

# Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 33, año 2025. URL: espejodemonografias.comunicacion-social.es

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO  
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL  
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-10176-07-2

## Medios, servicio público y políticas de comunicación en América Latina, España y Portugal (2025)

Aurora Labio-Bernal; Carlos del-Valle-Rojas (editores)

### Separata

### Capítulo 3

#### Título del Capítulo

«El ecosistema de los medios de comunicación en Chile: los desafíos del servicio público»

#### Autoría

Carlos del-Valle-Rojas

#### Cómo citar este Capítulo

Del-Valle-Rojas, C. (2025): «El ecosistema de los medios de comunicación en Chile: los desafíos del servicio público». En Labio-Bernal, A.; Del-Valle-Rojas, C. (eds.), *Medios, servicio público y políticas de comunicación en América Latina, España y Portugal*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 978-84-10176-07-2

#### D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/c3.emcs.33.p112>



El libro *Medios, servicio público y políticas de comunicación en América Latina, España y Portugal* está integrado en la colección «Periodística» de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Este libro analiza cómo la transformación tecnológica y la existencia de un ecosistema mediático híbrido exigen una revisión del concepto de servicio público en el sector de la comunicación. A través de un estudio comparativo entre España, Portugal y varios países de América Latina, se abordan aspectos clave como el papel del Estado en los medios, la accesibilidad a la información y el impacto del periodismo de datos en la democracia. Además, se examinan las políticas de comunicación y el papel de los servicios públicos de radiotelevisión en la promoción del pluralismo social y político, con un enfoque en la gobernanza, la independencia y la lucha contra la desinformación.

El volumen se organiza en tres bloques temáticos. El primero actualiza el concepto de servicio público mediático, con estudios sobre España, Portugal y Chile. El segundo se centra en la calidad de la información y el acceso a la radiodifusión pública en España, Portugal y Cuba, incluyendo estudios sobre el periodismo de datos y la accesibilidad audiovisual. El tercer bloque analiza las políticas de comunicación en Brasil, Bolivia y Argentina, destacando la influencia de los gobiernos en la regulación mediática y el acceso a la información, con especial atención a la lucha contra la desinformación y la comunicación como herramienta de identidad y resistencia ciudadana.

Este libro representa la primera parte de un proyecto de investigación sobre servicios públicos y pluralismo mediático en el ámbito ibero-latinoamericano. Frente a la hegemonía de modelos mediáticos anglosajones y nórdicos, los autores proponen una visión crítica desde el Sur, basada en narrativas propias que reivindican la identidad y autonomía de los sistemas de comunicación en Iberoamérica.

# Sumario

<b>Introducción</b>	<b>11</b>
---------------------	-----------

## BLOQUE I

### Servicio público. Una mirada ibero-latinoamericana

<b>1. Repensar la noción de servicio público en España,</b> <i>por Aurora Labio-Bernal; Mohamed Assif;</i> <i>Jaime Romero Ruiz de Castro</i>	<b>19</b>
Introducción	19
Preguntas de investigación, objetivos y metodología	20
Las radiotelevisiónes autonómicas. Recortes y politización	21
El caso de RTVE	23
Repensar la idea de servicio público	26
Discusión y conclusiones	34
Referencias	37
<b>2. Portugal: procurando la sostenibilidad de los <i>Public Service Media</i>,</b> <i>por Francisco Rui Cádima</i>	<b>41</b>
Introducción	41
Hipótesis de investigación	42
Objetivos y metodología	44
Discusión de los resultados	48
Conclusiones	56
Referencias	58

<b>3. El ecosistema de los medios de comunicación en Chile: Los desafíos del servicio público</b>	<b>63</b>
<i>por Carlos del Valle-Rojas</i>	
Introducción	63
Preguntas de investigación, objetivos y metodología	63
La polarización de los argumentos y la enemización de las posiciones	64
Sobre la calidad de la información y la libertad de expresión	65
Contexto. Estado, mercado y marco normativo	67
Estado, mercado y pluralismo	68
Los medios de comunicación, el mercado y el servicio público	70
El ecosistema de medios de comunicación en Chile	71
Análisis y resultados	74
Medios, pluralidad y pluralismo	74
Medios, gobernanza y financiamiento	75
Los medios y los desafíos interculturales	76
Discusión y conclusiones	78
Información y derechos	78
Libertad de expresión y derecho a la información	79
La necesidad de aperturas	80
Algunos desafíos urgentes	80
Futuras líneas de investigación	81
Referencias	81

## BLOQUE II

### Servicio público. Información de calidad y acceso

<b>4. Información de calidad y periodismo de datos abiertos en la radiotelevisión pública española. Estudio de caso de DatosRTVE</b>	<b>85</b>
<i>por Lorena R. Romero-Domínguez</i>	
Introducción	85
Preguntas de investigación y objetivos	86
Información de servicio público, periodismo de datos y calidad	87
Metodología	93
Resultados	95
Propiedades de las historias	95

