Sin embargo, ya sea que se encuentren más dentro de una u otra subcategorías todas estas opiniones son parte de esta primera categoría, ya que todos piden una mejor moderación para acabar con los insultos.

### **Que se impida la participación de quienes usan groserías**

Esta subcategoría suma 37 respuestas y plantea una solicitud bastante extendida y que se encuentra tanto en hombres como mujeres, por igual entre jóvenes y adultos mayores, así como entre personas que se identifican con la izquierda, el centro o la derecha. “Antes de publicar un comentario se vea si contienen insultos o si son irrespetuosos para la persona de la que se está

hablando y se sancione no publicándolos”. Así lo pide una mujer, entre 46 y 55, que no se identifica políticamente.

“Aunque existe la libertad de expresión y por ende las diferencia, no es posible que la gente se esconde bajo un seudónimo para dar sus opiniones, que a veces rayan en lo vulgar y ofensivo. Hay que subir el nivel de debate... filtrar a los infiltrados”, señala otra mujer, entre 36 y 45 años, que se declara “sin partido”.

Un hombre, entre 46 y 55, que se identifica como de centro izquierda, agrega otro elemento que preocupa a muchos participantes: “Debiera existir un filtro que evite la grosería, además de que cada uno de los que opina debe asumir su responsabilidad por sus dichos dando su nombre”. La demanda por una mayor veracidad en la identidad de quienes participan es grande y está agrupada en una categoría propia (página 107).

### **Que se realice una mejor moderación de los comentarios**

Esta categoría comprende 36 respuestas, que reflejan una preocupación porque el debate tenga lugar en un espacio de buen educación y respeto, lo que en muchas ocasiones se refleja en la solicitud de “mejorar vocabulario, evitar insultos”, que hace una mujer, entre 56 y 65, políticamente de centro.

Otro tema que, a juicio de los usuarios, debiera ser objeto de moderación es el que algunos acostumbran entrar en un debate equis para hablar de un tema distinto. “Dejaría afuera las opiniones que no tienen relación con el tema”, pide un hombre, mayor de 66, centro. Otro adulto mayor de 66 años, de centro izquierda, reclama lo mismo: “Que los comentarios sean precisos y puntuales a los debates”.

Varias personas no entienden por qué la calificación de “mejor comentarista”, que otorga Facebook automáticamente a quienes reciben muchos “me gusta” en sus opiniones, la posean personas que insultan o que tienen un comportamiento reprochable y por lo mismo expresan su disconformidad con este premio. Reclama un hombre, entre 56 y 65, por esta calificación ya que, a su juicio, “es absolutamente arbitraria y se otorga indiscriminadamente”.

“Está bien que seamos un país democrático o que tengamos el derecho a decir lo que queramos, pero muchos comentarios son con una gran violencia verbal, a veces misóginos, con insultos de grueso calibre, que justifican el maltrato, etc. escondidos en seudónimos e imágenes irreales. Y lamentablemente, La Segunda Online a muchos de aquellos seudo ‘comentaristas’ los califica como ‘mejor comentarista’... Un chiste” (mujer, entre 36 y 45).

Esta necesidad de una mejor moderación se verbaliza como un “filtro para mejorar el debate” (hombre, entre 46 y 55, centro derecha), y que incluso un encuestado imagina con características concretas: “Un editor culto, educado y comprometido” (hombre, entre 36 y 45, centro derecha).

### **Les gusta este espacio de comentarios, no cambiarían nada**

Esta categoría incluye 39 respuestas, la mayor parte de las cuales son simples “está bien” y muchos “nada”.

“Es mejor y más civilizado que otros espacios. No veo necesidad de mayores cambios”, señala un hombre, entre 56 y 65, de derecha. Mientras que otro apunta “felicitaciones, un buen espacio para debatir que nos entregan uds” (hombre, entre 56 y 65, centro).

La valoración de lo que se percibe como pluralismo de La Segunda Online (que aparece en otra pregunta abierta más adelante) se refleja también aquí, ya que la conformidad por el funcionamiento de este espacio de debate abarca a personas que se identifican con diversas posturas políticas. “Nada, así déjenlo, por lo menos dan la oportunidad de responder las infamias que publican los nazifascistas. Eso es bueno”, señala un hombre, entre 46 y 55, que se declara de izquierda. “Lo que existe me parece adecuado”, escribe un hombre, mayor de 66, que se define “anarquista democrático” y una mujer de centro derecha,

de entre 56 y 65 años, apunta: “Creo que funciona perfectamente bien como esta, si bien a veces algunas personas emiten comentarios algo injuriosos y desubicados”.

“Por el momento lo dejaría como está. Cada vez que se intenta mejorar algo terminan complicando la mecánica”, acota una mujer, entre 56 y 65, que se califica de “apolítica”.

### **Realizar cambios técnicos para mejorar la interacción en la caja de comentarios**

Esta categoría incluye 5 subcategorías y 36 respuestas. Aquí se agrupan los comentarios que piden cambios que hagan más fácil comentar las noticias. Por ejemplo poder hacerlo a través de Twitter o Google, o que el último comentario ingresado quedé arriba y no desplazado por los más votados, como hoy ocurre. “La publicación de los comentarios debería ser instantánea y en orden”, plantea un hombre, entre 46 y 55, que se define como “antisistema”.

### **Facilitar el acceso a quienes quieren comentar**

Subcategoría con 11 respuestas, las que se caracterizan por pedir un “fácil acceso al comentario emitido y sus réplicas” (hombre, entre 56 y 65, centro derecha). No hay mayor detalle en esta solicitud. “Ingreso rapido y sin trabas”, demanda un hombre, entre 46 y 55, de centro derecha.

### **Ordenar de distinta forma los comentarios**

Seis respuestas apuntaron a mejorar la forma cómo se van ordenando los comentarios, que a la fecha de la encuesta se realizaba privilegiando aquellos que cuentan con un mayor número de “Me gusta”. “El ingreso de los comentarios en forma cronológica sería también muy bueno”, sugiere un hombre, entre 46 y 55, de centro, mientras que otro, de similar rango etario, pide “poder tener en pantalla un mayor número de comentarios anteriores. Quizás un sistema más tiempo real”.

### **Que se pueda acceder desde otras redes sociales, o inscribiéndose**

Esta demanda por un mejor acceso es más concreta y en seis respuestas especifica cómo debería realizarse esta mejora. Alguien pide que se pueda comentar a través de Twitter o Gmail, mientras otro, imagina un sistema distinto: “Que se pudiera comentar sin ninguna cuenta de redes sociales, solo con el nombre” (hombre, entre 46 y 55, derecha). Y una mujer, entre 46 y 55, de centro izquierda, cree que para quien no tiene las opciones definidas (Facebook, Hotmail, etc.) debiera abrirse la posibilidad de “que se pueda comentar inscribiéndose en el sitio”.

### **Realizar mejoras técnicas**

Subcategoría con cinco respuestas también bastante específicas, cada una de las cuales apunta a algún desarrollo de ingeniería web.

Un hombre, entre 36 y 45, izquierda, imagina una solución para el mal lenguaje de algunos usuarios: “Creo que se debería poner asteriscos sobre palabras que insulten, creo que el debate es bueno, pero no entrar en groserías”. Otro (hombre, entre 36 y 45, de centro) propone “reponer un área de último minuto, uno se pierde claridad q es noticia reciente con respecto a la del papel del día anterior...”.

Otras sugerencias demandan “una zona donde pueda ver todos mis comentarios históricos y/o ver los comentarios de noticias que me interesa hacer seguimiento” (hombre, entre 46 y 55, centro derecha), una “interfaz con los usuarios” (mujer, entre 46 y 55, izquierda) y “mantener un archivo de noticias clasificadas por áreas, para poder hacer seguimiento de más largo plazo” (hombre, entre 46 y 55, centro izquierda).

### **Aumentar el número de caracteres asignados para comentar**

Cuatro respuestas integran esta subcategoría, la que refleja un pedido muy concreto: “Que permitieran una mayor cantidad de caracteres” (hombre, entre 56 y 65, centro izquierda).

Queda la duda de si aluden a la caja de comentarios (donde puede escribirse largamente, o a la sección de Foros del sitio, donde efectivamente hay un número máximo de caracteres que permite el sistema).

### **Poder contactarse con quienes escriben las noticias o con los protagonistas de las mismas**

Tres respuestas apuntaron a una interacción distinta. “Que todos estos comentarios lleguen a los aludidos”, solicita un hombre, entre 56 y 65. A otro le gustaría poder contactarse con los autores de las informaciones (hombre, entre 36 y 45) y un tercero solicita que “cuando se identifique el personaje criticado o alabado se le envíen los comentarios, para que tengan la oportunidad de defenderse o agradecer” (hombre, entre 56 y 65).

### **Que se mejore la calidad de las noticias y/o de los temas que se investigan**

Esta categoría comprende 26 respuestas y 4 subcategorías: las que apuntan a temas como la calidad de la redacción y ortografía de las noticias hasta los temas que les gustaría que se cubriera y el tipo de periodismo que quisieran ver en este sitio.

### **Mejorar calidad y presentación de los temas escogidos**

Trece respuestas dan forma a esta categoría que refleja principalmente una queja por la liviandad de ciertas informaciones o la publicación de noticias irrelevantes. “No me gustan los temas de farándula. Preferiría temas políticos o de interés para todas las personas”, plantea una mujer, mayor de 66, de derecha. Un reclamo similar tiene un hombre, mayor de 66 años, quien señala “las noticias no deben repetirse... basta de farándula”.



Adicionalmente, aquí se expresa una demanda por “tratar temas culturales” (mujer, entre 56 y 65, izquierda), así como por “más noticias sobre el exterior, menos dramas de Chile y más temas positivos o de crecimiento o de eventos que se estén gestando” (mujer, entre 46 y 55, “humanista”). Otra solicitud es “agregar más fotos de contenidos y/o galerías” (hombre, entre 16 y 25, centro izquierda).

### **Mejorar investigación periodística**

Esta categoría recoge 6 respuestas que piden un periodismo más comprometido y de denuncia. “Que los redactores de las noticias orienten entregando la mayor cantidad de antecedentes de las noticias, que no estén esperando la anuencia de sus patrones, les falta compromiso propio y cuestionamiento a los que provocan las noticias, les falta ser más incisivos”, reclama un hombre, entre 56 y 65, de izquierda. Y otro hombre, del mismo grupo etario, pide “que los periodistas de la Segunda, investiguen más y den, por ejemplo los nombres y apellidos de los sostenedores de estas universidades”.

### **Elevar la calidad de la escritura y redacción**

La mala ortografía es vista en cinco respuestas como una falta seria al profesionalismo que se espera de los periodistas. “Ojo con las redacciones. Acabo de leer ‘asiendo’ en vez de ‘haciendo’. Asir es para levantar objetos y no

de realizar actividades auxiliares”, apunta una mujer, entre 26 y 35, que se define políticamente como “ni facha, ni comunacha”. Un hombre, de entre 56 y 65, en tanto, acusa que “los periodistas debieran mostrar más profesionalismo - no solo en este diario-; es demasiado evidente la poca acuciosidad en las noticias, muchas veces con errores de ortografía, sin siquiera un poco de investigación que le entregue credibilidad”. Al igual que este encuestado, quien dice que la calidad de la redacción y ortografía es un problema que se presenta “no solo en este diario”, este tema es mencionado también en el grupo de discusión, donde se planteó que este es un problema en general del periodismo, y no exclusivo de La Segunda Online.

### **Lograr veracidad y objetividad**

Tres respuestas en esta subcategoría demandaron que el trabajo periodístico sea veraz y objetivo. “Den la información verídica, por ejemplo la otra vez publicaron sobre una campaña de adopción de mascotas, siendo que ésta ya se había realizado, una lástima”, pidió una mujer, entre 36 y 45.

### **Evitar que las personas se oculten detrás de seudónimos**

Esta categoría suma 16 respuestas, que tienen en común el deseo de que se acabe el anonimato en los comentarios. “Que los comentarios se hicieran con nombre y apellido”, pide un hombre, entre 56 y 65, de centro izquierda. Aunque él no explica sus razones, otros usuarios sí fueron explícitos en relacionar esta

medida con una mejor interacción. “Exigiría identificación de los opinantes, así se resuelve el tema de las ordinarietas”, opina una mujer, entre 56 y 65, quien se define de derecha. Similar opinión tiene otro usuario, quien cree que el que cada persona se identifique “con su verdadero nombre y RUT, independiente de su foto de perfil”, lograría que baje “la cantidad de mal educados, trolleo y demás situaciones similares” (hombre, entre 36 y 45, derecha).

### **Premiar a los buenos comentaristas**

Esta categoría incluye siete respuestas, las que coinciden en la necesidad de estimular la participación por la vía de reconocer a los buenos comentaristas. Un encuestado sugiere “premio del mes o semana para el mejor comentario”, e incluso que se le dé espacio a esta persona en “una minicolumna” (hombre, entre 46 y 55, derecha). Otro propone “premios online para que reciba el usuario como incentivo” (hombre, entre 26 y 35, centro derecha). Otra forma de reconocimiento puede ser publicar la opinión “más trascendente” (hombre, mayor de 66 años) o seleccionar a “algunos comentaristas (aleatorio) al menos una vez al mes para tratar un tema específico” (hombre, entre 46 y 55), los que darían cuerpo a un artículo con el diálogo que allí se genere.

### **Aumentar la participación**

Las respuestas agrupadas en esta categoría pueden estar influidas por la sensación que otro encuestado deslizó en el sentido de que los comentaristas

son pocos, que las mismas personas se repiten en los debates. De ahí que se piense que el sitio “mejoraría poniendo debates y opiniones o comentarios en la primera página del diario y visiblemente atrayendo más a los lectores” (hombre, mayor de 66). Otro usuario, también un hombre mayor de 66 años, cree que sería una buena idea “poner más encuestas” y generar “más participación de los lectores de este “prestigioso “diario” que es muy leído y con franqueza en las noticias que otros diarios”.

Resulta curioso que entre los adultos mayores existe una fuerte asociación en sus comentarios entre el diario y el sitio web, probablemente porque se trata de personas que fueron, o son, lectores del impreso. Este tema es tratado con más profundidad en el análisis del grupo de discusión.

### **Sin categoría (No aplica)**

Treinta respuestas versaron sobre materias distintas a lo consultado, o bien su opinión no fue posible de interpretar. Aquí hay respuestas que no agregan información como “no se me ocurre nada” (hombre, entre 46 y 55, “polimultifuncional”) y “recién estoy conociendo el espacio. Tiempo al tiempo” (hombre, más de 66 años, centro izquierda).

Adicionalmente, están aquellas respuestas que no fue posible traducir con certeza. Es el caso de quién respondió: “Que nadie que no entregue su

verdadera identidad se le prohíba comentar” (hombre, entre 46 y 55, centro derecha). ¿Quiso decir que nadie que no se identifique pueda comentar? ¿O, al revés, que no se prohíba comentar a quien rehúsa identificarse?

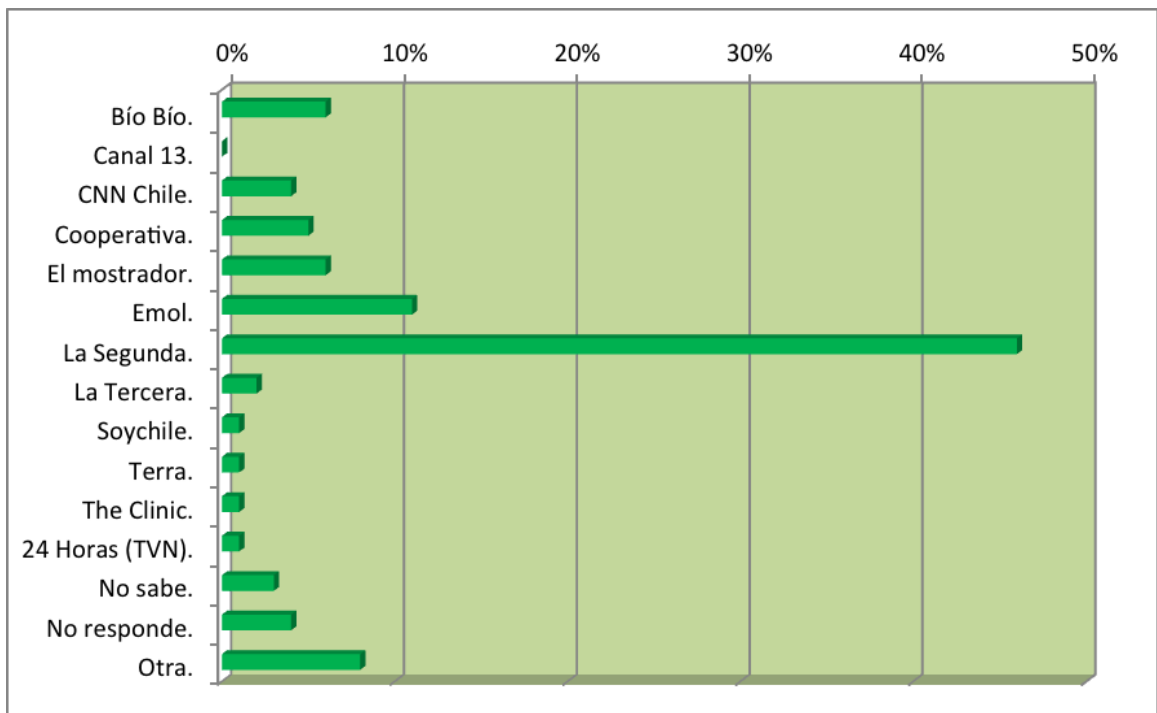
#### **4.1.2.4. ¿Cuál es su sitio favorito para comentar noticias chilenas en internet? (Pregunta 4)**

Esta pregunta arrojó un alto porcentaje de seguidores de La Segunda Online. Un 46% aseguró que era su sitio favorito, seguido por Emol con un 11%. Otras menciones importantes fueron para Bío Bío y El mostrador, ambos con un 6%, y para Cooperativa y CNN Chile, con un 5 y 4%, respectivamente. El total sumado de todos los otros sitios mencionados (6) fue de un 6%, siendo el mayor porcentaje para La Tercera (un 2%, y 9 votos) y el menor para Canal 13 (un 0%, sólo un persona la votó como su opción preferente).

Esta preferencia por La Segunda Online frente a otros medios puede indicar que quienes accedieron a contestar la encuesta se cuentan entre quienes sienten más identificación con La Segunda, característica que probablemente no comparten aquellos que prefirieron no responder el cuestionario. Otro tanto podríamos deducir a su vez de quienes luego accederán a participar de un grupo de discusión sobre el sitio. De ahí que sea particularmente importante dejar establecido que quienes con sus respuestas enriquecen este estudio

pertenece al núcleo más fiel de seguidores de la marca La Segunda, tanto en papel como en línea.

**Gráfico 16. ¿Cuál es su sitio favorito para comentar noticias chilenas?**



Un 8%, quienes respondieron ‘Otro sitio’, graficaron respuestas disímiles. La excepción son algunas menciones para La Nación (3), El Cachondeo y Diario El Sur. Abundan juicios en lugar de menciones de sitios. Algunos quieren, en lugar de optar por un sitio web, explicar cuál es su criterio en materia de búsqueda, con definiciones que su preferencia es por: “cualquiera”, “fuera de Chile”, “ninguno, el nivel es bajísimo”, “diferentes medios”.

A pesar de que se trataba de una pregunta con alternativas, la opción “otra” permitía escribir una opción no prevista y esto fue aprovechado por varios para anotar allí varios medios a la vez. Esto permitió observar que algunas personas encuestadas tenían una batería de medios elegidos como “Bío Bío, CNN Chile, Cooperativa”, o “El mostrador, La Segunda, The Clinic” o bien “Emol, La Segunda, La Tercera”. En total, se trató de 14 encuestados.

Los usuarios dan su preferencia mayoritaria a dos sitios (La Segunda Online y Emol) que tienen la misma plataforma de comentarios, basada en Facebook y sin filtro previo para autorizar los comentarios. Los otros sitios (al momento de la encuesta, en enero de 2013) disponen de sistemas que seleccionan las opiniones, autorizando a aquellas que cumplan con ciertas condiciones (a veces explicitadas).

Hubo algunas respuestas que señalaban que les hubiera gustado anotar más de un sitio, pero el cuestionario no les permitía hacerlo.

Varios sitios importantes en Chile, como los de canales de televisión y Terra, que cuentan con mucha información magazinesca, policial y de servicio público (al estilo de los matinales de la televisión chilena) no sumaron muchas preferencias, al contrario de aquellos portales que se caracterizan por entregar noticias de las llamadas “duras”. Esto puede tener relación con que quienes

comentan noticias en La Segunda Online se definen mayoritariamente en esta encuesta como personas con definición política y que convierten a las noticias de este ámbito en las más comentadas. No pasa lo mismo en la mayoría de las noticias de economía, espectáculos, deportes o tecnología. Uno de los focos de interés de los usuarios de La Segunda Online está en primer lugar en la política. En esto se diferencia de Emol, portal en el cual, según relata su editor, las informaciones políticas no tienen mucho éxito.

**4.1.2.5. ¿Por qué razón prefiere el sitio que señaló como su favorito?  
(Pregunta 5)**

Esta pregunta abierta arrojó variedad de respuestas las que fueron clasificadas, según los atributos comunes que querían destacar. En el caso de quienes optaron por La Segunda Online (183, en total), 151 personas justificaron su preferencia, mientras que otras 32 no respondieron por qué preferían este medio.



**Tabla 4. Categorías inferidas a partir de las respuestas que señalaron a La Segunda Online como su medio favorito**

<b>Categorías</b>	<b>Subcategorías</b>
Características del sitio	Facilidad para acceder a escribir comentarios
	Actualizado
	Permite la expresión de las opiniones
	Línea editorial afín
	Pluralista
	Amigable
	Relación con Facebook
	Entretenido
Calidad de las noticias	Noticias frescas
	Calidad periodística (objetividad, imparcialidad, claridad)
	Relevancia e interés de los temas
	Estructura
	Redacción
Es un hábito adquirido	Busco siempre las noticias en el sitio
	Soy lector del diario

### **Características del sitio**

En total, son 79 respuestas las que destacan atributos del sitio como causa de su preferencia por el mismo. Los más apreciados son la facilidad para comentar noticias, el pluralismo del medio y la actualización que percibe de sus contenidos.

### **Facilidad para acceder a escribir comentarios**

Los usuarios valoran mucho el poder comentar las noticias con facilidad, sin inscripción previa y sin tener que usar claves de acceso. Esta característica fue mencionada en 33 respuestas, lo que lo convierte en el atributo que surge espontáneamente más apreciado por los encuestados. “Hay menos obstáculos de procedimiento para hacer el comentario... en otros medios exigen poner claves, leer y escribir signos, etc.”, señala una mujer, entre 56 y 65, de centro, explicando su preferencia. Un hombre, entre 56 y 65, en tanto, agradece este acceso fácil que “permite enviar varios post, si uno lo desea”, y reclama que “en cambio en otros borran los comentarios o permiten un solo posteo por hora”. “no ponen trabas a quien quiera comentar y es abierto a todo el mundo”, “creo que es de fácil acceso y se publica lo que uno escribe”.

### **Actualizado**

Se valora el que las informaciones y los contenidos del sitio se actualicen durante el día. Para ocho personas esta es una buena razón para hacerlo su portal favorito de noticias. “Por la actualización de las noticias, me es más cómodo ir actualizando durante el día a través de este sitio o de emol.com”, señala un hombre, entre 26 y 35, de centro derecha. Atributo que también destaca otro hombre, entre 36 y 45, para quien La Segunda Online es el sitio “más actualizado minuto a minuto”.

### **Permite la expresión de las opiniones**

Siete encuestados rescatan como un atributo del sitio “la amplia libertad para expresarse” (mujer, entre 56 y 65, centro derecha). “Este espacio de libertad de expresión es muy valorado y por lo mismo hay que tener bastante cuidado al tomar la decisión de bloquear un comentario”, comentaba Sebastián Campaña a propósito de la misma caja de comentarios incorporada a Emol. Para una mujer, entre 36 y 45 años, que se declara de izquierda lo más valioso es precisamente esta posibilidad de “decir lo que pienso”. Y el hombre desencantado por la política, de entre 56 y 65, que dice “nunca más votaré por nadie”, agradece que “en este medio se pueden debatir todas las noticias”.

### **Línea editorial afín**

Cuatro respuestas se adscriben en esta categoría. “Creo que se asemeja mucho más a mi perfil”, señala un hombre, entre 56 y 65 años, de centro izquierda. Esta sensación de afinidad no se asocia a un solo sector político. Es así como otro hombre, en el mismo rango etario, pero que se define de centro derecha declara que “las informaciones están en la línea que me siento identificado”. Las otras dos opiniones que destacan su cercanía con “la línea editorial” de La Segunda Online se definen políticamente como de centro y “libre pensador”, respectivamente. Este último, hombre, de entre 26 y 35 años, se declara sorprendido por “lo avanzado del diario”. El que personas de distintas tendencias políticas sientan que la línea editorial de este sitio es cercana a ellos

puede estar relacionado con la importante valoración que se registra en las respuestas a esta misma pregunta para la pluralidad de La Segunda Online y que detallamos a continuación.

### **Pluralismo**

Este es un motivo muy importante para valorar al sitio de La Segunda. Para quince personas explica en parte o totalmente la fidelidad con este portal. Veamos parte de la explicación que comparte un hombre de izquierda, entre 56 y 65 años, para navegar en este sitio: “Porque es pluralista y nunca me han censurado algún artículo o comentario lo cual habla bien de La Segunda. Lo digo porque siempre la recomiendo sin ser de vuestra línea, pero respetan la democracia y la quieren como yo. He de esperar que no cambien, ya que mis comentarios están conectados con mi Facebook y son sinónimos de discusión”.

Este reconocimiento al pluralismo del medio procede de personas de diferentes definiciones políticas, algunas de las cuales critican a otros medios por censurar o dirigir interesadamente el debate. Así lo expresa un hombre, mayor de 66 años, que se define de centro, y que aprovecha de criticar a El Mostrador: “Publican opiniones de todos los sectores, no como otros sobre todo digitales con nombre de un elemento de negocio antiguo donde sólo comentan los zurdos”. Un hombre, entre 56 y 65, de centro, señala que “en otros medios como La Tercera, cuando los comentarios no son favorables a Piñera y su

gobierno, son borrados”. Un hombre, entre 56 y 65, centro izquierda, agradece que éste sea “un medio pluralista y democrático donde la información puede ser discutida libremente”.

Este pluralismo representa la posibilidad de escribir mi opinión en un medio que no siento afín y éste la va a respetar. Cuando un hombre, de entre 46 y 55 años, de izquierda escribe agradecido “porque dan la oportunidad de poner en su lugar a las calumnias y comentarios racistas”, está expresando también que esta comunidad de lectores admite tanto comentarios que él considera racistas como los que se oponen a ese racismo.

### **Amigable o acogedor**

Para seis personas es importante sentir que están en un espacio que definen como amigable o entretenido. “Es más amigable que otros, en que existe muchos insultos y descalificaciones”, asegura un hombre, entre 56 y 65, de derecha. “Claro y muy amigable”, acota un hombre, entre 56 y 65, de centro.

### **Relación con Facebook**

Hubo dos menciones que definieron este aspecto como muy importante. “Porque después puedo, fácilmente compartir en Facebook”, señaló una mujer, entre 56 y 65, de centro.

### **Entretenido**

Es un atributo también poco destacado y figura en dos respuestas. “Es el más claro y entretenido para mi gusto”, dice una mujer, entre 46 y 55, que se define como de derecha.

Es la razón también que aparece cuando una participante del grupo de discusión trata de explicar por qué ha tenido una cercanía especial con el diario La Segunda por muchos años: “no sé si es por el formato que es liviano, además de entretenido”.

### **Calidad de las noticias**

#### **Noticias frescas**

Seis respuestas aluden a la importancia de tener “noticias frescas”. Algunos de ellos además dejan entrever en sus respuestas la fuerte asociación del sitio con el diario impreso que es La Segunda. De ahí que uno recuerde la promesa del mismo diario de “como versa su frase promocional: ‘son las primeras noticias de mañana’” (hombre, entre 36 y 45) y otro celebra “tener la posibilidad de revisar noticias frescas en la tarde” (hombre, entre 46 y 55) a pesar de que el sitio sigue las noticias lo largo de todo el día y no solamente durante la tarde.

### **Calidad periodística (objetividad, imparcialidad, claridad)**

Esta es otra categoría que concentra muchas respuestas (22; 6% del total encuestado) y se constituye a partir de los juicios que valoran los atributos periodísticos del sitio: objetividad, seriedad, imparcialidad, veracidad y claridad. “La noticia es completa no hay exageración en el tema, es el suceso tal cual, sin hacerlo colorido para un buen lector” (mujer, entre 46 y 55, derecha). Son más los lectores que se declaran de derecha o centro derecha (9), los que señalan algún tipo de calidad periodística, ya que sólo dos que se definen de centro izquierda y cuatro de centro hacen otro tanto. Sin embargo, un número también considerable de personas (7) que optó por rechazar una definición política en términos de izquierda o derecha destaca atributos de este tipo. Otra mujer, entre 56 y 65, centro derecha, cree que prefiere este medio porque “porque en general las noticias están enfocadas en lo medular y son fidedignas, ya que hay casos en otros medios con errores”.

Las palabras que más se repiten en estas respuestas son objetividad, claridad, imparcialidad y seriedad. “Por claridad y transparencia”, señala un hombre, entre 56 y 65, y otro hombre, mayor de 66 años, de centro derecha, destaca “objetividad, y claridad en las noticias”.

### **Relevancia e interés de los temas**

De las 13 respuestas que destacan las temáticas que tratan las informaciones de La Segunda, tres ponen acento en la ausencia de farándula de sus informaciones. “Lo encuentro veras y no tan farandulero”, anota un hombre, entre 46 y 55, de centro izquierda. Se destaca también aquí lo que se percibe como una preocupación por educar a la comunidad sobre sus derechos: “Por la temática de la noticia que expone, son contingentes y exhiben el interés común a todos, educando e informando de derechos y opciones que por mucho que nos corresponde, las desconocemos” (mujer, entre 46 y 55). En tanto, un hombre, mayor de 66 años, de centro izquierda, cree que este medio “se atreve a poner el dedo en la llaga de tanto en tanto. Y eso es mucho en los tiempos presentes”.

### **Estructura**

El buen trato a las noticias, sin detallar más este atributo, aparece en algunas respuestas (4): “Porque me gusta la forma como La Segunda trata las noticias (...)” (hombre, entre 46 y 55, centro derecha); “La noticia está bien enfocada y no se presta para equívocos” (mujer, entre 56 y 65, derecha).

### **Redacción**

“La redacción es infinitamente mejor que en otros diarios”, asegura un hombre, entre 16 y 25, que se define con un “no creo en la política”. No fue, en todo



caso, una categoría demasiado presente, con sólo 4 respuestas en esta línea. “(...) estoy leyendo las noticias de este portal, me parecen bien estructuradas”, sentenció una mujer, entre 36 y 45.

### **Es un hábito adquirido**

#### **Busco siempre las noticias en el sitio**

Hay un porcentaje de personas que reconocen como causa de su preferencia por La Segunda Online el hábito que han adquirido buscando sus noticias. Son 14 (un 4%, aproximado del total encuestado). “Reviso La Segunda Online en forma cotidiana, es atractivo y simple el formato”, plantea un hombre, entre 46 y 55, derecha. Otro hombre, del mismo grupo etario y tendencia política, reconoce que es una costumbre arraigada: “Porque para mí es hábito... lo primero que hago al llegar a mi lugar de trabajo, o cuando estoy de vacaciones, es entrar en La Segunda, soy adicto a La Segunda”. En este caso, como en otros, se hace difícil discriminar si las personas hablan de La Segunda en su versión impresa o en línea. Sin embargo, se aprecia que existe un porcentaje relevante de quienes hoy ven el sitio web, antes compraban este diario: “Por costumbre. Compraba diariamente La Segunda y me agrada” señala un hombre, mayor de 66, que se declara de centro.

### **Soy lector del diario**

Existe un grupo de encuestados (7) que plantea que ser lector del diario es la razón para preferir su sitio web: “Es el diario que leo continuamente, aunque insisto a veces se pone muy poco serio con las noticias” (mujer, entre 46 y 55, derecha); “Siempre leo La Segunda” (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

Por las dudas en relación al vínculo entre los lectores del diario impreso y del portal La Segunda Online se formularon varias preguntas al grupo de discusión posterior en relación a este tema. El resultado puede verse en el análisis del grupo de discusión, donde se concluye que estos usuarios fueron primero lectores de La Segunda y luego usuarios de su sitio web.

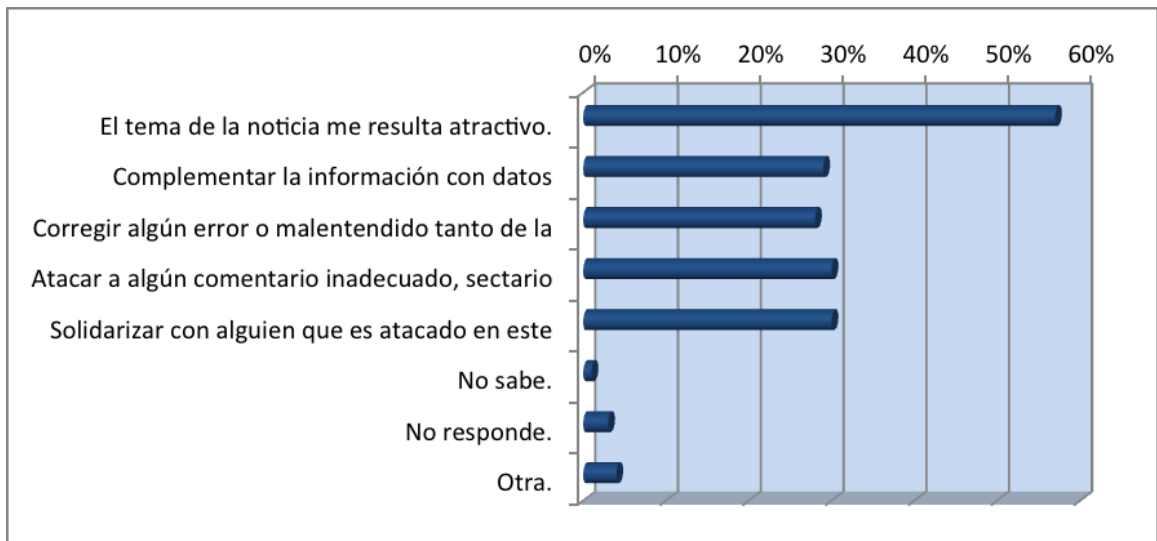
El total de las respuestas que dio forma a estas categorías puede verse en el Anexo Pregunta 5.

**4.1.3. Tercer objetivo: Sondar cuáles son las motivaciones que llevan a los usuarios de la caja de comentarios La Segunda Online a comentar las noticias.**

**4.1.3.1. ¿Recuerda que situaciones lo han impulsado a escribir un comentario en una noticia? (Pregunta 6)**

En busca de las motivaciones, al menos conscientes, para escribir en el espacio de comentarios de las noticias preguntamos “¿Recuerda que situaciones lo han impulsado para escribir un comentario en una noticia?”. Se podía elegir más de una opción entre cinco alternativas.

**Gráfico 17. ¿Qué lo impulsa a escribir un comentario en las noticias?**



Como principal motivación aparece el que “el tema de la noticia me resulta atractivo”, con un 57% de concordancia con esta opción.

Luego, y en un empate estadístico, figuran opciones como “Complementar la información con datos adicionales” (29%), “Corregir algún error o malentendido tanto de la noticia como de algún comentarista” (28%), “Atacar a algún comentario inadecuado, sectario u odioso” (30%), “Solidarizar con alguien que es atacado en este espacio” (30%). Las pocas respuestas que marcaron la

opción Otra (que es porcentualmente importante en otras preguntas) confirmaría que no existen opciones adicionales significativas a la hora de escribir un comentario.

Es interesante anotar que todas estas acciones que las personas asumen como naturales guardan relación con lo que Alejandro Rost (2011) define como el cambio notable que sucede cuando “el usuario común se comienza a mezclar con los periodistas en la construcción de la actualidad”. Aquí las personas señalan los errores de los periodistas, las inexactitudes de la información o bien agregan datos que complementan la noticia. Actúan como editores. Y lo hacen en aquellas crónicas que les resultan más atractivas por el tema que desarrollan.

