

Rutinas periodísticas y audiencias en medios locales: Un estudio de casos múltiples en el norte de Chile

Carolina Rodríguez Malebrán*

<https://orcid.org/0000-0002-7642-7559>

<https://ror.org/01ht74751>

La Serena, Chile

crodriguez@userena.cl

Pablo Andrada

<https://orcid.org/0000-0002-2887-5517>

<https://ror.org/01ht74751>

La Serena, Chile

pablo.andrada@userena.cl

Natalia Angulo Moncayo

<https://orcid.org/0000-0002-9293-1448>

<https://ror.org/010n0x685>

Quito, Ecuador

naangulo@uce.edu.ec

Fecha de finalización: 16 de diciembre de 2025.

Recibido: 16 de diciembre de 2025.

Aceptado: 22 de abril de 2026.

Publicado: 23 de junio de 2026.

DOI: <https://doi.org/10.26422/aucom.2026.1503.rod>

Resumen

Los medios de proximidad constituyen actores fundamentales del ecosistema comunicacional de los territorios que visibilizan problemáticas locales y combaten el centralismo informativo. Al igual que los grandes medios, enfrentan una crisis estructural caracterizada por disminución de audiencias y caída de ingresos publicitarios. Sin embargo, la evidencia sobre rutinas periodísticas de medios locales situados en territorios apartados de centros metropolitanos es escasa, en especial para el



caso chileno. Este estudio analiza las rutinas periodísticas y estrategias de adaptación digital de medios de proximidad en dos regiones del norte de Chile en un escenario de transformación digital acelerada. La metodología empleó un diseño cualitativo de estudio de casos múltiples, examinando seis medios multiplataforma locales, populares y representativos del territorio. La recolección de datos incluyó seis entrevistas semiestructuradas a editores y la aplicación complementaria de un cuestionario a 22 periodistas durante el primer semestre de 2024. Se realizó un análisis inductivo procesado en ATLAS.ti 25 para el caso de las entrevistas y un análisis descriptivo de los cuestionarios. Los hallazgos se articulan en torno a tres resultados principales: polivalencia profesional con periodistas multitarea, produciendo contenidos en distintas plataformas bajo limitaciones estructurales; función coproductiva de la audiencia en la construcción colaborativa de la agenda informativa local y desarrollo de estrategias adaptativas basadas en alianzas externas y aprovechamiento de la cercanía geográfica en materia de contenidos. Se concluye que los medios de proximidad operan como empresas privadas con un fin público según dimensiones comerciales, comunitarias y tecnológicas. Funcionan con un número limitado de profesionales cuyas rutinas se configuran bajo las presiones comerciales y las demandas de las audiencias digitales, lo que afecta su autonomía editorial y los somete a una doble subordinación. A partir de lo anterior, la sustentabilidad y funciones democratizadoras son puestas en tensión, lo que requiere políticas públicas sectoriales y descentralizadoras.

Palabras clave: adaptación digital, audiencias, medios de proximidad, rutinas periodísticas, periodismo local, Chile.

Journalistic Routines and Audiences in Local Media: A Multiple-Case Study in Northern Chile

Abstract

Proximity media constitute key actors in territorial communication ecosystems by making local issues visible and countering information centralism. Like large media outlets, they face a structural crisis marked by declining audiences and falling advertising revenues. However, evidence on the journalistic routines of local media located in territories far from metropolitan centers remains limited, particularly in the Chilean case. This study analyzes the journalistic routines and digital adaptation strategies of proximity media in two regions of northern Chile in a context of

accelerated digital transformation. The study employed a qualitative multiple-case-study design, examining six local, popular, and territorially representative multiplatform media outlets. Data collection included six semi-structured interviews with editors, and a complementary questionnaire administered to 22 journalists, during the first half of 2024. Interview data were analyzed inductively using ATLAS.ti 25, while questionnaire responses were examined through descriptive analysis. The findings are organized around three main results: professional versatility among multitasking journalists producing content across different platforms under structural constraints; the co-productive role of audiences in the collaborative construction of the local news agenda; and the development of adaptive strategies based on external partnerships and the use of geographic proximity in content production. The study concludes that proximity media operate as private companies with a public purpose across commercial, community, and technological dimensions. They function with a limited number of professionals whose routines are shaped by commercial pressures and the demands of digital audiences, affecting editorial autonomy and subjecting them to a form of double subordination. In this context, their sustainability and democratizing functions are placed under strain, highlighting the need for sector-specific and decentralizing public policies.

Keywords: audiences, proximity media, journalistic routines, digital adaptation, local journalism, Chile.

Rotinas jornalísticas e audiências nos meios locais: Um estudo de casos múltiplos no norte do Chile

Resumo

Os meios de comunicação de proximidade constituem atores fundamentais do ecossistema comunicacional dos territórios, ao darem visibilidade às problemáticas locais e ao combaterem o centralismo informativo. Tal como os grandes meios de comunicação, enfrentam uma crise estrutural caracterizada pela diminuição das audiências e pela queda das receitas publicitárias. No entanto, as evidências sobre as rotinas jornalísticas dos meios locais situados em territórios afastados dos centros metropolitanos ainda são escassas, especialmente no caso chileno. Este estudo analisa as rotinas jornalísticas e as estratégias de adaptação digital dos meios de comunicação de proximidade em duas regiões do norte do Chile, num contexto de transformação digital acelerada. A metodologia baseou-se num desenho qualitativo de estudo de casos

múltiplos, examinando seis medios de comunicación locales, multiplataforma, populares e representativos del territorio. La recolección de datos incluyó seis entrevistas semiestructuradas con editores y la aplicación complementaria de un cuestionario a 22 periodistas durante el primer semestre de 2024. En el caso de las entrevistas, se realizó un análisis inductivo con recurso al ATLAS.ti 25, mientras que los cuestionarios fueron sometidos a análisis descriptivo. Los resultados articulan-se en torno de tres ejes principales: la polivalencia profesional de periodistas multitarea, que producen contenidos para diferentes plataformas bajo limitaciones estructurales; la función coproductiva de la audiencia en la construcción colaborativa de la agenda informativa local; y el desarrollo de estrategias adaptativas basadas en alianzas externas y el aprovechamiento de la proximidad geográfica en la producción de contenidos. Se concluyó que los medios de comunicación de proximidad operan como empresas privadas con un fin público, articulando dimensiones comerciales, comunitarias y tecnológicas. Funcionan con un número limitado de profesionales, cuyas rutinas son moldeadas por las presiones comerciales y por las exigencias de las audiencias digitales, lo que afecta a su autonomía editorial y los somete a una doble subordinación. En este contexto, las funciones democratizadoras quedan bajo tensión, lo que exige políticas públicas sectoriales y descentralizadoras.

Palabras clave: adaptación digital, audiencias, medios de proximidad, rutinas periodísticas, periodismo local, Chile.

Introducción

Los medios de proximidad constituyen actores fundamentales en el ecosistema comunicacional, visibilizan problemáticas locales y combaten el centralismo informativo de los medios nacionales en los territorios (Jenkins y Nielsen, 2020). Estos medios otorgan voz a la ciudadanía, funcionan como espacios en que las personas se convierten en fuentes fiables de noticias locales, lo que genera mayor representatividad y adhesión entre medios, audiencias y espacios geográficos (Mathisen, 2023). Su valor trasciende a lo informativo, ya que actúan, en términos de Matthews (2025), como una “infraestructura social accidental”, puesto que pese a ser entidades privadas con fines comerciales, contribuyen al fortalecimiento del tejido social y promueven un sentido de unión y pertenencia comunitaria (Nielsen, 2015; Dalmus et al., 2024). Sin embargo, la crisis estructural que afecta a los medios tradicionales también amenaza la

sostenibilidad de los medios de proximidad. La disminución de audiencias, la caída de ingresos publicitarios y el agotamiento de modelos de negocio que no logran adaptarse al ecosistema digital han generado un “círculo vicioso” (Heiselberg y Hopmann, 2024), en el que la pérdida de recursos afecta la calidad, reduce la audiencia y, en consecuencia, los ingresos. Esta situación se agrava por la resistencia de muchos medios locales a la innovación digital, al no percibirla como una oportunidad de negocio rentable (Martori, 2024).

Desde la subdisciplina de la geografía de la comunicación, Nanni (2025) advierte que las áreas menos pobladas o periféricas requieren una distribución más equitativa de recursos estatales, pues de lo contrario sus medios locales y comunidades seguirán enfrentando procesos de vulnerabilidad.

En Chile, los medios locales enfrentan desafíos particulares. El modelo exclusivamente privado de financiamiento ha impactado negativamente la producción local (Sáez et al., 2023), y es un problema recurrente en América Latina (IFPIM, 2025). No obstante, las audiencias locales continúan demandando contenidos de sus territorios y mantienen afinidad con sus medios (Rodríguez et al., 2024; Arcaya, 2024).

Las rutinas de producción en medios de proximidad no han recibido la misma atención académica que los medios de cobertura nacional. Una excepción es el estudio sobre la crisis de la industria medial y la precarización del empleo periodístico (Grassau et al., 2021; Grassau et al., 2023). Pese a esta contribución, los estudios siguen siendo insuficientes, especialmente en investigaciones con foco territorial sobre salas de prensa de medios locales chilenos. Tampoco existe un catastro oficial de medios radiales, televisivos o multiplataforma en las regiones chilenas, pues la información está dispersa y no refleja el dinamismo de los medios de proximidad.