Datos	97
Transparencia	98
Experimentación	99
Participación	99
Discusión de resultados y conclusiones	101
Futuras líneas de investigación	105
Referencias	106
<b>5. Pluralismo cultural y accesibilidad audiovisual en el contexto ibérico. Estudio de las televisiones públicas TVE y RTP</b>	
<i>por Victoria García-Prieto</i>	<b>109</b>
Introducción	109
Marco teórico. Pluralismo cultural y accesibilidad audiovisual	110
Televisión pública en España y Portugal	113
Objetivos y metodología	114
Resultados	115
Evolución de la accesibilidad en TVE y RTP	118
Accesibilidad de los formatos informativos	125
Discusión y conclusiones	126
Referencias	128
<b>6. Producción, participación y acceso en la radio pública en Cuba. Una aproximación desde las condicionantes regulatorias y estructurales-organizativas</b>	
<i>por Luis Alain de la Noval-Bautista</i>	<b>131</b>
Introducción	131
Premisa de investigación, objetivos y metodología	132
La radio como sistema de producción comunicativa	133
Regulación-autorregulación, control y modelos de las organizaciones mediáticas	135
Estructura del Sistema de la Radio Cubana	146
Infraestructura y financiamiento	147
Producción comunicativa en la Radio Cubana	148
Conclusiones	150
Referencias	152

### BLOQUE III

#### Políticas de comunicación. Estudio de casos

<b>7. Políticas de comunicación en Brasil: un panorama de los gobiernos Bolsonaro y Lula</b>	
<i>por Fernando Oliveira Paulino; Jonas C.L. Valente; Liziane Soares Guazina; Marcos Urupá; Mariana Martins de Carvalho</i>	<b>157</b>
Introducción	157
Premisas de investigación, objetivos y método	158
El gobierno Lula y su relación con los medios de comunicación	159
Radiodifusión pública y radiodifusión comunitaria	160
Telecomunicaciones e Internet	162
El poder ejecutivo y el poder judicial	166
Lula 3-Regular las plataformas digitales	176
Apuntes comparativos	181
Referencias	184
<b>8. Políticas comunicacionales en Bolivia en el gobierno de Evo Morales Ayma (2006-2019)</b>	
<i>por José Armando Guidi-Gutiérrez</i>	<b>189</b>
Introducción	189
Hipótesis y objetivos	190
Metodología	191
Resultados	192
El reconocimiento de los derechos y deberes comunicacionales en la Constitución de 2009	193
Un nuevo ministerio para controlar la Comunicación	197
Fortalecimiento de los medios estatales	198
Creación del periódico <i>Cambio</i>	198
Las radios comunitarias	199
La publicidad estatal	200
La compra de medios privados	202
Discusión de los resultados y conclusiones	203
Referencias	205

<b>9. Políticas públicas de comunicación, concentraciones mediáticas y prácticas culturales en Argentina (2010-2024)</b>	
<i>por Leonardo González; Silvina Pauloni</i>	<b>209</b>
Introducción	209
Objetivos y metodología	210
Contexto. Entre la teoría y la práctica	211
Recorrido de Políticas Públicas de comunicación.	
Nuevos escenarios mediáticos	214
Paka paka, ejemplo de convergencias e interpelación ciudadana	219
Discusión de resultados y conclusiones	222
Referencias	224
<b>Autores</b>	<b>227</b>



## El ecosistema de los medios de comunicación en Chile: Los desafíos del servicio público

*Carlos del-Valle-Rojas*  
Universidad de La Frontera

### *Introducción*

En este trabajo planteo brevemente cuatro temas que considero relevantes para entender el debate actual sobre el ecosistema de los medios de comunicación en Chile.

En primer lugar, planteo cómo este debate se caracteriza por el alto nivel de polarización de los argumentos y la fuerte enemización de las posiciones, que tienden a la falacia de lo irreconciliable.

En segundo lugar, desarrollo cuáles son los principales argumentos que están presentes en la actual discusión, cómo estos representan modelos de sociedad aparentemente opuestos y sus implicancias en los modos de comprensión de la información y el rol de los medios de comunicación.

En tercer lugar, abordaré la necesidad de acercar las posiciones para avanzar en un ecosistema de medios más plural y descentralizado.

Por último, comentaré algunas propuestas, a partir de la discusión de conceptos básicos como las libertades y los derechos, el carácter de lo público considerando las tensiones entre el estado y el mercado, la gobernanza y los desafíos interculturales.

### *Preguntas de investigación, objetivos y metodología*

El principal objetivo aquí es analizar el ecosistema de los medios de comunicación en Chile, especialmente desde la perspectiva de los desafíos de los medios en tanto servicio público.

Por otra parte, las preguntas que guían el trabajo son básicamente: en una economía neoliberal como la chilena, ¿qué carac-

teriza el debate actual? ¿qué modelos de sociedad representan las diferentes posiciones existentes? ¿cómo lograr, en este contexto, un ecosistema plural y descentralizado? Finalmente, ¿qué propuestas podemos realizar al respecto?

Este trabajo se sustenta en el análisis de diferentes corpus, como es el caso de documentos normativos sobre los medios de comunicación, estudios previos y diferentes análisis publicados. Por otra parte, se considera una serie de entrevistas realizadas en el marco del trabajo de la Comisión Técnica conformada por académicas y académicos de tres Universidades Estatales de Chile, a saber, Universidad de La Serena, Universidad de Chile y Universidad de La Frontera. Se realizaron 18 sesiones entre el 5 de agosto y el 4 de noviembre de 2022, además de jornadas de deliberación y redacción interna por parte de las universidades, dinámica que se extendió hasta fines de diciembre de 2022. Entre los actores entrevistados se consideró: periodistas y Premios Nacionales de periodismo; representantes de las Asociaciones nacionales de medios, de radios (ARCHI), de televisión (ANATEL), de televisión abierta (ARCATEL), radios comunitarias (ANARCICH), de medios independientes y comunitarios (ANAMIC), de televisión (CNTV), de televisión de las universidades estatales (UESTV), de UNESCO, de CIDH y de OBSERVACOM; además de docentes de carreras de periodismo, tanto públicas como privadas; ONG's; propietarios de medios y dirigentes sindicales (VV.AA., 2023).