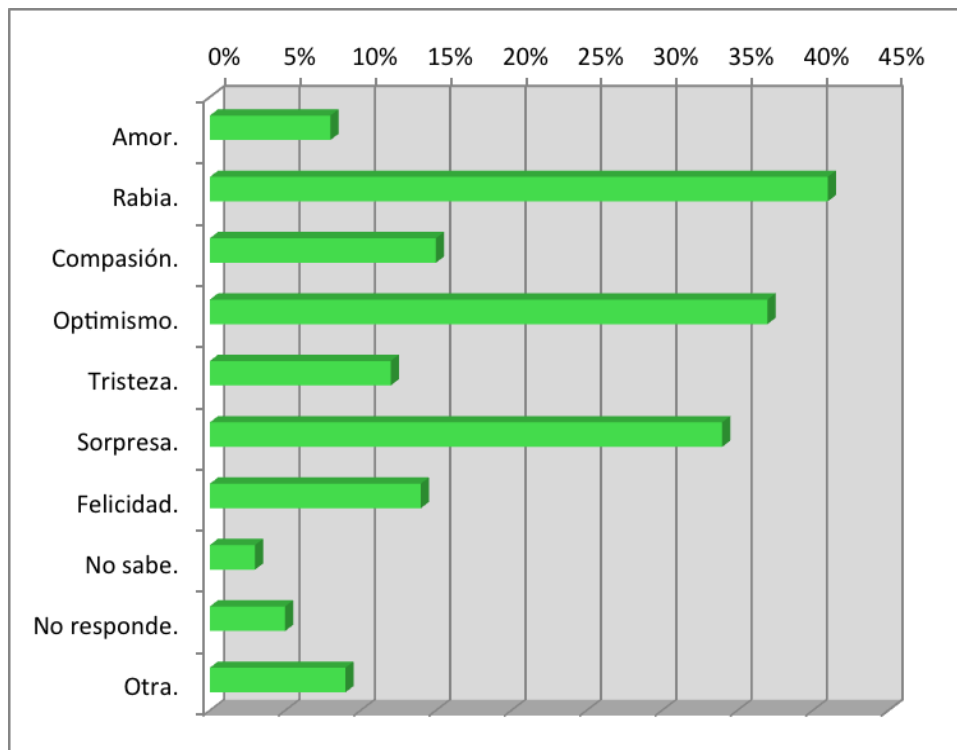
#### **4.1.3.2. ¿Considerando su experiencia, recuerda haberse sentido motivado por alguna de estas emociones para escribir un comentario? (Pregunta 7)**

La pregunta apuntaba a identificar aquellas emociones que están más asociadas al impulso de escribir en el sitio web de La Segunda.

Las emociones básicas que los encuestados señalan que están en el origen del impulso que los llevó a escribir un comentario son la rabia (41%), el optimismo (36%) y la sorpresa (33%). Secundariamente, aparecen la compasión (15%), la

felicidad (14%) y la tristeza (13%). Relativamente pocas personas sostuvieron que el amor es un impulso que lleve a escribir en las noticias (sólo un 8%).

**Gráfico 18. ¿Qué emociones lo impulsan a escribir un comentario?**



Del 9% que anotó la alternativa “Otra”, algunos quisieron definir este sentimiento. El desglose de estas respuestas, a nuestro juicio, incluye sentimientos emparentados con los que se había anotado en la pregunta, y en su casi totalidad se asimilan a las emociones de rabia y compasión. Algunas de las respuestas que ayudaron a sacar esta conclusión son las siguientes: “pena por la ignorancia” (¿compasión?), “molestia o para contrarrestar ideas de

fanáticos” (¿rabia?), “molestia o indignación en algunos casos” (¿rabia?) o “solidaridad” (¿compasión?).

Hubo muchísimas respuestas espontáneas que intentan describir otra opción, que definiremos como ‘indignación ante la injusticia’. Algunas respuestas que conllevan este concepto y que han ayudado a definirlo son las siguientes: “pena por lo discriminatorio”, “sentido de justicia”, “injusticia es la emoción que surge”, “injusticia”, “verdad y justicia”, “no soporto la injusticia” o “solidaridad con personas víctimas de la injusticia”. Aunque este grupo de respuestas surgió en el 3% del total de encuestados, representa el 33% de quienes quisieron especificar cuál era ese otro sentimiento.

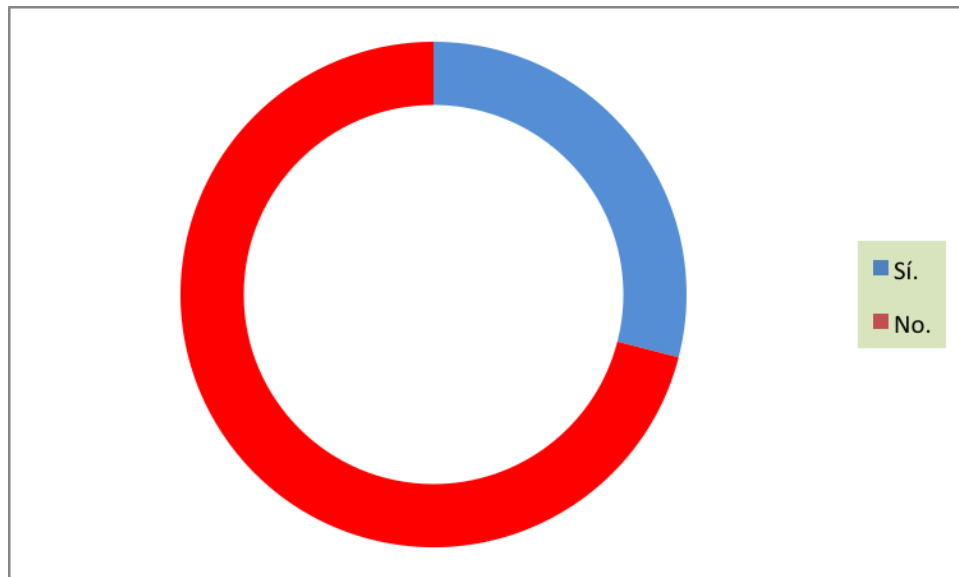
Este, me parece que es un hallazgo que merece ahondarse en futuras investigaciones, ya que en su participación como comentaristas de noticias las personas, o al menos cierto porcentaje de ellas, parecen querer participar en el debate comunitario aportando a que la justicia se imponga y/o sancionando con sus opiniones a quienes se juzga injustos en sus acciones o juicios.

**4.1.4. Cuarto objetivo: Describir los rasgos comunes de los usuarios más seguidos de la caja de comentarios de La Segunda Online.**

**4.1.4.1. ¿Reconoce a alguna de las personas que habitualmente comentan en nuestras noticias? (No los comentaristas del diario sino personas como usted) (Pregunta 8)**

Sólo un 29% de las personas encuestadas señaló reconocer a alguna de las personas que comentan noticias en La Segunda Online.

**Gráfico 19. ¿Reconoce a alguna de las personas que habitualmente comentan en nuestras noticias?**



**4.1.4.2. ¿Cuál es el nombre de este comentarista? (Pregunta 9)**

En la encuesta se trató de identificar a los comentaristas que las personas más seguían o al menos identificaban en su interacción con el espacio de

comentarios de La Segunda Online. Esto apenas se logró ya que la mayoría de las personas que señalaron algún nombre respondieron que ubicaban al usuario que firma con el seudónimo de “Gato viejo”. Fueron 39 respuestas (10,4% de quienes respondieron el cuestionario), entre las que se incluyen a quienes lo identificaron parcial, pero inequívocamente con nombres como “gato”, “el gatito” o “gato no se cuanto”. Sin embargo, además de él surgieron muy pocos nombres.

El resto de respuestas válidas (35) a esta pregunta, se divide en partes casi iguales entre quienes explican por qué no mencionen a nombre alguno y los que señalan nombres que no encuentran eco en otras personas que respondieron la encuesta.

Aquí aparecen muchos reclamos a la calidad de la interacción que generan estos comentaristas. Un hombre, entre 26 y 35 años, de centro derecha, responde que “sí” ubica a algún comentarista, para luego, en esta pregunta, responder que no recuerda su nombre y, en la siguiente pregunta, quejarse que “la mayoría de los comentarista marcados como habituales o destacados son personas que escriben de manera odiosa o resentidas”.

Además se produjo una confusión al hablar de “comentaristas” ya que muchos tendieron a mencionar a blogueros del diario impreso, como es el caso de



Cristina Bitar, Alfredo Joignant o, en especial, a Sergio Melnick, no siendo este dato pertinente para el estudio. En total hubo 20 respuestas que señalaron como comentaristas a blogueros del diario aunque la pregunta explícitamente señala que se trata de identificar a “personas como usted” y no a los columnistas del diario.

¿Por qué las personas siguen o identifican a “Gato Viejo” y no a tantas otras personas que escriben en las noticias de LSO? Probablemente, porque es un escritor incansable y que comenta en muchísimas noticias. Y según lo que plantea Himelboim (2010, pp. 652) “ser activo en una discusión ayuda a atraer más atención del grupo”. Quienes comentan en el sitio ya lo identifican porque, según señala un encuestado, “escribe en casi todas las notas que leo”.

Su estilo es mordaz, y en ocasiones se torna insultante y grosero. Se volvió un personaje fácilmente reconocible para quienes leen noticias en el sitio. Y así lo reflejan las respuestas a la pregunta del cuestionario, “¿Por qué lo identifica o sigue?”. Respuestas: “no lo sigo pero destaca por su alto nivel de odiosidad e insultos hacia las mujeres”, “por sus respuestas agudas y muchas veces graciosas”, “es una persona que insulta a otras personas”, “por su nombre, su foto y su estilo mordaz y algo irreverente de opinar”, “porque sus comentarios son racistas y amargados, es mal educado y falto de respeto”, “por polémico, irreverente, siempre critica todo”, “es asertivo, escueto y experimentado”, “lo

identifico por las estupideces que dice”, “es una persona escueta, breve, directa y con mucha sabiduría”, “porque es un inconformista, desubicado, malintencionado y muchas veces bipolar”. Incluso hay quien reconoce: “¡no lo sigo, lo persigo!”.

Otro, que también menciona a “Gato viejo” aprovecha de pedir que el sitio lo bloquee permanentemente ya que lo acusa de haber sido insultado por este sujeto. “Escribió a mi correo de Facebook tratándome de imbécil”, se queja.

Al ser interrogado por qué razón sigue o identifica a este personaje, otro hombre, también entre 46 y 55 años, señala que “no lo sigo... sólo aparece en cualquier tema usando un lenguaje escatológico y con un dejo de odiosidad a los sectores políticos de derecha y militares... como que fue abusado cuando niño por estos”.

La persona que está detrás de este sinónimo sería muy interesante de entrevistar, pero lamentablemente “Gato Viejo” no quiso salir de su anonimato al ser contactado vía correo electrónico.

### **Perfil de “Gato Viejo”**

Los datos que este usuario ha entregado sobre el mismo no son muchos. Sin embargo, algunas cosas que comenta dan luces de que se trata de un hombre

mayor, quizás jubilado, políticamente incorrecto, enfermo de diabetes, que prefiere los párrafos cortos para discutir con rudeza tanto con hombres como con mujeres, que vive en Ñuñoa o al menos frecuenta sus lugares, partidario de Bachelet, del cine chileno y dueño de un temperamento cambiante. Un día comentó que se puso “Gato Viejo” por un gato que tuvo y que ya había muerto.

#### Imagen 4. Interacción de Gato Viejo con otros usuarios

**Magaly Gonzalez Acevedo** · ★ Mejor comentarista · Santiago  
Mi total reprobación a la madre de la pequeña que por su vicio lleva a una menor de edad a ese tipo de negocios, es reprochable la conducta de la madre y por el caso de Mackenna que la justicia de comprobar los hechos lo castigue como a todo degenerado que abusa de los menores de edad, todo el peso de la ley contra cualquier degenerado sin importar su clase social y elite. castigo para todos los degenerados y a la madre preguntarle hasta donde llega su vicio para arrastrar a su pequeña hija en ese tipo de ambientes que obviamente son de adultos. llamado de atención para la madre ejemplar.  
Responder · 👍 186 · Me gusta · 4 de febrero a la(s) 5:30

---

 **Gato Viejo** · ★ Mejor comentarista  
Magaly Gonzalez Acevedo MEDIO IDIOTA SU COMENTARIO.....  
Responder · 👍 17 · Me gusta · 4 de febrero a la(s) 5:38

---

 **Magaly Gonzalez Acevedo** · ★ Mejor comentarista · Santiago  
Su palabrería barata no me interesa tal gato viejo , seguramente tu tienes un comentario mejor, y gente con seudonimos tan tontos ,deben ser personas muy pateticas.  
Responder · 👍 103 · Me gusta · 4 de febrero a la(s) 5:55

---

 **Maria Soledad Alcaíno Abarca** · ★ Mejor comentarista · Universidad de Talca  
Magaly González Acevedo. No respondas a GATO VIEJO porque no tiene buen discurso. Fíjate en sus comentarios: ácidos, destemplados y principalmente, carentes de vocabulario. Siempre termina en groserías y cuando no usa vulgaridades, sus respuestas son muy cortas.  
Responder · 👍 68 · Me gusta · 4 de febrero a la(s) 6:00

---

 **Gato Viejo** · ★ Mejor comentarista  
CADA UNO OPINA COMO QUIERE..MUÉSTRAME..SO IDIOTA DONDE ES OBLIGATORIO PONER NOMBRES Y FOTO  
Responder · Me gusta · 4 de febrero a la(s) 6:14

---

 **Gato Viejo** · ★ Mejor comentarista  
Maria Soledad Alcaíno Abarca SE NOTA QUE NACISTE EN EL HOSPITAL DE TALCA.....  
Responder · Me gusta · 4 de febrero a la(s) 6:14

La imagen anterior muestra una interacción en que Gato Viejo reaccionó con furia, luego de que le dijeran que su seudónimo era propio de una persona patética.

#### **4.1.4.3. ¿Por qué lo identifica o sigue? (Pregunta10)**

En concordancia con las preguntas anteriores, aquí la mayor parte de las opiniones son juicios en relación al comentarista “Gato Viejo”. De estas opiniones 19 lo enjuician negativamente, 12 lo consideran positivamente y otras 8 personas emiten juicios neutros o equilibrados respecto a él. Además, hubo 12 menciones positivas para otros comentaristas (3 de ellas para “Víctor Rodríguez O.”, el segundo con más menciones después de “Gato Viejo”) y siete negativas. Estas últimas son únicamente para personajes que interactúan con seudónimos, como “antiderecha”, quien es calificado de “cobarde”, o “pseudónimo”, a quien se le critica “su forma sectaria de escribir”.

Las razones para seguir a alguien en la caja de comentarios están casi empatados entre quienes lo hacen por una valoración positiva (26 casos) y de quienes, por el contrario, lo hacen porque el personaje en cuestión se les hace insufrible (24).

En tanto, los motivos para amar u odiar a “Gato Viejo” confirman su carácter de líder en la interacción. Aunque hay algunos comentarios neutros del tipo “escribe en casi todas las noticias que leo”, la mayoría se abanderiza con respecto a su figura. Y mientras la valoración de los varones es primordialmente negativa (17 juicios críticos vs. 4 positivos y uno neutro), la opinión femenina le favorece (7 valoraciones positivas, 4 neutras y 4 negativas). Su encanto lo explica una mujer, entre 46 y 55 años, diciendo que “sus comentarios generalmente me hacen reír, y es un gran enamorado de las comentaristas femeninas”.

También las tradicionales divisiones políticas tienen sus matices cuando interviene este personaje. Aunque sus detractores son especialmente personas que se identifican con la derecha política, el amor y odio que genera trasciende las ideologías. Así lo define una mujer, que se define de derecha, mayor de 66 años: “es comunista (no participo de su creencia política), es muy hábil para contestar cualquier tipo de noticia, es sarcástico y divertido”.

El que un personaje que ataca a los líderes de la derecha tanto como a los puntos de vista de este sector no sólo sea más reconocido que otros sino también genere simpatías de sus adversarios puede guardar relación con que las personas prefieren discutir de política con quienes no están de acuerdo (Fisher, 2006).

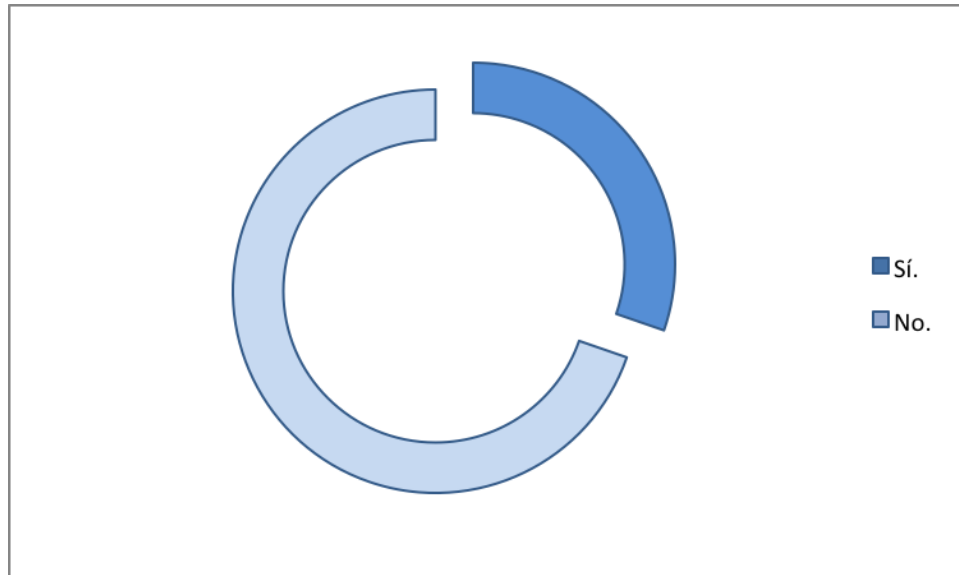
Pocos recuerdan nombres “reales” de usuarios y cuando esto ocurre se trata, por el contrario de personas a las cuales describen positivamente. En algunos casos podría tratarse (en vista del anonimato que implica responder el cuestionario) de autorecomendaciones.

**4.1.5. Quinto objetivo: Determinar de qué manera influyen las noticias y los comentarios de la caja en la opinión de los usuarios de la Segunda Online.**

**4.1.5.1. En general, considerando su experiencia, ¿usted diría que ha cambiado, alguna vez, de opinión, por causa de algún comentario que ha leído en el espacio de comentarios de La Segunda Online? (Pregunta 11)**

Un alto porcentaje, el 69%, asegura que no ha cambiado de opinión, ni siquiera “alguna vez”, por causa de algún comentario que ha leído en el espacio de comentarios de La Segunda Online. Esto puede implicar que las personas perciban como un valor el mantener la opinión propia frente a las de otras personas y/o que en realidad modificar los juicios que se tienen de la realidad es un ejercicio poco frecuente. La próxima pregunta podría dar luces al respecto.

**Gráfico 20. ¿Ha cambiado de opinión por causa de algún comentario del sitio?**

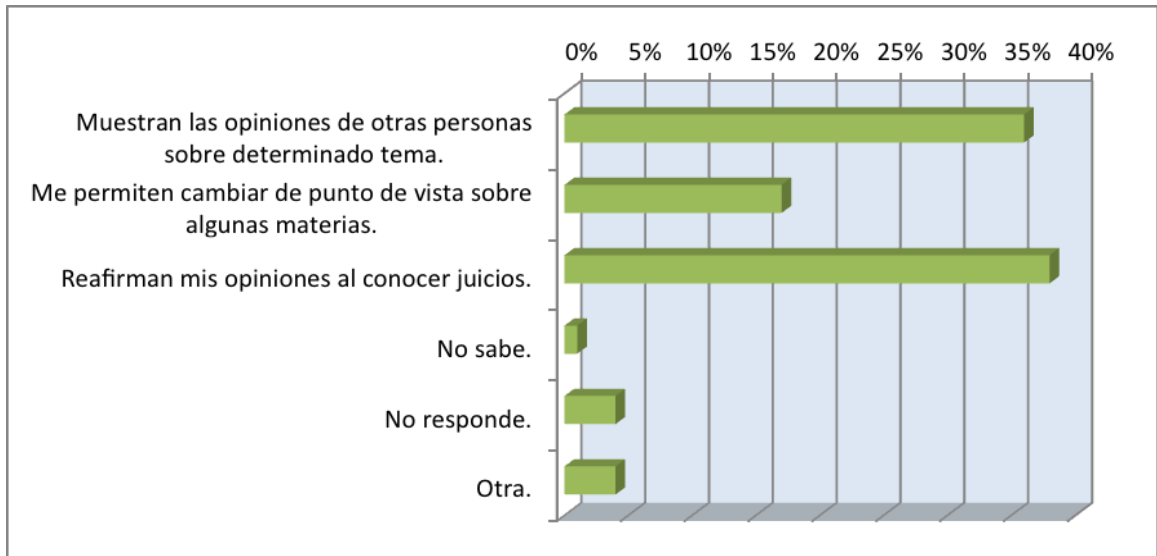


**4.1.5.2.¿De qué manera influyen los comentarios que se escriben en las noticias en sus propias opiniones? (Pregunta 12)**

Estas respuestas guardan relación con la anterior pregunta ya que sólo un 17% aseguró que los comentarios les permitían “cambiar de punto de vista sobre algunas materias”. Es decir, nuevamente se revela que a las personas no les gusta cambiar de opinión y/o reconocer que lo hacen.

Un número mayor (37%) reconoció que participar de este espacio y leer otros comentarios “reafirman mis opiniones al conocer otros juicios”. Es decir, las personas declaran que conocer otras opiniones sirve más para validar las propias antes que cambiarlas por las que se escriben en este espacio.

**Gráfico 21. ¿Influyen los comentarios de las noticias en sus opiniones?**



Un 36% destacó que la caja de comentarios les permitía ver “qué opinan otras personas sobre determinado tema”. Como planteaban los psicólogos argentinos Alejandro Ruiz y Virginia Viguera cuando la red era un fenómeno emergente, doce años atrás, uno de los atractivos de internet para los adultos mayores (parte importante de nuestros encuestados) es que “posibilita la comunicación con otros, en forma casi inmediata y con rápida respuesta”, junto con “estar y sobre todo sentirse vigentes, viviendo este tiempo que es de todos”.

**4.1.6. Sexto objetivo: Indagar sobre el consumo de noticias por parte de los usuarios de la caja de comentarios de la Segunda Online, de acuerdo a la lectura y extensión de éstas.**

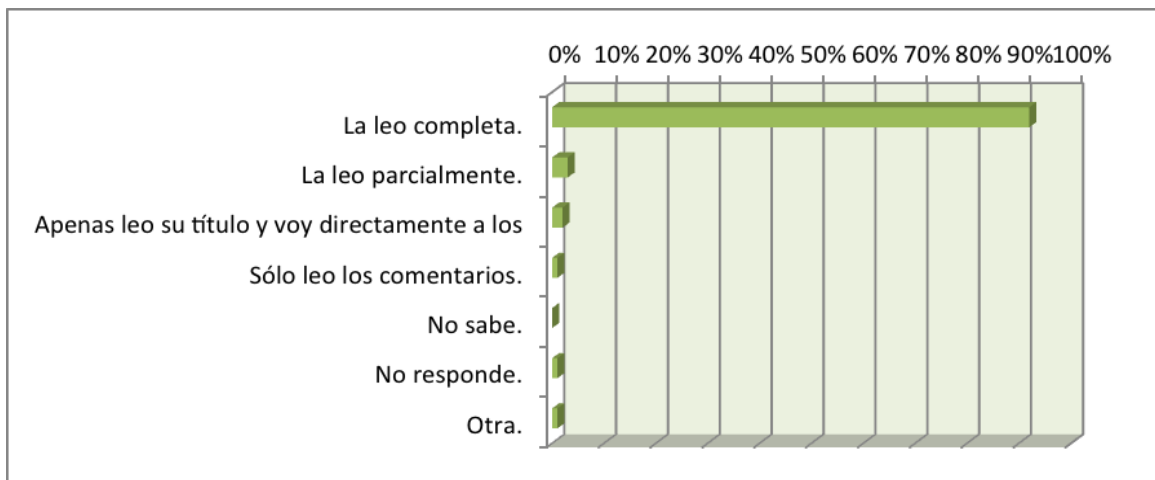


#### 4.1.6.1. ¿En general, cuánto lee de una noticia antes de escribir un comentario sobre su contenido? (Pregunta 13)

Un 91% asegura leer completa las informaciones antes de comentarlas. Otros revelaron que leían parcialmente la información antes de escribir: Un 4% aseguró que “la leo parcialmente” y un 2% que “apenas leo su título y voy directamente a los comentarios”.

Sólo un 1% (3 personas) aseguró que únicamente veía los comentarios que generan las noticias y no las noticias mismas.

**Gráfico 22. ¿Cuánto lee de una noticia antes de opinar en ella?**



Estas cifras se explican por una conducta que es visible en los debates que se generan en el espacio de comentarios: las personas recriminan a aquellos que entendieron en forma parcial una crónica. Leer la nota completa no sólo ayuda

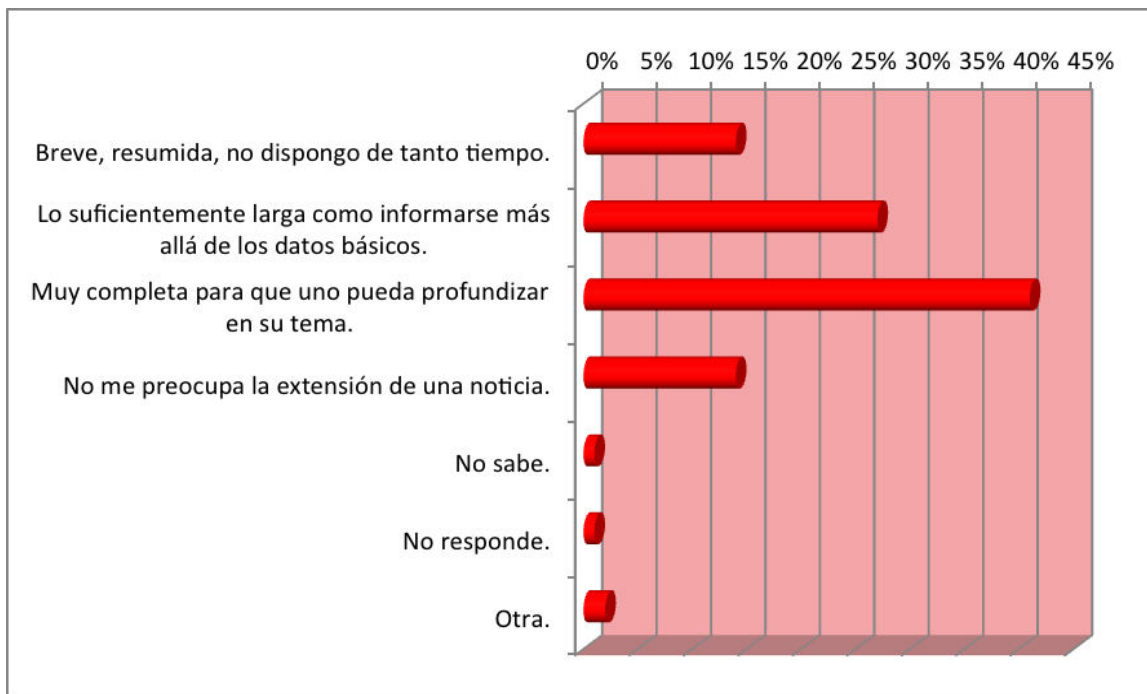
a conocer mejor la historia antes de opinar, adicionalmente aleja la posibilidad de ser recriminado por ello.

**4.1.6.2. ¿Cuál de estas afirmaciones se acerca más a lo que usted cree que debería ser la extensión ideal de una noticia? (Pregunta 14)**

Esta pregunta quiso saber sobre cómo se valora la extensión de una noticia. La mayor parte de los cibernautas consultados reclama una información “muy completa para que uno pueda profundizar en su tema” (41%), mientras que otro porcentaje relevante pide que ésta sea “lo suficientemente larga como para informarse más allá de los datos básicos” (27%). Estos juicios estarían en concordancia con la pregunta inmediatamente anterior, en la cual las personas dijeron leer completas las informaciones antes de opinar.

Fue semejante el promedio de personas que declararon, tanto preferir noticias “breves y resumidas” como quienes señalaron que “no me preocupa la extensión de una noticia”. Cada una de estas opciones logró un 13% de adhesión.

**Gráfico 23. ¿Cuál es la extensión ideal de una noticia para usted?**



Es posible imaginar que estas personas que gustan de opinar en las noticias quieren tener a mano la información necesaria para poder debatir. Una información muy resumida o que no entregue suficiente *background* puede debilitar la propia posición de ellos como comentaristas.

Estas respuestas, parecen contradecir el planteamiento de Pablo Mancini, quien nos advertía que “cualquier periodista que edite un sitio *online* sabe que las noticias de mayor extensión son las menos leídas y menos comentadas...”. Pese a su afirmación, la extensión de las noticias no parece influir en que estos usuarios las lean y comenten.

## 4.2. Grupo de discusión

El siguiente análisis da cuenta de las opiniones y discursos surgidos en el grupo de discusión. Los temas que se plantearon en el debate se ordenaron en categorías emergentes, y estas, a su vez, se estructuraron de acuerdo a los objetivos que esta tesis se planteó originalmente.

**Tabla 5. Categorías emergentes que surgen del grupo de discusión**

<b>Objetivos</b>	<b>Categorías emergentes</b>
Describir los rasgos comunes de los usuarios de la caja de comentarios de La Segunda Online.	Lectores históricos del diario La Segunda
	Valoran el espacio de debate que son los diarios
	“Infomaniacos” Usan internet intensamente como pasatiempo
Indagar sobre la valoración que hacen los usuarios de la caja de comentarios de La Segunda Online.	Detestan el uso de insultos y seudónimos en el debate online
	Criticar la calidad de los contenidos y la presentación de las noticias
	Quieren que exista moderación en la caja de comentarios
Sondear cuáles son las motivaciones que llevan a los usuarios de la caja de comentarios de LSO a comentar las noticias.	Valoran el conectarse con esta comunidad en línea
Indagar sobre el consumo de noticias por parte de los usuarios de la caja de comentarios de la Segunda Online, de acuerdo a la lectura y extensión de éstas.	Priorizan la lectura de los comentarios, antes que el texto de la noticia

## Lectores históricos de La Segunda

Las palabras que usan varios participantes hablan de un vínculo fuerte entre estas personas y el diario La Segunda. Y las emplean en un contexto de recuerdos que atraviesan varias décadas.

*“era media paranoica, yo no podía vivir sin La Segunda cuando estaba en Chile. [...], y compraba La Segunda y me iba leyendo La Segunda, y después cuando me fui del país, mi mamá me mandaba la sección de los puzles en el verano (...). Y siempre lo he leído a través de internet. Pero sí, ha habido mucho más que con otro periódico. Es curioso. No sé si es por el formato que es un formato liviano, además que es entretenido”. (Mujer, +60 años).*

Son, o eran, en su mayoría lectores asiduos del diario La Segunda en su versión impresa.

*“... (Soy) lector de La Segunda hace mucho, mucho, mucho, porque era de los que, compulsivamente, me tenía que comprar La Segunda, todos los días. [...] si no la encontraba en un lugar, iba a otro hasta que la lograba encontrar, volvía a la casa. Era una especie de rutina en las tardes: ‘el papá está leyendo La Segunda así que no lo interrumpen’ ”. (Hombre, 70 años).*

Por las palabras que usan, y por el énfasis con que las dicen, proyectan un vínculo estrecho con el diario. Se habla de una rutina incorporada a la vida diaria y asociada al consumo de noticias en las tardes. Alguien reconoce que la compraba compulsivamente, otra que no era media paranoica para esperar su llegada, otro que la salía a comprar y hasta que no la encontraba no volvía a su

casa. Por esto, se puede notar la existencia de una relación estrecha con el diario.

*“El único sitio de información nacional que yo veo en la tarde es La Segunda. **Hay gente que ve Cooperativa, Bío Bío. Para mí eso no existe. Para mí es un hábito La Segunda** (...) el referente es tal vez porque uno está acostumbrado al formato de la Segunda por décadas cierto, el verde con el rojo, cierto, que espera ver reproducida la portada reproducida en la pantalla (...) los otros sitios, yo por ejemplo, no los veo”. (Hombre, 59 años).*

La aparición del diario en internet fue cambiando los hábitos y actualmente siguen el sitio web del diario, pero ya no compran el impreso. Perciben que el diario está en la web.

Un lector señala que su adición a La Segunda, como diario de papel, duró hasta los años noventa y que hoy sólo entra a ver lo que las personas opinan en los chats. “Yo **compraba La Segunda y era adicto a La Segunda hasta los años noventa**, pero realmente creo que, no la compro ahora y tampoco la leo”. (Hombre, 59 años). Esta persona, que es suscriptor de El Mercurio y por tanto tiene acceso a La Segunda Digital desde temprano luego explica que acostumbra a esperar que se vea la portada del día del diario (online), lo lee temprano y que a en la tarde no hay para él otros sitios de noticias: “Hay gente que ve Cooperativa, Bío Bío. Para mí eso no existe. Para mí es un hábito La

Segunda”. Dicho por un hombre que poco antes había dicho que sólo veía los chats de La Segunda Online.

Todos dan cuenta de cómo la lectura pasó desde el diario a su versión en línea. Los participantes del grupo de discusión son usuarios habituales de internet, y han tenido cierto grado de “lealtad” hacia La Segunda, pues si bien ya no la compran en papel, sí la siguen en su versión web. Cambiaron de formato, mas no de medio de comunicación.

*“[...] Y **La Segunda en realidad la tengo como sitio en mi computador**. Estoy cada 2 minutos, comparo con lo que sale en Emol. Y lo que más me gusta son los reportajes de La Segunda, y después lo que veo mucho, leo, son los bloques del chat”. (Mujer, 50 años)*

Sólo una participante asegura que hoy todavía compra el diario de papel. Sin embargo, esa ansiedad por esperar ver la portada del diario y luego comprarla parece haberse traspasado al contenido web. Se esperan que aparezca la portada a las 14 horas, y luego por ver los temas del diario, a partir de las 18 horas.

El cambio a la web parece generar dos tipos de consumos del medio digital. Unos que siguen con ansiedad el sitio esperando “que haya una cosita nueva”, y otros que tienen a este sitio web como uno de consulta importante, pero que compite con otros medios web.

*“a las ocho abro mis ojitos, me voy al computador, lo enciendo, y ahí no me muevo hasta las doce. **Miro, leo, y espero La Segunda que cambie**”. (Mujer, +60 años).*

*“[...] entro varias veces esperando que haya una cosita nueva. Pero eso, es como que es la segunda parte del día en noticias”. (Mujer, 56 años)*

Los estilos de navegación difieren en cada persona. Esta frase, por ejemplo, da cuenta de un jubilado que prefiere buscar informaciones en los listados de noticias, en lugar de la forma más convencional de ver el sitio (ver el Home y desde ahí abrir noticias o secciones. “(...) tipo 11.30 abro La Segunda en internet. Pongo La Segunda y empiezo a revisar la columna de actualidad nacional, internacional, (...).” (Hombre, 71 años).

Otra persona asegura “No tengo ninguna rutina. De repente veo”. (Hombre, 72 años). Se trata de una persona que participa activamente, y con su nombre real, en diversos espacios de debate del sitio: Foros, columnas de opinión y cajas de comentarios de noticias.

A la pregunta de que si estaban conscientes de que a las 6 de la tarde se liberan las noticias de la edición impresa para que puedan ser vistas en línea, respondieron que sí, pero sin una tendencia clara de consumo informativo.

*“Antiguamente aparecía un aparatito que decía ‘faltan tantos minutos’. Eso yo lo veía cuando estaba afuera, entonces **esperaba pacientemente**”. (Mujer, +60 años).*



A partir de estos relatos se puede ver cómo leen La Segunda Online: algunos en las mañanas y todos en la tarde. Básicamente, para ellos La Segunda es una lectura que se realiza en horario laboral. La única persona que tiene acceso con clave al diario declara que cuando se libera el contenido para los no suscriptores es “muy tarde, (a las 18 horas) uno ya está cansado”. (Hombre, 59 años).

Seis de los siete participantes en este grupo reconocen un fuerte vínculo con el diario La Segunda y lo hacen relatando historias de vida. Sabemos por las sugerencias de Ramón Llopis (2004) que las respuestas que sean más concretas y que involucren experiencias personales deben tomarse más en cuenta que aquellas que son vagas o imprecisas. Además, por la sugerencia del mismo autor, aquellas respuestas que incluyen palabras que reflejan fuertes sentimientos deben considerarse más importantes en el análisis. Por eso hemos destacado en negritas algunas afirmaciones que incluyen una importante carga emocional.