Desde una perspectiva situada, este estudio entiende los medios locales y regionales como parte de los medios de proximidad, pues son actores informativos vinculados a una comunidad geográficamente acotada, con la que comparten experiencias compartidas reflejadas en su programación y contenidos (Martori, 2024; Alonso, 2024; Rodríguez y Mohammadi, 2022). El objetivo de esta investigación es analizar las rutinas de producción de los medios audiovisuales de las regiones de Coquimbo y Atacama, de Chile, para identificar las estrategias que utilizan en la generación de contenidos de proximidad y su adaptabilidad al ecosistema digital. Los objetivos específicos son: 1) caracterizar a los medios de proximidad chilenos en

términos de tamaño, perfiles profesionales y recursos; 2) identificar las prácticas editoriales y profesionales de los medios locales; y 3) describir los contenidos que difunden estos medios de proximidad.

Este trabajo contribuye a llenar un vacío en el campo de estudios sobre periodismo local al abordar una falta de conocimiento específico sobre las rutinas de producción en medios de proximidad del norte de Chile. Disciplinariamente, esta investigación atiende a la necesidad de descentralizar la sociología de la producción de noticias (*newsmaking*), la cual se ha centrado preferentemente en los medios nacionales y centros metropolitanos (Nielsen, 2015). Al analizar territorios periféricos, el estudio aporta una perspectiva de prácticas situadas -en diálogo con la geografía de la comunicación propuesta por Nanni (2025)- permitiendo comprender que las rutinas periodísticas no son universales, sino que actúan como una burocracia condicionada materialmente por la escasez de recursos y el aislamiento (Stange et al., 2018).

La literatura existente muestra que el periodismo y las noticias locales son relevantes en la vida cotidiana de muchas personas en los planos político, económico, social y cultural (Nielsen, 2015). Por ello, es fundamental analizar las rutinas periodísticas que caracterizan a estos medios para identificar retos emergentes y estrategias innovadoras en un panorama mediático cambiante, marcado por los avances de la comunicación digital. Además, se aporta evidencia empírica sobre el papel de estos medios como vertebradores del tejido social y su capacidad de mantener vínculos estrechos con sus audiencias en un entorno cada vez más competitivo.

Periodismo digital

Internet, la digitalización y las redes sociodigitales transformaron rutinas mediáticas y de periodistas (Barrios y Zambrano, 2015), independientemente de si pertenecen a un medio nacional o local.

Las rutinas se definen como estructuras institucionalizadas que median entre las presiones del oficio y el contexto externo (Tuchman, 1978; Shoemaker y Reese, 1996).

Desde la perspectiva del *newsmaking*, las rutinas se entienden como las operaciones concretas que los periodistas realizan cotidianamente para una noticia, centrándose en la búsqueda y recogida de información en interacción con las fuentes. También se entienden como un “conjunto de procedimientos reiterativos, naturalizados, compartidos, jerarquizados y estandarizados establecidos para la elaboración diaria de informaciones de prensa” (Del Valle et al., 2015, p. 319). En este contexto, las rutinas

no se abordan como meros procedimientos administrativos, sino como prácticas situadas. Siguiendo a Nielsen (2015), estos “medios clave” sostienen la ecología informativa local pese a su escala reducida. Desde esta perspectiva, la presente investigación aporta a examinar cómo la escasez material reconfigura los estándares del *newsmaking* clásico, diseñado originalmente para grandes redacciones metropolitanas.

La digitalización cambió drásticamente la forma de producción, distribución y consumo de la información, así como las rutinas de los periodistas y su interacción con la audiencia (Bernal et al., 2024). Esto se agrava con la omnipresencia de los sistemas de mediciones de consumo, los que tienen un efecto disruptivo en la industria de las noticias y en las rutinas de trabajo de los periodistas (Focás, 2023).

En este estudio, la innovación periodística se define, siguiendo a Martori (2024) y Brigas et al. (2025), como un proceso de cambio organizacional que trasciende la mera adopción tecnológica. Esta noción implica adaptar lo existente para generar nuevos productos, procesos y formas de relación con la audiencia, integrando transformaciones editoriales y profesionales situadas en su contexto geográfico.

Cambios en las rutinas: multifuncionalidad y limitaciones de recursos

La pandemia de Covid-19 aceleró cambios tecnológicos y obligó a los medios a modificar dinámicas habituales, adaptar rutinas periodísticas e introducir nuevas tecnologías para la producción y transmisión de noticias (Martori, 2024; Bernal et al., 2024; Grassau et al., 2023). Estos cambios impactaron de forma desigual según el contexto geográfico y la disponibilidad de recursos. La multifuncionalidad profesional emerge como rasgo distintivo de los medios locales bajo restricciones financieras, tanto en el norte global como en América Latina. Por ejemplo, en ciudades pequeñas y zonas rurales o semiurbanas de Estados Unidos, los periodistas redactan, titulan, graban videos, toman fotografías, administran redes sociales y monitorean la web (Radcliffe y Ali, 2017). En medios locales noruegos, los equipos reducidos generan limitaciones similares (Mathisen, 2023) y en Cataluña, España los roles especializados han desaparecido por la reducción de los equipos de trabajo (Martori, 2024).

En América Latina, Alonso (2024) documenta la polivalencia profesional argentina como una rutina institucionalizada: periodistas multitarea producen para radio, televisión, prensa gráfica y plataformas digitales simultáneamente. Por su parte, Tejedor et al. (2020) analizando a medios nativos digitales de Colombia, México, Ecuador, Venezuela, Cuba, Guatemala, Argentina y Chile identificaron una relación con las

audiencias de carácter horizontal, con equipos de trabajo híbridos y salas de prensa reducidas.

Pese a este avance en el vínculo con el usuario, la agenda informativa sigue marcada por la dependencia institucional. Alonso (2024) documenta que periodistas de medios locales argentinos dependen en exceso de comunicados oficiales, lo que homogeneiza contenidos y favorece el periodismo de escritorio por sobre el reporteo en terreno. Focás (2023) evidencia que las métricas de consumo reconfiguran los criterios de noticiabilidad, tensionando las relaciones entre editores de audiencias y periodistas, ya que a menudo determinan el tipo de contenido y su abordaje.

En Chile las rutinas de los medios de comunicación se han estudiado desde los siguientes enfoques. Stange et al. (2018) analizaron rutinas de medios situados en la zona norte y sur de Chile, comparando estas prácticas con las de periodistas de medios nacionales. Concluyeron que estas rutinas tienden a estandarizarse, fenómeno observado tanto a nivel nacional y regional. Además, identificaron una carga laboral desproporcionada en medios regionales. La mayoría de los periodistas firma siete o más notas semanales, duplicando prácticamente el volumen de trabajo respecto a medios nacionales (Stange et al., 2018). Por su parte, Greene et al. (2024) demostraron que las rutinas editoriales en los medios locales chilenos están fuertemente influidas por el *feedback* de las audiencias y el uso de métricas.

Contenidos de proximidad

Los contenidos de los medios de proximidad se caracterizan por su conexión con la comunidad y por su papel en la representación del territorio y la cohesión social (Martori, 2023). Su programación se enfoca en la experiencia cotidiana de las audiencias, incluyendo sus preocupaciones, patrimonio cultural y memoria histórica, con el objetivo de fortalecer la identidad local y promover la participación ciudadana (Rodríguez et al., 2024). Estos medios brindan información de cercanía y visibilizan voces comunitarias ausentes en los medios nacionales (Alonso, 2024; Rodríguez y Mohammadi, 2022). Aunque la adopción de narrativas multimedia y *transmedia* es aún limitada, crece el uso de videos, fotografías y podcast para mejorar la conexión digital con el público (Martori, 2023; Martori, 2024; Bernal et al., 2024).

Sin embargo, la producción propia de contenidos enfrenta importantes condicionamientos. Rivero (2023) identifica una dependencia tecnológica asimétrica entre las grandes plataformas de distribución y actores locales periféricos, como medios

comunitarios o locales. Como resultado, estos medios se ven obligados a organizar sus actividades según los flujos dominantes de distribución y estándares globales.

Por otra parte, ante la dependencia de noticias basadas en comunicados de prensa, predomina una mirada más oficial del periodismo por sobre el reporteo en terreno (Alonso, 2024; Stange et al., 2018).

Respecto de los temas más tratados por estos medios, observamos que los contenidos más comunes incluyen servicio público e información de la vida diaria. Estas materias ofrecen información sobre panoramas de cultura, horarios de transporte y pronóstico del tiempo (Alonso, 2024). En el contexto de la televisión de proximidad en Chile, se valora el rol de difundir noticias sobre iniciativas municipales, proyectos sociales y actividades educativas o de salud (Rodríguez et al., 2024; Rodríguez y Mohammadi, 2022).

Esta mixtura entre sociedad y territorio permite que el periodismo de proximidad evidencie las identidades locales y fomente la participación ciudadana (Ordóñez et al., 2019). En este escenario, los roles de defensa (*advocacy*) y vigilancia (*watchdog*) coexisten, dado que la defensa de las comunidades implica necesariamente fiscalizar a quienes ejercen el poder (Heiselberg, 2024; Matthews, 2025). Esta labor se apoya hoy en herramientas digitales y redes sociales que actúan como fuentes críticas para el desarrollo de investigaciones periodísticas situadas (Barrios y Zambrano, 2015).