Con toda esta información se realizaron los análisis y discusiones.

### *La polarización de los argumentos y la enemización de las posiciones*

Uno de los problemas más significativos en Chile para avanzar en los distintos desafíos del país es la excesiva polarización, a priori, de las posiciones frente a los diversos temas y problemáticas.

Esta manera dicotómica y enemizada de abordar los asuntos de interés social y cultural para el país se hace acompañar de una retórica hiperbólica y de una pragmática de la negación, de tal forma que prevalecen los apriorismos irreductibles, en su mayoría expuestos con falta de transparencia y de franqueza.

En el caso de la discusión sobre el ecosistema de los medios de comunicación, como veremos, es precisamente así.

De hecho, este debate ha estado lleno de maniqueísmos que no han permitido avanzar, sino que al contrario se han instalado desde una retórica de lo irreductible, con una puesta en escena de lo irreconciliable.

Ahora bien, no cabe duda que esta clausura del debate no es casual puesto que disfraza intereses económicos, políticos e ideológicos.

### *Sobre la calidad de la información y la libertad de expresión*

La disputa sobre los medios de comunicación en Chile enfrenta dos grandes problemas, a saber, ¿qué entendemos por información y comunicación? Especialmente desde una perspectiva económica, esto es, en tanto productos y mercancías; así como desde una perspectiva política, es decir, el carácter altamente ideologizado de los argumentos que circulan sobre la naturaleza de la información y la comunicación.

De hecho, los argumentos sobre el derecho a una información de calidad y el derecho a la libertad de expresión son encapsulados como si se tratara de derechos excluyentes.

Sin embargo, esta exclusión argumental obedece más bien al modo en cómo los que se refieren a una u otra se expresan.

En este sentido, lo primero es considerar que la información se produce en el marco de un modelo económico, político y cultural concreto. Por lo tanto, cualquier discusión debe considerar tanto el contenido que se genera como las condiciones materiales en las que se produce la información.

Por otra parte, la intensidad de esta disputa no hace más que dar cuenta de lo que está en disputa en el ámbito político e ideológico.

Asimismo, es importante considerar que los medios de comunicación son empresas informativas, ya sean grandes, medianas o pequeñas. Esto significa entender, por ejemplo, que se regulan por criterios y variables económicas. Es un error, entonces, dejar fuera del debate los aspectos económicos, como se ha hecho especialmente desde el estado. Pensar los medios fuera de la economía es caer en un romanticismo de escaso realismo.

Entonces, las condiciones económicas de producción son tan importantes como las proyecciones políticas de los contenidos.

Por otro lado, es necesario analizar el carácter de la información y los contenidos que generan los medios de comunicación.

Si es así, hay al menos dos modos de entender la información que circula en los medios, a saber, como bien social de responsabilidad más colectiva, lo que se traduce, a su vez, en la información como un derecho de las personas a ser informadas.

El otro modo es entender la información como un bien de consumo de responsabilidad particular o editorial, en cuyo caso se trata de la capacidad de los medios a expresarse libremente.

Ambos modos están en pugna hoy en Chile, sin lograr acercamientos hasta la fecha.

Uno de estos modos está representado por los esfuerzos de la izquierda y la socialdemocracia, con un sesgo estatizador, que considera como modelos algunas experiencias fallidas en América Latina.

En el otro caso está representado por las posiciones corporativas neoconservadoras y neoliberales, como la que sostiene la Asociación Nacional de la Prensa (ANP).

En el primer caso, se trata de priorizar el derecho a una información de calidad, con énfasis en el derecho de las personas. En el segundo caso, se trata de priorizar el derecho al libre flujo de la información en los medios, donde la información es simplemente una mercancía.

¿Hay posibilidades de consenso?

Ahora bien, lo que observamos en Chile, claramente, es el predominio de un modelo centrado en el libre flujo de información, cuyas consecuencias más visibles son la masificación del infoentretenimiento, así como la consolidación de la audiencia como mercancía de los medios, la cual consolida el financiamiento a través del mercado de la publicidad. Los públicos, de esta forma, han sido reducidos a relaciones principalmente económicas.

En el caso de la segunda posición, el riesgo es caer en la censura previa y vulnerar así, directa o indirectamente, el principio de la libertad de expresión.

Estas «patologías» infocomunicacionales, junto a otras, también impiden avanzar en el debate, porque polarizan las posiciones en un registro ideológico y promueven escaramuzas basadas

en un falso dilema, que termina siendo irreductible. Así han terminado rápidamente varias iniciativas fundadas, inicialmente, en el diálogo.

De este modo, por ejemplo, cada vez que se habla de la necesidad de exigir información de calidad inmediatamente se traduce como un intento regulatorio y, por lo tanto, de censura. De forma similar, cuando se habla de proteger la libertad de expresión se interpreta sólo como una expresión del capitalismo neoliberal. Aquí censura y capitalismo funcionan como una semántica de la enemización y una retórica de la exclusión.

Si no acercamos posiciones, no habrá avances. Si no nos abrimos a escuchar los argumentos del otro sin atribuirle un sesgo político a priori, se mantendrá el actual ecosistema de medios que, entendemos, debemos superar para garantizar la calidad informativa sin vulnerar la libertad de expresión, así como para lograr niveles necesarios de pluralismo y descentralización.