Es fuerte el lazo emocional que liga a estas personas con el diario La Segunda, vínculo que de alguna manera, parece haberse traspasado a la edición *online* del mismo. Muchas frases, y palabras, grafican este vínculo pasado y presente:

*“(Yo) era de los que, **compulsivamente** me tenía que comprar La Segunda, todos los días” (Hombre, 70 años).*

*“Era media **paranoica**, yo no podía vivir sin La Segunda cuando estaba en Chile” (Mujer, +60 años).*

*“Yo compraba La Segunda y era **adicto** a La Segunda hasta los años noventa (...) Hay gente que ve Cooperativa, Bío Bío. Para mí eso no existe. Para mí es un **hábito** La Segunda” (Hombre, 59 años).*

Un hallazgo interesante es que a pesar de esta relación especial con el vespertino las personas cambiaron su hábito de comprar el diario cuando vieron la posibilidad de seguir los contenidos del medio en internet. Un hombre que antes perseguía La Segunda hasta que encontraba un kiosco donde podía comprarla, hoy espera que las informaciones del diario se liberen, a las 18 horas, para informarse. Ese consumo del medio reemplazó el hábito de leer en las tardes sin que ninguno de sus hijos lo interrumpieran.

*“A las seis, **un poco religiosamente, reviso todas las noticias de La Segunda (Digital)** en la columna izquierda, y abriendo las que me interesan”. (Hombre, 70 años).*

Hoy no están los hijos en la casa, el señor tiene 7 nietos y la lectura de las noticias en el sitio web involucra acciones imposibles en el diario de papel, como actualización de las noticias, incorporación de videos y un espacio para incorporar su opinión o polemizar con otros lectores. Volver a comprar el diario, en este sentido, sería como volver a usar un televisor en blanco y negro cuando tienes uno en colores. Esto no sería funcional a mi nuevo hábito de consumo y

menos aún si me pidan que pague por algo que hoy obtengo gratuitamente y con posibilidades de uso superiores a las de un sitio que me pide un pago a cambio.

La mudanza de los usuarios desde el periodismo escrito al periodismo web parece irreversible y con un agravante para el modelo de negocios que involucraba la compra de informaciones: las personas no ven sentido de pagar por algo que está gratuitamente en línea. “¿Para qué voy a ir a comprar (el diario) si tengo mi computador?”, se pregunta una mujer jubilada.

### **Valoran el espacio de debate que son los diarios online**

Los usuarios agradecen que los medios en línea generen espacios de conversación y debate. Sienten que lo que se dice en radio o en televisión no le entrega una posibilidad de réplica, posibilidad que tampoco existe en los medios escritos tradicionales donde “uno lee noticias que le gustaría opinar y no puede”.

*“Me gusta tener la opción de poder comentar, opinar, porque tú escuchas la radio, te tienes que comer el comentario. Esto te da la oportunidad de meterte en la noticias. Te abre una puertecita donde te haces parte de esa opinión general. (...) pero eso me gusta: el poder meter la cucharita en lo que está pasando”. (Mujer, 56 años).*

*“Lo que me gustaba de La Segunda es que uno puede opinar sobre las noticias, porque de repente uno lee noticias que le gustaría opinar y no puede, (...) como en la televisión”. (Hombre, 72 años).*

La valoración que hacen los usuarios de la posibilidad que tienen de sumar sus opiniones a las noticias, propia de la mayoría de diarios online, es coincidente con lo que plantea Sandor (2013) quien dice que una de las principales variables que incide en la decisión de informarse en línea es el grado de interactividad que presentan los sitios web. Es también otra razón para sentir que estas personas no van a volver a comprar el diario, ya que allí no pueden comentar la actualidad, aspecto que, como se verá más adelante, es central en su consumo informativo.

### **“Infomaniacos”**

Cuando relatan cuál es su consumo informativo diario, estas personas se revelan como individuos con un interés enorme por estar al día en la actualidad noticiosa. La mayoría son lectores diarios de El Mercurio, y de varias fuentes noticiosas, entre ellas distintos sitios web. Como dice uno de los invitados, reflejando un sentimiento compartido por los demás: “No estar informado es estar desnudo (...) incompleto”.

*“me gusta estar informada. **Me carga la gente que no lee el diario.** No entiendo que alguien no lea el diario”. (Mujer, 50 años).*

*“yo **todos los días salgo cuatro, cinco veces a buscar el diario.** Me muero de frío. Estoy esperando, **no puedo empezar el día sin leer el diario** (...) para mí es todos los días durante todo el día. Necesito estar informado. **No estar informado es estar desnudo, es estar incompleto**”. (Hombre, 70 años).*

*“Parto por El Mercurio que me llega a mi casa todos los días. (...) Llego a la oficina y lo primero que hago, leer El Mercurio, (...) Emol y La Segunda (...) después igual me gusta meterme a La Tercera”. (Mujer, 50 años).*

La relación con la lectura de El Mercurio es para ellos importante. “No lo leo, lo estudio”, dice un profesor jubilado, y un abogado asegura que lo ve en su iPad, aprovechando su condición de suscriptor. Otros dos suscriptores lo leen temprano en sus casas. Llama la atención que casi unánimemente este diario es la primera y más importante fuente informativa. Para estas personas escuchar la radio o ver televisión para conocer las noticias no es tan relevante. Para ellos estos medios son una fuente secundaria de información. Además, como veíamos antes, ni la radio ni la TV permiten postear comentarios. No representan para ellos ni información en profundidad, como El Mercurio, ni las noticias del minuto abiertas a ser comentadas, que es la especialidad de los sitios informativos en línea.

*“Empiezo la madrugada con El Mercurio. Toca el timbre y tengo El Mercurio con desayuno, completo. Lo estudio. No lo leo, lo estudio (...)”. (Hombre, 71 años).*

*“(...) en la mañana, llega El Mercurio. Yo generalmente me despierto temprano y lo leo en el iPad, y después antes de salir (...) bajo un*

*informativo completo de una radio francesa en podcast, y lo guardo en el iPod Shuffle y me voy escuchando eso en el auto". (Hombre, 59 años).*

*"Somos infomaníacos" (Hombre, 71 años).*

Esta definición que hace un usuario del grupo como "infomaníacos" parece apropiada para describir la actitud de la mayoría del grupo en relación a la información.

*"(...) soy enferma de las noticias. (...) yo no puedo estar un día sin saber qué diablos pasa en mi país, y ojalá afuera también". (Mujer, +60 años).*

Un consumo informativo distinto es el de la única participante del grupo que se considera a sí misma como diferente a los demás, en el sentido de no ser ni hiperconectada, ni fanática de estar informada (mujer, 56 años). Es la única que declara ver noticias en un canal de televisión y, al mismo tiempo, saltarse el ritual de leer El Mercurio.

*"Prendo la televisión en un canal de los grandes (...). Después que llego a mi oficina veo lo básico, y Emol". (Mujer, 56 años).*

El grado de interactividad de un sitio web no sólo determina cómo se muestra la información sino también el tipo y perfil del usuario que accede a ésta, asegura Sandor (2013). Muchos de los usuarios del sitio que participaron de este grupo podrían haber desechado a La Segunda Online, considerando que tienen

muchas otras opciones para informarse, pero hay varias características del sitio que, según la encuesta y el grupo de discusión, que les resultan atractivas, entre ellas la posibilidad de comentar las noticias y hacerlo con facilidad.

Puede constituir una línea de investigación futura analizar si existe relación entre el alto consumo informativo de estas personas y su motivación para opinar en las noticias.

### **Usan internet intensamente como pasatiempo**

Se trata de usuarios que han descubierto que internet lo contiene todo, incluyendo sitios donde pueden disfrutar de sus pasatiempos preferidos. Hay juegos en línea, campeonatos de golf en directo, radio y televisión de otros países, videos e historias de sus artistas favoritos. Qué mejor sitio para recordar una canción de Frank Sinatra o para buscar a viejos amigos o, incluso, reencontrarse con un antiguo amor para convertirlo en realidad actual. Definitivamente, se trata de personas que están lejos del estereotipo del adulto mayor torpe en el manejo de internet o de las redes sociales.

*“Yo soy bloguero, manejo cuatro blogs, entonces **me consume un porcentaje altísimo del día** porque tiene chat, y yo censuro”. (Hombre, jubilado, 71 años).*

*“Yo lo uso mucho para, bueno, partamos de todo lo que es noticia, para comunicarme con gente. Lo uso mucho, y **hay una cosa que me gusta mucho: seguir los campeonatos de golf por internet** (...) Y como te*

*van actualizando, tú vas sabiendo exactamente lo que está pasando en ese minuto, allá. (...) Eso lo uso mucho, y para comunicarme con gente cercana, mucho también”. (Hombre, 70 años).*

*“(…) **Cuando me desconecto, me viene una sensación de angustia, de desesperación** (...) mi suegro tiene una casa en un lago en Chiloé, (...) y yo no voy porque no hay señal. Entonces cuando vamos de vacaciones, mi señora se va donde mi suegro y yo me quedo en Chiloé (...). Yo me casé hace 4 años, a mi señora no la veía hacía 20, se me ocurre un día buscarla en Facebook y la encontré. Estaba en París, ella, feliz de la vida. Y terminamos aquí en Santiago (...) a mí me quitan los medios, me quitan la televisión en directo de otro país, me quitan las revistas, yo te digo, todo (...) **voy a sentir que me falta algo**”. (Hombre, 59 años).*

Sin embargo, el acercamiento a la red es diferente en cada uno de ellos, y aunque el sentimiento de que “es una herramienta formidable” parece común, el grado de confianza con que navegan es diferente. En esto las mujeres del grupo son más cautas. Una de ellas reconoce que si bien antes se atrevía a apostar dinero por internet, “ahora no (...) me da susto la verdad”. Las otras dos se declaran sorprendidas por la exagerada conectividad que perciben en el resto.

*“Yo lo uso para jugar al casino. Me encanta. Fuera del país yo jugaba plata por internet, pero ahora no, porque no me atrevo. Encuentro que estoy muy lejos de todo, y **me da susto la verdad**”. (Mujer, +60 años).*

A dos mujeres les sorprende, y no comparten, lo que perciben como un uso excesivo de la tecnología por parte de algunos participantes del grupo. Ellos usan la red gran parte del día. Estas profesionales del grupo señalan que su



relación es distinta, ambas asocian internet al trabajo y no lo ven como un espacio de disfrute ni asociado al tiempo libre, propio. Coincide además esto con que los usuarios que más interactúan en internet son hombres y quienes más manejan los recursos de la red. Si eres mujer y no disfrutas de internet lo más probable es que no participes en estos grupos de comentarios. Sería interesante ver si estas mujeres en unos pocos años más, cuando estén jubiladas, cambian su consumo de internet. La única mujer jubilada del grupo sí tiene un uso intensivo de la red.

*“De lunes a viernes estoy pegada ocho horas en el computador, en internet, trabajo, trabajo, trabajo... (Mujer, 50 años).*

*“Me van a tener que disculpar, pero **me parece insólito**, que se gasten tantas horas del día, pegados al computador (...) Me sorprende que pasan el día entero. Tú dices ‘no voy a veranear porque no tengo conexión’. De verdad me impacta”. No soy fanática de estar ahí pegada. Lo justo y lo necesario”. (Mujer, 56 años).*

Ya lo decía el estudio de Pew Research (Maden, 2012) sobre consumo de los adultos mayores de internet: una vez que comienzan a usar la red hacen un uso casi tan intensivo como el de los otros grupos etarios. Sin embargo, los participantes de este grupo, son grandes consumidores de contenidos *online* y probablemente se sitúan entre los más conectados de sus respectivos grupos etarios, tanto por el tiempo que emplean en ello como por el conocimiento que tienen de las posibilidades de internet. A excepción de dos mujeres que veíamos que no usan mucho la red fuera del ámbito laboral.

*“(...) de repente lo uso para buscar una palabra que no entiendo, me meto, algunas cosas en latín, por ejemplo, que me enseñaron un poquito en el colegio (...). Me meto, ponte tú, a ver una canción de Frank Sinatra o (...) puedo pescar cosas que me pueden mantener entretenido. (...) creo que esto es una **herramienta formidable**”. (Hombre, 72 años).*

### **Detestan el uso de insultos y seudónimos en el debate online**

Este es un grupo de personas que se opone al uso de insultos y que además participa usando su propio nombre cuando comenta en La Segunda Online u en otros sitios. Una usuaria que declara que su hija le abrió una cuenta Facebook con un nombre ficticio para poder opinar con más libertad igualmente mantiene una cuenta con su nombre verdadero y de hecho fue contactada por haber posteado con esa cuenta.

No les gusta el uso de seudónimos. “Yo con seudónimo nunca”, dice un hombre de 70. “Postear con un seudónimo no tiene ninguna gracia”, plantea un hombre de 59.

Los motivos para rechazar el uso de seudónimos se alimenta de la misma decisión que ellos han hecho de participar con sus propios nombres. “No le hallo ninguna gracia a escribir algo con seudónimo, porque la gracia para mí es justamente (decir) ‘yo soy tal persona, yo opino esto’”, señala un hombre de 59.

Quienes entienden más el uso de seudónimos, son mujeres que han sido atacadas por sus comentarios o que temen que lo que comenten les puede causar problemas en su trabajo o en las relaciones con sus amigos de Facebook. Los hombres fueron menos comprensivos. Ellos son jubilados, profesionales independientes o empresarios y, por lo mismo, no temen a la reacción de sus empleadores. Disfrutan de una mayor libertad para opinar.

*“**Me quedo helada** con ese tipo de cosas. Lo encuentro de una falta de respeto horroroso. (...) Hay gente que se repiten mucho, (...) y escriben siempre de una misma forma, y nunca encuentran nada bueno”. (Mujer, 50 años).*

*“Postear con un seudónimo **no tiene ninguna gracia** (...) yo sinceramente no le hallo ninguna gracia a escribir algo con seudónimo, porque la gracia para mí es justamente ‘yo soy tal persona, yo opino esto’”. (Hombre, 59 años).*

*“Yo con seudónimo, nunca, no tengo vergüenza de lo que digo ni lo que pienso ni lo que me parecen las cosas (...) **los que hablan con seudónimos son equivalentes a los encapuchados en las marchas. No dan la cara, no dan el nombre**”. (Hombre, 70 años).*

*“Yo sí me cuido. Yo trabajo en una ONG (...) entonces, claro, yo digo ‘cuídate’, (...) Una vez también me pasó que me empezaron a insultar por una noticia que comenté, dije ‘no’”. (Mujer, 50 años).*

Existe consenso de que no es un problema en sí el uso de seudónimos sino la expresión de insultos o las agresiones hacia otros usuarios.

En su análisis, los usuarios rápidamente diferencian lo que es postear usando seudónimo, acción que en general no apoyan, pero que pueden entender, de un “delito” mayor: insultar a otros usuarios usando garabatos o insultos muy ofensivos.

De las tres actitudes que Bill Reader señala como propias de quienes comentan en línea frente al uso de seudónimos, en este grupo se dan las tres, pero con matices diferentes. Quizás el que es más pertinente a la categoría que estamos analizando es que los usuarios perciben el anonimato como libertad (Reader, 2012). De hecho han experimentado la tensión que significa saber que si escriben una opinión usando sus nombres verdaderos esto puede traerles consecuencias negativas, ya sea en el plano de los afectos o en el laboral.

Una mujer jubilada señala que usa un Facebook con otro nombre ya que si emplea el propio y contesta fuerte a algún comentario puede herir a otras personas que la conocen, como sus amigos o su familia. Otra reconoce que debe contenerse de opinar con la vehemencia que seguramente usaría si no fuera porque lo está haciendo con su verdadera identidad. “Todos nos cuidamos”, sentencia un hombre de 70 años.

### **Critican la calidad de los contenidos y la presentación de las noticias**

Frente al contenido, participantes del grupo reclaman que la información que se dé en el sitio sea de real relevancia e interés. Hay quejas por la “farandulización” de ciertos contenidos. En particular que la sección Espectáculos priorice historias como “fulanita tuvo una guagua” antes que información de teatro u ópera. No se pide expresamente que no se cubran temas de farándula ya que la misma persona que reclama por la historia de “la guagua” señala que lo lee igual porque “soy curiosa”, pero pide que se jerarquice la información y que no se lo destaque como tan importante algo que para ella no es relevante.

Se critica también el morbo, sobre todo en aquellas noticias relacionadas con muerte o situaciones definidas como “macabras”. Se sospecha que destacar ciertos temas obedece a que “eso vende”.

*“a mí me encantaría que las noticias fueran realmente de interés. No puede ser que la niñita equis tiene una guagua y (...) en la sección de espectáculos, “la fulanita tuvo una guagua”. Así un tremendo letrado, cuando hay tantas cosas interesantes en espectáculo como para poner”. (Mujer, +60 años).*

*“se confunde lo que es espectáculo y lo que es farándula, porque espectáculo puede ser ópera, teatro”. (Mujer, 50 años).*

*“esa noticia de la guagüita, lo de la secta, tan macabra esa noticia (...) encuentro que estas cosas no hay que destacarlas tanto. Una vez, pero darle todos los días (...). Eso lo encuentro morboso”. (Mujer, 50 años).*

*“...es que eso vende”. (Mujer, 56 años).*

Existe un consenso de que la redacción de las noticias suele ser deficiente, pero no se entregan ejemplos al respecto. Casi todos se limitan a decir “sí, es pobre”, pero no hay historias ligadas a este problema. Lo anterior reflejaría, en la misma forma como ocurría en la encuesta online (en la cual pocos opinaron si las noticias les parecían bien o mal escritas), que este tema no es central para los usuarios del sitio. O al menos no es clave en la decisión de seguir o no a este sitio. “(...) porque, y perdónenme los periodistas, porque está tan mal redactado. El periodismo está tan mal ejercido”. (Hombre, 59 años).

Sí se detallan casos de cómo las noticias adolecen de hipervínculos, los que se consideran necesarios para entender las noticias, agregándoles contexto, informaciones relacionadas o las mismas fuentes originales de la información. Incluso hay quien sugiere que si los recursos humanos son escasos es mejor gastar tiempo en esto que en subir más noticias (que seguirían adoleciendo de este problema). “(...) la propia información no tiene auto seguimiento. Es decir, si tú colocas en línea un reportaje que tiene que ver con un suceso de ayer o antes de ayer, en muchos sitios de medios en línea aparecen los links a propias páginas (...), pero por lo menos que hicieran un link al reportaje al que se está refiriendo la noticia”. (Hombre, 59 años).

*“(...) yo dije ‘qué lata, porque no sabemos qué es lo que pasó con esto’ (previamente). Nunca sabemos los desenlaces tampoco, qué lata”. (Mujer, +60 años).*

También se reclama una mayor presencia de fotografías, mapas e infografías.

*“internet es un medio gráfico. (...) La página de La Segunda adolece de pobreza gráfica”. (Hombre, 59 años).*

Como debilidades del contenido del sitio, los usuarios identificaban problemas principalmente de sobrerrepresentación de noticias de farándula o de aquellas que tienen morbo, así como redacción deficiente y falta de apoyo de medios como fotografías o mapas. También se echa de menos que las noticias incluyan links o enlaces directos para poder hacer un seguimiento tanto de las informaciones previas que ayudan a entender lo que sucede como las noticias que tienen su origen en otras fuentes.

### **Quieren que exista moderación en la caja de comentarios**

Se plantea la necesidad de controlar los comentarios ofensivos, pero no se llega a un consenso respecto al método en que se puede llevar a cabo este control. Sin embargo, la molestia frente a estas manifestaciones es transversal entre los asistentes al grupo de discusión.

*“(...) he visto posteos antisemitas, a mí **me parece inaceptable**, y (...) O cuando hay posteos que dicen ‘hay que matar a todos los comunistas’ o ‘hay que matar a todos los momios’. Esa cuestión, el verbo ‘matar’, ya el*

*expresar ese pensamiento, es una mentalidad totalmente enferma, desquiciada". (Hombre, 59 años).*

*"(Se debe) normar la forma de expresarse (...) Pero, perdón, no es fiscalizar o censurar opiniones. Es fiscalizar y censurar la forma y el mal uso" (Hombre, 70 años).*

Existe temor, por otra parte, de que una moderación convierta a este foro en "algo elitista", al aumentar las exigencias para postear, pidiendo buen lenguaje, trato respetuoso, etc. Alguien señala que comparte que es importante una moderación, pero dice que "lo peor que le podría pasar a este chat es que se convierta en algo elitista (...)". (Hombre, 59 años).

*"En mi casa no acepto groserías ni garabatos, y mi casa no es elitista". (Hombre 70 años).*

*"Yo creo que para poder determinar quién queda y no queda habría que poner primero una norma, de que hay que escribir bajo esos parámetros". (Mujer, 56 años).*

La posibilidad de incorporar un "Me disgusta" para eliminar a aquellos comentarios que no son del gusto de los participantes, no genera consenso. Hay quien teme que pueda usarse para borrar opiniones que no se comparte y otra persona sólo lo ve como una opción mejor que dejar la moderación al medio, pero no como una alternativa deseable.



*“Podría haber el ‘me disgusta’ y el que tiene 3 ‘disgusta’, para afuera. Es un poco que no sea La Segunda o la institución la que esté sancionando, sino que los mismos lectores (...)”. (Hombre, 71 años).*

Otra propuesta sugiere algún tipo de reconocimiento o felicitación a quien escribe bien o es culto. Esto, para otro, no hará disminuir los garabatos. No se llega a ningún consenso y queda en el aire la última frase a propósito del tema, que plantea que no debe aceptarse “lo que va en contra de lo medianamente positivo para relacionarse”.

La molestia por el uso de garabatos u otras formas de atacar a los adversarios *online* lleva a proponer un sistema de regulación. Aunque varios discrepan con que usuarios ocupen seudónimos para postear, no se propone ninguna normativa al respecto.

Existe una valoración fuerte a la libertad de expresión, la que se expresa en el siguiente comentario.

*“Cuando un comentario dice ‘oye, ctm’. **Para mí el debería estar afuera,** no tiene derecho a estar en un medio que se hace respetar (...) para mí es censurable el mal uso del idioma y la forma irreverente de referirse a las personas. No el tener ideas distintas. Yo puedo pensar absolutamente distinto que la Camila Vallejo, pero eso no significa que no le tenga respeto”. (Hombre, 70 años).*

Y esta valoración se expresa en que en la conversación sobre cómo debiera moderarse el foro se van descartando aquellas alternativas que pueden afectar la expresión de las ideas. Y es que las personas valoran este espacio donde pueden expresarse sin más censura que la propia, donde los más ilustrados y los más salvajes pueden interpelarse unos a otros.

“Lo que a mí me motiva más es este *barasaje* general de opiniones interesantes, de barbaridades (...) que también es parte de la sociedad”, señala un hombre, que quiere que se creen obstáculos a quienes quieran opinar en este “lugar público”, como él lo define.

### **Valoran el conectarse con esta comunidad en línea**

Para personas que vibran con la actualidad noticiosa, que se preocupan por saber más, poder debatir con sus pares parece una etapa natural. O quizás es al revés y el deseo de poder debatir con argumentos fuertes es lo que los lleva a desear informarse más que el común de las personas.

*“(...) Y yo creo que uno tiene que ser partícipe de lo que está viviendo. Uno no puede vivir aislado, uno tiene que demostrar sus sentimientos o reflexiones de una forma de analizar, o recibir la comunicación que está recibiendo. (...) A mí no me gusta estar aislado. Yo creo que parte de la buena convivencia es participar y hacer participar”. (Hombre, 70 años).*

*“Te abre una puertecita donde te haces parte de esa opinión general (...) pero eso me gusta: el poder meter la cucharita en lo que está pasando. Y a veces hay mucha gente que sabe más que uno, entonces otro pregunta, te contesta”. (Mujer, 56 años).*

Una opinión particular es la que presenta un hombre que es profesor y que ve en su participación un componente más pedagógico. “Expresar una opinión, para mí, es una extensión de una labor pedagógica social (...) Lo hacía en mis clases y lo sigo haciendo en el chat”, señala.

El deseo de ser parte de una comunidad, de estar conectado, está más presente cuando se trata de personas que viven solas ya que por sus edades parte importante de estas personas ya no viven con sus hijos. El interés quizás lo han tenido siempre, pero ahora poseen además tiempo extra para hacerlo.

Como señala Himelboim (2010), “los foros políticos *online* pueden ser considerados versiones informales de los *meeting halls*”. Es decir, una instancia donde las personas pueden debatir libremente un tema de interés público. Son, por tanto, un elemento importante en la existencia de una sociedad civil, donde las personas interactúan en un ambiente libre y sin restricciones a la libre expresión. De ahí que nuestro grupo quiere seguir yendo a hablar a esa reunión donde se juntan los habitantes de una comunidad a debatir los temas que les importan a todos, los temas relevantes, no el “embarazo de Fulanita” sino las políticas con que se gobierna el país.

### **Priorizan la lectura de los comentarios, antes que el texto de la noticia**

Cuando describen cómo interactúan con las noticias, demuestran que el leer y opinar sobre los comentarios es central en ellos. Incluso hay quien dice que lee el título de la información, sin detenerse en el resto del texto, y baja a donde están los comentarios para revisarlos y, según eso, postear una opinión.

*“No, yo cuando leo las noticias, normalmente leo las opiniones, y depende de lo que dice en las opiniones contesto. (...) de repente me dan ganas de contestar, pero voy viendo, y me meto, y generalmente contesto algo, en base a lo que dice la noticia”. (Mujer, 50 años).*

*“Yo hago un poco lectura rápida: titular, subtítulo, y los últimos párrafos. (...)Y después leo los comentarios”. (Hombre, 72 años).*

El comportamiento más generalizado es leer rápidamente la noticia, luego leer los comentarios y entonces anotar la opinión propia.

*“Yo leo la noticia completa, la analizo, la reviso, y leo algunos comentarios, porque de repente aparecen 40, 50 comentarios, y una vez que veo la idea de la noticia o de las opiniones que se están dando, doy la mía si es que creo que vale la pena, para aprobarla, rechazarla o para hacer un complemento a la idea: ‘me parece que faltó considerar tal cosa’. Pero siempre en el entendido de que es un aporte, porque decir ‘me gustó’, ‘no me gustó’, ‘me parece pobre’”. (Hombre, 70 años).*

Todos reconocen que el comentar las noticias es parte de su forma de actuar al visitar un sitio de noticias. En esto cabe destacar que por la forma cómo las

personas respondieron la encuesta en línea parece reflejar que comentar noticias se ha convertido en un hábito para ellos.

*“Me meto al sitio precisamente para ver lo que se dice en los chats, porque creo que ahí está el pulso... Entonces La Segunda la veo, (...) veo las noticias más relevantes, veo el titular, me hago un poco la idea y me voy inmediatamente a los chats, porque lo más interesante son las reacciones de la gente”. (Hombre, 59 años).*

Existen diversos comportamientos frente a la posibilidad de respaldar las opiniones que leen y cuyo tenor comparten. Mientras un hombre señala que tendría que ser un comentario “extraordinariamente bueno” para que anote el “Me gusta”, otro reconoce que va marcando de esa forma todos los que comparte.

## **V. CONCLUSIONES**

Las preguntas de esta investigación apuntaban a dos objetivos principales. Primero, describir las características de los usuarios de la caja de comentarios de La Segunda Online y luego, analizar tanto la interacción entre la noticia y los usuarios de este espacio de comentarios, como la interacción entre ellos mismos. A continuación, veremos cómo se avanzó en estos objetivos.

En relación al objetivo de describir las características de los usuarios se confirmaron los supuestos previos: éstos son más hombres que mujeres, más adultos que jóvenes, más de derecha que de izquierda, más de estrato socioeconómico alto que de estratos medios y bajos. Sin embargo, se apreciaron ciertas particularidades que confirmarían otro supuesto, el que afirmaba que estas personas debían tener características singulares, ya que eran muy pocos los lectores de La Segunda Online que decidían opinar sobre las noticias.

Un objetivo era determinar la edad de los usuarios. Un 61% de quienes respondieron la encuesta tienen entre 46 y 65 años. Son adultos que viven la segunda etapa de su vida laboral. Son mayoritariamente personas mayores que están libres de las labores de crianza, ya que si fueron padres sus hijos ya trabajan o, al menos, son estudiantes de educación superior. También a raíz de

su edad, y de lo observado en el grupo de discusión (donde de seis personas que respondieron a esta consulta, cinco tienen nietos), se puede inferir que un porcentaje importante de ellos correspondería a abuelos.

En relación al objetivo de caracterizar la situación socioeconómica de estas personas, en la encuesta el 48% declara ingresos ABC1 y el 28% aquellos propios del estrato C2. Claramente, son porcentajes que no guardan relación con el conjunto del país y son coherentes con el concepto de marketing que identifica este sitio web como de “nicho”, es decir como un grupo humano más reducido con necesidades y deseos específicos, voluntad y capacidad económica para lograrlos (Kotler, 2002, pp. 144).

En cuanto al objetivo de describir la tendencia política de estos usuarios, este trabajo reveló que éstos son más politizados que el resto de sus compatriotas ya que los porcentajes de quienes se definen políticamente versus quienes no lo hacen son mayores a los que señala el estudio CEP (2012). Asimismo, se confirma que se trata de un perfil más de derecha que el que imperaba en 2013 en el país. Si la encuesta CEP señala que un 13,8% de las personas se identifican con la derecha y centro derecha en el país, el porcentaje sube al 30% entre quienes tienen esta tendencia política en LSO. La identificación entre los usuarios del sitio con el centro (14%) son algo mayores de lo que se estima

para el país (10,3%), mientras que la izquierda (19%) se ve algo disminuida frente a las cifras nacionales (22%).

En relación al objetivo de caracterizar el género de los usuarios, la encuesta mostró una sobrerrepresentación masculina en quienes participaron (78% de hombres y 22% de mujeres). Alexa.com señala que esta es una página con una presencia masculina levemente mayor a la de mujeres. Sin embargo, ni en ese registro ni en otros existen indicios de que los usuarios del sitio sean tantos más hombres que mujeres, por lo que este dato podría indicar una diferencia en el perfil de quienes comentan en este sitio y de quienes simplemente leen sus informaciones.

Trabajos previos muestran que tanto mujeres como quienes tienen menos manejo de las herramientas de internet tienden a participar menos en debates en línea. Sin embargo, esta explicación no nos parece adecuada para explicar esta diferencia tan marcada entre hombres y mujeres en este espacio. La caja de comentarios que emplea el sitio La Segunda Online es de fácil uso, y sólo requiere estar conectado a Facebook, por lo que la escasa participación femenina no parece estar motivada por una barrera tecnológica, ya que estamos hablando de uno de las redes sociales más conocidas y usadas por el género femenino.



### **Lo que más aprecian los usuarios: facilidad de acceso**

Se realizaron, también avances en el objetivo de indagar sobre la valoración que hacen los usuarios de la caja de comentarios de La Segunda Online. En relación a qué es lo que más le gusta de este espacio de participación, la encuesta mostró un mayoritario respaldo a la facilidad para escribir comentarios (un 52% del total), al atractivo de los temas (40%) y a lo entretenidas que resultan algunas polémicas (37%). Estas personas aprecian el que rápida y fácilmente puedan incorporar sus opiniones a las noticias y este atributo del sitio es comentado también en las respuestas a algunas preguntas abiertas que se formularon. “Creo que es de fácil acceso y se publica lo que uno escribe”, señala una respuesta que reúne dos elementos valorados: accesibilidad y respeto a las opiniones.

En relación a la valoración del sitio son vistos como atributos. Además, el pluralismo es visto por personas de distintas tendencias políticas como otro atributo de esta página web, lo que no es menor considerando la importancia de las noticias políticas en la misma.

### **La mayor crítica: exceso de insultos y agresiones**

Entre los aspectos que se valoran negativamente del sitio resalta el uso habitual de insultos y descalificaciones entre los usuarios de este espacio de

comentarios. Este es un tema que preocupa a los usuarios, quienes aprecian negativamente su persistencia en La Segunda Online. Tanto en la encuesta como en el grupo de discusión las personas se pronunciaron pidiendo que exista una moderación en este espacio.

Como se pudo ver en el grupo de discusión, y en línea con lo planteado por Reader (2012), las personas toleran insultos y comentarios de bajo nivel si esto estimula una participación mayor. Esto explica el que pese al desagrado con este comportamiento, las personas siguen participando en este espacio. Los usuarios gustan de leer y comentar los foros online donde efectivamente participan más personas que en aquellos donde apenas se suman comentarios.

En el grupo de discusión se pudo observar que las mujeres se descolocaban con los insultos al punto que una explica que prefiere no responder estos ataques (“¿para qué voy a perder el tiempo?, no vale la pena”) y otra señala que no participa cuando ve tanta agresividad. Sin embargo, ellas son parte del grupo femenino que sí comenta noticias del sitio. Es un desafío pendiente el saber por qué otras mujeres simplemente optan por no escribir comentarios. ¿Podría ser también porque no les gusta el ambiente confrontacional, y en ocasiones misógino, con que muchas personas interactúan en este espacio? No existe en nuestra cultura espacios donde se insulte a las mujeres en forma

tan abierta como en estos debates en línea. Quizás un grupo significativo de ellas no está dispuesto a pagar ese precio por postear sus comentarios.

Un 48% de los encuestados condenó el uso que algunas personas hacen de groserías e insultos en su interacción y un 44% rechaza la participación de usuarios que se esconden detrás de seudónimos. Sin embargo, en su análisis, los usuarios reunidos en el grupo de discusión, diferencian lo que es postear usando un seudónimo, acción que en general no apoyan, pero que pueden entender, de una falta mayor: insultar a otros usuarios. Las personas perciben el anonimato como libertad. Por lo mismo no respaldan que se prohíba el uso de seudónimos, pero si piden una moderación que termine con los ataques y amenazas hacia otros usuarios.

Una moderación que ayude a crear un clima respetuoso entre los usuarios permitirá descubrir si efectivamente la rudeza de la interacción y la “igualdad” con que se ataca a los hombres y mujeres que comentan es un factor importante en la baja participación femenina en este espacio de comentarios.

### **Usuarios ‘infomaniacos’ que antes fueron lectores de La Segunda**

En relación al objetivo de identificar rasgos comunes a los usuarios de la caja de comentarios, se pudo constatar que estos fueron lectores del diario La Segunda y al surgir su sitio web se convirtieron en usuarios de éste. Antes

esperaban que el diario llegara al quiosco y hoy cuentan los minutos que faltan para que las noticias estén disponibles en la red. Años atrás se informaban de las últimas noticias con La Segunda y hoy, aunque algunos siguen valorando al sitio como fuente de noticias de actualidad, su uso del sitio es más amplio ya que muchas veces se informan antes en otros portales (y casi siempre con El Mercurio) y emplean a La Segunda Online como un sitio donde ver y comentar noticias, principalmente políticas y de actualidad nacional.

Otro hallazgo del estudio en cuanto a este objetivo es la constatación de que el sitio se ha convertido en un lugar adecuado para que un grupo de personas amantes de estar bien informadas descarguen opiniones y emociones. Como se trata de personas que leen muchas noticias diariamente, y que se definen como “infomaníacos”, muchas veces apenas leen el detalle de las noticias en las que opinan en este diario en línea porque ya lo han hecho más temprano, tanto en medios tradicionales como en otros sitios web, como Emol y El mostrador. Esto sucede, en parte, porque al comenzar tarde la actualización de noticias en relación a otras páginas noticiosas, La Segunda Online ha dejado ese espacio matinal a sus competidores.

Aunque también pueden comentar en otros sitios, a juzgar por sus respuestas a la encuesta, estas personas prefieren hacerlo a través de un acceso que valoran como rápido y fácil, la caja de comentarios de Facebook, la cual

también está presente en Emol. Sin embargo, algunas particularidades del contenido de La Segunda Online explicarían porque muchas personas no se quedan simplemente en el sitio de El Mercurio. Al ser este un sitio con énfasis en la información política, un grupo con interés en estos temas encuentra aquí un lugar donde informarse con mayor profundidad. Al incursionar menos en las noticias políticas, Emol ha ayudado a que los temas políticos habitualmente presentes en el diario La Segunda al subirse a internet encuentren lectores y además comentaristas. En resumen, para comentar la actualidad política con acceso vía Facebook está La Segunda Online. Esto, a juzgar por la valoración de los usuarios, es una oportunidad que puede generar nuevas formas de interactuar, como veremos más adelante.

El hecho que estas personas consuman diversos medios informativos no significa que les dé lo mismo la forma en que las noticias se presentan en La Segunda. Todo lo contrario: como conocen de sitios noticiosos saben qué es lo que echan de menos en este portal. En particular, reclaman un mayor uso de hipervínculos, los que además de entregar acceso a otras fuentes informativas, también permitan conectarse con informaciones previas o relacionadas con el tema que se está tratando. Esto se reclama con un énfasis mayor, debido a que este sitio no aporta estos vínculos como sí lo hace Emol. Este es un tema que debiera mejorarse.

Otro rasgo común a los usuarios, que surgió en el análisis del grupo de discusión, es que se trata de personas que usan internet intensamente como pasatiempo. En línea con lo que plantea Pew & Internet (2013), cuando los adultos mayores se convierten en usuarios de la red se vuelven consumidores tan frecuentes de ésta como los demás grupos etarios. Todos declaran usar internet para desarrollar sus propios gustos, desde seguir torneos de golf hasta apostar en juegos de azar en línea. Se trata de usuarios que, siendo en su mayoría abuelos, están lejos de la imagen de los adultos mayores como ignorantes digitales.