Material y métodos

Para analizar rutinas en medios de proximidad, se empleó un enfoque cualitativo, utilizando el estudio de caso múltiple (Yin, 2022). En una primera etapa, se realizó un trabajo documental para determinar el número de medios locales en las regiones estudiadas de Chile¹ y definir la muestra. La investigación arrojó que la base más confiable es la del mapa de medios desarrollado por Grassau et al. (2021), donde se señala que la Región de Atacama posee 47 medios de comunicación locales, mientras la

¹ El Norte Chico de Chile está constituido por las regiones de Atacama y Coquimbo, ubicadas en el norte central del país. Según el Censo 2024 del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), la población total de estas dos regiones suma aproximadamente 1.132.044 habitantes, con 299.180 en Atacama y 832.864 en Coquimbo. La principal ciudad del Norte Chico, La Serena, se encuentra a unos 473 kilómetros al norte de Santiago, la capital nacional de Chile (Instituto Nacional de Estadísticas (INE) (2024).

Coquimbo tiene 113, lo que configura un universo de 160 medios para esta investigación.

Este tipo de estudio fue escogido porque es apropiado para analizar en profundidad el campo de la comunicación y los medios locales (Ordóñez et al., 2019; Canta y Quesada, 2021).

Se aplicaron los siguientes criterios de inclusión para determinar la muestra en el presente estudio: a) medios de comunicación de radio o televisión locales, b) medios de comunicación que estén situados en la capital de la Región de Atacama y la Región de Coquimbo, los cuales son territorios poco explorados en materia de estudios sobre medios de proximidad; c) la más alta audiencia en al menos un medio de comunicación por cada región y d) disponibilidad de los contenidos en señal radial y/o televisiva de manera paralela, y plataformas sociales. Cabe señalar que todos son medios privados, dado que en Chile no existen medios de comunicación públicos locales.

Los medios que formaron parte del estudio en la Región de Atacama fueron Radio Nostálgica, Radio Madero y Atacama Noticias, mientras en la Región de Coquimbo fueron Mi Radio, Radio América y Radio Guayacán. Cabe señalar que Radio Nostálgica y Mi Radio tienen la más alta sintonía en cada una de las regiones estudiadas (Ipsos, 2024).

A partir de la selección de estos seis medios, se realizaron seis entrevistas semiestructuradas a editores (as) de los medios y se aplicaron 22 cuestionarios a trabajadores de los medios que realizan diferentes tareas dentro de las salas de redacción con el fin de tener datos empíricos sobre prácticas y rutinas más específicas. La cantidad de participantes por medio varió debido a la cantidad de trabajadores y disponibilidad. El trabajo de campo fue realizado de manera presencial durante el primer semestre de 2024 en las regiones de Atacama y Coquimbo, en el norte de Chile. En la Tabla 1, se detallan los medios locales por cada región y el cumplimiento de los criterios de inclusión.

Tabla 1. Medios participantes por región

Región	Medio	Criterio de inclusión	Entrevista semiestructurada	Cuestionario
Atacama	Radio Nostálgica	Multimedia y más alta audiencia en la región	1	4
	Radio Madero	Multimedia	1	3
	Atacama Noticias	Multimedia	1	3
Coquimbo	Mi Radio	Multimedia y más popular de la región	1	6
	Radio América	Multimedia	1	4
	Radio Guayacán	Multimedia	1	2

Se utilizó un guion de entrevista semiestructurada compuesto por 30 preguntas, divididas en cuatro ejes: caracterización del medio; tipo de producción; rutinas en la producción de noticias; participación de las audiencias y digitalización. El instrumento contemplaba en su inicio el consentimiento informado.

El cuestionario, en tanto, contempló preguntas abiertas y cerradas con el propósito de obtener información descriptiva sobre las rutinas de producción, los contenidos emitidos y la estructura operativa de cada caso, sin perseguir representatividad estadística del universo de estudio.

En el análisis de las entrevistas se utilizó ATLAS.ti Windows (versión 25) que facilitó la codificación temática del corpus. El software permitió identificar unidades de significado, agrupar códigos en dimensiones analíticas y recuperar citas mediante cruces entre categorías, como ‘equipo de producción’, ‘tipo de programa’ y ‘prácticas innovadoras’, lo que favoreció así un análisis relacional y comparativo de los casos

Los resultados del cuestionario fueron sistematizados en Excel 2013 con fines exclusivamente descriptivos y de organización de la información. Este procedimiento permitió identificar regularidades y variaciones entre los casos, no buscando inferencia estadística, sino como insumo complementario para fortalecer el análisis cualitativo de las entrevistas².

² Los datos de esta investigación se encuentran depositados en repositorio (Rodríguez Malebrán, Andrada y Angulo Moncayo, 2026).

Resultados

Para responder a los objetivos de esta investigación, los resultados se presentan con base en tres categorías: a) caracterización de los medios de proximidad b) prácticas editoriales y profesionales; y c) contenidos de los medios de proximidad.

Caracterización de los medios de proximidad

En esta sección se caracterizan los medios de proximidad a partir de la composición y el grado de profesionalización de sus equipos, considerando tanto a periodistas como a otros perfiles vinculados a la producción informativa. Se describe el tamaño de los equipos y la combinación entre formación universitaria y experiencia en el oficio, lo que permite situar las capacidades instaladas para sostener sus rutinas en contextos de recursos limitados.

Número de trabajadores y presencia de periodistas

Una de las primeras características de estos medios es el número de trabajadores. En ambos territorios, los medios con más audiencia, Nostálgica (14) y Mi Radio (30), cuentan con tres o cuatro veces más trabajadores que el resto de la muestra. (Ver figura 1).

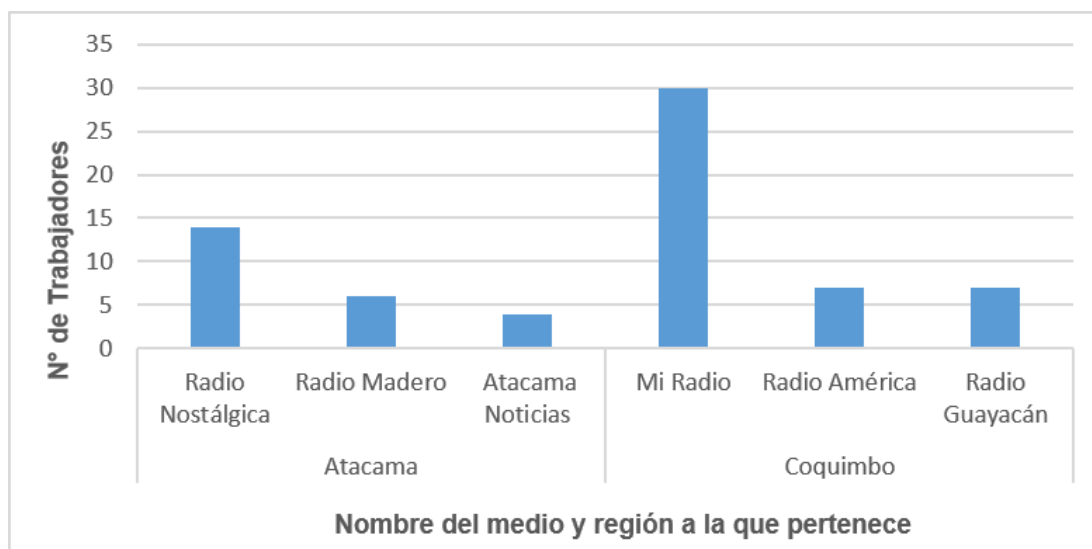


Figura 1. Número de trabajadores por medio y región. Elaboración propia (2026).

Contar con periodistas es un elemento valorado por los medios. En la Región de Coquimbo, destaca Mi Radio con cinco periodistas titulados, seguido de Radio Guayacán, con cuatro, mientras en América el director es periodista y trabaja con una red de periodistas de medios asociados. El análisis muestra que, en los medios de la Región de Atacama, sin carreras universitarias de periodismo, existen menos

profesionales titulados, lo cual es suplido por otros perfiles afines como relacionadores públicos o personal del área administrativa, aspecto que se profundizará a partir de los resultados de las entrevistas. En esta zona destaca la Radio Madero con tres periodistas, mientras Radio Nostálgica cuenta con uno y suma en total 14 trabajadores.

En lo que respecta al equipo de producción, los editores valoran los periodistas titulados³, pero enfrentan dificultades para contratar a estos profesionales en Atacama, debido a la ubicación geográfica y al alto costo de la vida de una zona minera. Radio Nostálgica, Radio Madero y Atacama Noticias reportan dificultades para encontrar periodistas que cumplan con el perfil multimedia requerido, que incluye locución, trabajo en terreno, redacción, y dominio de las redes sociodigitales.

Podemos armar una buena nota periodísticamente, pero no tenemos las bases como los periodistas (...) la Región de Atacama es una 'ciudad sándwich' porque estamos en la mitad de la ciudad Antofagasta y de La Serena, y traer una persona de cualquiera de los dos lugares a Copiapó es caro (Atacama Noticias).

Es habitual encontrar personal que trabaja como reportero desde el oficio y la experiencia, tal es el caso de miembros del equipo de Radio Nostálgica. En general se reconoce el valor de reporteros no titulados que aportan desde el oficio y años de experiencia, algunos de los cuales han mejorado sus habilidades a través de cursos y talleres.

En tanto, en la Región de Coquimbo, Radio Guayacán exige que quienes salen al aire sean profesionales titulados o en vías de titulación, con programas y contenidos a cargo de periodistas.

Los profesionales que están a cargo de los programas, editorialmente y en contenido, son profesionales de las comunicaciones, no hay comentaristas, no hay opinólogos (...) que estén saliendo al aire (Radio Guayacán).

