EDITORIAL

En 2013, *Cuadernos.info* cumplió 29 años de vida, y qué mejor regalo de aniversario que haber sido elegida por la prestigiosa editorial Elsevier para ser incluida en su índice Scopus, la base de datos de publicaciones periódicas de corte científico más amplia del mundo. Esto marca un hito más en el trabajo de consolidación de la revista, que busca ser el medio de referencia de la disciplina de comunicaciones más relevante editado en América Latina. Además, junto con el cambio de nombre que debutó en el número pasado, hemos rediseñado la revista, tanto en su versión impresa como en su versión electrónica (www.cuadernos.info). Nuestro objetivo principal ha sido facilitar la lectura y citación de los artículos, así como adaptar la revista al formato PDF cumpliendo fielmente el estilo APA. Por eso, los invitamos a disfrutar y compartir esta nueva era de *Cuadernos.info.*

Sebastián Valenzuela, ***editor en jefe***
Daniela Grassau, ***editora***

LAS NUEVAS AUDIENCIAS

Ingrid Bachmann, ***editora invitada***

Además de los cambios propios de la digitalización, el siglo XXI ha sido testigo de transformaciones radicales en la manera en que operan y entendemos a las audiencias de los medios de comunicación. En un escenario de convergencia de plataformas, abundancia de medios y consumidores que muchas veces son también productores de contenidos, se hace necesario examinar el papel de los usuarios y los desafíos que presentan a la industria, en ocasiones reacia a modificar su cultura y sus prácticas, y renuente a aceptar la creciente segmentación de públicos.

El apartado temático de este número de *Cuadernos.info* recoge este cuestionamiento al paradigma tradicional de emisor-mensaje-receptor-efecto y la comunicación lineal. Se trata de cinco trabajos que exploran el poder de las nuevas audiencias, qué es lo que los usuarios hacen con los contenidos mediáticos y cómo se pueden medir la magnitud y el impacto de las audiencias.

El trabajo de Jorge Fábregas y George Vega examina la interacción entre televisión y Twitter y apunta a precisar el impacto real de contenidos televisivos sobre la red social. A partir de un análisis de la Teletón 2012 en Chile, los investigadores dan cuenta de una asociación positiva y significativa entre el *rating* de este evento televisivo el flujo de tweets por minuto, especialmente en el horario estelar.

En esa misma línea, Cristián Buzeta y Patricio Moyano analizan cómo las actuales metodologías para la medición

de audiencias en la televisión analógica son desafiadas por la digitalización de las señales. Asimismo, revisan las opciones tecnológicas disponibles y dan cuenta de las razones que llevaron en Chile a optar por una que lograra satisfacer las necesidades de medición analógica y digital en paralelo y fuera compatible con mediciones sobre plataformas de consumo audiovisual distintas a la televisión.

El foco en los usos sociales que la audiencia hace de los contenidos televisivos da pie al estudio de Beatriz Drake Tapia y Yilian Machado Pérez. Con un enfoque cualitativo, su trabajo explora los procesos de apropiación y asignación de significados de tres familias de La Habana en torno a una telenovela brasileña, desde la modificación de las rutinas hogareñas para seguir la serie hasta la identificación y la empatía con los personajes y situaciones representados. Las diferentes estrategias interpretativas identificadas por las autoras enfatizan la relevancia del melodrama en las interacciones comunicativas de los usuarios.

El papel más activo de las audiencias en la generación de contenidos periodísticos es el objeto del trabajo de Koldobika Meso Ayerdi. Su revisión sobre la literatura reciente en torno al llamado periodismo participativo plantea los desafíos y ventajas de incorporar a los ciudadanos en la producción periodística y actualiza las interrogantes que surgen en relación a la identidad del periodismo, la calidad de la información y la identidad de los profesionales de los medios.

Con una mirada distinta, el estudio de Isabel Awad, María Domínguez y Angélica Bulnes explora los esfuerzos de ciudadanos comunes y corrientes –en este caso, dirigentas de campamentos en Chile— por influir en los contenidos que los medios reportan sobre sus comunidades. En lugar de simplemente aceptar y recibir pasivamente esa cobertura en los medios tradicionales, estas mujeres reivindican su imagen. Su conclusión es que grupos oprimidos realizan esfuerzos sistemáticos por definir la representación que los medios hacen de ellos.

Los cinco artículos representan un aporte a un debate cada vez más importante sobre el rol de las audiencias en el actual escenario medial. Cada uno pone de relieve la necesidad de reformular las definiciones tradicionales sobre el público —consumidor, usuario y agente— de los contenidos de los medios, lejos de concepciones monolíticas. El desafío para la industria está planteado y el campo de investigación abierto para ahondar en estas complejas interacciones.