En relación al objetivo de descubrir las motivaciones que llevan a los usuarios de la caja de comentarios a opinar sobre las noticias se ratificaron las opciones planteadas en la pregunta de la encuesta, y no surgieron motivaciones adicionales. La opción que tuvo más respaldo fue “el tema de la noticia me resulta atractivo”, con un 57% de respuestas en la encuesta. Las otras cuatro motivaciones mencionadas tuvieron un empate estadístico en torno al 30%.

En relación al mismo objetivo anterior, se realizó una aproximación a las emociones que se movilizan cuando se participa en este espacio. Parte importante de los encuestados señaló que la rabia era una emoción que sentían al momento de motivarse a participar (41%), seguida del optimismo (36%) y la sorpresa (33%). Relativamente pocas personas sostuvieron que el amor (parte

de una lista de emociones posibles por las que se consultó) es un impulso que lleve a escribir en las noticias (sólo un 8%).

Se confirmó el supuesto, vinculado a este objetivo de sondear las motivaciones que llevan a las personas a comentar las noticias, que decía que para quienes participan en esta caja de comentarios reafirmar sus creencias u opiniones previas es más central que detenerse en las noticias para conocer, ampliar su visión del mundo o cambiar sus puntos de vista. Las personas parecen percibir como algo negativo el cambiar de opinión o reconocer la validez de otras visiones, o bien, simplemente, más allá de la valoración que hagan de esta actitud, no cambian de opinión. Como reveló la encuesta, las personas dicen que conocer otras opiniones sirve más para validar las propias antes que cambiarlas y casi un 70% señala que no ha cambiado nunca de opinión por causa de un comentario que ha leído en este espacio.

En cuanto al objetivo de indagar sobre el consumo de noticias por parte de los usuarios de la caja de comentarios de la Segunda Online, de acuerdo a la lectura y extensión de éstas no se avanzó mucho. Sólo se identificó un par de patrones de lectura, en los cuales no parece influir demasiado la extensión de la misma noticia. Uno de ellos consiste en una lectura rápida de toda la noticia para ir pronto a escribir en la caja de comentarios. Otro consiste en leer el título de la información, saltarse el detalle de la misma, para luego leer los

comentarios y participar del debate. Este tipo de uso del sitio se facilita por parte de usuarios que acostumbran a informarse durante el día y que a la hora de postear en La Segunda Online ya han seguido la evolución de las informaciones.

A propósito de lo anterior, el supuesto que decía que leer las noticias completas no es importante para los usuarios resultó ser falso ya que las personas son especialmente duras para atacar a quienes reflejan desconocimiento aunque sea parcial de un tema o mala comprensión de las noticias. Estos “infomaníacos” no quieren pasar por ignorantes. Sin embargo, como el perfil de usuarios de La Segunda Online es el de personas que gustan de informarse a lo largo del día también relativiza la importancia, para ellos, de leer completa la noticia en la cual se detienen a opinar. El hallazgo en este sentido es que leer las noticias completas no es importante para los usuarios, porque ya se han informado previamente y muchos de ellos ingresan principalmente para agregar sus comentarios a las noticias. De hecho, estos usuarios, en el grupo de discusión, señalaron que se informan al comenzar el día con el diario El Mercurio, canales de televisión y distintas radios, medios informativos que no les permiten comentar la actualidad, cosa que sí pueden hacer en los diarios en línea, hecho que también apareció destacado en el estudio como un aspecto que se valora positivamente tanto en La Segunda Online como en otros portales.



### **Proyecciones de este estudio**

Los hallazgos de este estudio resultaron de interés para mejorar el funcionamiento de la interacción en La Segunda Online, pero también son de interés para otros medios digitales. En particular para aquellos que usen formas de participación parecidas o que cuentan con un número importante de usuarios adultos mayores.

El perfil de usuarios del sitio plantea un par de desafíos claves para La Segunda Online.

**Ampliar su público lector.** Todo un tema, porque un porcentaje importante de quienes lo siguen son personas que por años fueron lectores del diario homónimo. Hoy no se está formando una audiencia menor de 35 años importante para ningún periódico, por lo que este traspaso de lectores desde el diario al medio online no será a futuro creadora de lectoría para este portal. De ahí la importancia de contar con una política hacia las nuevas generaciones de lectores de noticias. ¿Podrían ser estos padres y abuelos fieles a La Segunda quienes transmitan este interés por conocer y seguir a este medio a las nuevas generaciones? Al menos hasta el momento no parece ser así. La creación de formas de interactividad distintas con las noticias y con quienes las comentan podría ser la base para estimular este recambio generacional.

**Mantener la fidelidad de los adultos mayores.** Se debe definir cuál es la oferta distintiva que tiene el portal para potenciar su desarrollo y ser útil para las personas que hoy lo siguen. A partir de esa definición podrá interactuar mejor con sus usuarios actuales y a futuro podrá conseguir la fidelidad de los nuevos “infomaníacos”. Al menos, ahora sabemos que éste es uno de los portales donde los adultos y adultos mayores entran en busca de información. Está por ver cómo se mantiene y acrecienta esta fidelidad. En una sociedad que cada día envejece más, un medio que sepa hablarle a los adultos mayores tiene buenos años por delante.

Aterrizando estos grandes desafíos, algunas ideas que surgieron a partir de los hallazgos de este estudio se estaban convirtiendo en aplicaciones prácticas al momento de entregar esta tesis. Estas son las siguientes:

**Considerar las necesidades especiales de los adultos mayores al interactuar con el sitio.** La tipografía de las noticias se aumentó el 24 de septiembre de 2013, cuando la letra Times New Roman creció de 12 a 13 píxeles. También se están prestando mayor atención a temas de salud o de preocupaciones propias de la edad adulta, considerando que estos usuarios son adultos activos y no minusválidos.

**Mejorar la presentación visual e hipervínculos de las informaciones.** Como lo planteó un usuario: menos noticias, pero mejor presentadas y con más vínculos hacia informaciones relacionadas u sitios de interés.

**Crear desarrollos que faciliten la interacción con redes sociales o herramientas de internet que los usuarios que no son nativos digitales suelen no emplear.** Ya se diseñó la ingeniería de una nueva sección que permitiría acceder a Twitter y otras redes sociales con una mayor facilidad en el mismo sitio. No será necesario ser un especialista en redes sociales ver cómo un grupo seleccionado de tuiteros discuten sobre diversos temas de la actualidad noticiosa.

**Desarrollar una estrategia matinal.** Quienes comentan noticias en La Segunda Online saben que a las 8 horas no existen noticias del día ya que éstas se suben a la página web más tarde. Personas que gustan del estilo informativo de este medio ni siquiera lo revisan antes del mediodía, lo que plantea una interrogante: ¿Si La Segunda Online tuviera noticias frescas entre las 7 y 8 de la mañana, es decir a la hora en que las personas comienzan a informarse, aumentaría el número de usuarios que buscan sus noticias temprano? Parece importante explorar estrategias para romper este inusual consumo de La Segunda Online como un 'sitio *online* de noticias vespertino'.

**Desplegar nuevas formas de participación de los usuarios.** Algunas de ellas fueron sugeridas por el grupo de discusión. Una idea es diseñar un sistema que reconozca a usuarios que han sido particularmente activos durante un mes e invitarlos a un panel de lectores. Posteriormente, y como un premio especial por su ayuda, ellos pueden recibir luego el calificativo de comentaristas destacados. ¿Qué utilidad tendría para ellos este calificativo? Les permitiría ser reconocidos por el sitio al postear un comentario y ser destacados por sobre otros usuarios. Esto implicaría dejar de lado el modelo actual que deja en manos de Facebook el etiquetar a los participantes. Sería el fin de este sistema que sólo considera la participación habitual de algunas personas ya que deja de lado el apoyo o rechazo que éstas cosechan con sus intervenciones.

Estos cambios toma en cuenta dos características del público de La Segunda Online que se evidenciaron en este estudio: infomaníacos y una edad promedio entre los 46 y 65 años. Este desarrollo está en línea con la sugerencia de Chung y Yoo (2008, traducción propia) de que se debe educar a las audiencias en nuevas formas de compromiso con las noticias a través de mayores niveles de interactividad <sup>35</sup>.

---

<sup>35</sup> La cita original es de CHUNG y YOO, quienes plantean que: “News organizations that aim to take advantage of the unique qualities of the Internet to distinguish themselves from traditional media sources should consider introducing and educating their audiences to new ways of engaging with the news through higher levels of interactivity”.

Ya se han mencionado algunos temas que podrían ser motivo de futuros estudios, como la escasa participación de mujeres en esta caja de comentarios y la probable relación entre el alto consumo informativo de estas personas y su motivación para opinar en las noticias. Sugiero otra veta para estudios futuros: ¿Por qué es casi inexistente la participación de jóvenes en este sitio, considerando que su “hermano mayor”, Emol, cuenta con un porcentaje importante de usuarios menores de 35 años? ¿Se trata simplemente de que no les gusta comentar sus noticias o más bien que ni siquiera entran al sitio? ¿Cuándo leen La Segunda Online qué noticias siguen? ¿Perciben a este medio como propio de personas mayores? ¿Hay algo en sus contenidos que los hace desistir de consultarlo?

### **Validez del uso de la caja de comentarios**

La caja de comentarios de La Segunda Online aporta al corazón de las necesidades de los usuarios de diarios en línea, ya que ellos buscan informarse, pero también sociabilizar y entretenerse (Chung & Yoo, 2008). Los tres aspectos están presentes en los debates que se generan en este espacio, y, de hecho, la noticia por sí sola no cumple con estas expectativas básicas. Si priváramos a los lectores comentar las noticias o de leer los comentarios que otros agregan, cómo podríamos darles esa sociabilización y entretención que ellos encuentran en estos espacios. Dónde podrían ir personas que diariamente

comentan la actualidad a discutir y a participar con una comunidad de amantes de las noticias.

Esta investigación es de interés para otros sitios noticiosos ya que muestra por qué la incorporación de la caja de comentarios a las noticias de La Segunda Online inició una relación cualitativamente distinta con quienes son usuarios del sitio. Llevó hasta este *meeting hall* (Himmelboim, 2010), a un grupo de ciudadanos interesados en debatir los temas de interés público, personas que agradecerían una mejor interacción, más respeto y menos insultos y agresiones, pero que difícilmente aceptarían que este espacio se cerrara o se reemplazara por un espacio de opiniones reservado a la élite, al estilo de las tradicionales Cartas al Director de los medios impresos. La existencia de un espacio donde nadie selecciona cuáles son las opiniones que merecen publicarse es un aporte al debate democrático y también a la valoración y al crecimiento de los sitios que los emplean.

Este estudio aconseja que las cajas de comentarios deben mantenerse y mejorarse. El desafío planteado es cómo dar un salto a nuevas formas de participación, como plantea Chung y Yoo (2008), que convierta a los comentaristas de noticias en socios en el crecimiento y mejoría de éste y otros sitios informativos.

## VI. BIBLIOGRAFÍA

ALVÁREZ M. J. 2003. El periodismo ante la tecnología hipertextual. En: SALAVARRÍA, R. Manual de Redacción Ciberperiodística. Editorial Ariel.

ASTUDILLO, A. 2013. Las conexiones a internet suben 38% en un año impulsadas por el mayor uso de celulares. [en línea] La Tercera en Internet. 1<<http://www.latercera.com/noticia/negocios/2013/03/655-514431-9-conexiones-a-internet-suben-38-en-un-ano-impulsadas-por-mayor-uso-de-celulares.shtml>> [Consulta: 15 septiembre 2013]

BLANCHARD, A. 2004. Blogs as Virtual Communities: Identifying a Sense of Community in the Julie/Julia Project. University of North Carolina, Charlotte. <[http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogs\\_as\\_virtual\\_pf.html](http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogs_as_virtual_pf.html)> [Consulta: 07 agosto 2013]

CAMPAÑA, S. Entrevista realizada el 2 de mayo de 2013. [Completa en sección Anexos]

CASACUBERTA, D. 2003. Creación Colectiva. En internet el creador es el público. Barcelona, Editorial Gedisa.

CANAVILHAS, J. 2007. Webnoticia: Propuesta de Modelo Periodístico para la WWW. Libros LabCom.

CAJUN, E. 2008. Arquitectura de un sitio web. Curso de periodismo digital. U. San Martín de Porres, Lima, Perú. [en línea]. <<http://www.slideshare.net/edgarcajun/arquitectura-de-un-sitio-web>> [Consulta: 03 diciembre 2012]

CASTILLEJOS, E. 2012. 5 datos sobre los adultos mayores y el uso de internet. [en línea] Merca2.0 <<http://www.merca20.com/5-datos-sobre-los-adultos-mayores-y-el-uso-de-internet/>> [Consulta: 12 diciembre 2012].

CEP. Estudio Nacional de Opinión Pública. Noviembre-Diciembre 2012. [en línea] <[http://www.cepchile.cl/1\\_5197/doc/estudio\\_nacional\\_de\\_opinion\\_publica\\_novembre-diciembre\\_2012.html#.UaaBKEbYB1s](http://www.cepchile.cl/1_5197/doc/estudio_nacional_de_opinion_publica_novembre-diciembre_2012.html#.UaaBKEbYB1s)> [Consulta: 29 mayo 2013]

CERC WEB SITE. “The birth of the web”. [en línea] <http://home.web.cern.ch/about/birth-web> [Consulta: 25 mayo 2013]

- CHAN-OLMSTED, S. 2013. Mobile News Adoption among Young Adults: Examining the Roles of Perceptions, News Consumption, and Media Usage. [en línea] Journalism & Mass Communication Quarterly. 9: 126-147. <<http://jmq.sagepub.com/content/90/1/126.full>> [Consulta: 11 agosto 2013]
- CHUNG, D. y YOO, C. 2008. Audience Motivations for Using Interactive Features: Distinguishing Use of Different Types of Interactivity on an Online Newspaper. [en línea] Mass Communication & Society. 11 (4). <<http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/15205430701791048>> [Consulta: 11 junio 2013]
- COMSCORE. 2013. Futuro Digital Latinoamérica 2013. [en línea] <<http://www.slideshare.net/FuturoLabs/futuro-digital-latinoamerica2013informe>> [Consulta: 2 junio 2013]
- DEBUS, M. y NOVELLI, P. 2000. Handbook for Excellence in Focus Group Research. [en línea] Academy for Educational Development. Washington. <[http://www.globalhealthcommunication.org/tool\\_docs/60/handbook\\_for\\_excellence\\_in\\_focus\\_group\\_research\\_\(full\\_text\).pdf](http://www.globalhealthcommunication.org/tool_docs/60/handbook_for_excellence_in_focus_group_research_(full_text).pdf)> [Consulta: 16 de mayo 2013].
- DEL RIO, O. 2011. El proceso de investigación: etapas y planificación de la investigación. En: VILCHES, L. La investigación en comunicación (pp 67-92). Barcelona, Gedisa.
- DÍAZ J. y SALAVERRÍA R. 2003. Manual de Redacción Ciberperiodística. Barcelona, Editorial Ariel.
- EDO, C. 2003. Rasgos y normas del estilo ciberperiodístico. En: DÍAZ J., SALAVERRÍA, R. Manual de redacción ciberperiodística (pp 353-382). Barcelona, Ariel Comunicación.
- FISHER, D. 2006. You Are Who You Talk To. Detecting roles in Usenet newsgroups. En: Proceedings of the 39th Annual Hawaii International Conference On. IEEE.
- FULLER, J. 2010. What's Happening to News. The Information Explosion and the Crisis in Journalism. University of Chicago Press.
- GARDNER, P. 2010. Older Adults and OATS Computer Training Programs: A Social Analysis Report. The New York Academy of Medicine Division of Health Policy. [en línea] <<http://oats.org/files/NYAM%20Study%20Final.pdf>> [Consulta: 25 abril 2013]



GUTIÉRREZ, C. 2008. Diseño web y arquitectura de información para sitios 2.0. En: Cuadernos de información. UC. [en línea] <[http://comunicaciones.uc.cl/prontus\\_fcom/site/artic/20080923/asocfile/2008092323837/5quiterrez5\\_08\\_1\\_.pdf](http://comunicaciones.uc.cl/prontus_fcom/site/artic/20080923/asocfile/2008092323837/5quiterrez5_08_1_.pdf)> [Consulta: 22 junio 2013]

HIMELBOIM, I. 2010. Civil Society and Online Political Discourse: The Network Structure of Unrestricted Discussions. [en línea] Communication Research Magazine. 38 (5): 634-659. <<http://crx.sagepub.com/content/38/5/634>> [Consulta: 12 junio 2013]

IAB MEXICO y MILLWARD BROWN. 2011. 4º Estudio de Consumo de Medios Online. [en línea] <[http://www.iabmexico.com/50anios\\_omas](http://www.iabmexico.com/50anios_omas)> [Consulta: 27 abril 2013].

IBAÑEZ, J. 1986. Más allá de la sociología. El grupo de discusión. Madrid, Editorial Siglo XXI.

IGARZA, R. 2009. Burbujas de ocio, nuevas formas de consumo cultural. Buenos Aires, Ed. La Crujía.

IGARZA, R. 2011. Transición: los sistemas de mediación en las democracias. En: Cuarto Foro Internacional de Periodismo Digital: convergencias, redes y móviles. Rosario, Argentina.

IRIGARAY, F.; CEBALLOS, D. y MANNA, M. 2011. Introducción al Foro de Periodismo Digital. En: Cuarto Foro Internacional de Periodismo Digital: convergencias redes y móviles. Rosario, Laborde Libros Editor.

JENKINS, Henry. 2010. If It Doesn't Spread, It's Dead: Creating Value in a Spreadable Marketplace. Convergence Culture Consortium.

KARAVIDAS, M. 2005. The effects of computers on older adult users. En Computers in Human Behavior 21 (5): 697 – 711 [en línea] <<http://www.psicomundo.com/tiempo/cvepe2/biblio5.htm>> [Consulta: 2013]

KOTLER, P. 2002. Dirección de marketing, conceptos esenciales. México, Pearson Educación.

LARSSON, A.O. 2011. Interactive to me – interactive to you? A study of use and appreciation of interactivity on Swedish newspaper websites. En: New Media & Society. [en línea] <<http://nms.sagepub.com/content/early/2011/04/27/1461444811401254>> [Consulta: 12 junio 2013]

LLOPIS, R. 2004. El grupo de disensión. Madrid, Editorial ESIC.

MADDEN, M. y ZICKUHR, K. Older adults and internet use. [en línea] Pew Research Center.  
<[http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2012/PIP\\_Older\\_adults\\_and\\_internet\\_use.pdf](http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2012/PIP_Older_adults_and_internet_use.pdf)> [Consulta: 06 junio 2012]

MANCINI, Pablo. 2011. Hackear el periodismo. Buenos Aires, Editorial La Crujía.

MARCOS, J. A. 2003. El periodismo ante la tecnología hipertextual. En: Manual de Redacción Ciberperiodística. Barcelona, Editorial Ariel.

MARTINEZ A, J.L. 1997. El ocaso del periodismo. Barcelona, Editorial CIMS.

MORAIS, R. y SOUSA J. 2012. Jornalismo regional e redes sociais: entre novas oportunidades de participação e a apatia participativa? / Regional journalism and social networks: between new opportunities for participation and participatory apathy. **Cuadernos.info**. [en línea] <<http://cuadernos.uc.cl/uc/index.php/CDI/article/view/425>>. [Consulta: 05 julio 2013].

NIELSEN, C. 2012. Newspaper Journalist Support Online Comments. En: Newspaper Research Journal. 33 (1): 86-100. Editores AEJMC.

PAVLIK, J. 2001. News framing and new media: digital tools to reengage an alienated citizenry. En: Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world (pp 311-321). New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates.

PISCITELLI, A. 2009. Nativos digitales, Dieta Cognitiva, Inteligencia Colectiva y Arquitecturas de la Participación. Editorial Santillana.

QUAN-HAASE, A. y YOUNG, A. 2010. Uses and Gratifications of Social Media: A Comparison of Facebook and Instant Messaging. Bulletin of Science Technology & Society. SAGE. [en línea] <<http://bst.sagepub.com/content/30/5/350>> [Consulta: 22 abril 2013]

READER, Bill. 2012. Free Press vs. Free Speech? The Rhetoric of “Civility” in Regard to Anonymous Online Comments. En: Journalism & Mass Communication Quarterly. [en línea] <<http://jmq.sagepub.com/content/89/3/495.full>> [Consulta: 16 junio 2013]

ROOS, Craig y otros autores. 2009. Personality and motivations associated with Facebook use. Computers in Human Behaviour. 25(2): 578- 586. [Consulta: 07 julio 2013].

ROST, Alejandro. 2011. Periodismo y Twitter. A 140 y capota baja. En: Cuarto Foro Internacional de Periodismo Digital: convergencias redes y móviles. Rosario, Laborde Libros Editor.

RUIZ, A. y VIGUERA, V. 2001. Los Adultos Mayores y su relación con Internet. En: Revista Tiempo. [en línea] <<http://www.psiconet.com/tiempo/cvepe2/biblio5.htm>> [Consulta: 14 enero 2013]

RYDBERG, E. 2011. So Much For Bowling Alone: Research Says Internet Users Are Socially Engaged. [en línea] Pew Internet & American Life Project. <<http://pewinternet.org/Media-Mentions/2011/So-Much-For-Bowling-Alone.aspx>> [Consulta: 11 junio 2013]

SANCHEZ, D. 2007. El periodismo digital. Una nueva etapa del periodismo moderno. En: Revista Lasallista de Investigación. 4 (1): pp 67-73. Ediciones Universidad de Antioquia.

SANDOR, S. y GUILLORY, J. 2013. How does Web Sites Interactivity Affect Our Perceptions of An Organization? Journal of Public Relations Research. 25 (2). [Consulta: 13 abril 2013]

SIERRA BRAVO, R. 1992. Técnicas de investigación social. Teorías y ejercicios. Madrid, Editorial Paraninfo.

SILVERMANN, C. 2010. The Rise of External Fact-Checking. En: Fact-Checking: Fakten finden, Fehler vermeiden. Hamburgo 27 y 28 marzo 2010. [en línea] <<http://www.netzwerkrecherche.de/files/nr-werkstatt-16-fact-checking.pdf#page=38>> [Consulta: 24 agosto 2013]

SIMELIO, N., 2011. Técnicas cuantitativas: la encuesta. En: VILCHES, L. La investigación en comunicación (pp 173-188). Barcelona, Gedisa.

SINGAL, J. 2010. Freedom of Screech: Anonymous Online Comment Boards Can Be Obnoxious, but Eliminating Them Is a Mistake. [en línea] Boston Globe. <[http://www.boston.com/bostonglobe/editorial\\_opinion/oped/articles/2010/06/27/freedom\\_of\\_screech](http://www.boston.com/bostonglobe/editorial_opinion/oped/articles/2010/06/27/freedom_of_screech)> [Consulta: 15 junio 2013].

SOLER, P. 2011. La investigación cualitativa. Un enfoque integrador. En: VILCHES, L. La investigación en comunicación (pp 189-235). Barcelona, Gedisa.

- SUBTEL. 2013. Informe estadístico. Conexiones a internet fijas y móviles. [en línea]  
<[http://www.subtel.gob.cl/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2486&Itemid=337](http://www.subtel.gob.cl/index.php?option=com_content&view=article&id=2486&Itemid=337)> [Consulta: 15 septiembre 2013]
- SULLIVAN, M. 2011. Changes Bring Success Online, with More to Come. [en línea] Buffalonews.com. <<http://www.buffalonews.com/editorial-page/columns/margaret-sullivan/article306128.ece>> [Consulta: 14 junio 2013]
- TASCOTT, D. y WILLIAMS, A. 2010. Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything. Portfolio Trade, Expanded Edition.
- TOUB, S. 2000. Evaluating Information Architecture: A Practical Guide to Assessing Web Site Organization. [en línea] ARGUS Associates. <[http://argus-acia.com/white\\_papers/evaluating\\_ia.html](http://argus-acia.com/white_papers/evaluating_ia.html)> [Consulta: 14 diciembre 2012]
- VILCHES, L. y otros autores. 2011. La investigación en comunicación. Barcelona, Editorial Gedisa.
- WILLA, M. 1999. Bridging the digital divide. En: Adults Learning. 11(4): 10-11.
- ZICKUHR, K., y MADDEN, M. 2012. Older adults and internet use. [en línea] Pew Research Center. <[http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2012/PIP\\_Older\\_adults\\_and\\_internet\\_use.pdf](http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2012/PIP_Older_adults_and_internet_use.pdf)> [Consulta: 28 abril 2013]

## **CAPÍTULO 7: ANEXOS**

### **7.1 Detalle completo de las respuestas a pregunta 3 de encuesta:**

#### **¿Qué mejoraría en el espacio para comentarios de La Segunda Online?**

(Respuestas ordenadas según categorías tipificadas agrupando ideas comunes).

#### **Una moderación de los comentarios que desincentive la grosería, el ataque a los comentaristas y un mal uso del lenguaje**

Esta categoría, suma 72 opiniones, e incluye dos subcategorías. La primera pide una moderación que deje afuera a quienes usan groserías o insultos en el debate y la segunda sugiere mejoras en la calidad de lo que se debate ya que sea por una mayor preocupación por la ortografía, el mal uso del lenguaje o por otros aspectos, como lo es el que se califique de “comentarista destacado” a quienes insultan a otras personas. Como se aprecia al ver las respuestas, no siempre es fácil distinguir cuándo alguien simplemente llama la atención por el empleo de un lenguaje o una interacción inadecuada (subcategoría 1.2.) o cuando se pide la censura de estos comportamientos (subcategoría 1.1.). Sin embargo, ya sea que se encuentren más dentro de una u otra categorías todas estas opiniones están representadas bajo el paraguas de esta primera categoría, ya que todos piden una mejor moderación, y en primer lugar para acabar con las groserías.

#### **Que se impida la participación de quienes emplean groserías**

Esta subcategoría suma 37 respuestas:

“1. Que no se le otorgue el título de comentarista destacado” a personas mal educadas que en un lenguaje agresivo, soberbio y vulgar, y en ocasiones en mayúsculas (lo cual es molesto para el lector) escribe con resentimiento y falta de respeto. 2. Que exista un control preventivo de lasegunda.com o emol.com, respecto de las personas a las que me referí en el punto anterior, porque, no es válido que se mal use una herramienta eficaz de debate, que debiera ser de civilidad, siendo que en gran parte se presta para que personas profundamente resentidas y obtusas descarguen esas características, empañando un sistema de opinión. 3. Que el control preventivo que menciono en el punto anterior sea verdaderamente eficaz, en contra de las personas odiosas que pareciera que lo único que tienen que hacer es comentar de esa manera agresiva las noticias, e ir contestando las réplicas que hacen las personas educadas” (hombre entre 26 y 35, centro derecha).

“Aunque existe la libertad de expresión y por ende las diferencia, no es posible que la gente se esconde bajo un seudónimo para dar sus opiniones, que a veces rayan en lo vulgar y ofensivo. Hay que subir el nivel de debate... filtrar a los infiltrados”. (mujer, entre 36 y 45 años, sin partido)

“Debiera existir un filtro que evite la grosería, además de que cada uno de los que opina debe asumir su responsabilidad por sus dichos dando su nombre” (hombre, entre 46 y 55, centro izquierda).

“Suprimir la grosería y publicar sólo los que estén bien redactados y no tengan faltas graves de ortografía, ello serviría además de enseñanza para los que opinamos2. (hombre, mayor de 66, centro).

“que cuando un comentarista no esté de acuerdo con otros comentarios,,no tenga el derecho de calificarlo como no deseado y lo borre de la lista de comentarios.; a excepcion de las groserías” . (mujer, entre 46 y 55, nmdpdef\*).

“No permitiría el lenguaje obsceno....baja el nivel del debate....ser algo mas respetuoso con es...” (hombre, entre 46 y 55).

“No publicar todo aquel comentario que encierra insultos a las personas, es decir, todo aquel que, para poder expresarse, usa groserías”. (hombre, mayor de 66, nmdpdef\*).

“eliminar los comentarios groseros y sin fundamentos” (, hombre, mayor de 66, centro derecha).

“no mejoraría nada. eso si una advertencia. sin insultos ni groserías, son noticias serias”. (mujer, entre 16 y 25, izquierda).

“Buscar los medios para evadir las groserías e insultos de algunos participantes”. (hombre, mayor de 66, centro derecha).

“Tener un mayor filtro de ante tanto garabatos” (hombre, entre 46 y 55, nmdpdef\*).

“Un mayor filtro a los comentarios para evitar las groserías e insultos” (hombre, entre 46 y 55, derecha).

“LO MECIONADO ANTERIORMENTE”. (nota: su respuesta a la pregunta anterior fue: “las personas usan groserías e insultos”). (hombre, entre 56 y 65, centro derecha).

“Que no se publicaran , los comentarios que contengan groserias y que muchas veces denigran a las personas”. (mujer, entre 36 y 45, nmdpdef\*).

“No permitir comentarios ofensivos, aunque es difícil” (mujer, entre 36 y 45, centro izquierda).

“QUE LAS PERSONAS QUE OPINAN, LO HAGAN SI SEUDONIMOS DE CARA A LA GENTE, MUCHOS SE ESCONDEN PARA INSULTAR Y EMITIR EPITETOS QUE NO DEBIERA PUBLICARSE”. (hombre, mayor de 66, nmdpdef\*).

“Poner filtros o no permitir que el debate caiga tan bajo , ofensivo , grosero y mal intencionado. Impedir que ciertas personas, poco idóneas pongan comentarios , eso hace que la calidad de “ La Segunda “ caiga de categoría y se parezca a un panfleto barato”. (hombre, mayor de 66, centro izquierda).

“Que antes de publicar un comentario se vea si contienen insultos o si son irrespetuosos para la persona de la que se está hablando y se sancione no publicándolos”. (mujer, entre 46 y 55).

“Filtrar gente mal educada” (hombre, entre 36 y 45, centro derecha).

“ANULAR A TODOS LOS APORTILLADORES DE LOS COMENTARISTAS EN ESPECIAL A GATO VIEJO, HUMANO... NO SE CUANTO, COMO POR EJEMPLO”. (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

“Los comentarios sin contenido o fundamentos que abundan, eliminaría a los groseros, que hacen nata, siendo en su mayoría de tendencia izquierdista, pero en ningún caso a los de la misma tendencia que actúen con ponderación, exigiría un mínimo grado de preparación y educación para calificar y postear” (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

“Exigiría la identificación de quien opina y impediría el uso de seudónimos, especialmente cuando ocultan a personajes públicos que los utilizan para bajar el nivel nde lenguaje e insultar encapuchados”. (hombre, entre 46 y 55, nmdpdef\*).

“No dejar que personas TROLL se metan a insultar y provocar gratuitamente. Seleccionen con cuidado los comentarios”. (hombre, entre 56 y 65, centro).

“ELIMINAR AQUELLOS QUE SOLO INSULTAN Y USAN LENGUAJE AGRESIVO”. (hombre, entre 56 y 65, centro derecha).

“Los comentarios groseros o con muchas falta de ortografía, elimínenlos”. (mujer, mayor de 66, derecha).

“A los que usan garabatos e insultan gratuitamente les daría suspensiones en el tiempo. Advertencia, suspensión por dos días, por más días y suspensión definitiva a ese correo electrónico (aunque obviamente puede entrar desde otra dirección)”. (hombre, entre 46 y 55, derecha).

“Cerrar las cuentas o inhabilitar a usuarios y comentaristas que degradan, insultan o agreden las opiniones de otros, desviándose del tema que nos convoca”. (mujer, entre 46 y 55, nmdpdef\*).

“bloquear comentario groseros”. (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

“eliminar a quienes usen insultos o groserías propios de la canalla o de gente de los bajos fondos”. (hombre, entre 46 y 55, centro izquierda).

“#La eliminación de comentaristas que usan del vocabulario soez, su arma de combate y de aquellos que se enfrascan en rencillas políticas de corte político divergente que aburren, como las que se dan en The Clinic, donde no hay ningún parámetro de censurar este tipo de comentarios”. (hombre, entre 46 y 55, nmdpdef\*).

“tal vez le agregaría un filtro para los insultos y groserías”. (mujer, entre 36 y 34, “apolítica”).

“escribir con ideas, con respeto, con afán de aportar y mejorar la baja de ideas que nos rodea a diario (no en el diario). Que se identifiquen correctamente, para filtrar los odios y groseros comentarios de algunos imbéciles”. (hombre, entre 56 y 65, “chileno No nacionalista a ultranza”).

“eliminar a las personas marcadas en el punto 2”. (Nota: Allí anotó que no le gustaba de este espacio de comentarios dos aspectos: “Las personas usan groserías e insultos”, “Participan usuarios que se esconden bajo seudónimos”) (hombre, mayor de 66, izquierda).

“QUE SI UNA PERSONA COMO... GATO VIEJO INSULTA E INSULTA BLOQUEARLO DEFINITIVAMENTE PORQUE ES HIRIENTE, ME ESCRIBI+O A MI CORREO DE FACEBOOK INSULTANDOME, TRATANDOME DE IMBECIL ...LO HE BLOQUEADO Y HE INSTADO A VARIOS CABALLEROS Y SEÑORAS LO BLOQUEEN POR INSOLENTES. OTROS PUEDEN TENER IDEAS OPUESTAS PERO ESTE SUJETO ...SE EXTRALIMITÓ PARA SER OFENSIVO. GRACIAS”. (hombre, entre 46 y 55, nmdpdef\*).

“que solo se aceptasen comentarios de personas con nombres reales, que no se escondan solo para insultar a los demás”. (mujer, entre 16 y 25, nmdpdef\*).

“que personas que usan lenguaje a gabaratos, o tratar de Imbecile, idiotas tec en forma reiterada ..no puedan escribir sus opiniones por falta de respeto a todos los que leemos este blog, no se trata de si le gusta bien si no lo abre. Pienso que un diario puede poner a sus lectores para que intercambien opiniones pero este sujeto GATO VIEJO ...todo lo que escribe es para denostar a las personas, ahora escribió algo así así que Rocio Marengo estaba buena



para desputada aludiendo que fuera prostituta en Argentina... es inaceptable señores". (hombre, entre 46 y 55, nmdpdef\*).

"No aceptar insultos, se debe opinar con argumentos, el que insulta es porque no tiene argumentos o sea ideas, un neardental". (mujer, entre 36 y 45, izquierda).

### **Que se realice una mejor moderación de los comentarios**

Esta subcategoría comprende 35 respuestas:

"Dejaría afuera las opiniones que no tienen relación con el tema" (hombre, mayor de 66, centro).

"Que los comentarios sean precisos y puntuales a los debates". (hombre, mayor de 66, centro izquierda).

"Mejorar vocabulario, evitar insultos". (mujer, entre 56 y 65, centro).

"Que se identifiquen los comentaristas y se lleve el debate a mejor nivel". (mujer, mayor de 66, centro derecha).

"lamentablemente no es mucho lo que se puede mejorar, ya que en las redes sociales se producen vicios que quizás no sean controlables. Lo importante es saber elevar con un comentario el debate que pueda producirse con otros usuarios". (hombre, entre 46 y 55, centro izquierda).

"La faltas de ortografías que existen y lo que es importante evitar que escriban grasería (sic)". (hombre, centro).

"Mejorar el debate". (hombre, entre 46 y 55, izquierda).

"Usaría un moderador para elevar el nivel de los debates, no puede un tipo bajo el seudonimo de GATO VIEJO, por ejemplo, ir por la vida de esta manera insultando a los que no piensan como el. Todos los demas damos nuestro nombre completo". (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

"filtrar el mal vocabulario!!!!". (hombre, entre 46 y 55, nmdpdef\*).

"La calificación como mejor comentarista, que es absolutamente arbitraria y se otorga indiscriminadamente". (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

"Mayor respeto entre los participantes y elevar un poco mas el debate". (hombre, entre 56 y 65, centro).

"No asignaría títulos como Mejor Comentarista o Comentarista Destacado a personas que solo utiklizan este medio como una terapia de grupo o para atacar al resto" (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

“Creo que está bien. Tal vez un moderador, cuando algunos personajes suben el tono de discusión”. (hombre, entre 36 y 45, centro izquierda).

“Me gustaría que existiera la opción ‘denunciar comentario’ para hacer eso en caso de que la polémica se vuelva grosera”. (hombre, entre 16 y 25, “no creo en la política”).

“Me gustaría que se pudieran comentar las noticias sin censura. En ocasiones algunas noticias no se pueden comentar por censura previa. Cuando eso ocurre los lectores quedan desinformados, o solo se ve un lado de la crónica”. (hombre, mayor de 66, nmdpdef\*).

“Indicar un máximo de caracteres: Controlar el uso del lenguaje”. (hombre, mayor de 66, centro).