En cuanto a la composición de los equipos de trabajo en esta región, el tamaño es variado, y a menudo, limitado. En la Región de Coquimbo, Mi Radio cuenta con cinco periodistas titulados y tres reporteros no titulados. A ellos se suman locutores, personal técnico y administrativo, y es de todos los medios participantes el que posee mayor número de personal (ver figura 1). Además, logran la cobertura en vivo en provincias

³ En esta investigación el término "periodista" hace mención del profesional titulado universitario que ha cursado la carrera de Periodismo. No obstante, se aclara que en Chile no es obligatorio estar titulado para ejercer el periodismo.

alejadas de la capital regional, La Serena, que están a más de 250 kilómetros de distancia. En tanto, Radio Guayacán tiene tres periodistas titulados y estudiantes de periodismo en práctica, más dos personas de apoyo técnico. Finalmente, Radio América TV, como parte de un pequeño conglomerado, opera con personal que trabaja en distintas franjas horarias, incluyendo programas externos y locutores que también gestionan redes sociales.

Tenemos reporteros en (las provincias de) Choapa y en Limarí, entonces si pasa algo allá, se informa también y la ventaja que tenemos en Choapa es que el que trabaja ahí es un reportero muy conocido allá que lleva muchos años y tiene radios online (Mi Radio).

La escasez de personal es una limitación para cubrir todos los temas demandados por la audiencia regional. Ante este tipo de realidades, algunos medios buscan perfiles diferentes del perfil del periodista tradicional. Radio América ha optado por perfiles atípicos: incorporó creadores de contenido con amplio número de seguidores que replican contenidos en redes sociales. Tres de sus locutores funcionan como *influencers* locales. Opera en múltiples plataformas (radio FM, TV digital, web, redes), sin sede física. Cerró su casa matriz durante la pandemia y trasladó producción a hogares de locutores en formato de teletrabajo, para reducir costos operacionales.

Tareas de los trabajadores

Una de las características del ejercicio laboral de esta zona es la cantidad de tareas que deben realizar los trabajadores de los medios de proximidad. Todos declaran ser polivalentes; llevan a cabo más de una tarea marcada por la convergencia digital.

Yo soy el *community manager*, yo soy el creador de contenidos, el que ve qué sale al aire y qué es lo que se sube a redes sociales. Es otra de las funciones adicionales que hago yo también (Atacama Noticias).

En la Región de Atacama, uno de los tres periodistas de Radio Madero se encarga de la actualización de redes sociales los fines de semana, más dos apoyos en aspectos técnicos. En tanto, Radio Nostálgica tiene tres personas fijas que cubren locución y prensa, además de personal administrativo, un director y contratistas a tiempo parcial para tareas específicas como mantenimiento de computadoras o postproducción de audio.

En la Región de Coquimbo, los trabajadores de Mi Radio desempeñan en promedio más de tres funciones; es la producción radial una tarea común.

La mayoría de los participantes del estudio identificó el periodismo como función principal, mientras que las tareas restantes se distribuyen entre locución, redacción de guiones y gestión de redes sociales. Radio Guayacán presenta una estructura laboral similar a la de Mi Radio. No obstante, aquí se registra una mayor integración de funciones, ya que todos los trabajadores que respondieron el cuestionario señalaron participar simultáneamente en tareas de producción, periodismo y locución. Adicionalmente, se identificó un caso que asume funciones de generación de contenidos.

Yo me encargo de la producción del programa Buen día y lo que hago es, por ejemplo, llegar temprano, reviso prensa escrita, reviso qué sacamos ayer en el noticiero, qué cuñas de ahí y qué temas me van a servir en base a lo que sale en prensa o temas que vayamos levantando nosotros. (Además, debo) Llamar a las autoridades para coordinar entrevistas (Mi Radio).

La figura 2 muestra las funciones más reiteradas en un mismo trabajador; es el rol de productor el más dominante.

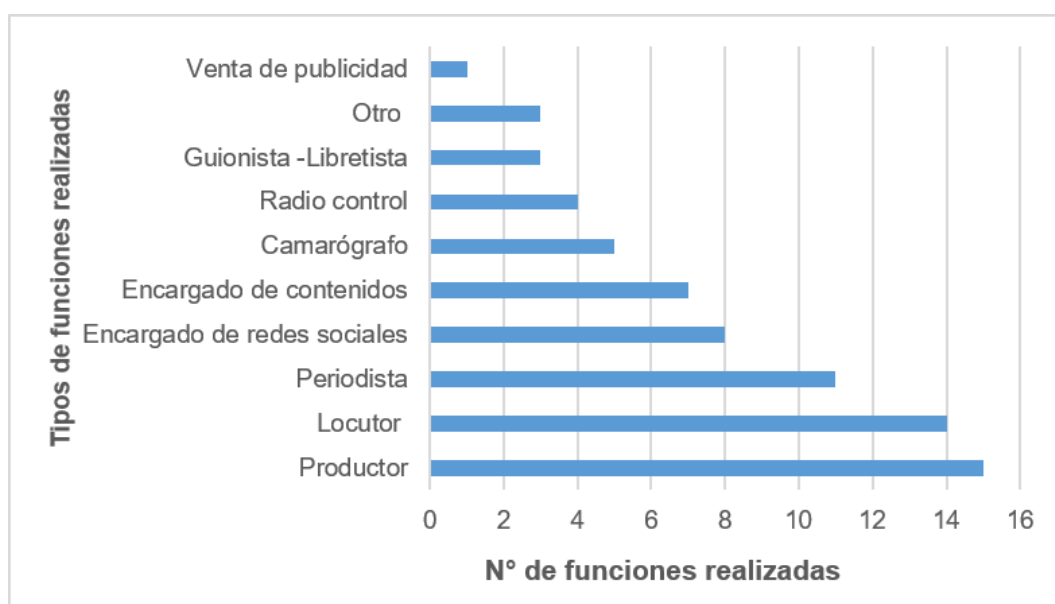


Figura 2. Frecuencia de Funciones en todos los medios analizados. Elaboración propia (2026).

En Atacama Noticias, una persona realiza siete tareas, mientras que el resto lleva a cabo tres o cuatro funciones. En Radio Madero, encontramos una persona que solo se dedica a ser radio controlador, en tanto los otros dos tienen cuatro a cinco funciones. En Radio Nostálgica, tres de los cuatro entrevistados señalan ser locutores, lo que es acompañado al menos de dos funciones más que suelen ser la producción, el periodismo

o las redes sociales. En Radio América solo se declaró la tarea de locutor, aunque luego una persona señala realizar esta tarea junto con el control (ver figura 3).

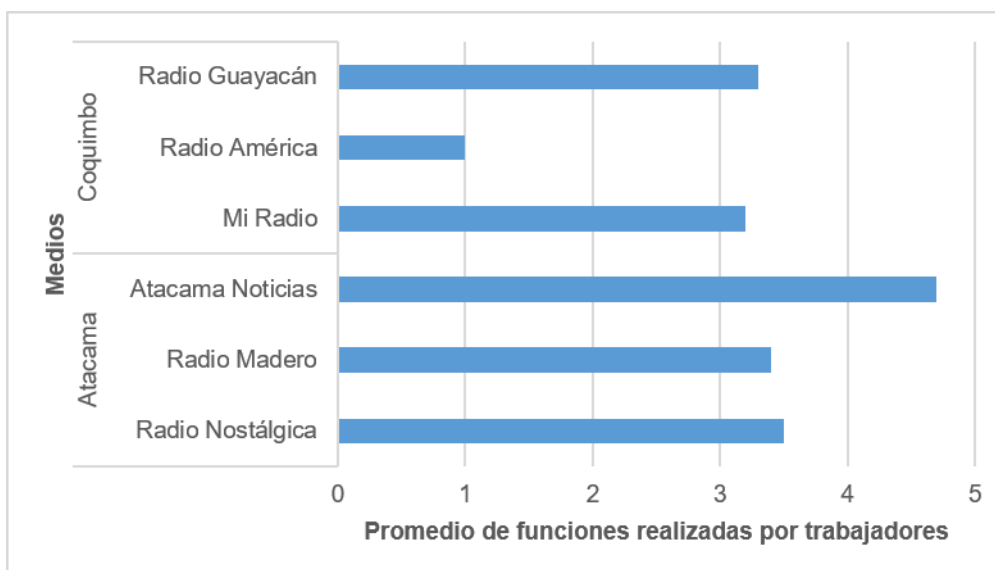


Figura 3. Número de Funciones promedio por grupo. Elaboración propia (2026).

Financiamiento y gestión de recursos

Los medios emplean diversas estrategias de financiamiento. En la Región de Atacama, los medios buscan recursos en el área pública y privada, por ejemplo, Radio Madero accede a aportes de empresas privadas y Atacama Noticias se sustenta con publicidad privada y fondos concursables públicos.

En la Región de Coquimbo, la forma de financiarse es más variada y con distintas estrategias. Mi Radio mezcla menciones de municipios con publicidad de empresas privadas y fondos concursables, mientras Radio América se centra en el financiamiento que viene de los privados. En tanto, Radio Guayacán utiliza todos los mecanismos existentes, tal como lo hace Madero en la región vecina (ver figura 4).