### *Contexto. Estado, mercado y marco normativo*

Es preciso consignar que el marco normativo constitucional garantiza:

La libertad de emitir opinión y la de informar, sin censura previa, en cualquier forma y por cualquier medio, sin perjuicio de responder de los delitos y abusos que se cometan en el ejercicio de estas libertades, en conformidad a la ley, la que deberá ser de quórum calificado.

La ley en ningún caso podrá establecer monopolio estatal sobre los medios de comunicación social.

Toda persona natural o jurídica ofendida o injustamente aludida por algún medio de comunicación social, tiene derecho a que su declaración o rectificación sea gratuitamente difundida, en las condiciones que la ley determine, por el medio de comunicación social en que esa información hubiera sido emitida.

Toda persona natural o jurídica tiene el derecho de fundar, editar y mantener diarios, revistas y periódicos, en las condiciones que señale la ley.

El Estado, aquellas universidades y demás personas o entidades que la ley determine, podrán establecer, operar y mantener estaciones de televisión.

(Texto refundido, coordinado y sistematizado de la Constitución Política de la República de Chile, Art. 19, 12).

La legislación chilena permite la participación de capital extranjero en empresas de televisión abierta y en el mercado de televisión paga sin encontrar barreras en materia de distribución, producción y acceso a los canales.

La Fiscalía Nacional Económica ha venido monitoreando situaciones de adquisiciones de empresas en el mercado audiovisual, tomando como referencia el principio de defender la libre competencia con una marcada orientación a la total eficiencia en los mercados, característica chilena que diferencia al país de otros sistemas de competencia «que hacen expresamente mención de maximizar el bienestar de los consumidores».

Por su parte, ¿cuál es la situación de las regiones?

La ley define el carácter regional de los medios como la «presencia en una o más regiones, pero no más del 50% de las regiones del país», el carácter local como la «presencia en una sola región, incluyendo dentro de ella un alcance efectivo inferior al 25% de su población y con una cobertura inferior al 50% de los municipios de esa región», mientras que el carácter comunitario se refiere a «los márgenes de presencia establecidos para los concesionarios con cobertura local y que de lo contrario no podrán formar cadenas o redes de forma permanente» (Resolución Exenta 1057, Art. 2).

### *Estado, mercado y pluralismo*

¿Cuál es el rol que tiene el estado? Principalmente dos: garantizar una pluralidad de la propiedad de los medios en el sistema y asegurar un pluralismo en el tratamiento de los contenidos de los medios. La pluralidad implica, de una parte, «emparejar la cancha» estableciendo condiciones para la existencia de una diversidad de medios, que representen a los distintos grupos políticos, económicos y culturales; en tanto que el pluralismo supone lograr que los contenidos, además de la necesaria libertad de su propia expresión, no constituyan un modo de ejercicio del control de acceso de unos grupos sobre otros.

He aquí otra disputa que impide acercamientos.

En este sentido, es importante cautelar el derecho a una información de calidad, con énfasis en que se trata de un derecho amplio de las personas. Si bien no se constituye ninguna forma de censura, se entiende que la ciudadanía tiene derecho a recibir noticias de calidad, así como programación, en general, de calidad. La televisión pública, por ende, ha de generar espacios que permitan el desarrollo de funciones educativas, culturales, etc., que no pueden ser reducidas al rating como único mecanismo de constatación de la demanda, porque éste se orienta más bien al mercado de la publicidad que a la recepción de contenidos de las audiencias. Publicidad y audiencias aparecen aquí confrontadas.

Por otro lado, es importante discutir sobre la libertad editorial de los medios, en cuyo caso lo que se requiere precisamente es primero una definición pública y social de la línea editorial.

Ahora bien, lo que observamos en Chile es el predominio generalizado de un modelo centrado en la libertad editorial de expresión, con énfasis en el mercado de la publicidad y a partir de una línea editorial regulada por posiciones político-partidistas y no necesariamente representativas de las demandas públicas y sociales; porque para lograr esto último se requeriría un mecanismo de consulta y verificación permanente de dichas demandas. Como esto no ocurre, se crean las condiciones para fenómenos como la consolidación de la audiencia como principal indicador de medición de los medios, lo cual, a su vez, consolida el financiamiento exclusivamente a través del mercado de la publicidad. Este fenómeno sistemático e institucionalizado de cristalización de las audiencias ha contribuido a una destitución de lo público y de los públicos.

Por su parte, entendemos que no se trata de instalar mecanismos que operen como censura que vulnere la libertad de expresión. Diríamos que se trata también de establecer mecanismos que permitan garantizar la libertad de expresión de los diferentes públicos que deben representar los medios en su dimensión pública y social, además de su dimensión económica y política.

Es importante, entonces, evitar quedarnos en la polarización de la discusión, si queremos llegar a una propuesta común.

Esta polarización del debate ha impedido avanzar en una propuesta amplia y transversal. Si no acercamos posiciones, no habrá avances.

En síntesis, podríamos sostener que es necesario garantizar una pluralidad de la propiedad de los medios en el sistema y asegurar un pluralismo en el tratamiento de los contenidos de los medios.

En el marco del trabajo de la comisión de Gobierno, en la cual tuve la oportunidad de participar este año, los diferentes actores sociales involucrados en el ecosistema de medios se refieren así al rol del Estado.

El estado puede tener un rol en términos de promover un sistema de medios más plural, más inclusivo.

La primera misión del estado debiera ser la diversidad para incidir o impactar en un segundo momento que es el tema del pluralismo.