“El nivel del debate. Está bien que seamos un país democrático o que tengamos el derecho a decir lo que queramos, pero muchos comentarios son con una gran violencia verbal, a veces misóginos, con insultos de grueso calibre, que justifican el maltrato, etc.. escondidos en seudónimos e imágenes irreales. Y lamentablemente, La Segunda Online a muchos de aquellos seudo ‘comentaristas’ los califica como ‘mejor comentarista’... Un chiste”. (mujer, entre 36 y 45, nmdpdef\*).

“Solo agradecimientos al Diario la Segunda por la oportunidad que nos da para opinar, solo pedir a los opinantes que mantengan un claro y respetuoso dialogo y se identifiquen como corresponde” (hombre, entre 56 y 65, centro).

“Una mayor exigencia del vocabulario utilizado, tanto en lo formal cuanto en lo sustantivo”. (hombre, mayor de 66, centro).

“Poner un botón que permita eliminar los comentarios groseros y los injuriosos. Que sea obligatorio identificarse con su nombre y apellido. Mejorar la redacción y la ortografía tanto de las noticias como las de los comentarios” (mujer, mayor de 66, centro izquierda).

“publicarlos previa revisión”. (hombre, entre 36 y 45, izquierda).

“los tres espacios de la pregunta nro.2...” (Su respuesta allí fue: “Existe un bajo nivel de debate; Las personas usan groserías e insultos; Participan usuarios que se esconden bajo seudónimos). (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

“filtrar los comentarios que dejan link de futbol gratis.....” (hombre, entre 56 y 65, centro).

“Más filtros, para evitar los ninguneos gratuitos”. (mujer, entre 36 y 45, derecha).

“Que no existiera mediador, para no manipular la cantidad de posteos de una tendencia en particular”. (hombre, entre 36 y 45, izquierda).

“1.- Revisar lo que postean extrajeros y naturales, para evitarse, que estos blogs bajen su nivel. 2.- Hacer como hacen la prensa extranjera en sus blogs, piden hasta N\* de cedula de Identidad y N\* de telefono. 3.- Cuidar que nadie se salga de madre, como ayer un tipo invitaba a su blog particular de sexo y de diversión sexual...¡Por favor, no hay alguien que ponga ojo a esto!. 4.- Todos tienen derecho a la libre manifestación de sus ideales ideológicos y de toda índole, pero con respeto por los demás. 5.- Nadie es dueño de la verdad y eso deben Uds. cuidarlo evitando los insultos, las descalificación las provocaciones y las amenazas a que estamos expuesto , lo que escribimos por que nos entretiene así hacerlo. 6.- Uds. tiene la direcciones de todos los que aquí postean, si se salen de las reglas de juego. Advertirlos que a lo proxima se termina el recreo”. (hombre, mayor de 66, “apolítico independiente”).

“Que la censura fuera más rígida con los comunistas”. (hombre, entre 46 y 55, derecha).

“No sé si sería posible: Ojalá pudieran mejorar el nivel de la gente. No me refiero a cambiar de participantes, sino educar de algún modo. Enseñara a escribir, a razonar en vez de insultar con epítetos pobres y más. Tal vez deberían promover, o introducir, comentaristas cultos. No necesariamente eruditos, pero que sepan al menos gramática y ortografía y tengan un mínimo nivel de raciocinio”. (hombre, entre 56 y 65, “moderado, pensante y enjuiciante”).

“Un editor culto, educado y comprometido”. (hombre, entre 36 y 45, centro derecha).

“La calidad y nivel de los que opinan”. (mujer, entre 36 y 45, nmdpdef\*).

“El filtro para mejorar el debate”. (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

“Que no existiera tanta censura”. (hombre, entre 56 y 65, centro izquierda).

“QUE LOS COMENTARIOS DE LOS PARTICIPANTES GUARDEN RELACIÓN CON EL ARTÍCULO, A VECES SE VAN PARA OTROS LADOS, A LA PELEA CHICA”. (mujer, mayor de 66, centro izquierda).

“Que sea mas pluralista , de muy buena fuente tengo conocimiento que ustedes vetan ciertos usuarios”. (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

“Radicarlos en lo central del asunto, evitando el derrame por las ramas” (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

## **Me gusta como es el espacio de comentarios de La Segunda Online, no cambiaría nada**

Esta categoría incluye 39 respuestas:

“creo que está bien el espacio otorgado... por el momento... gracias!” (mujer, entre 46 y 55, nmdpdef\*).

“esta adecuado” (hombre, entre 46 y 55, nmdpdef\*).

“Por el momento lo dejaría como está. Cada vez que se intenta mejorar algo terminan complicando la mecánica” (mujer, entre 56 y 65, apolítica).

“nada. Me gusta así” (mujer, entre 56 y 65, centro).

“felicitaciones , un buen espacio para debatir que nos entregan uds”. (hombre, entre 56 y 65, centro).

“esta bien”. (mujer, entre 46 y 55, nmdpdef\*).

“Creo que es suficientemente bueno”. (hombre, entre 56 y 65, centro).

“Todo bien así como esta”. (hombre, entre 46 y 55, nmdpdef\*).

“Creo que funciona perfectamente bien como esta, si bien a veces algunas personas emiten comentarios algo injuriosos y desubicados. En general, esta bien”. (mujer, entre 56 y 65, centro derecha).

“nada”. (hombre, entre 46 y 55, centro).

“En este momento nada porque me entretiene mas que otros diarios o paginas es bueno como esta, claro que siempre están las innovaciones”.. (mujer, entre 46 y 55, derecha).

“nada”. (hombre, entre 46 y 55, centro izquierda).

“ESTA BIEN”. (hombre, entre 56 y 65, centro derecha).

“La verdad nada, siempre he seguido y adquirido este diario”. (mujer, entre 56 y 65, centro derecha).

“Yo creo que nada , lo encuentro completo me gusta la redacción del contenido de la noticia y uno puede participar libremente cuando no hay nada que esconder ..” (mujer, entre 46 y 55, derecha).

“En realidad nada este punto de encuentro sirve para debatir puntos de vista”. (hombre, entre 46 y 55, derecha).

“Nada, porque están bien hechos los esquemas...los felicito por tener un lugar en donde se pueda emitir opiniones, gracias...” (mujer, mayor de 66, centro derecha).

“Nada, así déjenlo, por lo menos dan la oportunidad de responder las infamias que publican los nazifascistas. Eso es bueno” (hombre, entre 46 y 55, izquierda).

“esta muy bueno”. (mujer entre 56 y 65, nmdpdef\*).

“nada , lo encuentro fácil y rápido”. (hombre, entre 36 y 35, “libre pensador”).

“Nada” (mujer, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

“Lo que existe me parece adecuado” (hombre, mayor de 66, “anarquista democrático”).

“Lo encuentro bueno, ¿ me podrian dar el correo de este sr que quiere subir la edad para jubilar ? para hablarle directamente un par de cosas , gracias”. (mujer, entre 46 y 55, “ecologista y defensora de las injusticias sean para el lado que sean , creo que mas del puebloblo”).

“Nada”. (hombre, entre 46 y 55, centro izquierda).

“no esta bien”. (hombre, entre 56 y 65, centro).

“nada”. (hombre, entre 36 y 45, “ninguna”).

“a mi me parece adecuado y con mucho espacio asi que por mi esta bien gracias por permitirme hacerlo me encuentro por arabia y leo noticias de chile por que me gusta estar informado ,” (hombre, entre 46 y 55, centro izquierda).

“Lo encuentro bien enmarcado”. (hombre, entre 46 y 55, nmdpdef\*).

“Las veces que he comentado me ha resultado fácil de acceder”. (mujer, entre 16 y 25).

“Es mejor y más civilizado que otros espacios. no veo necesidad de mayores cambios”. (hombre, entre 56 y 65, derecha).

“esta todo bien, es un espacio abierto, y tocan todo tipo de temas, es el mas expedito de los medios de comunicación”. (hombre, entre 46 y 55, “políticamente correcto”).

“Nada”. (hombre, mayor de 66, centro).

“ESTA BIEN DEFINIDA COMO ESTRUCTURA COMUNICACIONAL”. (hombre, mayor de 66, centro).

“asi esta ok”. (hombre, entre 46 y 55, “no creo en las definiciones políticas chilenas”).

“Esta bien asi”. (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

“nada”. (hombre).

“Todo esta bien”. (hombre,entre 36 y 34, centro).

“LA VERDAD LO VEO BIEN NO HARIA CMBIOS”. (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

“Así como está me gusta..” (hombre, entre 56 y 65, centro).

### **Realizar cambios técnicos para mejorar la interacción en la caja de comentarios**

Esta categoría incluye 5 subcategorías y 35 respuestas.

#### **Facilitar el acceso a quienes quieren comentar** (subcategoría)

“K salieran las cosas mas facil para poder inscribirte en los programas” (mujer, menos de 15 años, nmdpdef\*).

“El ingreso debe ser más amigable”. (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

“Daría mayor acceso al público para que emitiera su opinión”. (hombre, entre 56 y 65, centro).

“FACILIDAD PARA COMENTAR” (mujer, entre 46 y 55, izquierda).

“Liberar mas la participación sobre todo si es respetuosa”. (hombre, mayor de 66, nmdpdef\*).

“Un ingreso facil y sin restricciones” (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

“Ingreso mas fácil”. (hombre, entre 56 y 65, centro derecha).

“EL ingreso”. (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

“fácil acceso al comentario emitido y sus réplicas”. (hombre, entre 56 y 65, centro derecha).

“Ingreso rapido y sin trabas”. (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

“el acceso a comentar”. (hombre, entre 36 y 45, centro izquierda).

### **Ordenar de distinta forma cómo se van sumando los comentarios** (subcategoría)

“LA publicación de los comentarios debería ser instantánea y en orden”.  
(hombre, entre 46 y 55, “antisistema”).

“El responder’(sic), creo que se pierde el hilo de quien respondió o a quien le estas respondiendo”. (hombre, entre 36 y 45, derecha).

“temas, la temática del como responder, ya que si contestas va una detrás de otra y a veces desordenada”. (mujer, entre 36 y 45, izquierda).

“Poder tener en pantalla un mayor numero de comentarios anteriores. Quizás un sistema más tiempo real”. (hombre, entre 46 y 55, nmdpdef\*).

“El ingreso de los comentarios en forma cronológica seria también muy bueno”.  
(hombre, entre 46 y 55, centro).

“Poder comentar todas las noticias en forma directa y al instante..” (hombre, entre 56 y 65, centro).

### **Que se pueda acceder desde otras redes sociales, o inscribiéndose** (subcategoría)

“Que pueda escribir un comentario sin tener que ser por Facebook o Twitter”.  
(mujer, mayor de 66).

“PODER HACERO DESDE TWITTER” (hombre, entre 36 y 45, centro derecha).

“tener acceso con gmail” (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

“Que se pudiera comentar sin ninguna cuenta de redes sociales, solo con el nombre”. (hombre, entre 46 y 55, derecha).

“que se pueda comentar inscrebiendose en el sitio. Para los que no tienen las opciones ( facebook, hotmail, etc) definidas”. (mujer,entre 46 y 55, c entro izquierda).

“Quien desee opinar, previamente debe estar registrado, sin que ello signifique censura previa” (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

### **Realizar mejoras técnicas** (subcategoría)

“reponer un área de ultimo minuto, uno se pierde claridad q es noticia reciente con respecto a la del papel del dia anterior...” (hombre, entre 36 y 45, centro).

“Creo que se debería poner asteriscos sobre palabras que insulten, creo que el debate es bueno, pero no entrar en groserías”. (hombre, entre 36 y 45, izquierda).

“Tener una zona donde pueda ver todos mis comentarios históricos y/o ver los comentarios de noticias que me interesa hacer seguimiento... aunque sean antiguas”. (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

“Mantener un archivo de noticias clasificadas por áreas, para poder hacer seguimiento de más largo plazo” (hombre, entre 46 y 55, centro izquierda).

#### **Aumentar el número de caracteres asignados para comentar** (subcategoría)

“Que permitieran una mayor cantidad de caracteres” (hombre, entre 56 y 65, centro izquierda).

“el espacio para exponer la opinion o comentario”. (hombre, entre 56 y 65, izquierda).

“mas extencion”. (mujer, entre 56 y 65, centro).

“mas caracteres para opinar”. (hombre, entre 36 y 45).

#### **Poder contactar con quienes escriben las noticias o los protagonistas de las mismas** (subcategoría)

“Cuando se identifique el personaje criticado o alabado se le envíen los comentarios, para que tengan la oportunidad de defenderse o agradecer, como por ej. mas de 10 veces nombrado o insinuado, debe dársele tribuna y saber si respondió o no”. (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

“tener contacto con el que escribe el artículo”. (hombre, entre 36 y 45, nmdpdef\*).

“QUE TODOS ESTOS COMENTARIOS LLEGUEN A LOS ALUDIDOS”. (hombre, entre 56 y 65, “nunca más votaré por nadie y es lo que debe hacer la gente”).

#### **Que se mejore la calidad de las noticias y/o de los temas que se investigan**

Esta categoría comprende 26 respuestas y 4 subcategorías:

##### **Mejorar calidad de los temas escogidos**

“Las noticias no deben repetirse... basta de farándula” (hombre, mayor de 66, nmdpdef\*).



“La calidad de las noticias, aveces el diario se pone demasiado rasca en cuanto a noticias”. (mujer, entre 46 y 55, derecha).

“La farandula mediocre que tenemos Aburre...” (hombre, entre 56 y 65).

“TEMAS DE INTERES, Y NO BASURA DE REALITES”. (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

“No me gustan los temas de farándula. Preferiría temas políticos o de interés para todas las personas”. (mujer, mayor de 66, derecha).

“Tratar temas culturales” (mujer, entre 56 y 65, izquierda).

“DEBE AMPLIARSE A UN MAS”. (mujer, entre 36 y 45)

“IDEAL NO HABLAR DE TEMAS DONDE SE HABLE DE POLITICOS”. (mujer, entre 46 y 55, derecha).

“mayores temas” (hombre, entre 56 y 65, centro derecha).

“mas noticias on line” (hombre, entre 26 y 35, centro derecha).

“agregar mas fotos de contenidos y/o galerías” (hombre, entre 16 y 25, centro izquierda).

“1.-Que escriban noticias de peso con buenos argumentos. 2.-Que NO escriban noticias tomadas de prensa amarillista inernacional como a ocurrido en varias ocaciones ...baja la calidad de este medio.... (así no vale la pena hacer polémica liviana o casi farandulera..... dejenselo a otra prensa y ustedes tiren para arriba CALIDAD)”. (hombre, entre 36 y 45, nmdpdef\*).

“Mas noticias sobre el exterior, menos dramas de Chile y mas temas positivos o de crecimiento o de eventos que se esten gestando”. (mujer, entre 46 y 55, “humanista”).

### **Mejorar investigación periodística**

“que los periodistas de la Segunda, investiguen mas y den, por ejemplo los nombres y apellidos de los sostenedores de esta universidades” (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

“Primero el contenido de las noticias..., poner a todos los autores de ellas, para así poder conocerlos por su propio lenguaje,... debería haber imparcialidad aunque reconozco que por ejemplo el tema de la U. del Mar, sabiendo que es de la UDI, se han manifestado muy detallista” (mujer, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

“recopilar mas información de lo que se esta informando”. (mujer, entre 56 y 65, centro derecha).

“PARA MI TENER UN EQUIPO DE INVESTIGACIÓN SIN PRESIONES PUES TANTO ENTIDADES PRIVADAS COMO LAS ISAPRES A.F.P COMO SE POSTULA A LAS ESCUELAS MATRICES PARA LAS CLASES POPULARES O TODAVIA EXISTE DISCRIMINACIÓN POR SU ORIGEN LOS MINISTROS DE ESTADO NO SON COMPENSADOS CON CIFRAS MILLONARIAS?” (hombre, entre 36 y 45).

“Que los redactores de las noticias orienten entregando la mayor cantidad de antecedentes de las noticias, que no estén esperando la anuencia de sus patrones, les falta compromiso propio y cuestionamiento a los que provocan las noticias, les falta ser más incisivos”. (hombre, entre 56 y 65, izquierda).

“TOCAR TEMAS DE DENUNCIA RESPONSABLE, DONDE EL DIARIO HAGA UN SEGUIMIENTO PERIODISTICO DE LOS TEMAS PLANTEADOS”. (HOMBRE, 46 a 55, nmdpdef\*).

### **Elevar la calidad de la escritura y redacción**

“La traducción resulta ridícula, mala y muy inexacta!”. (hombre, entre 36 y 45, centro derecha).

“Ojo con las redacciones. Acabo de leer ‘asiendo’ en vez de ‘haciendo’. Asir es para levantar objetos y no de realizar actividades auxiliares”. (mujer, entre 26 y 35, “ni facha, ni comunacha”).

“Que los titulares coincidan con la noticia”. (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

“Los periodistas debieran mostrar mas profesionalismo -no solo en este diario-; es demasiado evidente la poca acusiosidad en las noticias, muchas veces con errores de ortografía, sin siquiera un poco de investigación que le entregue credibilidad. No marqué "las noticias están mal escritas", porque no creo que los errores sean tan marcados como para entregar una sanción tan lapidaria. Pero creo también, que estamos hablando de profesionales; personas que han estudiado 5 ó 6 años en una universidad, y por tanto, debieran ser "mas profesionales". (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

### **Lograr veracidad y objetividad**

“Me gustaria que la Segunda fuese más objetiva en cuanto al planteamiento de las noticias”. (hombre, entre 36 y 35).

“QUE SIEMPRE EXISTA UNA IMPARCIALIDAD CON TODO TIPO DE OPINIONES Y TENDENCIAS, NO CARGARSE A UN LADO DE LA MONEDA... Y LO OTRO EL DE INVENTAR MENTIRAS QUE A CIERTOS LECTORES INGENUOS LOGRAN ENGAÑAR... LO QUE ACOSTUMBRAN ALGUNOS

IMPORTANTES MEDIOS Y LO HACEN EN FORMA DESCARADA". (hombre, entre 46 y 55, nmdpdef\*).

"Que den la informacion veridica , por ejemplo la otra ves publicaron sobre una campaña de adopcion de mascotas , siendo que esta ya se habia realizado , una lastima". (MUJER, ENTRE 36 Y 45).

### **Evitar que las personas se oculten detrás de seudónimos**

Categoría con 16 respuestas:

"Que cada persona se identifique con su verdadero nombre y rut, independiente de su foto de perfil, les aseguro que bajaría la cantidad de mal educados, trolleo y demás situaciones similares" (hombre, entre 36 y 45, derecha).

"Que pongan fotos reales, especialmente los comunistas". (hombre, entre 56 y 65, derecha).

"QUE LOS USUARIOS SE IDENTIFICARAN CON SUS NOMBRES Y SUS ROSTROS" (hombre, entre 56 y 65, centro derecha).

"que sea obligatorio el nombre real , por ej. gato viejo". (hombre, entre 56 y 65, centro izquierda).

"que las personas den la cara al momento de opinar o debatir" (hombre, entre 56 y 65, centro).

"Que todos estuvieran identificados sin nombres de fantasia o pseudonimos". (hombre, entre 46 y 55, nmdpdef\*).

"Exigiría identificación de los opinantes, así se resuelve el tema de las ordinarieces". (mujer, entre 56 y 65, derecha).

"Que los comentarios se hicieran con nombre y apellido". (hombre, entre 56 y 65, centro izquierda).

"Que las personas deban identificarse y moderar el vocabulario cuando antagoniza con otrol lector" (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

"Obligando a todos a identificarse". (hombre, entre 16 y 25, izquierda).

"Que las personas no se escondan en el anonimato" (hombre, entre 56 y 65, centro).

"Transparencia en la identificación, que no existan seudónimos, y que sea con foto". (hombre, entre 46 y 55, centro).

“Que las fotos sean reales, no se sabe quié realmente es”. (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

“La identidad verdadera de quienes participamos”. (mujer, entre 56 y 65, derecha).

“identificación real”. (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

“QUE QUIENES HAGAN LOS COMENTARIOS SE IDENTIFIQUEN CON SUS NOMBRES Y FOTOS REALES.....” (hombre entre 36 y 45, centro derecha).

### **Premiar a los buenos comentaristas**

Esta categoría incluye 7 comentarios:

“QUE SE PUBLIQUE LA MAS TRASCENDENTE” (hombre, mayor de 66 años, nmdpdf\*).

“Un artículo adicional con algunos comentaristas (aleatorio) al menos una vez al mes para tratar un tema específico”. (hombre, entre 46 y 55, nmdpdf\*).

“facilidad comentario y premios online para que reciba el usuario como incentivo”. (hombre, entre 26 y 35, centro derecha).

“premio del mes o semana para el mejor comentario, dándole espacio en una minicolumna”. (hombre, entre 46 y 55, derecha).

“Debiera existir un proceso que reconozca los aportes y no que solamente cuente los comentarios”. (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

“QUE EXISTAN ENCUESTAS Y PARTICIPACION DE LOS CORREOS ELECTRONICOS EN LOS "TEMAS" IMPORTANTES DE LAS NOTICIAS QUE REQUIERAN OPINIONES EN LA 'PRIMERA PAGINA DEL DIARIO'”. (hombre, mayor de 66, nmdpdf\*).

“Que los comentarios bien redactados sean publicados, ya que el común de los medios de comunicación o información siempre publican lo que creen y no dan otro tipo de espacio. Según mi opinión eso "justifica" la mala reputación social. Y la mala relación que existe de un lugar a otro”. (hombre, entre 36 y 45, nmdpdf\*).

### **Aumentar la participación de los lectores**

Categoría con 4 respuestas:

“PONER MAS ENCUESTAS Y MAS PARTICIPACION DE LOS LECTORES DE ESTE "PRESTIGIOSO "DIARIO" QUE ES MUY LEIDO y

CON FRANQUEZA EN LAS NOTICIAS QUE OTROS DIARIOS". (hombre, mayor de 66, nmdpdef\*).

"MEJORARIA PONIENDO DEBATES Y "OPINIONES O COMENTARIOS EN "LA PRIMERA PAGINA DEL DIARIO Y VISIBLEMENTE ATRAYENDO MAS A LOS LECTORES". (hombre, mayor de 66).

"mas espacios de opinión" (hombre, entre 36 y 45, centro izquierda).

MAYOR PARTICIPACION DE DEBASTISTAS ANONIMOS Y NO FAMOSOS". (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

### **Sin clasificación (No aplica)**

31 personas respondieron sobre materias distintas a lo consultado o bien su opinión no fue posible de interpretar:

"j" (mujer).

"Quienes escriben, deben ser mas variados" (hombre, mayor de 66, centro).

"No hay comentario" (hombre, más de 66, derecha).

"Ninguno" (hombre, entre 56 y 55, apolítico).

"QUE NADIE QUE NO ENTREGUE SU VERDADERA IDENTIDAD SE LE PROHIBA COMENTAR". (hombre, entre 46 Y 55, centro derecha).

"Recién estoy conociendo el espacio. Tiempo al tiempo". (hombre, más de 66 años, centro izquierda).

"NO SE ME OCURRE NADA". (hombre, entre 46 y 55, 'polimultifuncional').

"entregar copias de esta publicaciones y la identificación por GPS de los groseros y calumniadores". (mujer, entre 36 y 45; nmdpdef\*).

"NO SE SI SE PUEDE MEJORAR, EXISTE MUCHA FALTA DE EDUCACION EN LOS COMENTARIOS". (mujer, entre 36 y 45, centro derecha).

"En mi caso personal, constantemente me borran los comentarios sin darme razón alguna, creo y estoy seguro que uso un lenguaje de respeto hacia las demás personas y acorde a un medio periodístico de este nivel. Esa sería mi objeción al respecto". (hombre, entre 56 y 65, centro izquierda).

“comentarios fundamente y un debate sin descalificaciones o sea respetar la opinion de otro. Ser democratico no significa imponer sus ideas si no conversarla”. (hombre, entre 56 y 65, centro).

“La verdad que las personas que hacen comentarios estan marcados por la cultura y conocimiento politico y economicos en gral de los chilenos, que en mi opinion son escasos, es decir, tienen pocos conocimientos, es lo que hay, la proxima presidente lo mas probable que sea la Sra Bachelet una persona inepta la palabra correcta es inepta completa”. (hombre, mayor de 66, centro).

“todo”. (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

“Los insultos que siempre son de quines no tiene idea o informacion y no aportan nada”. (hombre, entre 56 y 65, centro).

“Estoy muy preocupado, ya que últimamente han decidido eliminar muchos de mis comentarios, y no me calza, ya que mis opiniones siempre las manifiesto en un lenguaje de respeto y educación”. (hombre, entre 56 y 65, centro izquierda).

“No aceptam mis comentarios y no se pq., exijo alguna explicacin”. (hombre, mayor de 66, centro).

“Sacaría a los comentaristas del diario por chantas, que opinan sin ver un espectáculos, no escriben ellos sus respuesta , dicho por ellos mismo, eso me parece una falta de respeto y ademas se ve que son alabanzas comprometidas o castigo, por no aceptar ir a entrevista. Me refiero al Sr. Muliant”. (hombre, entre 56 y 65, derecha).

“Es una lastima el nivel de respeto de los usuarios, me gustaría leer algo donde puedo aprender o que tengan argumentos que me cuestionen y me hagan reflexionara. Buenas Noticias, pésimo nivel de debate ”. (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

“Acceder a escribir comentarios y hacerlos y contestarlos” (hombre, mayor de 66, centro derecha).

“O nivel de debate” (hombre, entre 56 y 65, centro izquierda).

“calidad de gente”. (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

“ ddddd”. (hombre, entre 16 y 25, centro derecha).

“no se”. (hombre, entre 46 y 55, centro izquierda).

“Algunas cosas”. (hombre, entre 46 y 55, nmdpdef\*).

“me molesta el lenguaje el nivel de debate con groserías e insultos la ortografía es atroz”. (mujer, entre 56 y 65, derecha).

“Ojalá que la gente aprenda a hacer política, sin descalificaciones, solo eso”. (hombre, entre 46 y 55, centro izquierda).

“nn”. (hombre, entre 46 y 55, derecha).

“tal vez a uno le falta tiempo para informarse de buenas noticias”. (hombre, entre 46 y 55, izquierda).

“que la segunda tome encuesta las opiniones de los participantes (sic)” (hombre, entre 46 y 55, nmdpdef).

“Más rapidez en la publicación de los comentarios...y no porque opines contra el comentarista, no se publique.....no ocurre lo mismo con el Sr Melnick, se publica todo...”. (hombre, entre 46 y 55, derecha).

***\*No me defino políticamente de esa forma.***

## **7.2 Detalle de respuestas a la pregunta número 5: ¿Por qué razón prefiere el sitio que señaló como su favorito?**

(Categorías inferidas a partir de las respuestas que señalaron a La Segunda Online como su medio favorito)

### **Características del sitio (77 respuestas)**

#### **Facilidad para acceder a escribir comentarios (subcategoría) (33 respuestas)**

“no ponen trabas a los que quieren comentar... y es abierto a todo el mundo”. (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

“Me es fácil ubicarlo por Internet” (hombre, mayor de 66, centro).

“Por su facil acceso (...)”. (hombre, entre 36 y 45, izquierda).

“Facil de ingresar y amena la información”. (hombre, entre 46 y 55, “apolítico”).

“por lo facil de entrar...”. (hombre, entre 56 y 65, centro).

“hay menos "obstaculos" de procedimiento para hacer el comentario en cuestión. en otros medios a veces exigen poner claves, leer y escribir signos, etc”. (mujer, entre 56 y 65, centro).

“POR QUE NO EXIGEN TANTO MISTERIO NI TANTAS TRABAS PARA HACERLO”. (hombre, mayor de 66, nmdpdef\*).

“por su fácil acceso...” (hombre, entre 56 y 65, centro derecha).

“Porque es el de más fácil acceso al dar varias posibilidades para hacerlo”. (mujer, entre 46 y 55).

“Es el mas directo, en terminos de que entras a la noticia y purdes ver el detalle de los comentarios y comentaristas....” (hombre, entre 36 y 45, derecha).

“por que es facil comentar, no usas claves que se olvidan” (hombre, entre 46 y 55).

“Es mas accesible”. (hombre, entre 56 y 65, centro).

“Fácil de acceder” (hombre, entre 26 y 35, derecha).

“Accesibilidad”. (hombre, entre 46 y 55, nmdpdef\*).



“me es mas fácil comentar”. (hombre, entre 56 y 65, centro).

“fácil acceso”. (hombre, mayor de 66, centro derecha).

““PORQUE HACE TENER MAS PARTICIPACION POR INTERNET SIN MUCHA RESTRICCION DE LOS LECTORES.””. (hombre, mayor de 66, nmdpdef\*).

“facil de acceder” (hombre, entre 36 y 45, centro derecha).

“Porque en los demás es complicado comentar”. (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

“De fácil acceso”. (hombre, entre 36 y 45, centro izquierda).

“Fácil de acceder” (hombre, entre 26 y 35, derecha).

“Accesibilidad”. (hombre, entre 46 y 55, nmdpdef\*).

“Porque es fácil escribir comentarios, no tienes que identificarte a cada rato”. (mujer, mayor de 66, derecha).

“Facilidad y versatilidad”. (hombre, entre 46 y 55, centro).

“creo que es de facil acceso”. (hombre, entre 46 y 55, centro izquierda).

“porque es de facil acceso”. (mujer, entre 36 y 45, izquierda).

“Fácil de acceder”. (mujer, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

“El acceso libre”. (hombre, entre 56 y 65, centro izquierda).

“es fácil”. (hombre, entre 36 y 45, “ninguna”).

“Porque es fácil hacerlo, permite enviar varios post, si uno lo desea, en cambio en otros, borran los comentarios o permiten un solo posteo por hora”. (hombre, entre 56 y 65).

“lo tengo mas a mano..jj”. (hombre, mayor de 66, izquierda).

“Es de facil acceso a los comentarios”. (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

“No es problema acceder a efectuar un comentario, y la contingencia está mencionada”. (hombre, entre 56 y 65, centro derecha).

### **Actualizado (8)**

“Es mas actual”. (hombre,entre 46 y 55, centro izquierda).

“(…) y lo actualizado de sus noticias”. (hombre, entre 36 y 45, izquierda).

“Por la actualidad y (…)”. (hombre, entre 56 y 65, centro).

“Rapidez en la información”. (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

“Por la actualización de las noticias, me es más cómodo ir actualizando durante el día a través de este sitio o de emol.com”. (hombre, entre 26 y 35, centro derecha).

“porque es la mas actualizada”. (mujer, entre 56 y 65, centro derecha).

“ES EL MAS ACTUALIZADO MINUTO A MINUTO...” (hombre, entre 36 y 45, centro derecha).

“porque es el mas actualizado”. (hombre, entre 16 y 25, centro izquierda).

### **Permite la expresión de las opiniones (7)**

“(…) y la posibilidad que todos tienen de participar”. (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

“porque puedo decir lo que pienso”. (mujer, entre 36 y 45, izquierda).

“Me da mas oportunidad de opinar”. (mujer, entre 36 y 34).

“ (...) y se puede debatir abiertamente sobre ellas”. (mujer, entre 16 y 25, nmdpdef\*).

“(…) y es abierto a todo el mundo”. (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

“Por la amplia libertad para expresarse”. (mujer, entre 56 y 65, centro derecha).

“YA EN ESTE MEDIO SE PUEDEN DEBATIR TODAS LAS NOTICIAS”. (hombre, entre 56 y 65, “nunca más votaré por nadie...”).

### **Línea editorial afín (4)**

“Por afinidad”. (hombre, entre 56 y 65, centro).

“me sorprendio lo avanzado del diario”. (hombre, entre 26 y 35, “libre pensador”).

“Muy practico, y las informaciones estan en la linea que me siento identificado”. (hombre, entre 56 y 65, centro derecha).

“Creo que se asemeja mucho mas a mi perfil”. (hombre, entre 56 y 65, centro izquierda).

### **Relación con Facebook (2)**

“Me permite escribir en Facebook y participar del debate”. (hombre, entre 46 y 55, centro).

“porque después puedo, fácilmente compartir en Facebook”. (mujer, entre 56 y 65, centro).

### **Pluralismo (15)**

“Al menos mis comentarios aparecen”. (hombre, entre 46 y 55, nmdpdef\*).

“Pluralista” (hombre, entre 46 y 55, derecha).

“Porque me gusta (...) la posibilidad que todos tienen de participar”. (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

“...se publica lo que uno escribe”. (hombre, entre 46 y 55, centro izquierda).

“POR SE UN MEDIO PLURARISTA” (hombre, entre 46 y 55, derecha).

“Por ser un medio pluralista y democrático donde la información puede ser discutida libremente”. (hombre, entre 56 y 65, centro izquierda).

“Porque en otros medios como La Tercera, cuando los comentarios no son favorables a Piñera y su gobierno, son borrados”. (hombre, entre 56 y 65, centro).

“ES PLURALISTA,CASI NO SENSURAN”. (hombre, entre 46 y 55, “polimultifuncional”).

“Por todo, no censuran (...)”. (hombre, entre 36 y 45, centro derecha).

“Porque dan la oportunidad de poner en su lugar a las calumnias y comentarios racistas”. (hombre, entre 46 y 55, izquierda).

“Porque publican opiniones de todos los sectores, no como otros sobre todo digitales con nombre de un elemento de negocio antiguo donde sólo comentan los zurdos”. (hombre, mayor de 66, centro).

“Porque publican todas los comentarios..” (hombre, entre 46 y 55, “antisistema”).

“es variada la gama informativa y ciertamente independiente pues los comentaristas son de la derecha y de la izquierda”. (hombre, entre 46 y 55, centro izquierda).

“Es mas luralista”. (hombre, entre 46 y 55, nmdpdef\*).

“Porque es pluralista y nunca me han censurado algún artículo o comentario lo cual habla bien de la Segunda, lo digo porque siempre la recomiendo sin ser de vuestra línea, pero respetan la democracia y la quieren como yo, he de esperar que no cambien, ya que mis comentarios están conectados con mi facebook y son sinónimos de discusión también sigan así informando desde el punto de vista de Uds. y nosotros los comentaristas lo haremos a la pinta nuestra, pero lo importante es que debemos ser tolerante, la segunda un siete!”. (hombre, entre 56 y 65, izquierda).

### **Amigable, acogedor (6)**

“no se pero me atrae”. (hombre, entre 46 y 55, izquierda).

“CLARO Y MUY AMIGABLE”. (hombre, entre 56 y 65, centro).

“Es mas amigable que otros, en que existe muchos insultos y descalificaciones”. (hombre, entre 56 y 65, derecha).

“Es amigable”. (hombre, entre 36 y 34, centro derecha).

“PORQUE ES ÁGIL Y AMENO”. (mujer, mayor de 66, centro izquierda).

“Es respetuoso”. (hombre, entre 46 y 55).

### **Entretenido (2)**

“existe un buen nivel de debate y es entretenido”. (hombre, entre 36 y 45, derecha).

“es el mas claro y entretenido para mi gusto”. (mujer, entre 46 y 55, derecha).

### **Otros atributos del sitio (3)**

“confianza”. (hombre, mayor de 66, centro derecha).

“Porque es más práctico”. (hombre, entre 56 y 65, centro).

“es noticioso”. (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

### **Calidad periodística y de las noticias (categoría, 50 respuestas)**

#### **Noticias del momento (8)**

“Son noticias frescas”. (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

“porque son las noticias mas recientes”. (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

“Noticias frescas”. (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

“por tener la psobilidad de revisar noticias frescas en la tarde”. (hombre, entre 46 y 55, “no creo en las definiciones políticas chilenas”).

“Encuentro que son noticias (...) en boga” (hombre, entre 46 y 55, centro).

“como versa su frase promocional: "son las primeras noticias de mañana"”. (hombre, entre 36 y 45, nmdpdef\*).

“(...) las noticias rapidas”. (mujer, entre 56 y 65, derecha).

“Pr que las noticias son del momento” (hombre, entre 46 y 55, derecha).

#### **Tratamiento o enfoque (objetividad, veracidad, seriedad, claridad) (23)**

“por transparencia” (hombre, entre 56 y 65, centro izquierda).

“(...) y seriedad de sus informaciones”. (hombre, entre 56 y 65, centro).

“PORQUE ES DIRECTO Y SIN TAPUJOS”. (hombre, entre 56 y 65, centro).

“Por su credibilidad”. (hombre, mayor de 66, nmdpdef\*).

“Es claro y va al "hueso" del tema”. (mujer, mayor de 66, centro derecha).

“MAS INDEPENDIENTE”. (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

“POR CLARIDAD Y TRANSPARENCIA (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

“lo encuentro veras (...)” (hombre, entre 46 y 55, centro izquierda).

“es el mas claro (...) para mi gusto”. (mujer, entre 46 y 55, derecha).

“Es idóneo” (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

“Porque en general las noticias estan enfocadas en lo medular y son fidedignas, ya que hay casos en otros medios con errores. (mujer, entre 56 y 65, centro derecha).