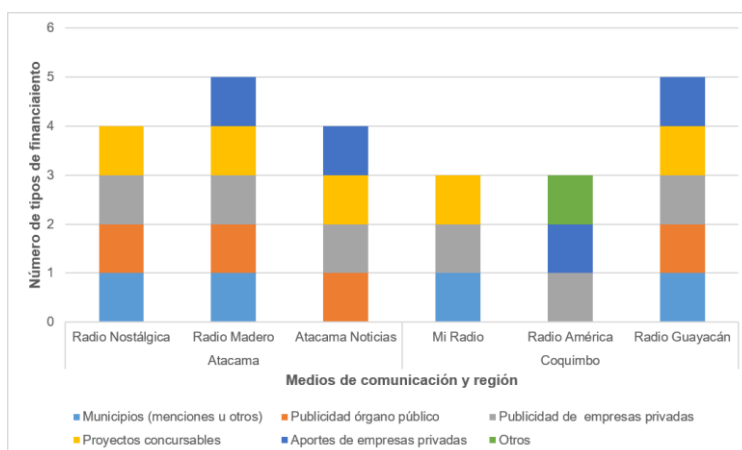


Figura 4. Tipo de financiamiento según medio. Elaboración propia (2026).

En el caso de Atacama Noticias al financiamiento publicitario, se suman campañas de empresas mineras y agencias de Santiago, complementado con el “Fondo de Medios⁴” de carácter gubernamental. También se declara el financiamiento personal para el mantenimiento de los equipos. En Radio Guayacán señalan una disminución significativa de recursos estatales para campañas informativas.

(En) los últimos gobiernos, los segundos períodos de Bachelet y Piñera y actualmente Boric, los recursos del Estado a las distintas campañas informativas de salud, de educación, de información ciudadana, de anunciar concursos públicos es prácticamente cero (Radio Guayacán).

La observación sobre la disminución de la publicidad desde el sector público es compartida por otros medios locales. Cabe mencionar que en 2024 se actualizó la legislación electoral chilena para incluir las plataformas digitales como medios para difundir las campañas políticas (Ley 21693, 2024). Pero en la práctica, parte de esos recursos deja de llegar a los medios locales y se desvía hacia actores que, sin ser medios de comunicación propiamente tales, solo administran redes sociales o cuentas digitales.

Prácticas editoriales y profesionales

Las prácticas editoriales y profesionales observadas en los medios estudiados se organizan en tres ejes analíticos: primero, las decisiones del editor en la gestión y verificación de los contenidos; segundo, la pauta y la incidencia de las audiencias en la selección de temas; y tercero, las estrategias de convergencia digital implementadas para la producción multiplataforma.

Decisiones editoriales

La función del editor y del equipo periodístico es crucial para mantener la seriedad y profesionalismo en los contenidos. Se prioriza la información verificada y se evita la difusión de rumores o *fake news* con un control que implica la verificación de la información por los periodistas antes de “salir al aire”. Los medios buscan entregar las “dos versiones” de los hechos para informar al público.

⁴ El Fondo de Medios de Comunicación Social es administrado por la Subsecretaría General de Gobierno. Es un concurso público que financia proyectos de medios de comunicación regionales y locales en Chile. Este fondo se asigna anualmente a través de la Ley de Presupuestos del Sector Público y su objetivo es apoyar la realización, edición y difusión de programas que refuercen el rol de la comunicación en el desarrollo social y cultural del país.

Se van a hacer notas personales o propias, se va a diferentes lugares (...). No somos un medio de comunicación (...) que cuestionamos las noticias, nuestra labor es informar y la labor de informar es entregar las dos versiones al espectador (Atacama Noticias).

Si bien se suelen cubrir temas policiales, de contingencia y políticos por demanda de la audiencia, algunos medios como Radio Guayacán intentan no priorizar la pauta policial para evitar contribuir a la sensación de miedo o inseguridad que existe en Chile.

La audiencia juega un papel fundamental en la alimentación de información, especialmente en radios como Nostálgica y Mi Radio donde los oyentes reportan eventos en vivo, lo que contribuye, según sus editores, a la identidad local del medio y su conexión con la región. Cabe recordar que ambos medios son los más populares en cada territorio.

Solo un entrevistado explicitó que las decisiones editoriales están supeditadas al área comercial. En Mi Radio, las decisiones comerciales se vinculan con la pauta al priorizar como fuentes informativas a especialistas que mantienen nexos publicitarios con el medio, como ocurre en temas de tenencia responsable de mascotas. Radio América indicó que hay convenios de publicidad por eventos artísticos, donde la cobertura de dicho suceso se incorpora en la programación de radio y televisión.

Pauta e influencia de las audiencias

Las reuniones de pauta -institucionalizadas en todos los medios estudiados- permiten definir los temas de actualidad ya sea presencial o a través de *zoom* o *meet*. Esta práctica permite planificar la cobertura diaria y semanal. La influencia de actores y fuentes externas en la construcción de las pautas varía según el tipo de medio. Mientras algunos mantienen una línea editorial definida por el editor jefe, otros han incorporado de manera más sistemática la participación de la audiencia en la selección de contenidos.

Aquí trabajamos de dos maneras, primero hay una pauta semanal, que planeamos con (algunos) programas. La otra es la pauta diaria que hacemos para el noticiero y de ahí salen programas, por ejemplo, *Los Dueños de la Tarde*, programas que vienen al día siguiente del que salen temas importantes (Mi Radio).

A la gente le gusta sentirse partícipe de lo que hace la radio. Entonces, a ellos les gusta denunciar, sentirse escuchados, que uno tome en serio las cosas que ellos están contando (Radio América).

La audiencia asume una función coproductiva al aportar denuncias y temas vía canales digitales, insumo que permite a medios como Radio Guayacán y Nostálgica

generar pautas propias y reducir la dependencia de comunicados oficiales.

Ellos nos van, nos van guiando también respecto a los temas. Puesto, por ejemplo, nos envían comentarios, fotos y videos. De hecho, ellos son de la contingencia diaria como un accidente, un incendio, pero también nos envían denuncias, por ejemplo, el caso de un joven de 23 años que lo mordió un perro (Radio Nostálgica).

Convergencia digital

Otra práctica detectada fue el uso de medios digitales o plataformas de redes sociodigitales, ya sea para replicar contenidos, medir audiencia y vincularse con los usuarios. La movilidad en la producción de contenido, a través del uso de teléfonos celulares para reportear y transmitir en vivo, es una práctica consolidada que agiliza los procesos de producción local y la inmediatez. Pese a su tradición radial o televisiva, los medios analizados adoptaron estrategias multiplataforma al transmitir audio e imagen en vivo por redes sociales, expandiendo su alcance más allá de las señales tradicionales.

Todos declaran el uso de *streaming* por Facebook y YouTube, además de subir contenidos en plataformas sociales. Se enfatiza producción multimedia al publicar una noticia en la web, difundirla por la radio y luego en todas las redes sociales, incluso con videos especiales para TikTok, buscando activamente la opinión de la audiencia mediante comentarios y mensajes.

Salimos a través de Facebook y también salimos a través de YouTube y obviamente ahí marca cuánta cantidad de gente ve los programas o posterior a eso (Atacama Noticias).

La figura 5 resume los diversos canales de difusión de los contenidos en ambas regiones. A las señales tradicionales de radio FM o la nueva señal digital televisiva (TDT), se suman las plataformas digitales.

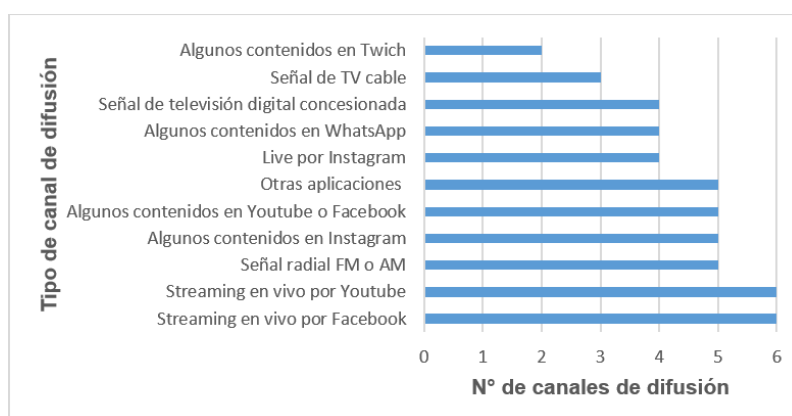


Figura 5. Distribución de los contenidos en diferentes canales de difusión en todos los medios.

Elaboración propia (2026).

Los medios estudiados emplean estrategias multicanal de distribución de contenidos, aunque con grados heterogéneos de diversificación. Las plataformas de *streaming* en vivo constituyen los canales predominantes, siendo Facebook y YouTube adoptados por la totalidad de los medios investigados. La señal radial FM/AM está presente en cinco medios, lo que consolida la importancia de la transmisión convencional como base operativa de estas emisoras.

La distribución de contenidos mediante redes y plataformas de mensajería registró una presencia significativa: Instagram como canal para compartir contenidos fue utilizado por cinco medios, mientras que WhatsApp fue empleado por cuatro. De manera complementaria, cinco medios mantienen contenidos alojados en YouTube o Facebook como repositorio permanente. Las plataformas como Twitch fueron utilizadas por solo dos medios, sugiriendo una adopción selectiva de canales especializados.

Mi Radio es el que más diversifica contenidos, al menos 10 formas de distribución, incluyendo una aplicación propia y descargable en Google Play para poder acceder a los contenidos que emiten. Le siguen Radio Madero y Radio Guayacán, que cuentan con 8 y 9 canales de difusión, respectivamente. Radio Madero utiliza Twitch y Kick plataformas más cercanas a un público juvenil que nacen desde el *streaming* y videojuegos. Todos los medios cuentan con sitio *web*.