El estado debería tener una responsabilidad en cuanto a la entrega de la información y asegurar el derecho, no tan solo la libre elección, sino también el derecho a informarse, a obtener información (VVAA, 2023: 36).

### *Los medios de comunicación, el mercado y el servicio público*

Por ejemplo, entre los modelos de televisión pública, no cabe duda que en Chile prevalece un modelo híbrido, que integra «el modelo pluralista polarizado, característico del sur de Europa, especialmente de la Europa Latina, como con el liberal que prevalece en América del Norte, Gran Bretaña e Irlanda» (Hallin; Mancini, 2007: 92-93).

Aclarado lo anterior, un desafío central es cómo conciliar el carácter de medios de comunicación públicos con un modelo económico de libre mercado. En otras palabras, para el caso, por ejemplo, de la televisión llamada pública la pregunta es: ¿qué es exactamente lo público? (Salazar; del Valle, 2024).

¿Es posible? ¿Qué se requiere para lograrlo?

Uno de los principales reclamos de los medios de comunicación regionales es precisamente quedar en una condición límbica, donde se les suele recordar su compromiso de servicio público al mismo tiempo que se les restringen las posibilidades de acceso a recursos públicos. Esto básicamente por las dificultades para competir en las licitaciones y por la falta de experiencia para postular a los fondos públicos, en particular por la necesidad de sortear la burocracia administrativa.

Ahora bien, en el contexto actual es importante revisar los conceptos elementales, como el de servicio público. ¿Cómo entender el servicio público en escenarios de competencia privada y constantes cambios tecnológicos? Básicamente, considerando que el servicio público tiene funciones muy específicas:

Contribuir a la articulación de un espacio cultural y comunicativo.

Fomentar la memoria cultural colectiva.

Ser un elemento aglutinador de los ciudadanos y un vehículo de vertebración de una comunidad plural y diversa.

Mantener la cercanía como uno de sus principios activos.

Dar prioridad a la información en todas sus formas.

Apostar por un régimen de calidad en la programación.

Impulsar la producción propia de programas.

Asegurar el acceso universal interno a las emisiones.

Atender actividades de interés para el espacio público.

Ser eficiente tanto en la gestión político-social, como en la económica y en la gestión de los recursos humanos (Zallo, 2011: 333).

Finalmente, agregaría, «lograr niveles de descentralización informativa y operacional.»

En este sentido, atentan tanto contra el servicio público la excesiva competencia privada como la instrumentalización política.

De hecho, si bien los medios de comunicación son empresas informativas, es urgente revisar el actual sistema de medición de audiencias como único parámetro para establecer el financiamiento. El rating no puede ser el único criterio para definir el consumo, así como tampoco puede ser el único modo de financiamiento a través del mercado de la publicidad.

### *El ecosistema de medios de comunicación en Chile*

En un reciente estudio comparado de iniciativas legislativas y regulatorias sobre los medios de comunicación en Chile, financiado por la universidad de Brasilia, realizado este año, y en el cual tuve la oportunidad de participar, se abordaron temas como las tecnologías, la penetración, el modelo de negocios y la promoción de contenidos nacionales.

En el estudio se parte de la base de que el sistema de medios en Chile no sólo está concentrado en el ámbito económico (estructura de propiedad, publicidad y audiencias), sino también desde el punto de vista ideológico (Del Valle *et al.*, 2011; Sunkel; Geoffroy, 2001).

Una segunda característica específica del sistema chileno es el papel constituyente que ha tenido el estado en los mercados de las comunicaciones. De esta manera, el estado no necesariamente ha sido un agente regulador, sino también de modelación del mercado, incluyendo la selectividad empresarial, esto es, qué empresas continúan y cuáles no. *El Mercurio* es un ejemplo del primer caso y *La Nación* del segundo.

El sistema chileno también se caracteriza por la centralización, con carácter dominante, desde las empresas de la región metropolitana de Santiago.

Ahora bien, ¿por qué es tan relevante la disputa de los medios de comunicación?

Porque la capacidad representacional de los medios es conocida, no sólo en el sentido de la fuerza expresiva de las imágenes, sino también por el carácter político de lo que producen. En este sentido, lo más correcto es hablar de una disputa de representaciones (Jablonska, 2017), en la cual se enfrentan las representaciones culturales hegemónicas y las marginalizadas, que buscan visibilidad y reconocimiento, levantando discursos contrahegemónicos.

Pero, ¿cuál es el objeto y el propósito de estas representaciones en disputa? Podríamos considerar que el objeto y el propósito de las representaciones en disputa es el conflicto de las identidades que están tensionadas en el permanente juego de las imágenes que son puestas en la escena social y pública; pero hablar de las identidades y las representaciones es sumergirse en las honduras de un fuerte debate en las ciencias sociales, especialmente a partir de las importantes críticas postcoloniales y decoloniales, muchas de las cuales, ciertamente, compartimos. No obstante, si bien el concepto de identidad está en crisis, también lo están las representaciones de dichas «identidades» —o de las visiones del mundo o de las configuraciones del sentido—, donde la lucha está más bien en el código, es decir en la necesidad de repensar, entre otros, los procesos de producción creativa en el contexto de las industrias culturales, los sistemas de información y el va-

lor del trabajo, que son la clave del problema de la reproducción cultural (Sierra, 2016), pero también en el sentido de tensionar los modos y estrategias de representación; porque el dominio del código en el caso de la representación en los medios implica, al menos, dos situaciones: (a) las posibilidades —o no— de representaciones de diferentes grupos, por ejemplo a través del discurso audiovisual, como modos estratégicos de representación, porque subvierten las formas de la matriz colonial, y (b) la capacidad —o no— de romper con el discurso dominante, que representa a las alteridades como enemigos íntimos (Del Valle, 2024a, 2024b y 2022a). Disputar el código significa, entonces, para este caso, utilizar los medios para subvertir los discursos, para superar las claves de significación, para derribar las barreras de acceso al discurso social y público; en definitiva, acceder a la producción propia de los contenidos es una forma de resistencia, pero dominar el código de producción creando modos propios es una estrategia ofensiva (Del Valle, 2020). Los medios permiten estas acciones.