“CLARO PRECISO (...)”. (hombre, entre 36 y 45, centro derecha).

“Porque es un diario serio en dar las noticias y confiable”. (mujer, entre 46 y 55, nmdpdef\*).

“Porque la noticia en completa no hay exageración en el tema , es el suceso tal cual , sin hacerlo coloriento para un buen lector”. (mujer, entre 46 y 55, derecha).

“Me parece imparcial”. (hombre, mayor de 66, centro).

“Por su objetividad y por que además se atreve a mostrar noticias que otros no se atreven”. (hombre, entre 26 y 35).

“Por la impronta y veracidad en las noticias”. (mujer, entre 56 y 65, centro derecha).

“En general es equilibrada su exposición”. (hombre, entre 36 y 45, nmdpdef\*).

“Son más objetivos (...)”. (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

“por objetividad”. (hombre, entre 46 y 55, derecha).

“por que las noticias o denuncias. a la fecha no son desmentidas”. (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

“Por su objetividad, y claridad en las noticias”. (hombre, mayor de 66, centro derecha).

“Claro (...)” (hombre, entre 56 y 65, centro).

### **Relevancia e interés de los temas tratados (13)**

“Los temas son de gran importancia”. (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

“buenos foros”. (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

“Porque los temas son interesantes, los textos no son extensos y son de temática contingente” (mujer, mayor de 66, centro derecha).

“PORQUE PONE TEMAS INTERESANTES EN LA PALESTRA”. (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

“Me gusta porque pone temas atinentes a nuestra sociedad”. (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

“(…) Y SIN FARANDULA”. (hombre, entre 36 y 45, centro derecha).

“por la información”. (hombre, entre 36 y 45, centro).

“Se atreve a poner el dedo en la llaga de tanto en tanto. Y eso es mucho en los tiempos presentes”. (hombre, mayor de 66, centro izquierda).

“Por la tematica de la noticia que expone, son contingentes y exhiben el interes comun a todos,educando e informando de derechos y opciones que por mucho que nos corresponda, las desconocemos”. (mujer, entre 46 y 55, nmdpdef\*).

“El tipo de noticia y como la presentan”. (mujer, entre 36 y 45, nmdpdef\*).

“no es farandulero (…)”. (mujer, entre 56 y 65, derecha).

“Encuentro que son noticias relevantes e importantes (…)” (hombre, entre 46 y 55, centro).

“(…) y no tan farandulero” (hombre, entre 46 y 55, centro izquierda).

#### **Estructura (4)**

“Por el buen trato de la noticia”. (hombre, entre 46 y 55, nmdpdef\*).

“por las noticias son precisas y concisas (…)”. (mujer, entre 16 y 25, nmdpdef\*).

“Pues la noticia está bien enfocada y no se presta para equívocos”. (mujer, entre 56 y 65, derecha).

“Porque me gusta la forma como La Segunda trata las noticias (…)”. (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

#### **Redacción (4)**

“(…) estoy leyendo las noticias de este portal, me parecen bien estructuradas” (mujer, entre 36 y 45).

“La redacción es infinitamente mejor que en otros diarios”. (hombre, entre 16 y 25, “no creo en la política”).

“las noticias son mejor escritas”. (hombre, no responde).

“porque en general las noticias estan bien escritas”. (hombre, entre 56 y 65, izquierda).

### **Es un hábito adquirido** (categoría, 21 respuestas)

#### **Busco siempre las noticias en el sitio** (14)

“reviso la segunda online en forma cotidiana, es atractivo y simple el formato”. (hombre, entre 46 y 55, derecha).\*\*

“Es un agrado leer la Segunda por la tarde.” (hombre, mayor de 66, derecha).

“leo todos los dias la segunda en la tarde cuando ya he leído otros diarios entonces ahí opino”. (mujer, entre 46 y 55, nmdpdef\*).

“costumbre”. (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

“son las que mas leo”. (hombre, entre 46 y 55, derecha).

“(…) llevo muchos años en el”. (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

“Por costumbre. compraba diariamente la segunda y me agrada;”. (hombre, mayor de 66, centro).

“Porque es el medio que mas leo por internet...” (hombre, entre 46 y 55).

“Lo leo siempre”. (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

“Por que tengo tiempo en la tarde”. (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

“PORQUE LO LEO”. (hombre, entre 46 y 55, derecha).

“Porque para mi ya es un habito,,,,,lo primero que hago al llegar a mi lugar de trabajo,o cuando estoy de vacaciones, es entrar en La Segunda, soy adicto a la Segunda.....” (hombre, entre 46 y 55, derecha).

“Son los que más leo”. (hombre, mayor de 66, centro derecha).



“Porque siempre estoy leyendo las noticias de este portal (...)” (mujer, entre 36 y 45).

### **Soy lector del diario (7)**

“por que leo la Segunda”. (hombre, entre 46 y 55, nmdpdef\*).

“Es el diario que leo continuamente, aunque insisto aveces se pone muy poco serio con las noticias”. (mujer, entre 46 y 55, derecha).

“Compro y leo el diario” (hombre, entre 46 y 55, nmdpdef\*).

“”PORQUE ES UN DIARIO DE LOS MAS LEIDOS Y MAS COMPLETO EN NOTICIAS .””. (hombre, mayor de 66, nmdpdef\*).

“Siempre leo La segunda”. (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

“Encuentro un diario bueno”. (hombre, entre 46 y 55, nmdpdef\*).

### **No aplica**

“Indiqué La Segunda, porque señalar cualquier otro medio periodístico solo busca incriminarme o hacer un seguimiento de mis comentarios, algo que va en contra de mi libertad individual. Me siento libre de comentar en cualquier medio sin tener que declararlo públicamente”. (hombre, mayor de 66, nmdpdef\*).

“ME GUSTA”. (mujer, entre 46 y 55, derecha).

“me gusta”. (hombre, entre 56 y 65, derecha).

“y por qué sí..”. (hombre, entre 46 y 55, centro izquierda). “No hay comerciales que son tan fastidiosos siempre esta la noticia al momento de hacer click y no esperar que habra el archivo del comercial, cerrarlo y esperar para leer la noticia”. (hombre, entre 36 y 45, nmdpdef\*).

“Nr”. (mujer, no responde).

“”POR MI PERMANENTE PARTICIPACION ACONCEJADO POR VARIAS PERSONAS QUE LEEN EL SEGUNDO DIARIO QUE MAS SE LEE EN ESTE PAIS CHILE .””. (hombre, mayor de 66).

“Pporque trabaje en este diario”. (hombre, entre 36 y 45, izquierda).

“Ojo....marque mas opciones pero solo admite una”. (hombre, entre 46 y 55, nmdpdef\*).

“nn”. (hombre, entre 46 y 55, derecha).

“Porque censuran con encuestitas”. (hombre, entre 46 y 55, derecha).

## **Categorías inferidas a partir de las respuestas que señalaron a La Segunda Online junto con otros medios como sus favoritos:**

### **1. Facilidad para comentar las noticias**

La Segunda, La Tercera: “por que es lo que leo y es mas facil de comentar” (hombre, entre 46 y 55, nmdpdef\*).

Emol, La Segunda: “Por la facilidad en acceder a los comentarios sin tanto trámite”. (mujer, entre 56 y 65, “apolítica”).

### **2. Se habla de política**

Canal 13, CNN Chile, Cooperativa, La Segunda: “se habla de politica, tema que me gusta mucho” (mujer, entre 56 y 65, centro).

Emol, La Segunda: “Por que contienen noticias de interes politico, actualidad etc. Por eso megustan” . (mujer, entre 36 y 45, nmdpdef\*).

### **3. Por su línea editorial**

Emol, La Segunda: “Por su Linea Editorial, se me hacen mas cercanos”. (hombre, entre 36 y 45, derecha).

### **4. Por su objetividad**

Emol, La Segunda, La Tercera: “Por su objetividad” (hombre, entre 56 y 65, derecha).

### **No aplica**

Bío Bío, (y La Segunda): “Tengo que reconocer que cometí un error al marcar Bío Bío puesto que lo hice una sola vez, en cambio lo he hecho varias veces en La Segunda, ignoro si esta enmienda es aceptable para la encuesta”. (hombre, mayor de 66, centro derecha).

## **Categorías inferidas a partir de los comentarios de quienes prefieren otros sitios para comentar:**

### **Varios medios**

Bío Bío, CNN Chile, Cooperativa: “OBJETIVIDAD Y JUST TIME” (hombre, mayor de 66, nmdpdef\*).

Cooperativa, El mostrador: “Por la independencia y transparencia” (hombre, mayor de 66, centro).

## **Bío Bío**

### **Es pluralista**

“POR SU PLURALIDAD”. (hombre, entre 36 y 45, centro izquierda).uierda).

“es crítico y además neutral, da espacio y es franco en exponer cualquier tipo de temas, no tienen pelos en la lengua”. (hombre, entre 46 y 55, “políticamente correcto”).

“la amplitud de comentarios independientes”. (mujer, entre 56 y 65, centro).

“por que es pluralista”. (hombre, entre 56 y 65, centro).

### **Es objetivo**

“Me parece que son el medio de comunicación más objetivo, ya que informan muchas cosas que otros callan. Esta credibilidad le entrega la facultad de ser un interlocutor válido hacia la ciudadanía, la que siempre los contacta por alguna exclusiva” (mujer, entre 36 y 45, centro izquierda).

“lo encuentro mas objetivo”. (hombre, mayor de 66, centro izquierda).

### **Dice la verdad**

“Por decir la verdad, guste a quien le guste”. (hombre, entre 56 y 65, centro izquierda).

““Muchas veces el comentario es profundo, sin importar el color político que pueda afectar. La verdad es lo único que nos puede dignificar.””. (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

### **También es radio**

“estoy suscrito y es mi sitio favorito tanto escrito como radial”. (hombre, entre 56 y 65, centro).

“La escucho generalmente” (mujer, entre 46 y 55, izquierda).

“Porque nos mantiene conectados al minuto y además tiene emisoras en todo Chile en cadenas”. (hombre, mayor de 66, nmdpdef\*).

## **Categorías únicas**

“No hay censura”. (mujer, entre 56 y 65, izquierda).

“porque son medios de comunicacion que llegan a bastante gente”. (mujer, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

“Es fácil acceder y se tocan temas importantes...” (hombre, entre 56 y 65, centro).

“Por la calidad periodística y de redacción”. (hombre, entre 16 y 25, nmdpdef\*).

## **Cooperativa**

### **Es objetiva**

“Es mas objetiva” (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

“Porque trata de ser objetivo sabiendo que la gran limitación del informador es que si no informa bien no tendrá seguidores”. (hombre, entre 56 y 65, izquierda).

“es objetivo u pluralista”. (hombre, entre 46 y 55, centro).

### **Es creíble**

“Para mí es el más creíble, se mantuvieron firmes en los tiempos de la Tiranía y Campos es el mejor periodista de nuestro país”. (hombre, entre 46 y 55, “de la Concertación”).

“Emisora confiable y creíble desde que la escuché por primera vez a través de la desaparecida Radio " La Portada " de Antofagasta , cuando era estudiante universitario de primer año en 1979. Grande " Cooperativa" y sus tambores anunciando los informativos en los años duros de la Dltadura. También los felicito a ustedes por no discriminar la noticias”. (hombre, entre 46 y 55, centro izquierda).

### **También es radio**

“Por la noticia esta minuto a minuto, radio con señal abierta” (mujer, entre 36 y 45, nmdpdef\*).

“porque ademas de leer puedo escuchar las noticias!”. (mujer, entre 16 y 25, izquierda).

### **Es fácil comentar**

“Es fácil de navegar y opinar”. (mujer, entre 26 y 35, “ni facha ni comunacha”).

“Generalmente cuando participo en comentarios lo hago en Cooperativa, La segunda y la Nación, principalmente porque es fácil de entregarlos y generalmente comento lo que realmente me interesa”. (hombre, entre 46 y 55, centro izquierda).

### **Categorías únicas**

“pese a que ya no es una página amistosa, la leo a diario”. (hombre, entre 36 y 45, izquierda).

“Porque a pesar que los comentarios son revisados antes de su publicación siempre se publican completos y en general los que opinan lo hacen con seriedad y conocimiento de lo que escriben”. (mujer, mayor de 66, centro izquierda).

“SERIO”. (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

“porque las noticias estan bien dirigidas son pertinentes y responsables en sus opiniones”. (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

“porque esta más actualizado”. (hombre, entre 36 y 45).

### **CNN Chile**

#### **Es objetivo**

“Se ve que es mas objetivo”. (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

“POR QUE LO ENCUENTRO IMPARCIAL ... Y PRINCIPALMENTE ME ENTERO DE NOTICIAS QUE OTROS MEDIOS NO LAS PUBLICAN O LAS REDACTAN EN UN CM.2, SOBRE UNA PAGINA DE UN METRO.2 ...”. (hombre, entre 46 y 55, nmdpdef\*).

“POR SU INDENPENCIA”. (hombre, entre 36 y 45).

“Mas objetivo,tomas mocitati”. (hombre, entre 46 y 55, nmdpdef\*).

#### **Es creíble**

“por que le doy más credibilidad”. (mujer entre 56 y 65, derecha).

“tienen la informacion veras”. (hombre, entre 46 y 55, izquierda).

#### **Es fácil comentar**

“Sólo porque es de fácil envío del comentario” (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

“Se comenta en tiempo real”. (hombre, entre 36 y 45, nmdpdef\*).

### **Categorías únicas**

“porque hay mas recopilacion de la información”. (mujer, entre 56 y 65, centro derecha).

“muchos leemos aqui”. (hombre, entre 36 y 45, centro derecha) .

### **Emol**

#### **Es una costumbre**

“porque lo reviso todos los días”. (mujer, entre 56 y 65, centro).

“COSTUMBRE Y AL PARECER MAS FRECUENTADO”. (hombre, entre 56 y 65, centro derecha).

“Es al cual entro mas frecuentemente”. (hombre, entre 46 y 55, derecha).

“Es el sitio al que estoy acostumbrado a ingresar. No hay otra razón”. (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

“porque lo veo a diario” (hombre, entre 56 y 65, centro).

“Por costumbre más que nada”. (mujer, entre 36 y 45, derecha).

“es el que leo siempre”. (hombre, entre 16 y 25, izquierda).

“lo leo a diario ...” (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

“Siempre me ha gustado, digo de toda una vida”. (mujer, entre 36 y 45, centro derecha).

#### **Facilidad para comentar**

“POR QUE ES FACIL HACER EL COMENTARIO, Y APARECE INMEDIATAMENTE”. (hombre, mayor de 66, centro).

“no se necesita facebook para comentar”. (hombre, entre 36 y 45, centro izquierda)

“Es mas rápido e interactivo con los demás”. (hombre, entre 56 y 65, centro).

“PORQUE HAY FACILIDADES” (hombre, entre 56 y 65, centro derecha).

#### **Es más actualizado**

“Son con noticias de contenido y contingencia nacional e internacional. Se actualiza relativamente rápido, por lo cual me permite estar al día con lo acontecido en la jornada”. (mujer, entre 36 y 45, “sin partido”).

“muestra mas variedad de noticias minuto a minuto”. (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

“Debe ser el sitio que se actualiza más veces al día”. (hombre, entre 36 y 45, centro izquierda).

“Por la oportunidad de las noticias”. (hombre, mayor de 66, derecha).

### **Es objetivo, imparcial**

“su objetividad y precisión”. (hombre, entre 46 y 55, nmdpdef\*).

“PORQUE ES IMPARCIAL”. (mujer, entre 36 y 45, centro derecha).

“Por la veracidad de sus noticias. Porque les creo y me las juego”. (mujer, entre 56 y 65, derecha).

### **Calidad de su contenido**

“PORQUE ES BUENO” (hombre, entre 56 y 65, centro derecha).

“PUES ENTERO DE NOTICIA SALE TODO QUE ME GUSTA DE LAS INFORMACIONES ACTUALES”. (mujer, entre 36 y 45).

“Hay bastantes temas para debatir”. (mujer, mayor de 66, derecha).

“Por su seriedad y elevada cultura” (hombre, mayor de 66, centro).

### **Categorías únicas**

“La verdad es porque recibo más avisos de ese sitio /Emol) en mi facebook, pero no tengo nada en contra de la Segunda, la Tercera, las Ultimas Noticias, Bio-Bio (que siempre escucho en mi auto), CNN Chile y Soychile”. (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).:

“por lo cercano”. (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

“Por la natural fidelidad de El Mercurio a la noticia a que hace referencia”. (hombre, mayor de 66, centro).

““Porque fui parte de la Empresa hace muchos años atrás y hay que ser fiel con la casa periodística que me permitió ganarme el pan nuestro de cada día.( Eso ya lo manifeste en el día de ayer.Por otra parte les recomiendo que si el opinante ó blogista ya hizo su encuesta, no se la vuelvan a pedir porque va a manifestar

lo mismo , pues de lo contrario sería muy contradictorio.En cuanto a otros medios donde puede el lector opinar. ¡ Solamente me interesan aquellos que son pluralistas,veraces,imparciales, auténticos y por ningun motivo demagógicos."". (hombre, mayor dfe 66, "apolítico independiente").

"mas serio". (hombre, entre 56 y 65, derecha).

"Es el medio más leído". (mujer, entre 46 y 55, centro).

"Ninguna en especial". (hombre, entre 36 y 45, centro derecha).

"Es lo que hay". (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

"ggggggg". (hombre, entre 16 y 25, centro derecha).

### **El mostrador**

#### **Es más objetivo**

"es mas objetivo". (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*). "Es más objetivo" (hombre, entre 46 y 55, izquierda).

"Por que no es tan sesgado como otros medios". (hombre, entre 36 y 45, centro izquierda).

"por veraz". (hombre, mayor de 66, nmdpdef\*).

#### **Informan materias que otros medios callan**

"La razon es que dan noticias , que en otros medios callan" (hombre, entre 56 y 65, centro izquierda).

"Porque da informacion que no sale regularmente en tv y en los diarios". (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

#### **Sus noticias se actualizan**

"Noticias actualizadas". (hombre, mayor de 66, centro izquierda).

"Porque se actualiza constantemente, lo lee mucha gente y, en general, no censuran lo que uno escribe". (hombre, entre 46 y 55, nmdpdef\*).

"Porque lo encuentro el mas completo en materia de noticias". (hombre, entre 56 y 65, centro).

"debido a que la informacion es in situ". (hombre, entre 56 y 65, centro izquierda).

"Lo leo diariamente". (hombre, mayor de 66, "anarquista democrático").



“Me llegan avisos al correo de noticias”. (hombre, entre 46 y 55, centro izquierda).

“EL PÚBLICO LECTOR DE EL MOSTRADOR ES MÁS AFÍN CON EL SUSCRITO”. (hombre, entre 56 y 65, centro).

“mas elevado el nivel”. (mujer, entre 46 y 55, centro izquierda).

“informaciones claras y precisas”. (hombre, mayor de 66, centro derecha).

“Hasta no hace mucho tiempo era un lugar con poca censura previa. Hoy eso ya es cada día más difícil de encontrar en Internet. Pero la culpa no solo es de los medios sino también de las personas que se pierden en discusiones vacías y banales que poco aportan. Abundan las descalificaciones baratas y poco serias.”. (hombre, entre 56 y 65).

“es ordenado y no cae en descalificaciones”. (hombre, entre 36 y 45, centro).

## **La Tercera**

### **Facilidad de acceso**

“ME ES DE FACIL ACCESO”. (hombre, entre 46 y 55, nmdpdef\*).

“facil opinar. (hombre, entre 46 y 55, centro derecha). “es comodo facil polemico y el diario mas conocido ami modo de ver”. (hombre, entre 26 y 35, centro derecha).

“porque me permiten inscribirme directamente”. (mujer, entre 46 y 55, centro izquierda).

### **Es una costumbre**

“No veo los otros”. (hombre, entre 46 y 55, centro).

“Porque son los que habitualmente consulto”. (hombre, entre 46 y 55, centro derecha).

### **Es pluralista**

“considero que sus comentarios son de opiniones diversas”. (hombre, entre 56 y 65, centro).

“Es mas amplio el rango de noticias”. (hombre, entre 26 y 35, centro derecha).

“Porque La Tercera no repite las noticias como lo hace La Segunda”. (hombre, mayor de 66, nmdpdef\*).

## **Terra**

### **Pluralidad**

“Tienen un amplio espectro de visiones ante lo que se debate”. (hombre, entre 46 y 55, nmdpdef\*). Te

“FACILIDAD PARA COMENTAR Y MAYOR PLURALIDAD DE COMENTARISTAS”. (mujer, entre 46 y 55, izquierda).

### **Es mi página de inicio**

“Es mi pagina de inicio”. (mujer, entre 36 y 45, centro derecha).

### **24 Horas (TVN)**

“porque es ágil y entretenido , veraz e imparcial”. (mujer, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

“Más fácil de enviar con efectividad un comentario” (hombre, entre 46 y 55, nmdpdef\*).

“Estoy en canada y el unico canal de tv es tvchile”. (hombre, mayor de 66, centro izquierda).

## **The Clinic**

“Por que se puede opinar con toda libertad , sin tener una posición política ortodoxa”. (mujer, entre 56 y 65, izquierda).

“es el único medio que retrata a los políticos y las noticias en forma veraz, con crítica y concluye en algún resultado. Los demás pasquines son solo hijos putativos de dos editoras afines a toda injusticia, desigualdad y todo lo que tenga que ver con sinvergüenza derechista, es decir crear, criar y vivir la desigualdad a ultranza”. (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

“Porque es donde están los zurdos y es ahí donde las papas queman. Siendo de derecha me interesa enrostrarles sus banalidades. Sin embargo estoy entrando tímidamente a vuestro medio, pues he visto que han llegado muchos zurdos a vomitar su resentimiento”. (hombre, entre 46 y 55, derecha).

## **La Nación**

“Ambos Blogs son los mejores de Chile, en su estructura, variedad y amplitud de temas, con una excelente presentación”. (hombre, entre 36 y 45, centro derecha).

“Porque es más fácil hacer el comentario”. (mujer, entre 36 y 45, “apolítica”).

## **Medios con sólo una mención**

### **Soychile**

“Porque se me da la posibilidad de expresarme”. (hombre, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

### **Canal 13**

“Son mas pluralistas, no se quedan pegados en las noticias de Chile, el asaltante”. (mujer, entre 46 y 55, “humanista”).

### **Diario El Sur**

““Porque acepta todo tipo de opiniones, con respeto y sin groserías. Sin necesidad de registrarse, uno se identifica con nombre y apellidos.””. (hombre, entre 56 y 65, “chileno No nacionalista a ultranza”).

### **Elcachondeo**

“por lo coloquial y en especial por que la mayoría de las personas son jovenes, lo que hace que uno pueda interactuar con ellos”. (hombre, entre 36 y 45, nmdpdef\*).

### **Otras respuestas**

Todas: “opino en varias”. (mujer, entre 46 y 55, “ecologista y defensora de las injusticias sean para el lado que sean, creo que más del pueblo”).

No sabe: “por la accesibilidad”. (hombre, entre 36 y 45, nmdpdef\*).

Fuera de Chile: ““Escribo hace más de 15 años en los Blogs de Opiniones de Emol y cuando ““ La Segunda”” abrió los suyos hice lo mismo, además fui miembro de la Empresa ““ El Mercurio S.A”” hace ya bastantes años y hay que ser fiel a la casa que le dió cobijo”. Uds saben mi nombre y tiene todos mis datos. ¡El resto esta de más! No opinó en otros medios, por considerarlos sectarios, demagógicos, faltos de credibilidad y transgresores de hechos y situaciones.No daré nombres.””. (hombre, mayor de 66, “independiente nacionalista”).

“Porque en general ambas publicaciones se acercan más ala verdad de la noticia”. (mujer, entre 16 y 25).

Cualquiera: “Sea de real interés”. (hombre, entre 56 y 65, centro). sna: “serio”. hombre, mayor de 66, nmdpdef\*).

Varios: “Por que uno puede opinar lo que piensa”. (mujer, entre 36 y 45, nmdpdef\*).

No sabe: “NO OPINO CON FRECUENCIA” (hombre, entre 56 y 65, centro derecha)

“No tengo favorito”. (hombre, mayor de 66, nmdpdef\*).

“Ninguno, el nivel es bajísimo”: “Todos son bastante malos. Hay mucha ignorancia, sesgo, insulto, sectarismos. Entre los que he usado para comentar, acuso más desesperación por la idiotez que interés por las opiniones. También sé que la participación es inútil, pero al fin uno es como los perros de noche: Todos ladran y uno también”. (hombre, entre 56 y 65, “moderado, pensante y enjuiciante”).

(Respondió “no acostumbro”... comentar noticias) “reviso la segunda online en forma cotidiana, es atractivo y simple el formato” (hombre, entre 46 y 55, derecha).

(no menciona ninguno): “por tiempo, no todos los tema son para comentarios y...a veces al leerlos me doy cuenta que las personas escriben estupideces y lo otro que los medios han demostrado que realmente han perdido el rumbo de los valores”. (mujer, entre 56 y 65, nmdpdef\*).

\*No me defino políticamente de esa forma.

\*\*Usuario que a pesar de no responder ‘cuál es su sitio preferido para comentar noticias chilenas en internet’ justificó su hábito y preferencia por La Segunda Online. Por esto su respuesta se consideró entre las categorías de adherentes a este sitio. Sin embargo, no se suma la estadística porque marcó como respuesta a su sitio favorito: ‘no acostumbro’.

### 7.3 Transcripción del grupo de discusión

29 de abril de 2013

E1: Primer entrevistador

E2: Segunda entrevistadora

**E1: Como les contaba, la idea es conocer más de cómo ustedes ven el sitio, cómo interactúan con él, y lo primero que quería preguntarles es: ¿Cuál es su relación con La Segunda, como medio? ¿Alguna vez fueron suscriptores?**

**Hombre 71 años, ¿qué nos puedes contar?**

Hombre 71 años: Yo soy bloggero, y para mí La Segunda es una [ininteligible] importante, porque el blog tengo que alimentarlo, por lo tanto soy un ladrón de La Segunda. Mis fuentes de información más importante son La Segunda, El Mostrador y El Mercurio.

[Llega Mujer +60 años]

Hombre 71 años: Alimento mi blog a partir, digamos, de la información del contexto nacional, internacional, pero fundamentalmente el área nacional. Entonces, a mí la columna de La Segunda con sus noticias actualizadas permanentes, por ejemplo del movimiento estudiantil. Por lo tanto me alimento permanentemente de la página de La Segunda. Soy suscriptor de El Mercurio pero no de La Segunda. Me llega gratis La Segunda a veces, no sé por qué...

**E1: Pero habitualmente... ¿no la has comprado?**

Hombre 71 años: Mira, cuando hacía Sudokus la compraba por el Sudoku los viernes...

**E1: sigue saliendo**

Hombre 71 años: Muy bueno, los mejores Sudokus que hay, pero me los prohibieron por temas familiares...

Mujer 56 años: era mucho (risas).

**E1: (Dirigiéndose a Mujer que acaba de entrar) Empezamos recién, no te has perdido nada. Estamos en la primera pregunta, de la relación con el diario La Segunda. Si tú conoces a la Segunda, si ls has leído, si ha sido suscriptora. Si nos puedes contar un poco de eso...**

Mujer +60 años: Yo era media paranoica, yo no podía vivir sin La segunda cuando estaba en Chile. Subía, me acuerdo, y con todos los tacos, le compraba a una señora muy bonita que voceaba el diario, con unos ojos preciosos, de eso me acuerdo, porque realmente la mujer era viejita pero muy bonita. Compraba La Segunda y me iba leyendo La Segunda. Y después cuando me fui del país, mi mamá me mandaba la sección de los puzles en el verano, una cantidad enorme de puzles, entonces cuando iba mi hija a verme me llevaba la cantidad de puzles. Y siempre lo he leído a través de internet. Pero sí, ha habido... mucho más que con otro periódico. Es curioso. No sé si es por el formato que es un formato liviano, además que es entretenido...

**E1: perfecto, ¿y cuál es tu caso Hombre 70 años?**

Hombre 70 años: Mi caso es el siguiente: yo soy suscriptor de El Mercurio todos los días, de La Tercera sábado y domingo, y lector de La Segunda hace mucho, mucho, muchos años. Porque era de los que, compulsivamente me tenía que comprar La Segunda, todos los días. No podía dejar de comprarla y si no la encontraba en un lugar, iba a otro hasta que la lograba encontrar, volvía a la casa. Era una especie de rutina en las tardes: “el papá está leyendo La Segunda así que no lo interrumpan”...

**E1: Los voy a interrumpir un poco, porque después les voy a preguntar como más puntuales. Lo primero es saber cómo es la historia de ustedes con La Segunda. Perdón, te interrumpí...**

Hombre 70 años: No, no, no. Yo después cuando empezó a salir La Segunda en internet ya no fue tanta la necesidad de tenerla físicamente. Soy consultor de La Segunda, no lector en este minuto. Permanentemente en la mañana y en la tarde. Entro muchas veces al sitio de La Segunda...

**E1: Pero, ¿no la compras en papel?**

Hombre 70 años: No, hace tiempo que no la compro en papel, ya. De repente, por ahí un sábado, pero es muy raro, no es lo habitual. No es como era antes que era habitual, parte de mi rutina diaria, comprar La Segunda.

**E1: ¿y cuál es tu caso Mujer 56 años?, ¿tú tienes una relación así como histórica?**

Mujer 56 años: A mí me encanta La Segunda porque soy muy copuchenta. En la mañana uno lee El Mercurio que es una cosa así como gigantesca. Es entretenido, tiene un montón de cosas. Y al medio día uno se queda sin nada, entonces uno se encuentra con La Segunda con estos titulares colorados, gigantes, que al final no es tanta la noticia, pero es el diario rico de la tarde que te pone al día. Me pasa lo mismo que a ti, o sea, entro varias veces, esperando que [interrumpen], , no, no la compro entro, es través de internet.

Entro varias veces esperando que haya una cosita nueva. Pero es eso. Es como que es la segunda parte del día en noticias...

**E1: ¿tú sigues comprando el diario o te has cambiado a la parte...?**

Mujer 56 años: No. Antes compraba El Mercurio, pero es una cosa gigantesca, que uno necesita, para leerlo así con calma, una hora y un poquito más. Entonces claro, internet te facilita el cuento, porque uno seleccionando...

**E1: Hombre 59 años, ¿qué nos puedes contar de tu experiencia?**

Hombre 59 años: Yo soy suscriptor de El Mercurio. El Mercurio físico lo lee mi señora, yo lo leo en el iPad. Como soy suscriptor de El Mercurio tengo el diario entero, no la página de Emol sino que el diario completo. Yo soy de las pocas personas que lo lee entero. Muchas personas no saben que esto existe. Tú vas al final de Emol, haces click, te aparece el RUT, qué se yo, y tienes las páginas enteras.

Hombre 71 años: ¿Y tienes que ser suscriptor de El Mercurio?

Hombre 59 años: Tienes que ser suscriptor de El Mercurio. Y eso para mí es relativamente suficiente, porque la verdad es que... Tengo una visión muy particular de las cosas, entonces no leo mucho la prensa local. Yo compraba La Segunda y era adicto a La Segunda hasta los años noventa, pero realmente creo que, no la compro ahora, y tampoco la leo. Me meto al sitio precisamente para ver lo qué se dice en los chats, porque creo que ahí está el pulso, ahí está el pulso. Porque por ejemplo yo no me imaginaba la, esto es una constatación no un juicio, el nivel de odiosidad que suscitaba Michelle Bachelet. Para mí fue una sorpresa ver todas las cosas que se vaciaron en el chat, una vez que llego y oficializó su campaña, que incluso lo recogió me llegó al Facebook un link de alguien, como un reportaje que hizo El Mostrador. Entonces creo que la cosa pasa por ahí. Entonces La Segunda la veo, además que en la tarde estar leyendo diarios, uno está realmente cansado, pero el interés que tengo, yo la pantalleo entre contrato y contrato, demanda, para distraerme. Veo las noticias más relevantes. Veo el titular, me hago un poco la idea y me voy inmediatamente a los chats, porque creo que lo más interesante son las reacciones de la gente. Las noticias están en todas partes, son las mismas, y los enfoques, lamentablemente, son los mismos, porque me van a perdonar, pero el periodismo acá [baja el tono de su voz] es sumamente pobre. Le falta ser incisivo, da muchas cosas por hechas. De repente te hacen un reportaje que dice "Fulano respondió a Fulano de tal y dijo tal cosa" y si no seguiste la noticia no tienes idea...

**E1: ...de lo que pasó antes..**

Hombre 59 años:... O sea, no es lógico, no es hilado, no es coherente, entonces realmente a mí no me seduce leer el periodismo. De hecho de El Mercurio lo que más me gusta son las páginas...

**E1: ¿pero El Mercurio tú lo sigues leyendo en papel?**

Hombre 59 años: No, yo lo leo en el iPad, lo ojeo rápidamente. Lo que más me detengo son todos los reportajes técnicos y ese tipo de cosas, especialmente lo nuevo. Hay varias páginas de cosas técnicas, culturales, sociales, lo que está pasando, pero en cuanto a noticias no realmente mucho.

**E1. En el caso tuyo, ¿tienes alguna relación con La Segunda?**

Mujer 50 años: Me encanta, me fascina. Yo soy un poco fanática de los diarios, y es en parte mucho por mi trabajo. Yo trabajo en una ONG en contra de las drogas, entonces estoy viendo todos los días si hay drogas, no hay drogas, si lo pillaron, no lo pillaron. Yo creo que el papá me traspasó el cuento del diario, entonces El Mercurio me lo leo todos los días. Estoy suscrita y La Segunda en realidad la tengo como sitio en mi computador. Estoy cada dos minutos, cada dos minutos, comparo con lo que sale en Emol. Y lo que más me gusta son los reportajes de La Segunda, y después lo que veo mucho, leo, son los bloques del chat, pero me impresiona mucho la falta de respeto que se tienen entre uno y otro. Es una cosa que me quedo helada con las cosas que se dicen, y ese odio que tienen, que se dicen “momio tal por cual”, “comunista”...

**E2: sí, hay una agresividad verbal fuerte...**

Mujer 50 años: ... me quedo helada con ese tipo de cosas. Lo encuentro de una falta de respeto horroroso. A veces contesto, puedo ser hasta siútica en un momento dado, pero encuentro que no hay que responder la compostura nunca. Y ahí se pierde. No digo La Segunda, para nada. Es la gente que contesta. A mí me impresiona. Hay gente, lo tengo clarito, porque hay unos que se repiten mucho, son los que están siempre contestando, y escriben de una forma, siempre de una misma forma. Nunca encuentran nada bueno. Eso me llama mucho la atención, porque si es de la izquierda, la derecho o de centro, siempre critican...

**E1: Dime una cosa, me voy cuenta que nadie hoy día compra La Segunda.**

Mujer 50 años: Sí, la compro. Es un vicio.

**E1: Pero, el resto, en general tiene una relación con el sitio.**

Mujer 56 años: Con el sitio y con el diario pegado en el kiosco. Cuando pasas camino al metro, lo sapeas así rapidito.



Hombre 59 años: Es que si me permites una cosa, Entrevistador 1, por lo menos en mi caso, el único sitio de información nacional que yo veo en la tarde es La Segunda. Hay gente que ve Cooperativa, Bío Bío. Para mí eso no existe. Para mí es un hábito La Segunda y veo eso. Sé que hay otros, porque de repente llegan cuestiones por Facebook pero esos yo no los miro, o sea, realmente en cuanto a seleccionar un suceso, el referente es tal vez porque uno está acostumbrado al formato de la Segunda por décadas cierto, el verde con el rojo, la cosa eso, que es que esperas ver reproducida la portada reproducida en la pantalla, que no sale pero en fin, y después el contenido, te fijas. Y los otros sitios, yo por ejemplo, no los veo.

Mujer 50 años: Es que es impresionante. Si uno lee La Segunda en la tarde, después no tiene para qué ver las noticias. Con leer La Segunda basta y sobra, porque es lo mismo.

**E1: Me doy cuenta que son personas como hiperinformadas, o sea, nos ha pasado que no damos cuenta. En el diario papel, por ejemplo, parece que la gente efectivamente es gente basta informada. ¿Ustedes se consideran informados?, ¿Están todo el día...?**

Hombre 70 años: Yo salgo todos los días salgo cuatro, cinco veces a buscar el diario. Me muero de frío.

E1: ¡Estás esperando?

Hombre 70 años: Estoy esperando, no puedo empezar el día sin leer el diario.

Mujer 50 años: Me gusta estar informada. Me carga la gente que no lee el diario. No entiendo que alguien no lea el diario.

**E1: ¿Hay una disidencia acá? ¿Alguien que por una cosa circunstancial de pronto se encuentra con una noticia, que éstas no sean parte de su vida?**

Hombre 59 años: ¿en qué sentido?

**E1: en que no estés todos los días preocupado de las noticias...**

Hombre 70 años: Para mí es todos los días y durante todo el día. Necesito estar informado. No estar informado es estar desnudo, es como estar incompleto.