Los medios con componente televisivo presentan estrategias dispares. Mi Radio despliega una difusión diversificada en once canales -incluyendo redes, mensajería y almacenamiento permanente- mientras Radio América se concentra en seis canales principales, como TV digital, cable y *streaming*. Sin embargo, esta expansión multicanal no siempre responde a un crecimiento planificado.

El estallido social y la pandemia impidió que nosotros pudiéramos desarrollar un plan estratégico orientado a ir a la línea de lo que la tecnología nos propone, porque hemos tenido que dedicarnos a ver de qué manera sobrevivimos (Radio Madero).

Puedo hacer un pódcast, puedo hacer un vídeo acá, puedo hacer un TikTok, pero si no lo monetizo es un gasto...debe tener un retorno económico para que esto funcione porque funciona con dinero. Tengo que pagar luz, agua, computador, equipos técnicos, profesionales, podemos hacer muchos proyectos maravillosos, pero si no los monetizo están destinados a morir (Radio Guayacán).

Cabe indicar que el proceso de digitalización en los dos medios de mayor audiencia -uno en cada región- es mucho más auspicioso, contando con más recursos económicos, técnicos y digitales. Por ende, estos hallazgos evidencian una

heterogeneidad estructural en la digitalización de los medios analizados: mientras algunos cuentan con más recursos, otros operan bajo lógicas de subsistencia. En este contexto, la innovación se proyectaría cuando asegure retorno económico.

Contenidos de los medios de proximidad

Los seis medios participantes declaran que sus contenidos responden a necesidades del entorno local y promueven identidad cultural. Sin embargo, la estructura de producción varía significativamente entre emisoras. Mientras Mi Radio y Radio Nostálgica generan información mediante trabajo de terreno permanente, Radio América y Atacama Noticias incorporan contenidos externos, lo que refleja una estrategia adaptativa ante restricciones de recursos.

Los noticieros locales constituyen el eje transversal de la programación, aunque la información de proximidad se distribuye también en programas matinales, misceláneos, deportivos y de servicio público que mantienen el enfoque territorial como criterio editorial permanente.

En concordancia con la literatura, la programación de los casos analizados se enfoca en conectar con la comunidad, satisfacer necesidades informativas locales o poner en la palestra noticiosa la experiencia cotidiana de las audiencias, incluyendo sucesos de interés comunitario, vida diaria e identidad local.

La proximidad se erige como el rasgo distintivo de las parrillas programáticas en todos los medios estudiados, donde tanto los noticieros como los espacios misceláneos sitúan al territorio como el eje fundamental en términos de volumen de producción y horas de emisión. No obstante, ante la dificultad de mantener una producción local permanente, medios como Radio América o Atacama Noticias optan por incluir contenidos producidos fuera de la región, lo que en el contexto de esta investigación se clasifica como “contenido externo”.

Los contenidos tienen orígenes diferenciados. Se encontraron contenidos de producción propia, es decir, que el equipo del medio de comunicación es quien da cobertura a la temática, y la elabora ya sea para radio, televisión o canales digitales. Un segundo origen corresponde a contenidos envasados que pueden provenir desde dos fuentes diferentes: programación producida por agencias o medios de comunicación externos capitalinos (Santiago), o programación externa donada mediante alianzas con entidades públicas o privadas. Este detalle se expone en la figura 6, que describe el origen de los contenidos declarados por los entrevistados y los trabajadores en los

cuestionarios. Información que ha sido complementada con la revisión de sus plataformas digitales.

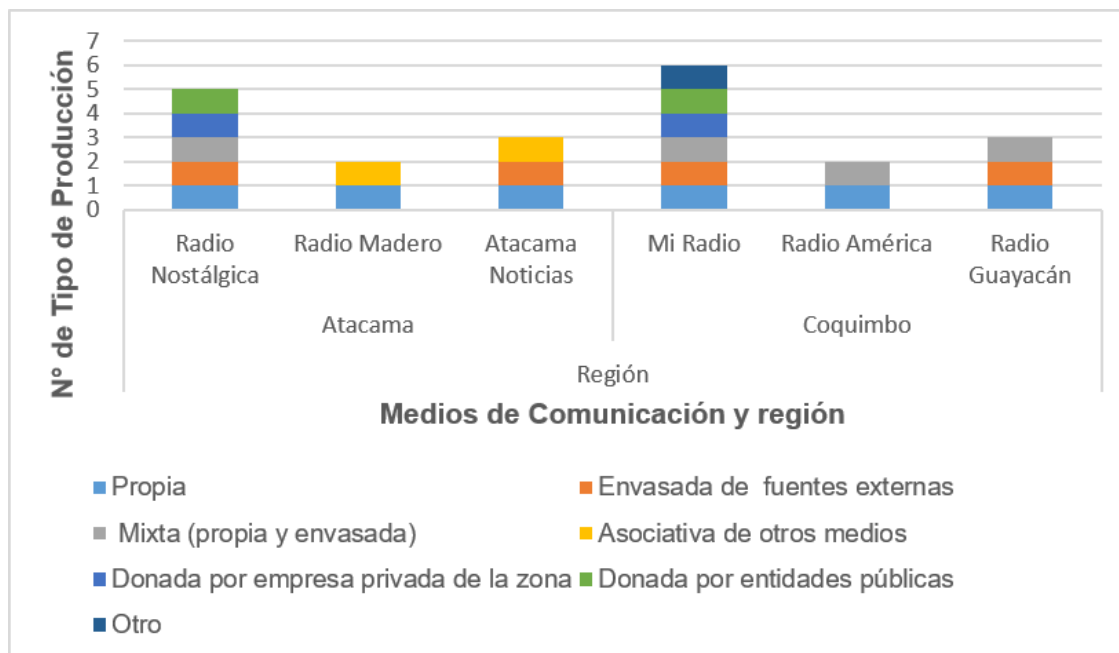


Figura 6. Tipo de producción por medio de comunicación. Elaboración propia (2026).

Información de proximidad

La producción responde a tres modelos: información de proximidad recopilada en terreno, alianzas estratégicas con medios externos para ampliar cobertura, y programas financiados por terceros o espacios arrendados, reflejando las adaptaciones ante limitaciones de recursos. En relación con géneros, se observa una variedad que incluye entrevistas diarias (políticas, culturales, deportivas), programas de servicio público y foros de opinión. La programación en vivo es una característica predominante y de alto valor para la audiencia en todos los medios analizados. Lo misceláneo también está muy presente en franjas matinales, pero siempre manteniendo el contacto con la audiencia local y la atención focalizada en aspectos del territorio de proximidad.

La naturaleza y contenido de la programación en estos medios reflejan una adaptación constante a las demandas de la audiencia y a las posibilidades tecnológicas, siendo las noticias locales el contenido de mayor fuerza en todos los medios que participaron de este estudio.

Nosotros estamos sumamente abiertos a difundir todo lo que tiene que ver con la vida local... hacemos entrevistas radiales todos los días, por lo menos cuatro o cinco, de tal manera que vamos intercalando información, música, cultura, deportes y política (Radio Madero).

Un primer modelo de producción tiene que ver con los contenidos propios, y en especial lo relacionado con las noticias locales, según las personas entrevistadas, los noticieros que se emiten se centran predominantemente en la información local y regional, aunque se complementa con noticias nacionales a través de alianzas con otros medios. Los temas del ámbito policial, problemáticas sociales y políticas son los más demandados por la audiencia según los editores.

Si los pescadores de la caleta Chañaral de Aceituno tienen alguna situación que contar, ya sea problema o una fiesta costumbrista, ellos nos van contando y nosotros lo informamos. Si hay algo en la localidad de San Pedro, o si hay algo en Copiapó, son los mismos auditores los que nos van guiando de lo que pasa en Atacama (Atacama Noticias).

En referencia a los horarios, varían desde matinales informativos (Atacama Noticias, Mi Radio, Radio Madero) hasta noticieros centrales en la tarde/noche y cápsulas informativas a lo largo del día, como es el caso de Mi Radio, Radio América TV, Radio Nostálgica y Atacama Noticias. Se detecta que en los dos medios que cuentan con más trabajadores (Mi Radio y Radio Nostálgica), la información de los noticieros es propia y recopilada en terreno. Esta programación también incluye comunicados de instituciones cuando son relevantes.

Un segundo modelo es el que se genera con las alianzas y convenios con otros medios o productoras externas. Se trata de una estrategia común para ampliar la cobertura y diversificar la oferta programática. Ejemplo de ello se evidencia en Atacama Noticias, que transmite producción externa, emitiendo el programa político Sin Filtro realizado en Santiago. Este medio también tiene un convenio para transmitir programación del medio de cobertura nacional Radio Bío Bío.

Mi Radio establece alianzas con medios locales y corresponsales para el intercambio de material, lo que se concreta a través de despachos diarios desde comunas más alejadas de la capital regional La Serena, o bien se les envía contenidos producido por medios de las provincias de Limarí o Choapa, que debido a su lejanía no pueden ser cubiertas directamente por el equipo de Mi Radio.

En Limarí trabajamos con Ovalle TV que sale por Facebook y ellos si bien son muy pequeños y aficionados, igual nos ayudan. Es una alianza en que ellos nos entregan material (Mi Radio).