Si bien la capacidad representacional es un elemento relevante en el carácter del discurso de los medios, no sólo se relaciona con una disputa por las «identidades», las visiones del mundo y la configuración del sentido, en tanto apropiación del código; sino que también está relacionada con las transformaciones en los modos de ver y ser político (Sartori, 1998). En el primer caso, como consecuencia de la presencia sistemática de las imágenes en las sociedades y en el segundo caso como resultado del propio carácter político del discurso y la práctica. Precisamente es esta dimensión práctica la que permite un constante emplazamiento al ser y hacer político en las sociedades. En este contexto, el carácter político de los medios implica la necesidad de una crítica a su propia condición y a sus formas de intervención en el complejo escenario social. Su práctica, entonces, exige la pregunta por la mirada y lo mirado, esto es, por un lado la perspectiva y el enfoque presente en la producción de los contenidos y sus representaciones y, por otro lado, la complejidad de lo que miramos y cómo es transformado también con la mirada. Esta conciencia del mirar no sólo interpela y cuestiona, sino también crea e imagina.

Por todo esto es importante la disputa que se produce en el campo de los medios, especialmente en regiones y con relación a grupos con menos acceso.

Según los datos de la Subsecretaría de Telecomunicaciones de marzo de 2023, Chile cuenta con un total de 3 millones 232 mil 392 suscriptores de TV paga, de los cuales 1 millón 024 mil 833 corresponden a acceso satelital y 2 millones 207 mil 559 corresponden a acceso por cable, lo que indica una penetración de 16,22 suscriptores cada 100 habitantes (Subsecretaría de Telecomunicaciones, 2023).

El tiempo medio de consumo diario en 2021 alcanzó las 5 horas y 53 minutos. El acceso a la tv abierta alcanzó las 4 horas y 18 minutos y la TV paga alcanzó las 3 horas y 41 minutos de promedio diario por persona.

Aunque los estudios del Consejo Nacional de Televisión (2021 y 2022) indican que la televisión es el medio de información menos fiable, por detrás de la radio, las redes sociales y los periódicos, al mismo tiempo es el medio más utilizado por la población.

¿Muestra lo anterior que existe una demanda insatisfecha de pluralismo y una percepción de que la televisión exagera o tiende a centrarse en los aspectos negativos o violentos de la información que proporciona? Creo que sí.

En efecto, esta crisis de la confianza y de la capacidad de representar la diversidad ha sido una de las claves de la emergencia de los medios digitales en los últimos años; siendo el modelo de negocios su principal obstáculo y la descentralización su mayor deuda.

### *Análisis y resultados*

#### *Medios, pluralidad y pluralismo*

En este escenario debemos garantizar el derecho al libre acceso a información de calidad, pero sin vulnerar la libertad de expresión; y para que este derecho pueda ser ejercido, es preciso que exista, por una parte, una amplia diversidad en la propiedad y control de los medios (pluralismo externo o pluralidad) y, por otro lado, diversidad de voces en la cobertura y tratamiento de los contenidos de los medios (pluralismo interno). Lo primero se logra estableciendo condiciones para la existencia de una diversidad de medios, que representen a los distintos grupos;

en tanto que lo segundo se logra asegurando la diversidad y la calidad de los contenidos (Del Valle, 2022c).

Por lo anterior, debemos esforzarnos por:

1. Garantizar una pluralidad en la propiedad de los medios para que representen a los distintos grupos políticos y culturales, además de económicos (que ya existe).
2. Asegurar un pluralismo en el tratamiento de los contenidos de los medios, es decir, lograr que en los contenidos se vean representados y no excluidos los diferentes grupos de la sociedad, así como las distintas regiones.
3. Establecer mecanismos de consulta y verificación permanente de las demandas informativas y de contenido en general. «Nosotros transmitimos los contenidos que la gente quiere ver, escuchar o leer» ya no sirve como argumento, principalmente porque no se trata de una oferta real, sino de una reproducción indefinida.
4. Garantizar la libertad de expresión, tanto la editorial como la de los diferentes públicos. No solo se trata de la libertad de los medios, sino también de los públicos.

### *Medios, gobernanza y financiamiento*

Es importante contar, además, con medios de vocación pública (entendiendo aquí que lo público no se agota en el estado), con una gobernanza mixta y con responsabilidad pública, cuya propiedad no puede estar radicada en el estado, que debe incluir control de la ciudadanía, a través de diferentes formas de representación y mixturas en la composición de su titularidad, participación pública y ciudadana. Así, sería la sociedad civil —debidamente representada—, quien podría garantizar la diversidad de voces, evitando formas de clientelismo y reducción del campo de lo social, como ocurre ahora.