Hombre 71 años: Somos infomaníacos [risas]

[hablan varios al mismo tiempo]

Mujer 56 años: hay que tener capacidad de selección con toda la información que hay.

[Hablan varios a la vez]

Mujer 50 años: ¿y se presentó Longueira?

Hombre 70 años: No lo sé, porque tenía un compromiso a las seis y media.

**E1: No se sabe todavía. Es lo último que supimos cuando vinimos para acá. Volvamos a nuestro tema... Digamos, ustedes son personas que les interesan las informaciones, les parece parte importante de la vida. Nos pueden contar de qué forma se informan, qué hacen durante el día. ¿Cómo lo haces tú en la mañana?**

Mujer +60 años: A las ocho de la mañana abro mis ojitos, me voy al computador, lo enciendo, y ahí no me muevo hasta las doce. Miro, leo, y espero La Segunda que cambie, porque no cambia. Eso es una cosa que ojalá pudiera cambiar más rapidito.

**E1: ¿qué otros medios ves en la mañana?**

Mujer +60 años: Solamente estoy con el computador, porque no salgo, entonces no tengo acceso, ¿para qué voy a ir a comprar algún periódico abajo si tengo mi computador?

E1: ¿cómo lo has hecho tú?

Hombre 71 años: Yo empiezo la madrugada con El Mercurio. Tocan el timbre y tengo El Mercurio con desayuno, completo. Lo estudio, no lo leo, lo estudio. Reflexiono, etcétera, y siempre polarizando un poco hacia mi trabajo, al blog. Lamentablemente ahora El Mercurio ha puesto una serie de obstáculos...

E1: ¿para quienes no son suscriptores?

Hombre 71 años: ...para captar información y trasladarla mecánicamente, un *copy paste*, que en La Segunda se hace maravillosamente bien...

Mujer 50 años: hay que compartir...

Hombre 71 años: ...entonces la saco y la mando, pero eso ya crea problemas...

Hombre 59 años: y si no se copia el vínculo arriba, y se pone...

Hombre 71 años: el vínculo, tú tienes que ser suscriptor para poder abrirlo...

Hombre 59 años: no todos los artículos están en Emol...

**E1: ¿Y en qué minuto empiezas a ver los sitios de internet? ¿Los ves aleatoriamente?**

Hombre 71 años: Lo hago casi simultáneamente, porque el blog tiene un chat también, entonces está permanentemente llegando información al blog. Entonces, voy manejando las dos cosas al mismo tiempo, pero mi atención está en la mañana centrada en El Mercurio, la parte económica, financiera, y la parte política, nacional, el movimiento estudiantil, que son mis polos de interés. Y después, tipo 11.30, abro La Segunda en internet. Pongo La Segunda y empiezo la actualidad. Yo prácticamente no leo La Segunda: las columnas de actualidad nacional e internacional es donde yo me manejo...

**E1: ¿Los listados de noticias?**

Hombre 71 años: Los listados de noticias. Es muy cómodo, porque yo veo titulares, nada más. Porque hay tanta cosa que... con la copucha, la farándula no estoy ni ahí, entonces...

**E1: Vas a lo que te importa... ¿Y cómo lo haces tú?**

Mujer 56 años: Me estoy dando cuenta que aquí todo el mundo todos es fanático de las noticias.

**E1: Tú no eres tan fanática...**

Mujer 56 años: No [risas].

**E1: Pero cuánto es tu porcentaje de fanatismo.**

Hombre 71 años: ¿Qué haces?

Mujer 56 años: Suena el despertador, abro un ojo, prendo la televisión pero no para ver las noticias, sino para ver la temperatura...

[Entra Hombre 72 años, el último en incorporarse al grupo]

Mujer 56 años: ...prendo la televisión en un canal de los grandes, pero la noticia hablada es un desastre. Te transmiten lo mismo, te cuentan lo mismo y todos se murieron, mató a la abuelita con el martillo, no, es atroz. Después que llego a mi oficina veo lo básico, y Emol. El Emol es una tentación porque uno salta de una cosa a otra, pichas aquí y entras a otro lado y yo digo "Díos mío, tengo que cerrar esto, hay que trabajar", pero es como una constante durante la mañana de ir viendo qué cosa cambió, que no cambió, los titulares, ver las peleas entre la gente...

**E1: Dices que no eres fanática, pero igual ves hartas noticias...**

Mujer 56 años: No, el fanatismo es leerme El Mercurio, no, me faltarían horas del día.

Hombre 71 años: Yo estoy jubilado...

Mujer 56 años: ...pero yo no.

Hombre 71 años: ... es una ventaja muy grande.

Mujer 56 años: ...pero yo creo que a través de el sistema digital uno puede hacer una selección al gusto de uno de las noticias, porque la televisión te mata con tanta cosa. Y, bueno, esperando que aparezca La Segunda. Como lo decía, la Segunda es como la cosa entretenida de la tarde, qué pasó en ese ratito entre que salió El Mercurio y salió La Segunda, ver qué cosa nueva hay...

**E1: bueno, ¿tú nos puedes contar...?**

Hombre 59 años: Yo sé que esto va a sonar terriblemente snob y siútico...

E1: Pero ya no lo sabemos, estamos advertidos [risas]

Hombre 59 años: Están advertidos, pero no trata de ser snob ni siútico. Yo leo en la mañana, llega El Mercurio. Yo generalmente me despierto temprano y lo veo en el iPad, y después, antes de salir yo, y ésa es la parte que puede sonar siútico, yo bajo un informativo completo de una radio francesa en podcast, y lo guardo en el iPod Shuffle y me voy escuchando eso en el auto.

**E1: tú hablas francés, porque o si no va a ser difícil...[risas]**

Hombre 59 años: No, evidente, o si no, claro. Mi señora es francesa. Realmente, o sea, es otro mundo. No es lo que tú dices que se escucha en los medios locales que te saben hablar, no saben terminar las frases, no usan la lógica. O sea, un desastre. Cada minuto la cosa es entretenidísima. Y llego a la oficina, y tengo abono con Le Monde, le hecho una mirada a Le Monde, después pongo el Emol, y empiezo a trabajar y cuando paro, ahí leo La Segunda.

E1: ¿En la tarde?

Hombre 59 años: No, al mediodía sé que empiezan a salir cosas. Entonces en la mañana ya tengo toda mi base de información especialmente de lo internacional, que los medios periodísticos chilenos, no pueden, creo yo, ser más pobres. O cuando es la página anti Chávez y anti K de El Mercurio, porque eso son las páginas internacionales, es una página de diario opositor de los países, pero no tienes más. Entonces, con esa buena base, uno se mete, y con esa visión general que te da esa otra prensa, uno se mete a los sitios a tomarle el pulso por la vía del chat, que es lo que me gusta.

**E1: ¿Y qué piensas tú?**

Mujer 50 años: No estoy muy de acuerdo con lo de las noticias en el extranjero, las francesas, porque también hablo francés, también viví muchos años en Europa, también veía las noticias en Europa, y cuando se mete en Europa a los canales, uno se mete a la vida cotidiana de ahí, y también decía que “mató a la abuelita, o que no mato a la abuelita”. A lo mejor suena un poquito más amplios, la BBC of London, si quieren, pero la verdad, la verdad, es que puede ser más amplios porque Europa es Europa, entonces es más amplio, pero...

Hombre 59 años: no creo que Le Monde sea...

Mujer 50 años: No, Le Monde no, pero sí los canales franceses, los canales belgas, los canales suizos, sí.

**E2: los medios tienen sus características, su ADN.**

Mujer 50 años: Ahora, yo estoy de acuerdo que las noticias en Chile son pésimas, porque son de que mató, que violó, que no sé, no sé cuánto. En eso estoy totalmente de acuerdo.

Mujer 56 años: De verdad que son malas.

**E1: pero durante el día, ¿qué es lo que tú buscas? ¿tienes algún hábito, como nos contaban...?**

Mujer 50 años: Sí, El Mercurio. Parto por El Mercurio que me llega a mi casa todos los días. Lo ojeo muy rápido porque salgo disparada a la oficina. Llego a la oficina y lo primero que haga, es leer El Mercurio realmente es atroz, Emol, y La Segunda, aunque La Segunda hay veces que a las ocho y media no hay nada. Y ahí parto todo el día, y después igual me gusta meterme mucho a La Tercera, también, como diario no lo encuentro nada de malo. Y ya cuando me quiero relajar un poquitito me meto a LUN, pero no, me gusta estar, pero sí soy medio fanática. No sé si es bueno, pero... y me gusta buscar, y buscar, y me cuesta. Trabajo con una periodista...

**E1: ¿pero buscar qué? ¿información nueva?**

Mujer 50 años: sí, o si alguien me habló algo, alguna noticias que no la vi. Yo la busco, aunque haya sido quince días atrás, no importa, tengo que llegar a ella y leerla. Me gusta leer todo.

**E1: Don C (Hombre 72 años, el último en llegar), le cuento: partimos hablando de la relación con La Segunda, en términos del diario, si fueron suscriptores, si alguna vez la han comprado, y cómo lo hacen hoy día en general, porque vimos que la mayor parte del grupo que hoy está reunido...**

**E2: perdón que te interrumpa, pero La Segunda Online: “UDI proclama a Longueira”. A las 6.10 había terminado de bajarse Golborne...**

[Varios comentan al mismo tiempo esta noticia de último minuto]

Mujer 50 años: ...y cambio de gabinete al tiro.

**E1: es lo que viene después, el capítulo 3. Bueno, entonces lo que estábamos viendo, un poco partimos por eso, es la parte que usted se perdió, y después estamos hablando de la gente que sigue el sitio nos parece que es gente informada, en el sentido de leer muchos medios, lee El Mercurio, y le quería preguntar cuál es su caso. ¿También es una persona informada, o se reconoce como un desinformado? [risas]**

Hombre 72 años: Primero quiero pedir disculpas por el atraso. Estaba en otra parte, casi no llego. Me costó llegar acá dentro, con los pasillos. [Entrega más detalles de cómo logró que alguien lo llevara al lugar de reunión]. Me metí a leer estos diarios digitales, todo esto por internet. De repente, lo que me gustaba de La Segunda es que uno puede opinar sobre las noticias, porque de repente uno lee noticias que le gustaría opinar y no puede, y hay también como pasa en la televisión, se cometen muchos errores, se dicen cosas y se dicen como que son cosas definitivas, como en el programa "Tolerancia Cero". Un personaje habla de una cosa que se la aprendió de memoria y dejó en vergüenza al invitado porque pescó un tema que se lo domina, lo estudió a lo mejor. Y uno dice qué ganas de decirle a este gallo que está equivocado.

Mujer +60 años: Twitter. Twitter en este minuto, es la mejor comunicación.

Hombre 72 años: ...porque y a mí me entretiene un poco toda la parte política. Yo soy absolutamente independiente, independiente, pero no marxista [risas]. Entonces me entretiene la parte política porque es como, yo creo que la generación de nosotros que sufrió los gobiernos de la Unidad Popular, de Frei, porque nosotros somos víctimas de una historia complicada...

Hombre 70 años: Nos han remecido mucho, políticamente hablando.

Hombre 72 años: personalmente, destruido muchas veces. Yo tuve una empresa con más de tres mil personas. De repente por esos cambios que se da, hoy día por ejemplo, el dólar, el peso, cortados y ninguna explicación. Y ninguna indemnización.

**E1: perdón, pero usted hablaba de que le gusta por tema políticos, va al sitio, ¿pero La Segunda en papel ya no la lee?**

Hombre 72 años: Yo la leo de vez en cuando. A mí El Mercurio me llega viernes, sábado y domingo. Leo algunos artículos que me interesan. La verdad es que ya no leo el diario como lo leía antes...

**E1: Con detalle...**

Hombre 72 años: ... con detalle. Pesco los artículos que me entretienen, o que me llaman la atención y los leo.

**E1: ¿ustedes buscan las noticias del diario en el sitio?, ¿las distinguen? Por ejemplo nosotros liberamos a una hora las noticias del día. Las del diario impreso aparecen en el sitio web a las seis de la tarde...**

Hombre 70 años: ...se puede entrar al diario.

**E1: ¿Todos lo tienen claro?**

Hombre 59 años: Yo no lo hago eso.

**E1: ¿No?**

Hombre 59 años: No, muy tarde ya, uno ya está cansado.

**E1: ¿Ya pasó ya la noticia?**

Hombre 70 años: A las seis, un poco religiosamente, reviso todas las noticias de La Segunda en la columna izquierda, con el rabillo del ojo, y voy abriendo las que me interesan.

Hombre 72 años: Yo no tengo ninguna rutina, de verdad. De repente veo, de repente me puedo quedar todo el día pegado [innentendible]

**E1: La pregunta es si hacen alguna diferencia a las 6 de la tarde. ¿Sabes que las noticias de la edición impresa están disponibles en el sitio web? Las más importantes.**

Hombre 72 años: ¡Sí!

**E1: O sea, saben.**

Mujer 50 años: Sí, claro.

Mujer 56 años: No.

Mujer +60 años: Antiguamente aparecía un aparatito que decía "faltan tantos minutos". Eso yo lo veía cuando estaba afuera, entonces esperaba pacientemente.

**E2: Hay suscriptores online...**

Mujer +60 años: Yo no soy suscriptora de ninguna cosa, no pago un peso por nada.

**E2: espera. Hay un suscriptor online, que ese abre La Segunda a las dos de la tarde. Que es como comprar el diario en el kiosco.**

Mujer 50 años: ...por comodidad, en el fondo es una comodidad.

**E2: Eso lo abre a las dos, antes que muchos ya que en algunos lados llega (el diario) a las tres y media. Ese abre a las 2. Para todo el mundo es a las 6.**

[Algunos opinan al mismo tiempo, inentendible]

Mujer 50 años: ...Creo que el perfil de personas que leen El Mercurio es un perfil bien claro.

E1: De quiénes leen el diario, dices tú.

Mujer 50 años: Sí, pero específicamente para mí estos dos diarios, o Emol. Para mí, el perfil es muy claro. Tengo claro que la mayoría, me van a matar ustedes, pero no importa, son de derecha.

Hombre 59 años: Yo no.

Mujer 50 años: Para mí es clarísimo, y un nivel socioeconómico también muy parejo

**E1: A nosotros nos interesa conocer lo que pasa con el sitio de La Segunda. Por eso partí preguntando por la relación con el diario, porque la gente conoce la marca, no es lo mismo que si tuviera otro nombre. Hay una historia, díganos. Pero, en el fondo, nos damos cuenta que nosotros no sabemos, y ese es el sentido de juntarnos, no sabemos demasiado lo que pasa con las personas. Todo el mundo se mete y opina en internet, pero nos gustaría saber más, y por eso fueron invitados ustedes, porque están comentando las noticias en estos días. No históricamente, no hace un mes, ahora. El sentido es saber más como nos ven y por eso les quería preguntar. Próxima pregunta: ¿qué fortalezas y debilidades le ven al sitio nuestro? ¿Qué cosas les gustaría cambiar y que sugerencias harían?**

Mujer +60 años: A mí me encantaría que las noticias fueran realmente de interés. No puede ser que la niña equis tiene una guagua y así un titular, y más encima un titular en la parte... el destacado. Sí, está en la sección de cantantes... ¡de espectáculos!: “La fulanita de tal tuvo una guagua”. Así un tremendo letrero, cuando hay tantas cosas interesantes en espectáculo como para poner.

Mujer 50 años: Yo creo que lo que pasa en las noticias de espectáculos es que se confunde lo que es un espectáculo y lo que es farándula, porque espectáculo para mí puede ser ópera, teatro. Para mí eso es espectáculo.



Mujer +60 años: Bueno, la Juanita Pérez, se me olvidó el apellido, hija de no sé quién, tuvo una guagua, pero yo lo leo igual porque soy curiosa.

Mujer 50 años: Sí, igual, porque uno cae.

**E1: No te gusta, pero lo lees igual.**

Mujer +60 años: Sí.

**E1: El criterio de destacarlo eso es lo que no te gusta.**

Mujer 50 años: Exacto, porque no corresponde. Yo creo que ahí puse, porque además es que esa noticia... También esta guagüita, esta cosa de la secta, tan macabra esa cosa. No la he leído porque en realidad hay guaguas y tengo 2 nietos, pero encuentro que estas cosas no hay que destacarlas tantos. Una vez, pero darle todos los días.

Mujer 56 años: Es que eso vende.

Mujer 50 años: Es que a mí no me interesa que venda porque lo encuentro morboso.

**E1: Hay cosas que tienen que ver con el periodismo en general, y que son problemas que podemos tener nosotros. Quería acotar eso y tú querías decir algo...**

Hombre 59 años: A mí cuando me llegó tu interno por Facebook para esto, lo primero que pensé dije "bah, alguien de La Segunda está leyendo sus chats", porque siempre había tenido la idea de que estos chats eran como poner abrebaderos para los caballos, no es cierto, y que la gente llegara a postear, pero de arriba, ni idea de lo que pasaba abajo. O sea, que había un quiebre absoluto, que no se notaba, y que podía a veces si alguien quería postear párrafos de "Mein Kampf" lo hiciera y no pasara nada.

E1: Pero eso para ti, ¿es una debilidad o una fortaleza?

Hombre 59 años: Yo creo que es una debilidad, porque en el fondo me imagino que si uno está diciendo algo ahí, lo está diciendo porque primero porque no lo va a querer borrar. Se hace responsable de lo que dijo aunque sea una brutalidad. Somos todos adultos y hay que enfrentarlo. Y además en el fondo está interactuando, pero está interactuando con la noticia. Y, a veces, uno hace críticas a la cobertura que se hizo y nadie recoge eso. No hay una respuesta, no hay nada. Ahora, evidentemente, que no están obligados a hacerlo, y evidentemente que tampoco es un requisito para estar ahí, pero a mí me da la impresión de que colocaban las noticias, y nosotros como los adornos de Navidad. Nadie nos pescaba. Me llevé la sorpresa que no.

[risas]

Mujer 56 años: Yo creo que no. Aquí no se da puntada sin hilo.

Hombre 59 años: No, por eso me llamó la atención. Juan Carlos está diciendo que nosotros estamos acá por haber posteado los últimos días, no porque hubieran estado haciendo un seguimiento de quiénes son los posteadores más regulares a lo largo de... No hay una cuestión estadística. Y la segunda cosa, que también dice relación con algo que comentábamos antes, es que la propia información no tiene autoseguimiento. Es decir, si tú colocas en línea un reportaje que tiene que ver con un suceso de ayer o antes de ayer, en muchos otros sitios de medios en línea aparecen los links a propias páginas. No te digo que hagas ese mismo sistema. Tendrías que tener un equipo de desarrolladores gigantesco para eso. Tendrías que tener un sitio en línea pagable, pero por lo menos que hicieran un link al reportaje al que se está refiriendo la noticia, porque, y perdónenme los periodistas, porque está tan mal redactado. El periodismo está tan mal ejercido, que dicen “Fulano contestó tal cosa”, pero contesto qué, si tú no seguiste el hecho anterior, y lo más probable es que no lo hayas hecho porque hay tantas cosas que suceden, que se te pasa. Tú no sabes que esto va a generar polémica...

Mujer +60 años: pero en la parte de tu pantalla, en la parte izquierda, aparecen las...

**E1: Las noticias relacionadas...**

Mujer +60: ... las noticias relacionadas.

Mujer 50 años: Dice, salen.

Hombre 70 años: Sí.

**E1: Pero, lo que él dice yo creo que es válido, en el sentido de que siempre hace falta relacionar el hecho puntual...**

Mujer +60 años: A mí me encantaría que llevaran una, a ver, está la noticia, por ejemplo, lo de Maipú con el señor Torres que tuvo un problema con la señora, y su señora habló y salieron cosas feas, y jeso se acabó! Y después, meses después, aparece que en realidad todo lo que había dicho la señora efectivamente era real. No sé si me están siguiendo de qué se trata.

**E1: La historia de la basura.**

Mujer +60: Exacto. Entonces, antes que apareciera nuevamente, yo dije “qué lata, porque no sabemos qué es lo que pasó con esto”. Y nunca sabemos los desenlaces tampoco, qué lata. Hay noticias súper entretenidas que no...

Hombre 59 años: ...en los medios en línea en Estados Unidos, en el texto mismo te hacen referencia a algo en el texto, y viene el link en el propio texto. Estás leyendo y dice “la declaración del Presidente”, y haces click y te lleva a la declaración...

**E1: ¿y alguien recuerda un sitio chileno que le sea más ameno en eso?**

Hombre 71 años: El Mostrador.

**E1: El Mostrador trabaja mejor eso, a tu juicio...**

Hombre 71 años: ...y también están los comentaristas catalogados. Tiene unas pequeñas ventajas respecto a La Segunda. No es lo óptimo, pero...

**E1: ¿qué otra debilidad o fortaleza ves tú en el diario?, la pregunta de fondo es ¿qué crees que podemos hacer mejor?**

Mujer +60 años: La redacción de las noticias.

**E2: la redacción**

Hombre 70 años: Absolutamente.

Hombre 59 años: Eso es un problema mayor.

Mujer +60 años: Hace once meses pasó algo y más abajito dice “hace doce meses”, entonces...

**E1: Eso es pedir ¿más rigor en la redacción? ¿más cuidado?**

Hombre 70 años: Sí, más cuidado.

Hombre 59 años: Cuando se hace referencia a un hecho, la foto...

**E1: ¿Qué significa la foto? ¿Qué tenga fotografías?**

Hombre 59 años: Si sucedió un taco, algo, se supone que hay un grafico, fotógrafo. La foto.

Hombre 71: Ah, poner una foto del taco.

Hombre 59 años: Claro, si internet es un medio gráfico. O sea, aprovéchenlo.

E1: ¿Echas de menos eso en muchas notas que no tienen...?

Hombre 59 años: Claro, cuando estés informando de un hecho que provoque impacto, un hecho visual, eso es un taco, una manifestación, algo, una foto. La página de La Segunda adolece díganos de pobreza grafica. Pobreza gráfica, porque pueden ser gráficos, pueden ser mapas. Cualquier cosa.

Hombre 70 años: En general, en el periodismo en Chile los recursos no son muchos, ni humanos ni materiales. Ésa es una verdad que la conocemos y la hemos visto hace muchos años.

Hombre 59 años: ... pero fotógrafos hay, y fotoperiodismo aficionado también...

Hombre 70 años: Eso es otra cosa, pero...

Hombre 59 años: La gente llega y manda la fotografía...

Hombre 70 años: ...hoy día, los colaboradores, los informantes oficiosos, como llamaban antes, existen...

Hombre 59 años: ¿Ustedes reciben fotografías del público?

**E1: Sí. Mira, lo que pasa es que claro, te digo, cuando fue la erupción, no recuerdo cuál en Aysén... Fue después de Chaitén, se me confunden las erupciones volcánicas [risas]. Había una foto en línea y nos tomó una hora chequear que la foto fuera auténtica, porque la gente pone cosas y cómo discriminas si es real o no. Un diputado de la zona la válido, la retuiteó, pero necesitábamos otra fuente. Y después de otra fuente... porque el diputado se puede equivocar y el daño es para nosotros. No es tan simple como subir cosas.**

Mujer +60 años: Una preguntita. A veces leo que Emol me borró, ¿es cierto que Emol puede borrar algún posteo?

**E1: ¿Algún posteo? Entre paréntesis... sí, lo que pasa es que, por ejemplo, todos ustedes, ¿comentan a través de Facebook?**

Hombre 72 años: Yo eliminé mi Facebook, porque me creaba muchos problemas.

**E1: pero por ejemplo las noticias en nuestro sitio, ¿cómo las comentas tú?**

Hombre 70 años: parejo...

Hombre 59 años: pero ingresas por Facebook. Ingresa con su clave Facebook...

Mujer 50 años: [www.lasegunda.cl](http://www.lasegunda.cl)... punto com.

**E2: en el mismo sitio...**

Hombre 59 años: es el recurso para poder postear.

**E1: Claro, para podear postear cualquier noticia nuestra, debajo de ella dice "comentarios" y tú ingresas. Y si no es con Facebook te pide Yahoo, o cualquier otra...**

Mujer 50 años: [ininteligible] lo debo tener hace tanto tiempo que ya ni me acuerdo.

Hombre 70 años: Si uno quiere que el comentario salga por Facebook hay que hacerle click para que...

Mujer 50 años: Ah, no, eso una vez también me pasó que me empezaron a insultar por una noticia que comenté. Entonces ya ahora no dejo...

**E1: Lo que pasa es que si es Facebook tú no puedes borrar el Facebook de otra persona. Lo que puedes hacer es borarr el comentario de esa persona en el sitio. O sea, por ejemplo, si te excediste y dijiste una sarta de garabatos tremenda que nos pusimos colorados y dijimos “esto no puede ser”, nosotros borramos tu comentario, pero en el sitio. Ese comentario lo siguen viendo sus amigos, sus conocidos, pero ya no se ve más en el sitio.**

Mujer +60 años: No, yo ya he perdido amigos, he perdido familia y todo lo demás, porque como soy comentarista todo el santo día, me dicen “hasta cuándo me vas a llenar de porquería”.

**E1 ¿Por qué comentan las noticias?, ¿Por qué les gusta comentar las noticias?, porque lo hacen a todos le gusta y lo hacen ¿cuál es tu caso? A ti te interesa el periodismo porque tienes una historia con el periodismo...**

Hombre 70 años: Sí, tengo una historia con el periodismo de muchos años, incluso de mi abuelo, que mi abuelo fue parlamentario liberal. Pero yo soy empresario y ejercí mucho el periodismo, en El Diario Ilustrado en esa época, en La Tertulia, un diario de la tarde. Así que ha estado mi vida muy relacionada con el periodismo. Y yo creo que uno debe ser partícipe de lo que está viviendo. Uno no puede vivir aislado. Uno tiene que demostrar sus sentimientos, su reflexión, o su forma de analizar, o recibir la comunicación que está recibiendo. No *trailers* (resúmenes). Y a mí no me gusta estar aislado. Yo creo que parte de la buena convivencia es participar y hacer participar.

**E1: ¿Están todos de acuerdo?, ¿alguien quiere decir algo?**

Hombre 71 años: Yo soy profesor, entonces para mí el comentario es una extensión, como profesor jubilado, un poco de expresar una opinión. Yo trato de fundamentar mi opinión por lo tanto, para mí, es una extensión de una labor pedagógico social. Sé que también tiene mucho de catarsis, porque incluso entre nosotros mismos no nos leemos mucho [risas]. Por lo tanto, en el fondo tiene un componente de catarsis, es decir, descargar un malestar, o que se contrapone con la noticia, díganos. Puedo aplaudir una noticia, o al comentarista que escribió. Es una descarga, pero también para mí es un componente pedagógico social. Lo que yo hacía en mis clases, lo sigo haciendo en el chat.

**E1: ¿Y tú por qué comentas las noticias?**

Mujer 56 años: Me gusta tener la opción de poder comentar, opinar. Porque si tú escuchas la radio, te tienes que comer el comentario. Esto te da la posibilidad de meterte en la noticia. Aquí te abre una puertecita donde tú te haces parte de esta opinión general. Donde a veces te garabatean [ríe], pero eso me gusta: poder meter la cucharita en lo que está pasando. Y a veces hay mucha gente que sabe más que uno, entonces una hace una pregunta y el de allá te contesta. Te vas acomodando esta información.

**E1: Usted, ¿cuál es su situación? Porque yo lo conozco, es comentarista activo, ¿qué es lo que lo motiva a comentar la noticia?**

Hombre 72 años: No sé, me entretiene no más. No tengo ninguna cosa en especial. Me gusta de repente, por cosas de actualidad. Te digo, aquí en el caso del golf por ejemplo. Cuando aparecen algunas noticias. Aparecen muy pocas relacionadas con los jóvenes que están jugando golf. Chile en este momento tiene uno de los equipos fabulosos, para el tamaño de país que es...

**E2: Es lo que dice el editor de deportes...**

Hombre 72 años: ... y no aparece mucho de eso, y aparecen otras cosas de deportes que a lo mejor todos tienen derecho a...

**E1: ¿Y usted siente que usted puede hacer algo en eso?**

Hombre 72 años: Sí, de repente uno le manda una felicitación a un jugador. Yo creo que a la gente le gusta recibir felicitaciones y no críticas. Eso es lo ideal.

**E2: Por cierto [risas], sano.**

Hombre 72 años: Pesca, te digo, cualquier noticia, pero finalmente las políticas porque quedé con la bala pasada con la Unidad Popular. Porque eso fue un desastre, tremendo, de la destrucción de la república, entonces cuando se habla de que se ha indemnizado a tanta gente con tantos millones de dólares, yo digo qué pasa con nosotros que nos hemos mamado a toda esta gente, de uno u otro lado, y nadie nos indemniza, entonces, bueno, es una cosa, una tontera, pero en el fondo, pesco las noticias que en este momento me entretienen.

**E1: Me doy cuenta que uno tiene la necesidad de decir algo, de no quedarse callado. ¿Como que uno no se podría quedar callado, o de pronto paso?**

Hombre 72 años: Me cuesta quedarme callado. Bueno, ahora paso, porque está de moda [risas].

Mujer +60 años: Yo paso cuando la persona, el comentarista, el otro, de forma grosera, entonces ahí yo paso, porque no me engancho con lo grosero.

Mujer 50 años: Es que de repente son tan groseros y los tengo identificados a quienes son más groseros, los reconozco.

Mujer 56 años: con nombre y apellido...

Hombre 71 años: Gato Viejo.

Hombre 59 años: No invitaste al Gato Viejo.

Mujer 50 años: ¿Por qué no usa su identidad?, ¿por qué esto de "Gato Viejo"?

Mujer +60 años: Ay, me encanta el Gato Viejo. ¿Gato Viejo no está por aquí por casualidad? [risas]

Hombre 59 años: Yo tenía la esperanza de que lo invitaran.

Mujer 50 años: Nunca encuentra nada bueno, todo es malo.

Mujer +60 años: Hoy día sí.

Hombre 59 años: Entonces alguien le tomó el computador [risas]

Mujer +60 años: Es una persona mayor que tiene diabetes, eso es lo que he logrado saber.

**E1: Hay personas como ustedes que comentan las noticias usando su nombre, pero hay también personas que legítimamente o no usan seudónimos, ¿ustedes usarían seudónimo?**

Mujer +60 años: A mí me lo hizo mi hija el Facebook, y le puso Soledad no sé cuánto, entonces dije yo, porque a veces tengo ganas de contestar, y como me conocen mis amigos y mi familia, mis amigas, no puedo, porque estoy hiriendo a otras personas si contesto fuerte, entonces...

Hombre 72 años: Está como ocultando su identidad.

Hombre 70 años: No como, está ocultando su identidad.

Hombre 59 años: Postear con un seudónimo no tiene ninguna gracia.

Hombre 72 años: Gato Viejo podría ser una señora.

Mujer +60 años: Es hombre.

Hombre 70 años: Yo con seudónimo, nunca. No tengo ninguna vergüenza de lo que digo ni lo que pienso ni lo que me parecen las cosas.

Hombre 59 años: No tiene ninguna gracia postera con un seudónimo.

Mujer 50 años: Yo sí me cuido. Yo trabajo en una ONG.

Hombre 70 años: Sí, todos nos cuidamos.

Mujer 50 años: Soy un poquito arrebatada, entonces, he tenido ganas de mandar a algunas partes.

Hombre 70 años: Claro. A todos nos dan ganas, de repente.

Mujer 50 años: Entonces, claro, yo digo “cuídate”, porque la verdad que uno puede herir a otra persona, que no me interesa herirla. Pero cuando salen y dicen “momia tal por cual”, a mí me da una rabia de decirle “yo soy momia, ¿y, cuál es el problema?”, porque me siento ofendida, pero como a ellos les da lo mismo, que me importa a mí, pero por qué tienen que sacar siempre [no se entiende]

Mujer +60 años: ...pero estamos en lo mismo cuando dicen “comunacho”...

Hombre 59 años: ...también hay gente que dice “comunacho”.

Mujer +60 años:... que no piensen como tú...

Hombre 70 años: Es que esa forma es mala, sea de donde sea, o vaya a quien vaya.

Mujer 50 años: Yo respeto a todo el mundo, da lo mismo de qué parte política eres, pero me molesta sobremanera cuando empiezan a insultar, porque yo no voy a insultar ni al de centro, ni al PPD, me da lo mismo.

## **E2: las descalificaciones...**

Mujer 50 años: Eso. Podemos pensar distinto, pero no por eso no vamos a...

Hombre 70 años: ...una de las cosas buenas que tiene la convivencia en un país, es que se pueden hablar las cosas abiertamente. Si no se pueden hablar abiertamente, cualquier país, no anda, porque el país está enfermo, está muy mal, y va por un muy mal camino...

Hombre 59 años: ...pero un comentario de ese tipo es ilegítimo. Uno se los salta, yo por lo menos me los salto...

Hombre 70 años: Yo cuando veo el CTM me lo salto...

Mujer +60 años: lo borro



Hombre 59 años: el que dice “comunista tal por cual”, “momio tal por cual”. Es que no aporta nada por eso[hablan al mismo tiempo]. Si no insulta el que quiere, insulta el que puede.

**E1: ¿Qué piensas tú? ¿Te molesta o no, te da lo mismo?**

Mujer 56 años: Yo creo que cuando recurres a la violencia verbal es porque no tienes argumento, ¿para qué voy a perder el tiempo? No vale la pena.

**E1: ¿Te ha pasado alguna situación desagradable?**

Hombre 71 años: Muy de pasada, hay agresividad en respuesta a comentarios... [ininteligible; habla más de una persona] mis alumnos que son de derecha y de izquierda...

[Se generan conversaciones cruzadas que hacen difícil seguir el diálogo]

Hombre 59 años: Es que hay que hacerse la idea, o sea, en todas partes, hay estudios que dicen que en estas redes sociales la gente se destapa de las inhibiciones para decir lo que no diría de cara a cara, normalmente. Entonces hay que acostumbrarse a eso.

Hombre 70 años: Los que hablan con seudónimos son equivalentes a los encapuchados en las marchas. No dan la cara...

**E1: Voy a parar un poco para que nos escuchemos. Tú decías que quienes escriben con seudónimos son como los encapuchados en las marchas...**

Hombre 70 años: Que no dan la cara, que no dan el nombre.

Hombre 59 años: Yo sinceramente no le hallo ninguna gracia a escribir algo con seudónimo, porque la gracia para mí es justamente “yo soy tal persona, yo opino esto”.

**E2: Asumo lo que digo.**

Hombre 59 años: Es parte de la entretención, porque si no es ponerse en un puente y tirarle piedras a los autos que van pasando.

**E1: ¿Sería bueno, creen ustedes, que no pusiéramos los comentarios de las personas que se pasan de la raya?**

Hombre 70 años, Mujer 50 años, Hombre 71 años: Sí.

Hombre 59 años: ¿Y quién define quién se pasa de la raya?

Mujer 50 años: De repente hay un insulto. Yo he visto insultos fuertes. Hay comentarios fuertes, digo.

Hombre 70 años: Cuando el comentario dice “oye, CTM”... para mí ese gallo debería estar afuera. No tiene derecho a estar en un medio que se hace respetar.

Mujer 56 años: Yo creo que para poder determinar quien queda y no queda habría que poner primero una norma, de que hay que escribir bajo esos parámetros.

### **E1: ¿Habría que informar entonces esa norma?**

Mujer 56 años: Hay que informarlo, de antes.

Mujer 50 años: Puede ser, claro.

[Varios hablan al mismo tiempo]

Hombre 71 años: Es que hay un sistema también de sanción interna. El Mercurio tiene un moderador [ininteligible] pero también hay otros, o sea, en los cuales uno tiene “me gusta”. Podría haber el “me disgusta” y el que tenga 3 “disgusta”, para afuera. Es un poco que no sea La Segunda o la institución la que esté sancionando, sino que los mismos lectores que escriban “no me gusta”.

Hombre 59 años: Es cierto, yo he visto medios en línea que tienen eso. Y al final dice, es peor: “el comentario ha sido eliminado por votación de los usuarios”. Yo he visto eso. Coloca un piso...

Hombre 72 años: Es peligroso ah, porque una persona puede estar dando opiniones, digamos, en el caso de la política, contraria, la gente contraria podría poner “no me gusta”.

Mujer +60 años: Me di cuenta, la grosería a que se llega con una mujer porque tenía un show de reality, con Raquel Argandoña. A Raquel Argandoña yo la he defendido. Nunca he dicho por qué y tampoco lo voy a decir ahora, pero las cosas más atroces para una mujer. Yo los habría eliminado a todos, o sea, para nunca más, porque era fuerte, pero fuerte, fuerte, fuerte. O sea, está bien, “no me gusta”, “me carga”, “le pagan mucho”, cualquier cosa, pero no eso...