En tanto, Radio América recibe programas de productoras y fundaciones de Santiago, y ha establecido una alianza con ARCATEL (Asociación Regional de Canales

de Televisión de Señal Abierta de Chile) para nutrir la pantalla del canal de televisión de Radio América a través de los programas *Portavoz noticias*⁵ y *Rostros con historia*; ambos contenidos intentan reflejar temáticas locales de distintas regiones de Chile.

Junto con ello tienen un convenio con la agencia de noticias *Radios Regionales*. Este modelo permite a los medios locales ampliar su cobertura y ofrecer contenidos que de otra manera no podrían producir debido a limitaciones de recursos.

Un tercer modelo consiste en la difusión de programas financiados por empresas privadas o con espacios de programación arrendados a terceros, sobre los cuales el medio tiene una mínima o ninguna injerencia editorial. Ejemplo de ello son *Desafíos de Mujer* producido y conducido por dos locutoras radiales de la Región de Coquimbo y programas deportivos, tales como *Vistazo Deportivo*. La producción fusiona lo propio y lo externo para suplir deficiencias o abarcar nuevas temáticas.

Discusión y conclusiones

El análisis de los medios en Atacama y Coquimbo revela una profunda heterogeneidad estructural y una adaptabilidad digital forzada por la precariedad. A diferencia de contextos con apoyos estatales como Noruega (Mathisen, 2023), la realidad del norte chileno está marcada por el aislamiento y la ausencia de políticas públicas robustas. En este entorno, la innovación no emerge como una elección estratégica, sino como una táctica de supervivencia reactiva ante la escasez material. A continuación, se discuten estas dimensiones en función de los objetivos específicos planteados

Respecto a la caracterización de los medios (OE1), los resultados evidencian una estructura predominantemente atomizada, es decir, fragmentada y con escasa articulación del ecosistema medial en su conjunto, especialmente dentro de sus propios territorios (regiones, provincias o comunas), con pocas o nulas redes de colaboración para enfrentar los retos de la digitalización. Asimismo, el tamaño de los equipos varía drásticamente desde microrredacciones de tres personas en Atacama Noticias hasta estructuras más robustas de 30 trabajadores en Mi Radio. Esta realidad se alinea con lo observado por (Mathisen, 2023; Martori, 2024 y Radcliffe y Ali, 2017) sobre sobre la

⁵ Portavoz noticias es producido por ARCATEL, y consiste en un noticiero diario que incluye información emanada y producida por medios de televisión locales del todo el país asociadas a ARCATEL.

fragilidad de las estructuras de proximidad y la escasa articulación del sector para enfrentar colectivamente los retos de la digitalización. Sin embargo, un hallazgo crítico es la dificultad para profesionalizar las redacciones: en Atacama, medios líderes como Radio Nostálgica opera con un solo periodista titulado en un equipo de 14 personas, lo que suple la falta de comunicadores universitarios con reporteros de oficio formados de manera autodidacta. La desprofesionalización periodística en la Región de Atacama responde a una asimetría económica estructural: el elevado costo de vida propio de una zona minera y la ausencia de escuelas de periodismo locales convierten a la región en una “zona sándwich” entre Antofagasta y La Serena, donde los costos de traslado y vivienda resultan prohibitivos para los medios locales. De esta manera, la geografía de la comunicación se expresa no por escasez de recursos territoriales (Nanni, 2025), sino porque la prosperidad minera no logra traducirse en una infraestructura mediática profesionalizada.

Esta realidad problematiza la tensión entre titulación formal y oficio. Si bien en Chile el título de periodista no es requisito legal, la ausencia de formación académica especializada en áreas críticas como gestión digital, narrativas *transmedia* o análisis de datos actúa como una barrera invisible para la innovación estratégica profunda (Martori, 2024). En palabras de (Barrios y Zambrano, 2015), este profesional debe ser capaz de gestionar cambios organizacionales y asegurar la viabilidad del medio ante el entorno digital. La presencia de locutores *influencers* en Radio América ejemplifica los nuevos perfiles de la convergencia (Focás, 2023; Barrios y Zambrano, 2015), donde el capital social en redes del trabajador asegura la visibilidad del medio.

Esto confirma que la proximidad no garantiza solvencia profesional. Por el contrario, la falta de capital humano avanzado y los altos costos de la vida en zonas mineras limitan la innovación, obligando a estos actores a replicar modelos de gestión de subsistencia basados en la polivalencia extrema o en la imitación de medios de comunicación nacionales.

En cuanto a las prácticas editoriales y profesionales (OE2), se identifica un conflicto entre la aspiración de autonomía editorial y una doble subordinación: comercial y de audiencias. Los resultados muestran que la polivalencia no es una excepción, sino la norma institucionalizada con profesionales que redactan, locutan, editan video y gestionan redes sociales simultáneamente, confirmando lo descrito por Radcliffe y Ali (2017) y Alonso (2024) sobre el periodista “multitarea”. Este hallazgo

dialoga críticamente con la noción de rutinas productivas, pues, aunque estos medios operan en plataformas globales como TikTok (caso Radio Madero), sus prácticas siguen ancladas en una lógica de producción de bajo costo que prioriza la inmediatez sobre la investigación periodística. Resulta significativo que la figura del editor tradicional se ha desdibujado en favor de un perfil híbrido que debe negociar su pauta no solo con los intereses comerciales, sino con una audiencia empoderada que dicta la agenda a través de WhatsApp y redes sociales, fenómeno que Greene et al. (2024) advierten como una tensión creciente entre la lógica editorial y las presiones derivadas de las métricas y de las preferencias de las audiencias. Este riesgo -según explican los autores- emana de la precariedad estructural y no de la ciudadanía. Prueba de ello es que la falta de personal para verificar informaciones en terreno, sumado a la inmediatez que exige el ecosistema digital, ha desplazado ese valioso trabajo de campo por una producción informativa desanclada del territorio (Del Valle et al., 2015).

Según esta lógica, la escasez de mediación profesional convierte esta oportunidad democratizadora en un desafío para la autonomía editorial, pudiendo transformar al medio en una mera caja de resonancia de demandas inmediatas ante la falta de espacios de contraste (Mathisen, 2023).

Los contenidos (OE3) evidencian una agenda hiperlocalista, alineada con las estrategias de innovación territorial propuestas por Brigas et al. (2025) en radios locales europeas. A diferencia de lo que prescriben los ideales de pluralismo informativo o de la proximidad mediática, se observa que una parte significativa de la parrilla programática se rellena con contenidos envasados producidos en Santiago de Chile o mediante alianzas con agencias externas, como se evidencia en Radio América o Atacama Noticias, cuestión que fue evidenciada en los estudios de Dalmus et al. (2024). Los autores concluyeron que la presión económica deriva en una oferta de contenidos que muchas veces no son locales ni originales. Si bien los noticieros y la cobertura en terreno son valorados como el activo principal, la prevalencia de programas arrendados o de servicio público sugiere que, lejos de ampliar la esfera pública local con investigaciones propias y variedad de fuentes y voces, muchos de estos medios actúan como cajas de resonancia de contenidos producidos por terceros o de demandas vecinales inmediatas, concordando con lo señalado por Mathisen (2023) y Heiselberg y Hopmann (2024) sobre la falta de espacios de contraste y vigilancia en estos medios. Este fenómeno podría explicarse por la necesidad de asegurar la sostenibilidad

financiera en un mercado publicitario deprimido, lo que condiciona la profundidad de la cobertura a la disponibilidad de recursos (Martori, 2024; Rivero, 2023; Rodríguez y Mohammadi, 2022).

En conclusión, los medios de proximidad analizados operan primordialmente como una infraestructura social accidental, cuya mayor contribución democrática actual reside en el fortalecimiento de la identidad territorial y la cohesión comunitaria. Si bien el marco normativo clásico les asigna una responsabilidad de fiscalización, los hallazgos sugieren que esta función se mantiene como un ideal de difícil ejecución. La precariedad de recursos, la polivalencia extrema y la doble subordinación comercial y de audiencias en esta zona de Chile limitan el ejercicio sostenido de un periodismo de investigación profundo. Así, la sustentabilidad democrática de estos medios queda en tensión: aunque poseen el arraigo para ser vigilantes del poder, las condiciones materiales los confinan a menudo a un rol de mediación social reactiva, lo que deja la fiscalización sistemática como un desafío pendiente para futuras políticas públicas de este sector comunicacional.

Se observa una adopción acrítica de las plataformas digitales, entendida como una integración tecnológica reactiva que subordina la estrategia periodística a las lógicas de distribución externas. Esto consolida una dependencia asimétrica donde los medios reorganizan sus precarios recursos para satisfacer estándares globales sin retorno asegurado. Esta dinámica confirma que la innovación digital, lejos de ser un proceso planificado, suele ser una réplica de modelos externos que no garantizan la viabilidad financiera local. De este modo, la digitalización actúa menos como una oportunidad de emancipación y más como un acelerador de la precarización laboral preexistente e histórica en medios locales de América Latina, lo que ha intensificado la carga productiva sin resolver la sostenibilidad estructural del medio que se encuentra influida por elementos económicos, políticos y geográficos, entre otros.

Finalmente, es necesario reconocer que este estudio se limita a una muestra intencionada de casos en dos regiones específicas, lo que impide generalizar los resultados a la totalidad de los medios de proximidad chilenos. Futuras investigaciones deberían abordar estudios longitudinales que midan el impacto real de esta polivalencia en la calidad informativa, para comprender no sólo cómo se producen las noticias locales, sino cómo estas contribuyen efectivamente a la calidad de la democracia regional en contextos específicos y al fortalecimiento de la identidad en los territorios.