En este sentido, podemos discutir ampliamente la necesidad de diversificar el modelo de financiamiento. Se puede considerar el *endowment* (impuesto digital) o un diseño más complejo, de manera tal que se puede también incidir en la gobernanza interna; todo lo cual podrá contribuir, por cierto, a fortalecer las características de un medio público, como la universalidad, la independencia de poderes económicos, políticos y gubernamen-

tales, la diversidad, la rendición de cuentas y la innovación tanto periodística como estética y tecnológica (Faure; del Valle, 2024).

### *Los medios y los desafíos interculturales*

Desde la perspectiva intercultural, entendemos, por una parte, a las relaciones entre las distintas culturas que se vinculan a partir de una asimetría estructural y, de otro lado, nos referimos a las diferencias que suelen ser asociadas a las conflictividades que, históricamente, se han intentado resolver a partir del diseño e implementación de políticas públicas focalizadas, pero sin densidad socio-cultural y con resultados muy limitados. Por lo tanto, cualquier política debería enfatizar la reciprocidad y horizontalidad entre las culturas que se relacionan.

La interculturalidad ha sido abordada de diferentes formas, siendo, en general, un modelo explicativo de las relaciones entre diversas culturas. Para ello, debemos considerar que no se trata solo de la relación entre dos culturas, sino de relaciones complejas de alto impacto en la sociedad. Asimismo, es importante no reducir las relaciones a las conflictividades, siguiendo el razonamiento básico según el cual mientras haya diferencias habrá conflictos y que las políticas deberían estar orientadas por una homogeneización inclusiva o integración. Esto último debe ser superado con urgencia.

Por el contrario, el desafío es promover principios como la reciprocidad, relacionalidad, complementariedad y correspondencia, mediante la construcción de un diseño representativo que incluya los espacios locales, los distintos grupos de la sociedad civil, centros de estudios y universidades, instituciones y organismos autónomos, que se quieran hacer parte del nuevo desafío; y considerando especialmente que las interacciones entre las culturas se generan en un contexto político, económico y social determinado.

En síntesis, la interculturalidad es una relación y, por lo tanto, un modo de vivir socialmente, y no puede ser reducida a ciertos contenidos habitualmente contruidos con base en estereotipos y clichés. Asimismo, la interculturalidad tiene un sentido amplio y diverso que incluye las relaciones interétnicas con los pueblos indígenas, así como relaciones con inmigrantes de distinta pro-

cedencia —ya sea de desplazamientos históricos como recientes, forzados o no—, con colonias extranjeras, con grupos socialmente excluidos, con grupos étnicos diferentes, con clases sociales, etc.

Veamos algunas expresiones planteadas en las entrevistas.

La interculturalidad en los medios de comunicación ha sido un tema bastante difícil de abordar, especialmente en Chile [...] no se ha logrado hacer que las personas de otras culturas sean partícipes de la vida cotidiana, social, de la vida civil de este país. Es necesario conocer, interiorizar los significados y diferencias entre los conceptos y enfoques referidos a la movilidad humana, como la interculturalidad, como la descolonización, la memoria, el racismo, la migración, el refugio, el asilo, el desplazamiento, la regularidad, la irregularidad, la migración climática, el género y diversidad sexual, la interseccionalidad, la niñez y la adolescencia, la discapacidad y la crisis humanitaria, entre otros. Estigmatizar es un ejercicio aprendido de los prejuicios y los estereotipos que se reproducen con los discursos públicos.

Se suelen compartir imágenes y contenidos que deshumanizan, estigmatizan y vulneran a las personas. Lo que decimos es que no se debe replicar este tipo de información y se debe proteger a las personas en su diversidad.

La interculturalidad es la comunicación entre personas o comunidades que tienen referencia, formaciones, cosmovisiones diferentes y se reconocen como diferentes y tienen la decisión de comunicarse, de comunicarse desde la diferencia, asumiendo el respeto por el otro.

El enfoque intercultural también es algo que tenemos que lograr transversalizar para que salga de la caricatura, del estigma o de una mirada superficial de lo que implica la interculturalidad. Creo que los medios de comunicación han sido especialmente responsables en la percepción del colombiano peligroso, del venezolano delincuente y de otros estereotipos más que se han tejido en esta sociedad. Porque, por ejemplo, pese a que tenemos una gran cantidad de peruanos viviendo en Chile, yo no he visto ninguna película peruana, ninguna teleserie peruana que me muestre cuál es su forma de vida y su forma de enfrentarse a la sociedad y a los desafíos. Lo mismo me pasa con los venezolanos (VVAA, 2023:17-18).

A continuación vemos algunas recomendaciones al respecto (VVAA, 2023):

- Promover activamente la interculturalidad en el contenido de los distintos programas de los medios de comunicación, desde las noticias a los matinales.
- Asegurar la interculturalidad como línea editorial, a través de la existencia de medios de los propios grupos, que cuenten con el respaldo suficiente y necesario para garantizar la preservación y proyección social, cultural, lingüística, etc. Para ello, el estado debe garantizar los mínimos y desde ahí tener una transversalidad institucional amplia.
- Asegurar desde el estado y las diversas organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, públicas y privadas, la diversidad cultural, a través de una distribución equitativa de los canales (concesiones), medios y herramientas necesarias.

### *Discusión y conclusiones*

Enfrentar la desinformación es un desafío ético en nuestra sociedad, de un carácter amplio, transversal e inexcusable. Por lo anterior es que me llama profundamente la atención la resistencia que existe para reflexionar y discutir sobre este problema.

Las dificultades obedecen principalmente a la falta de análisis y distinciones, así como al exceso de ideologización para abrir cualquier debate.

Un primer punto relevante es analizar qué entendemos por información y desinformación.

Luego, distinguir entre los derechos involucrados.