Hombre 70 años: Para mí es censurable el mal uso del idioma y la forma irreverente de referirse a las personas. No el tener ideas distintas. Yo puedo pensar absolutamente distinto que la Camila Vallejo, pero eso no significa que no le tenga respeto.

### **E1: ¿Se pierde mucho el respeto?**

Hombre 70 años: Se pierde hartito, se pierde mucho, y es un idioma que no corresponde mijito, como decían las viejas. No se aporta nada.

**E1: ¿Y qué cosas son las que les parecen condenables? Ya hablamos de algunas, los insultos, la falta de respeto...**

Hombre 70 años: La grosería, el insulto.

**E1: ¿Hay algo más?**

Hombre 72 años: Yo creo que lo más grave es la mentira que la utiliza gente que tiene poder. Por ejemplo, como cuando un parlamentario miente descaradamente, o dicen cosas que no tienen ningún sentido.

**E1: pero hablando de las personas que comentan...**

Hombre 72 años: Porque esa gente tiene que ser cuidadosa y decir la verdad, aunque sea del lado opuesto, pero no mentir, ni difamar. Por ejemplo, te pongo un cuento que pasó ahora con esta payasada del INE, un tipo dijo que el IPC está mal calculado y no tiene nada que ver. Si el IPC se calcula de otra forma, es un cálculo independiente, y que el censo perjudica todas estas cosas. Deberían estar censando todos los días, entonces.

Mujer +60 años: Yo creo que hay poca comprensión lectora...

Hombre 72 años: ... porque, yo te digo, lo que sí que puedes sacar, a lo mejor un cálculo de errores, pero que el IPC dependa, y eso lo escuché de un...

Hombre 70 años: Sí, se dijo. Se ha dicho mucho...

Hombre 72 años: ... a un personaje importante [ininteligible] el IPC es como el Padre Nuestro...

Mujer +60 años: Yo creo que a algunos personajes importantes les falta más de clase, más de colegio, en el fondo...

Hombre 71 años:... y de cultura.

Mujer +60 años: ... también, porque no puede ser que tengamos gente que no tenga cuarto medio rendido.

**E1: Bueno, pero en el espacio de los comentarios, comenta todo el mundo, ¿qué podríamos hacer?**

Hombre 59 años: Yo creo que lo peor que le podría pasar a este chat es que se convierta en algo elitista. Yo creo que...

**E1: tú dices que no puede pasar eso**

Hombre 59 años: Bueno, porque empiezan a subir mucho las cortapisas para mantener un nivel, estoy de acuerdo que es importante, pero por lo menos lo

que a mí me motiva más es que este barasaje general de opiniones interesantes, de barbaridades.

Hombre 70 años: Pero, perdón, no es fiscalizar o censurar opiniones. Es fiscalizar y censurar la forma y el mal uso.

Hombre 59 años: Pero es que también es parte de la sociedad.

Hombre 70 años: Yo en mi casa no acepto groserías ni garabatos, y mi casa no es elitista, es una casa de gente bien educada, que hace una diferencia, me queda claro.

Hombre 59 años: Esto es un lugar público, que lamentablemente...

Hombre 70 años: Yo en un restorán no acepto que la señora de al lado o el caballero de al lado hable groserías. Me paro y le digo que se calle.

Hombre 59 años: En este país, lamentablemente, hay un problema de formación cultural, educacional, y que ahí lo estamos viendo.

Hombre 70 años: Pero ahí la obligación es hacer ver que hay opiniones distintas.

Hombre 59 años: Hay muchas formas de a esa gente contestarle, con ironía, con alguna cosa interesante, y dejarlos rigurosamente callados.

Mujer 56 años: Estás aceptando la mala forma de expresarse.

Hombre 59 años: Es que yo creo que no queda otra.

**E1: Pero por ejemplo acá se planteó una alternativa, que es decir que no se acepte esto, pero sí que se explicita, o sea “no se acepta las personas que se comportan de tal modo”, “que emplean este tipo de lenguaje”...**

Hombre 70 años: Hacer que comparta las condiciones. Sí.

Hombre 59 años: Me gusta mucho más la proposición del voto negativo.

Mujer 50 años: No, porque puede ser medio peligroso, porque mañana, frente a una persona que no me gusta su opinión voy a pedirle a tres personas que voten no, no, no.

[hablan al mismo tiempo]

Hombre 72 años: Yo sé cómo funciona, y viene un señor equis y le dice a otro...

[Varios hablan a la vez]

Hombre 71 años: [Hace callar a otros] Está hablando él...

Hombre 72 años: ...y viene un señor equis y le dice a otro, entonces yo pienso que el diario debería suprimir el comentario. El diario ponerle una nota, que diga, así con letras rojas que su comentario no es permitido, sin dar mayores explicaciones, para que si el tipo quiere volver a dar su idea, la diga sin ningún insulto.

Hombre 70 años: Te pregunto una cosa: el diario El Mercurio tiene una página de cartas al director. Si viene una carta con grosería, con ordinarièces, con maltratos, ¿la publican?

Varios: No.

**E1: Lo que pasa es que nosotros tenemos un problema de capacidad, ya que si nosotros tuviéramos moderadores para este volumen de comentarios necesitaríamos cinco a diez personas que los revisen...**

Hombre 59 años: ...o tener menos noticias en línea... hay distintas opciones.

**E1: ...claro. Por eso también tiene sentido saber lo que piensan, para ver cómo podemos compatibilizar las cosas, entonces, hay ideas que han salido acá y que son interesantes...**

Hombre 70 años: A mí me impresiona mucho en los medios que no son escritos, el mal uso del idioma. Como se habla en televisión: “¿vai a ir o no va a ir poh gonn?”, “¿lo vai a hacer o no lo vai a hacer poh?”, “¿tenís ganas de ir o no tenís ganas de ir poh gonn?”. ¡No puede ser, sí es una vergüenza! No es que sea mojigato, yo lo menos que tengo es eso.

[hablan al mismo tiempo]

Mujer 56 años: Yo creo que es un pequeño grado de educación, que la gente hable y se exprese bien. Tenemos un idioma tan rico, y usamos 400 palabras y nos damos vuelta

Hombre 70 años: Yo veo en la juventud: mis hijas, yo tengo puras hijas mujeres, cómo hablan esas niñitas por Dios. Pero en los almuerzos en la casa no pueden decir garabatos, ni comer chicle tampoco. Están las 2 cosas prohibidas [risas]. Es que si nosotros no hacemos un esfuerzo por mejorar la forma de expresarse de la gente, vamos a cualquier parte...

Hombre 71 años: Estamos recibiendo una asesoría gratis ahora, que son las nanas peruanas, colombianas...

Hombre 70 años: las colombianas hablan de maravilla

Mujer 50 años: Colombia es el mejor país donde se habla

Hombre 59 años: y nos reímos de los cholos nosotros, y nos dan clases de educación.

[hablan al mismo tiempo]

Hombre 71 años: mal educados, pero el que recibe la educación y recibe, por ejemplo el caso del tránsito [inintendible], un hijo mío que le dijeron es de chiquitito que el cinturón, y desde chiquitito “papá”, [inintendible] y ahora me pongo el cinturón [inintendible]. Pero si tú le enseñas al niño chico todas estas cosas: hablar bien, explicarles este tema a los preescolares y los básicos que tienen que portarse bien, que deben eliminar los insultos, el niño lo entiende. Ya el que pasó, cuando están en ahora la enseñanza media, ya perdió la oportunidad (de aprender).

**E1: o sea, interpretando lo que ustedes dicen, ¿nosotros tenemos que normar? ¿educar?**

Hombre 70 años: normar la forma de expresarse

[hablan al mismo tiempo]

Hombre 72 años: o cada 6 meses, felicitar a un columnista por lo que escribe, porque escribe bien, porque es culto. Darle algo para que los demás vean.

[hablan al mismo tiempo]

**E1: perdón, lo que decía una persona es que debíamos estimular, que quizás deberíamos premiar a esta persona se ha destacado por sus comentarios, por la forma que interactúa, darle una especie de premio. Una forma distinta de premiarlo, positivo, más que castigar lo negativo...**

Hombre 59 años: no, no, creo que el que postea a punta de garabatos, sabe que no le van a dar el premio. Y no le importa.

Mujer 56 años: pero no importa, pero estás aceptando [inintendible; habla más de una persona]. Si aceptamos lo que va en contra de lo medianamente positivo para relacionarse...

**E2: prefiero una buena señal para la gente que sí me importa. Como dices tú, no va a cambiar, la forma que habla mal no va a cambiar...**

[hablan al mismo tiempo]

Hombre 71 años: en los posteos de El Mostrador hay un grado: “comentaristas destacados” [inintendible]

Mujer +60 años: el destacado de aquí ponerle un poquito más, agregarle un poquito más de nivel...

**Entrevistador 1: ustedes han visto que hay unos medios, el más conocido es el Huffington Post, que tiene un sistema que premia, que aparece, cuando la gente que tiene mucha, que en el fondo ocupan esto de un lugar hacia arriba o hacia abajo, entonces la gente que tiene hartos seguidores, que la gente le postea mucho hacia arriba, cuando comentan, le dan como un sitio mejor y dicen “comentarista destacado”**

Mujer +60 años: pero ustedes también lo hacen, ustedes también lo hacen...

**E1: pero eso lo hace Facebook, o sea, lo hace el sistema automáticamente. Es una cosa de ingeniería, que reconoce la cantidad de gente que te marca...**

Mujer +60 años: Claro, si me gusta un comentario le pongo “me gusta”, y si recibe muchos “me gusta” aparece después abajo.

**E1: claro.**

Mujer +60 años: Yo pensé que eran ustedes

**E1: No. Quería preguntarles, ¿cómo se animan ustedes a escribir un comentario?, ¿ven alguna noticia?, ¿dicen “voy a intervenir”?, ¿qué es lo que pasa cuando...?, ¿cuál es la experiencia tuya?**

Mujer 50 años: No, yo cuando leo las noticias, normalmente leo las opiniones, y depende de lo que dicen las opiniones contesto. O si ... leo, de repente me dan ganas de contestar, pero voy viendo, y de repente voy viendo y me meto, y generalmente contesto algo, en base a lo que dice la noticia.

**E1: ¿pero lo dudas un poco?**

Mujer 50 años: no. Contesto no más.

**E1: ¿Mujer +60 años?**

Mujer +60 años: Yo, hoy día mismo, veo una noticia donde la ministra Matthei dice “mi nombre no está”, no, dice “se han olvidado un poco de mi nombre”. Una cosa así.

Mujer 50 años: ...lo desecharon.

Mujer +60 años: ...entonces yo inmediatamente le contesto a ella, ni siquiera leo.

**E1: ¿en ese caso no leíste la noticia?**

Mujer +60 años: No, y después yo saqué, yo le contesté a ella y después empiezo a ver qué es lo que pasa, pero no habían muchos comentarios cuando yo me vine. Y generalmente soy de las primeras en hacer un comentario, es que estoy todo el día en eso, sin hacer nada

[ríe].

**E1: ¿y don usted?**

Hombre 71 años: Yo hago un poco lectura rápida, titular, subtítulo, y los últimos párrafos. Son noticias como lo de Golborne, hoy día. Es una bola que ya viene en camino, entonces uno ya tiene una opinión formada. Entonces, lo que viene ahora, los corolarios, los epílogos, uno expresa una opinión, respecto de la opinión del redactor del artículo. Y después leo los comentarios, me doy vuelta y pongo “Me gusta”, “No me gusta”. Y veo de repente al Gato Viejo, y le pongo un comentario al Gato Viejo te fijas [risas]...

**E1: ¿y el resto también usa de poner “me gusta” a algún comentario?**

Hombre 59 años: Yo lo que hago es leer la noticia rápidamente, posteo algo, y después veo los comentarios, voy respondiendo... Y cuando a Gato Viejo le hacen morder el polvo, le pongo “pucha Gato Viejo, te quitaron el piso, te metiste en un problema, fuiste demasiado lejos” [risas] y él no contesta.

Mujer +60 años: Hay un señor Dubiot, siempre habla.

**E1: Hombre 70 años, ¿cómo lo haces?**

Hombre 70 años: Yo leo la noticia completa, la analizo, la reviso, y leo algunos comentarios, porque de repente aparecen 40 o 50 comentarios... [ante una conversación en paralelo sobre Gato Viejo, el moderador pide escuchar a quien habla]... y no se puede. Una vez que veo la idea de la noticia o de las opiniones que se están dando, doy la mía si es que creo que vale la pena, para aprobarla, rechazarla o para hacer un complemento a la idea: “me parece que faltó considerar tal cosa”. Pero siempre siempre en el entendido de que es un aporte, porque decir “Me gustó”, “No me gustó”, me parece pobre.

**E1: ¿pero marcas igual el “Me gusta?”**

Hombre 70 años: No, es muy raro que marque, salvo que sea un comentario muy extraordinariamente bueno.

Hombre 59 años: ¿Y no han pensado un modo en que uno efectivamente pueda dar noticias de un posteo que sea particularmente inaceptable?

**E1: ¿Cómo?**



Hombre 59 años: Cuando empiezan, por ejemplo, yo he visto posteos antisemitas, que esa cuestión a mí me parece impresentable, y generalmente me meto y me meto, pero totalmente fuerte, y no hay manera de sacarlo, y ésta es una cuestión que no puede estar. O cuando hay posteos que dicen “hay que matar a todos los comunistas” o “hay que matar a todos los momios”. Esa cuestión, el verbo “matar”, ya el expresar ese pensamiento, está expresando, en mi opinión, una mentalidad totalmente enferma, desquiciada. Eso yo creo que es ya una cuestión ofensiva.

Hombre 70 años: Eso no tendría que tener tribuna en medios que se respeten.

Hombre 59 años: Yo no sé cómo veo que hay gente que dice “habría que matar a todos los comunachos como tú”, o “habría que matar a todos los momios como tú”.

Mujer 50 años: A eso iba yo

Hombre 59 años: Cuando uno escribe “matar” es como tomar, ahora tanto que se discute de estos señores más al norte que venden armamento como quien compra pan amasado en la playa. Ya el hecho de escribir la palabra “matar” significa que hay una inhibición en el cerebro que se está dejando. A mí me costaría mucho escribir eso.

Hombre 70 años: Ahí tienes otra forma...

E1: ¿Tú querías agregar algo?

Mujer 56 años: Es con la palabra “matar”. Cuando tú ves las noticias: “mataron a la abuelita”, “mataron a...”, o sea, estamos rodeados de muerte. Nos hemos acostumbrado con las películas de violencia, con los monitos de los cabros chicos de violencia. O sea, la muerte para nosotros no es algo importante en este minuto.

Hombre 59 años: ¿Pero tú le escribirías a alguien con quien estás en desacuerdo, “ojalá te maten”?

Mujer 56 años: Se ha vulgarizado.

Hombre 70 años: O se le ha perdido el respeto a la palabra.

Hombre 59 años: Se le ha perdido el respeto.

Mujer 56 años: O sea, las noticias todos los días nos meten en la cabeza la muerte, de una forma u de otra. Entonces ya carece de valor para nosotros: “matar a los comunistas”, “matar a estos”, “matar a los otros”, como que voy a comer pan.

Hombre 71 años: El otro día fue un senador que dijo “ya matamos a uno” cuando destituyeron a Beyer, “ya matamos a uno”. Es decir, claro, estaba en el sentido figurado de la palabra matar, y los que nos formamos en el pensamiento cristiano recordamos que [ininteligible] a Saúl que había matado a Ben y a David que había matado a Benjamín entonces, nuestra cultura está... los derechos humanos...

Hombre 70 años: Pero en sentido figurado hay un montón de sinónimos que se pueden usar. Para qué usar el sentido figurado si se pueden usar las palabras correctas. Respetemos el idioma...

Mujer +60 años: ¿Por qué en las noticias cuando se trata de la señora, voy a ser bien pesada, de la Plaza Italia, ya no es la Plaza Italia, de la Plaza Las Lilas para arriba, dicen “la señora”, o “entraron a robaron a la señora”, o “la familia”, y cuando se trata de allá para abajo, entonces es “la mujer” o “el hombre”...

**E1: ¿Eso es algo que hacemos en el sitio?**

Hombre 59 años: Es el periodismo en general.

Hombre 70 años: A mí lo que más me molesta es que cuando son de sesenta para arriba, hablan de ancianos [risas; hablan al mismo tiempo]

Mujer +60 años: Hoy día yo leí “la vieja de Bachelet no tiene nada que ofrecer”, y lo dice un hombre de 72 años...

Hombre 70 años:... un cabrito.

Mujer 56 años: Pero esos son comentarios para picar.

**E1: Hay muchas cosas que podríamos estar conversando eternamente. Les agradezco harta la buena disposición, las opiniones y todo. Para finalizar quería preguntarles algo más general, ¿qué hacen en internet aparte?, ¿qué les gusta hacer en internet?, ¿de dónde se conectan?, ¿qué hacen?, ¿se comunican con la familia, los amigos? ¿Qué representa internet más allá de lo que estábamos hablando del aspecto noticioso?**

Mujer 56 años: Principalmente para mí es un instrumento de trabajo, de ahí partimos, y también para conectarse con los amigos que están lejos. Es una comunicación inmediata, pero no soy fanática de estar ahí pegada. Lo ocupo lo justo y lo necesario. Busco información rápida, lo inmediato. Hay mucha cosa inútil en internet. Además estoy ocho horas trabajando frente a computador...

**E1: ...más allá de lo noticioso, más allá de la noticia, más allá de lo que hablábamos antes, ¿qué pasa contigo?**

Hombre 71 años: Yo soy bloggero, manejo cuatro blogs, entonces me consume un porcentaje altísimo del día porque tiene chat, y yo censuro, lo que estábamos hablando, yo censuro.

Hombre 59 años: Tú eres moderador.

Hombre 71 años: Soy moderador. Y, los chats son anónimos, acepto el anónimo, pero sí me reservo el derecho de suprimir cualquier grosería y hay tanta. Voy rápidamente, lectura veloz. De repente se me pasa uno, pero me llaman por teléfono y me dicen “mira, saque esta tontera”. Entonces, [inintendible], pero me mantiene perfectamente informado de lo que ocurre [inintendible], entonces manejo 500, 600 chats al día

Mujer 56 años: ¿Y a qué hora comes calugas o algo? [risas]

Hombre 71 años: Me comí todos los sándwiches. [risas]

### **E1: ¿y en tu caso? ¿Para qué usas internet?**

Hombre 70 años: Yo lo uso mucho para, bueno, partamos de todo lo que es noticia, para comunicarme con gente. Lo uso mucho, y hay una cosa que me gusta mucho: seguir los campeonatos de golf por internet. Estados Unidos, Europa, todo. Y como te van actualizando, tú vas sabiendo exactamente lo que está pasando en ese minuto, allá. Es noticia de último momento. Eso lo uso mucho, y para comunicarme con gente cercana, mucho también. Me han pasado cosas curiosas: un día me llega un mail de un señor que dice “me encantaría saber si este R. M. [su nombre] que figura aquí estudió en el Verbo Divino, tiene tal edad, y salió del colegio en tal fecha, porque si es éste, fuimos compañeros de curso”. Y yo no lo había visto nunca después que salimos del colegio. Un hombre que vivía en Osorno, y que efectivamente habíamos sido compañeros de curso. Y no iba para las comidas que hacemos todos los años del curso del colegio, porque vive en Osorno, entonces le complica mucho en realidad. Pero han pasado más de 50 años.

Mujer 56 años: Esas cosas son fantásticas.

Hombre 70 años: Yo me quedé de una pieza, como decía una señora. Claro, porque te dejan helado estas cosas.

### **E1: es una forma de reconectarse...**

Hombre 70 años: ...y después me dice “porque R. M., no hay muchos”. [risas] Y somos cuatro, no más que yo sepa.

### **E1: ¿y tu experiencia?**

Mujer +60 años: Yo lo uso para jugar al casino. Me encanta. Fuera del país yo jugaba plata por internet, pero ahora no, porque no me atrevo. Encuentro que estoy muy lejos de todo, no, y me da susto la verdad. Y las noticias. Soy enferma de las noticias. Yo estuve casi ocho años con gente que les interesaba un rábano las noticias. Incluso, para el día más importante de Estados Unidos, en que el primer hombre negro de Estados Unidos le dieron la banda presidencial, esta gente puso otro canal. Vivía en Miami con puros cubanos. Los cubanos son enfermos de... son enfermos de..., ponte tú, entonces yo no puedo estar un día sin saber qué diablos pasa en mi país, y ojalá afuera también. Entonces, ¿qué pasa? tú ves un diario, yo no sé inglés, yo viví 10 años afuera. Yo no podía estar. Leía el Herald en español, y las Américas, en español, entonces lo internacional para ellos, el mundo, empieza en Cuba y termina el México y del resto, bien gracias. Europa para nada, bueno Chile menos. Entonces era desesperante, y eso es lo que hacía también allá. Yo salía de mi trabajo volando para mi casita.

**E1: y también lo usas como para conversar con otras personas**

Mujer +60 años: sí, claro. O sea, antes para allá, y ahora para acá. Es así.

Hombre 70 años: Ahora yo también lo uso para el diccionario, también lo ocupo para traducción.

Mujer 56 años: Para obtener información es un medio fantástico.

**E1: y tú, ¿cuál es tu experiencia, para qué lo usas?**

Mujer 50 años: Más que nada para trabajo, pero lo ocupo mucho en realidad. De lunes a viernes estoy pegada ocho horas en el computador, en internet, trabajo, trabajo, trabajo, y también [ininteligible], Me llega un correo a la oficina, ya lo miro, el titular si es interesante lo abro, si no, espero hasta el lunes.

**E1: ¿y tu caso?**

Hombre 59 años: Yo soy un poco Doctor Jekyll y Mister Hyde, porque de día básicamente todo el tráfico judicial, los expedientes y todo eso. Por lo tanto se consulta en línea las demandas, resoluciones, todo eso, Además, es muchísimo el tráfico de correo electrónico con los clientes. Que el informe, que esto, que la casa, que el contrato, que la demanda, que la contestación. Bueno, aparte de lo que estábamos conversando. Y en las tardes, por la casa, básicamente estar al tanto viendo los medios en línea. Nosotros logramos romper el *geobloqueo*, y vemos la televisión francesa en directo. Los canales de televisión abierta, que está bloqueada. Normalmente, sale un gráfico que dice “contenido no disponible en su país”.

**E1: ¿Eso es como ser hacker, no?**

Hombre 59 años: ...y bueno [risas]. Hay que hacerlo todo porque el fin justifica los medios. [risas] En este caso, lo hicimos después de un año de buscar cómo romper eso. Al final lo rompimos. Y tuvimos la suerte de poder ver los programas de France 2 y France 3, los canales de F1. Y en la noche yo me dedico a leer revistas de fotografía, que soy fotógrafo, revistas de fotografías, y a postear en blogs de fotógrafos.

**E1: O sea full internet.**

Hombre de 59 años: Yo cuando me desconecto, me viene una sensación de angustia, de desesperación.

Hombre 70 años: Síntoma de abstinencia, se llama. [risas]

Hombre 59 años: Mi suegro tiene una bonita casa en un lago en Chiloé, pero tiene la particularidad que para llegar a la casa, hay que llegar en bote, y no hay nada, o sea, ni siquiera tiene luz, tiene un acumulador. Y yo no voy y no voy porque no hay señal. Entonces cuando vamos de vacaciones, mi señora se va donde mi suegro y yo me quedo en Chiloé. Ahora, lo más fantástico, denme cinco minutos porque esto no lo van a volver a escuchar, de Facebook. Es lo siguiente. Yo me casé hace cuatro años. A mi señora no la veía hacía veinte, una antigua historia, y se me ocurre un buen día buscarla en Facebook y la encontré. Estaba en París, ella, feliz de la vida. Y terminamos aquí en Santiago. Nos cambiamos hace dos años. Si no la busco y si no la encuentro por Facebook sería otra vida la que estaría...

Mujer +60 años: Mira, qué bonito.

Hombre 59 años: El Facebook realmente me cambió. Me reencontré con un antiguo amor después de veinte años. Estábamos los dos en un estado de animación suspendida muy similar. La fui a ver, después la fui a ver a los otros dos meses, y a los dos meses siguientes la fui a buscar.

E2: Que lindo.

Hombre 71 años: Nos emocionaste a todos.

Realmente

[Se comenta la historia, inentendible]

Mujer 56 años: Me van a tener que disculpar, pero me parece insólito, de verdad, que se gasten tantas horas del día, pegados en el computador.

Mujer +60 años: ...depende

Mujer 56 años: ¿De qué depende?

Mujer +60 años: ...de tu trabajo...

Mujer 56 años: No, tú trabajas las ocho horas, yo trabajo las ocho horas, pero de verdad, me sorprende. Algunos de acá que dicen que pasan el día entero. Tú dices “no voy a veranear porque no tengo conexión”.

**E1: ¿Estás impactada?**

Mujer 56 años: De verdad me impacta.

Hombre 59 años: Para mí es fundamental, porque lo que yo hago, uno tiene plazos. Hay cuestiones judiciales que se vienen encima, y el cliente “no, yo quiero que lo hagas tú, no que lo haga otra persona”.

Mujer 56 años: ¿y qué pasa si mañana no hay luz?

Hombre 59 años: No, pero eso fue un entorpecimiento general. Para el terremoto, por ejemplo, fue un entorpecimiento general. Pero a mí me quitan los medios, me quitan la televisión en directo de otro país, me quitan las revistas, yo te digo, todo. O sea, agarro mi cámara y salgo a sacar fotos, pero voy a sentir que me falta algo.

Mujer +60 años: Pero mira, esto es lo mismo que cuando, si tú siempre usas reloj, y sales sin reloj, te sientes desnuda. Imagínatelo sin internet, es exactamente lo mismo. O cuando esto empezó [muestra el celular], tú lo dejabas en la casa y lo tenías que volver a buscar el celular.

Hombre 59 años: Hay un elemento adicional que hay que considerar, que no es el tiempo que uno pasa conectado, es la calidad del tiempo que uno pasa conectado, es decir, en qué. Porque si tú estás conectada jugando flipper, cosas en línea, sin nada que sea productivo realmente, puede que se considere una pérdida de tiempo, pero cuando te estás enriqueciendo con información.

Mujer 56 años: No digo que sea una pérdida de tiempo, digo la cantidad de tiempo que uno deja esta cotidianeidad verbal, por decirlo así, la conversación. El mejor amigo del hombre ya no es el perro...

Hombre 71 años: Es el computador.

Mujer 56 años: O sea, uno está todo el día en lo mismo.

**E1: pero también te comunicas con otras personas.**

Mujer +60 años: Claro, exactamente. Estás interactuando con otra persona.

Mujer 56 años: Obvio.

Mujer 56 años: ...pero no habla.

### **E1: Y usted, ¿cómo usa internet?**

Hombre 72 años: Yo creo que es una herramienta formidable, porque yo soy muy desordenado para mis cosas, entonces de repente lo uso para investigar, para buscar una palabra que no entiendo, me meto, algunas cosas en latín, por ejemplo, que me enseñaron un poquito en el colegio, se me ha olvidado. Me meto, ponte tú, a ver una canción de Frank Sinatra o qué sé yo, y ahí realment puedo pescar cosas que me pueden mantener entretenido por algunos minutos. Ahora, yo en el día me meto puntualmente, no estoy todo el día sentado, prefiero estar jugando golf [risas].

Hombre 71 años: Es más entretenido.

Hombre 72 años: Pero yo veo gente, tengo amigos que andan con sus celulares y los tienen conectados, te dicen las yardas, saben cuántas yardas, saben todo por ahí [se refiere al celular]. Otro dice que te dice que el sol está, no sé dónde. Yo no tengo esa tecnología, lo uso para llamar, pero yo creo que esto es una herramienta formidable. Yo pienso en el notebook, ponte tú, el celular. Entre el notebook y el celular, yo creo que tengo 30 personas menos, por lo menos, de los que tenía antes porque antes tenía dos secretarias y este y el de allá [se refiere a las personas que ya no emplea porque no son necesarias en su empresa]

Mujer +60 años: ahora vas a hacer un depósito y todo lo demás

Hombre 72 años: ... todos los archivos, uno los deja en su computador

Hombre 59 años: fue lo que pasó con los abogados. [lo interrumpen] El borrador en papel este barato, la secretaria que lo tipeaba, [ininteligible] computador

Hombre 70 años: pongo R... [dice su nombre], no cierto, y me sale todo en el computador.

### **E1: Están todos sus datos.**

Hombre 70 años: Hay ciertas cosas que a mí me llaman la atención, con esto tanto del e-mail y el... . Es, por ejemplo, documentos, en el caso de ustedes, no es cierto,, que se conversan, entre comillas, por internet y que sería mucho más rápido y en media hora conversarlo personalmente y estaría todo solucionado.

Mujer 50 años: Yo lo hago mucho en el trabajo. Llamo, da lo mismo con quién, y después para confirmar lo que yo hablé por teléfono, mando el mail.

Hombre 70 años: porque el otro día me tocó hacer un reglamento para los campeonatos... Yo trabajo mucho en la Federación Chilena de Golf. Eran 14 páginas. Lo mandé por internet. Si nos hubiéramos juntado, en media hora lo despachamos con la opinión de todos. Pero éste iba para allá, que el otro

andaba afuera, que volvía, que no volvía, en vez de hacerlo rápido nos demoramos como 10 días.

Hombre 59 años: Depende cómo se va a hacer. Yo no tengo monitor, tengo un televisor de 42 pulgadas de alta definición, y ahí tengo varias ventanas. Entonces, ¿qué hago? Skype, pantalla, frente a frente, y documento abierto al lado, y el cliente lo tiene en el computador, y empiezo a trabajar en el documento. Listo, terminamos, conferencia, ninguno se movió...

Mujer +60 años: es que usted maneja regio todo el cuento.

[hablan al mismo tiempo]

**E1: Bueno, les quiero hacer una última pregunta digamos, si para finalizar alguno de ustedes quiere hacer algún comentario, algún aporte, algo que no hayamos hablado**

Hombre 70 años: Yo un comentario a esto. Creo que es una excelente iniciativa la de ustedes, porque les hace primero un *feedback* de lo que están haciendo, que es una retroalimentación, como se dice en español, que puede ser muy interesante para ustedes. Ojalá este tipo de cosas lo hicieran con más gente y llegaran a un espectro un poco más amplio, para tener una visión lo más completa posible. Creo que es muy interesante.

[Comentan situaciones ajenas al focus group y aquí termina el grupo de discusión propiamente tal]



## **7.4 Entrevista a Sebastián Campaña, editor de Emol**

(Realizada el 2 de mayo de 2013)

### **-¿Qué es diferente hoy en periodismo web, en relación a diez años atrás?**

-Un aspecto: Hoy el periodismo web se financia, diez años atrás no. Hay un modelo de negocios que permite financiar el ejercicio de la operación. Ha ido decantando tanto el tipo de periodismo web en Chile, que se ha enfocado a un tipo de información online que no es de mayor profundidad. Se ha validado la información de último minuto. Hay un público muy fiel.

-También hay un aspecto de hardware, que es la explosión de smartphones, los que se han duplicado en un año, pasando en Emol al 15% de las visitas totales. Y el fin de semana es del 50%.

-El tema de las redes sociales ha decantado la participación de la gente en las redes. No es un periodismo ciudadano, pero actualmente existe una participación de la gente que es parte de la oferta de los medios. Además Twitter se ha convertido en una herramienta formidable...

### **-¿Qué ha cambiado en los sitios este auge de la navegación vía smartphones?**

- Crece el tiempo de navegación ya que las personas llevan sus teléfonos a todas partes. Hoy lejos lo que más se usa para entrar a Emol son los iPhones, seguidos de los iPad.

### **- ¿Cuál es la realidad en términos de la profundidad de las noticias? Hablabas de un periodismo que se caracteriza por informaciones de poca profundidad...**

- Son menos profundas y esto tiene que ver con la maduración de la industria. Se hace un periodismo de acuerdo a los recursos, que hoy son menores que los de los medios tradicionales, pero cuando la industria sube sus niveles de ingreso deberá mejorar la calidad del contenido. También hay un tema súper relevante en periodismo y es que en internet, en televisión, te das cuenta de las tendencias de las personas. Es un consumo más íntimo. El morbo, la farándula, tiene un impacto y que presiona a los medios. El gran desafío es saber equilibrar el consumo que hace la gente de temas como estos con los temas que tienen real impacto noticioso. Ahí está la opción editorial de decir "esto es importante". A las notas políticas no les va bien, excepto, por ejemplo, a las de la salida de Golborne de la campaña y su reemplazo por Longueira.

**-¿Cuándo lograron el equilibrio financiero y se convirtieron en un medio web que generaba ganancias?**

-Recién el 2005 a 2006 empezó a tener un equilibrio en las cifras. En esos años teníamos dos millones de visitantes únicos y era una audiencia de impacto. Hoy son alrededor de 6 millones de visitantes únicos mensuales.

**-¿Cómo cambió a Emol la adopción de una caja de comentarios para sus noticias?**

- A Emol le agrega una instancia de participación de la que carecía y que le da más valor a nuestro sitio. Esta caja asociada a Facebook la implementamos en octubre de 2010 y significó un aumento de tráfico y un nivel altísimo de participación. Sin embargo, son cajas que detonan un nivel de agresividad que hace necesaria una mediación.

**-¿Cómo realizan esa mediación?**

-Son dos personas que ven los comentarios y no dan abasto. Hacemos una mediación... Hemos descubierto que los primeros comentarios ayudan a crear el tono de lo que viene después, del debate. El espacio de libertad de expresión es muy valorado y por lo mismo hay que tener bastante cuidado al tomar la decisión de bloquear un comentario, pero se debe hacer cuando algunas personas se dedican solamente a insultar a otros.

-Además en relación a los insultos hay un área que legalmente no es muy clara en el sentido de quién es responsable de los insultos en Facebook.

**-¿Es una ventaja que la caja de comentarios sea la de Facebook?**

-Claro, porque la gente se mueve por allí, por las redes sociales. Está, además, toda la información de las personas puesta, el nombre, su foto, todo. Si no estás en redes sociales te quedas fuera de la discusión de un tema, pero no todo lo que se debate es publicable.

**-¿Cómo interactúan los adultos mayores en el sitio?**

-Ellos tienen un consumo más cuidadoso de lo que leen. Son personas que reclaman cuando la información no tiene un filtro editorial fuerte. Les molesta que se escriba mal y reclaman más. Exigen del periodismo más calidad, más cuidado. Todavía se preocupan de la ortografía, de la redacción, de cómo se escribe. Sin embargo, donde hay más por crecer es en los jóvenes.

**-¿Pero es el estrato que parece más difícil de capturar por parte de los medios tradicionales?**

-Hay una dificultad en llegar a ellos. Es un gran tema: ¿Cómo ganarse a ese público que no le cree a los medios tradicionales. Son críticos de la cobertura de los temas sociales en los medios tradicionales. Ahí está el trabajo.

#### **7.4 Entrevista a Francisco Lira, gerente de Web Analytics**

##### **-¿Qué cambio la llegada de las cajas de comentarios a los sitios de periodismo web?**

- Estas generan un *engagement*, ayudan a crear una identificación con el medio porque hoy yo puedo ir a diez sitios distintos y ver en ellos las mismas noticias. En cambio, donde hay un espacio para comentar las noticias existe también una comunidad donde puedo opinar.

- Las noticias orientadas al breaking news no tienen mucho desarrollo y el que tengan adicionalmente comentarios las hacen más entretenidas. Se les agrega valor a las noticias. Más comentarios hacen más atractivas RUTa las noticias y al sitio. Quienes comentan las noticias a través de sus cuentas Facebook generan más comentarios ya que sus opiniones son vistas por sus amigos, aunque estos no sigan al sitio están estas noticias. Además, si estás viendo las noticias de Emol La Segunda o Soychile.cl y un amigo tuyo comentó la noticia este comentario sale en primer lugar. Los comentarios que tuvieron más *likes* se ven en primer lugar del listado de comentarios lo que premia esa selección, ésta se queda más tiempo.

##### **-¿Cómo cambia la forma de leer una noticia las cajas de comentarios?**

-El aumento del tiempo de permanencia en las noticias, y en el mismo sitio, revela que las personas sí leen esos comentarios. Si no se diera ese aumento en el tiempo de permanencia en el sitio sería señal de que estas opiniones no son de interés para la gente. La existencia de estos comentarios hacen más atractivas las noticias y generan un círculo virtuoso que se refleja en el mayor tiempo que las personas emplean en ver las noticias. Hay una relación directa entre el mayor número de comentarios que genera una noticia y el mayor tiempo que las personas emplean en ver esa noticia.

##### **-¿Cuáles son las tendencias que vienen en materia de acceso a sitios noticiosos?**

- Pronto la mitad de la audiencia tendrá smartphones y accederá a los sitios desde ellos, y en forma permanente. Es dónde viene un mayor crecimiento, más que en tablets, que aunque han tenido un gran crecimiento, están muy lejos de acercarse al crecimiento de los teléfonos inteligentes.