Referencias

- Alonso, E. (2024). *Periodismo local en el centro de la Provincia de Buenos Aires: sociabilidad, prácticas periodísticas y condiciones de posibilidad de los trabajadores de portales informativos online de Olavarría, Azul y Tandil* [Tesis de Doctorado, Universidad Nacional de La Plata]. Repositorio Institucional de la Universidad de La Plata. <https://doi.org/10.35537/10915/73762>
- Arcaya, N. (2024). Exposición en el seminario *TV y democracia: desafíos de la política pública* [Video]. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=8sYNXRf5N-8>
- ATLAS.ti Scientific Software Development GmbH. (2025). ATLAS.ti Windows (versión 25) [Software de análisis de datos cualitativos]. <https://atlasti.com>
- Barrios, A., & Zambrano, W. (2015). Convergencia digital: Nuevos perfiles profesionales del periodista. *Anagramas*. Universidad de Medellín, 13(26), 221–240. <https://doi.org/10.22395/angr.v13n26a11>
- Bernal-Suárez, J., López, D., Trotti, R., & Ruiz, H. (2024). Estado de la transformación digital del periodismo en América Latina pos-pandemia: Análisis con corte al año 2022. *Revista Enfoques de la Comunicación*, 12, 479–510. <https://revista.consejodecomunicacion.gob.ec/index.php/rec/article/view/188>
- Benson, R. (2006). News media as a “journalistic field”: What Bourdieu adds to new institutionalism, and vice versa. *Political Communication*, 23, 187–202. <https://doi.org/10.1080/10584600600629802>.
- Brigas, J., Gonçalves, J., Engrácio, H., Moreira, F., & Gonçalves, F. (2025). Media innovation in low-density territories Strategies for the sustainability and recovery of local radio stations. *Observatorio (OBS)*, 19, 98–116. <https://filipetmoreira.wordpress.com/2025/05/30/artigo-media-innovation-in-low-density-territories-strategies-for-the-sustainability-and-recovery-of-local-radio-stations/>
- Canta, J., & Quesada, J. (2021). El uso del enfoque del estudio de caso: Una revisión de la literatura. *Horizontes Revista de Investigación en Ciencias de la Educación*, 5(19), 775-786. <https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v5i19.236>
- Congreso Nacional de Chile. (26 de agosto de 2024). Ley no. 21.693. *Modifica Diversos Cuerpos Legales, para Perfeccionar el Sistema Electoral y Realizar las Elecciones Municipales y Regionales del Año 2024 en dos Días*. 26 de agosto de 2024. <https://bcn.cl/3t7z5>

- Dalmus, C., Kalbermatter, U., Burger, J., Künzler, M., & Dahinden, U. (2024). Just weather and cheese? Analysis of the content of Swiss local media online with different business models. *Studies in Communication Sciences*, 24(2), 189–208. <https://doi.org/10.24434/j.scoms.2024.02.3100>
- Focás, B. (2023). Audience editors: between metrics and journalistic routines. *Universitas XXI*, 39, 153-169. <https://doi.org/10.17163/uni.n39.2023.07>
- Grassau, D., Ortega-Gunckel, C. & Puente, S. (2023). Periodismo en duelo: adaptación al entorno digital en Chile a partir de la crisis social y la pandemia de COVID-19. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29(2), 301-314. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.87262>
- Grassau, D., Porath, W. & Ortega, C. (2021). La crisis de la industria de los medios y la precarización del empleo de periodista. Informe final proyecto PLU190009. Resultados trabajo de campo 2020/2021. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.27113.83047>
- Greene, M., Barbosa, E., & Gamarra, R. E. (2024). Influencia del *feedback* de las audiencias en las decisiones editoriales de diarios digitales locales: Un estudio comparado entre Chile, Perú y Colombia. *Revista de Comunicación*, 23(2), 143–169. <https://doi.org/10.26441/RC23.2-2024-3490>
- Heiselberg, L., & Hopmann, D. (2024). Local journalism and its audience. *Journalism*, 25(12). <https://doi.org/10.1177/14648849231173226>
- International Fund for Public Interest Media (IFPIM) (2025). *Annual report 2024*. *International Fund for Public Interest Media*. <https://ifpim.org/who/publications-resources>.
- Instituto Nacional de Estadísticas (INE). (2024). Censo de Población y Vivienda 2024. <https://censo2024.ine.gob.cl>
- Ipsos (2024). Informe alcance de Radios Regionales. Estudios Ipsos de radios regionales 2024. Ipsos.
- Jenkins, J., & Nielsen, R. (2020). Preservation and evolution: Local newspapers as ambidextrous organizations. *Journalism*, 21(4), 472–488. <https://doi.org/10.1177/1464884919886421>
- Martori, A. (2023). Multimedia and transmedia dynamics in local press: Utopia or fact? An analysis of the Catalan case. *Revista Mediterránea de*

- Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 14(2), 299–309.
<https://doi.org/10.14198/MEDCOM.23868>
- Martori A. (2024). Prensa local ante la digitalización: Innovación y viabilidad del periodismo de proximidad. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 64, 104–119. <https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos/article/view/25218>
- Mathisen, B. (2023). Sourcing practice in local media: Diversity and media shadows. *Journalism Practice*, 17(4), 647–663.
<https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1942147>
- Matthews, R. (2025). Assessing the contribution of local journalism: The local newspaper as accidental social infrastructure. *Journal of the British Academy*, 13(1), a14. <https://doi.org/10.5871/jba/013.a14>
- Nanni G. (2025). Influencia de variables demográficas, de división política y económicas en la estructura de sitios de noticias digitales en la Argentina. *Austral Comunicación*, 14(1), e01402. <https://doi.org/10.26422/aucom.2025.1401.nan>
- Nielsen, R. (2015). *Local journalism: The decline of newspapers and the rise of digital media*. I.B. Tauris.
- Nostálgica. (15 de noviembre de 2024). Nostálgica sigue siendo líder indiscutible en sintonía radial en Copiapó, según IPSOS Chile.
<https://www.nostalgica.cl/nostalgica-sigue-siendo-lider-indiscutible-en-sintonia-radial-en-copiapo-segun-ipsos-chile/>
- Ordóñez, K., Rodríguez, A., Suing, A., & Carpio, L. (2019). La metodología de estudios de casos aplicada a investigaciones de televisión local en Ecuador. *Revista Internacional de Sistemas, Cibernética e Informática*, 16(2), 69-74.
<https://www.iiisci.org/journal/pdv/risci/pdfs/CA670XR19.pdf>
- Radcliffe, D., & Ali, C. (2017). *Local news in a digital world: Small-market newspapers in the digital age*. Tow Center for Digital Journalism, Columbia University. <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8WS95VQ>
- Rivero, E. (2023). La plataformización de la industria audiovisual del Estado y sus controversias. *Austral Comunicación*, 12(2), 1–22.
<https://doi.org/10.26422/aucom.2023.1202.riv>
- Rodríguez, C., & Mohammadi, L. (2022). Poder político y económico en la televisión local: mediación institucional en canales regionales chilenos. *Comunicación y Medios*, 31(46), 40–53. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2022.67039>

- Rodríguez, C., Mohammadi, L., & Andrada, P. (2024). Televisión de proximidad y audiencias: tensiones en el territorio mediático. *Investigación & Desarrollo*, 32(2), 33–62. <https://doi.org/10.14482/indes.32.02.451.258>
- Rodríguez Malebrán, C. A., Andrada, P., y Angulo Moncayo, N. (2026). Dataset del estudio “Rutinas periodísticas y audiencias en medios locales: un estudio de casos múltiples en el norte de Chile” [Data set]. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.20672236>
- Sáez, C., Fuente-Alba, F., & Avilés, J. (2023). Pluralismo en la TV local, regional y comunitaria chilena. Voces tras las cámaras. *Cuadernos.info*, 54, 247-268. <https://doi.org/10.7764/cdi.54.50169>
- Del Valle, C., Salinas, C., Jara, R., & Stange, H. (2016). Los desafíos de la integración y el pluralismo: la prensa nacional y regional en Chile. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (130), 313–328. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5792133>
- Shoemaker, P., & Reese, S. (1996). *Mediating the message: Theories of influences on mass media content* (2nd ed.). Longman.
- Stange, H., Salinas, C., Yáñez-Duamante, C., & Santa Cruz, E. (2018). Pluralismo informativo y burocratización del trabajo periodístico en dos contextos de prensa diaria. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 24(2), 1825–1843. <https://doi.org/10.5209/ESMP.62249>
- Tejedor, S., Ventín, A., Cervi, L., Pulido, C., & Tusa, F. (2020). Native media and business models: Comparative study of 14 successful experiences in Latin America. *Media and Communication*, 8(2), 146–158. <https://doi.org/10.17645/mac.v8i2.2712>
- Tuchman, G. (1978). *Making news: A study in the construction of reality*. Free Press.
- Yin, R. (2022). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications.

***Roles de autoría**

Los autores declaran que han contribuido por igual en todos los roles, que pueden responder por el artículo y que no tienen conflicto de interés alguno.

Financiamiento

Los autores agradecen el apoyo financiero de DIDULS/ULS a través de los proyectos “Comunicación local y cambio social en la radio y televisión del norte de Chile” (DIDULS Regular PR2343315) y “Establecimiento de agenda en los sitios informativos online y redes sociales de la Región de Coquimbo” (DIDULS PAAI211).

Obra bajo licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0.