Finalmente, proponer una hoja de ruta necesaria para avanzar.

### *Información y derechos*

No cabe duda que la libre circulación de información es una garantía para las democracias, en el sentido que permite establecer una vigilancia y control permanente de las actuaciones de los organismos públicos y privados, especialmente cuando éstas afectan a la vida social en cualquiera de sus formas. De este modo, nos referimos particularmente a toda información relevante para un ejercicio transparente del poder en todos los espacios gravitantes para la vida pública.

En este contexto, la desinformación consistiría tanto en la falta de información como en la circulación de información que no se corresponda con los hechos a los cuales se refiere. Esto último se puede producir tanto por un error como por una mentira deliberada. Como obviamente la distinción entre un error y una mentira es compleja, en tanto requiere acceder a la eventual intención que la anima, en general el tratamiento que se les puede dar es indistinto.

El desafío aquí sería, entonces, doble. Por un lado garantizar el uso de buenas prácticas informativas y, por otra parte, asegurar condiciones que permitan la calidad de la información. Ello supone avanzar en una cultura de la calidad y el control de la calidad, del mismo modo como el ejercicio del periodismo y de la comunicación pretenden una vigilancia permanente del ejercicio del poder, especialmente público. La pregunta de rigor es ¿quién vigila a los vigilantes? O bien, ¿cómo logramos un buen ejercicio de la vigilancia? Necesitamos hacer un esfuerzo para una sana crítica de la actividad informativa, en un ecosistema mediático cada vez más complejo.

### *Libertad de expresión y derecho a la información*

Un examen exhaustivo de los diferentes aspectos que involucra este debate nos permite reconocer la concurrencia de derechos humanos importantes para la vida en sociedad.

Por una parte, tenemos el derecho a la libertad de expresión, que nos garantiza que podemos expresar nuestras opiniones sin que ello nos perjudique. Al respecto, es fundamental distinguir entre el derecho a expresarnos libremente sobre cualquier tema, sin censura, y el uso que hagamos de la referencia a determinados hechos al momento de expresarnos. Mientras garantizamos el derecho a la expresión no podemos vulnerar la necesidad de una mínima precisión al describir situaciones o referirnos a los dichos de otras personas, puesto que es menester separar lo anterior de las interpretaciones que podamos realizar sobre ello.

Por otro lado, tenemos, entonces, el derecho a la información, que nos permite asegurar que las personas recibirán una información de calidad, tratada con rigurosidad y precisión.

Esta segunda exigencia en materia de derechos es la que claramente debemos incorporar en cualquier debate (Del Valle, 2022b).

### *La necesidad de aperturas*

Si bien nos puede parecer que abrir cualquier debate supondría riesgos para la libertad de expresión y la democracia, creo que es urgente hacer un llamado a la serenidad y a la seriedad. Primero, porque desplegar una discusión no constituye, en modo alguno, un atentado a las libertades. Al contrario, suponer que hay temas sobre los cuales no se puede debatir porque ello entrañaría vulneraciones es situar dichos temas en un espacio de trascendencia inconfesable (hablar del control de la desinformación no podría ser un tabú). Segundo, puesto que más bien se trata, precisamente, de establecer algunas condiciones que garanticen el debate como, por ejemplo, la participación amplia de las actorías sociales, que incluye a espacios políticos, académicos, empresariales, gremiales, organizaciones sociales, etc.

Aprovechemos la oportunidad de reflexionar y debatir estos temas, lo cual fortalecerá nuestra democracia y nos hará crecer como sociedad.

### *Algunos desafíos urgentes*

Me permito compartir algunos desafíos con cierta urgencia (VVAA, 2023):

1. La necesidad de transparentar y regular la publicidad estatal estableciendo criterios más amplios que solo la medición de audiencias.
2. El desarrollo de protocolos que permitan tipificar y prevenir los discursos de odio.
3. Construir un código de ética para la labor periodística con participación de representantes de distintos sectores.
4. Implementar un observatorio internacional que vele por el cumplimiento de los estándares de acceso a la información y de libertad de expresión.
5. Prevenir, enfrentar y erradicar las situaciones de violencia de género que afecten a periodistas y trabajadoras de la comunicación.
6. Incorporar roles como la defensoría del lector o lectora, que se ha implementado exitosamente en otros países.
7. Descentralizar tanto la propiedad de los medios como su ubicación geográfica.

### *Futuras líneas de investigación*

Los hallazgos, especialmente desde la perspectiva del servicio público, exigen la incorporación de líneas de investigación que permitan mantener un monitoreo constante para garantizar el cumplimiento de los principios de lo público, a saber, la incorporación permanente de contenidos con vocación y sentido público, que estén al margen de la autogestión comercial competitiva, la cual ha demostrado que no promueve este tipo de contenidos. Del mismo modo, se requiere que existan modos de financiamiento mixtos, considerando de manera especial que no exista fines de lucro. En este sentido, se propone la necesidad de una línea de investigación sobre «Comunicación, Derecho a la Información y Servicio Público», orientada a analizar los procesos de la comunicación pública y la relevancia del rol de servicio público de los medios.

### *Referencias*

- Constitución Política de la República de Chile. 1980. Texto refundido, coordinado y sistematizado. Recuperado de (<https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=242302&idParte=>)
- Del Valle, C. (2024a). *Généalogie de l'indigène en tant qu'ennemi: Critique de la raison morale, pénale et néolibérale au Chili. Cahiers critiques de philosophie*, 29, Éditions Hermann.
- Del Valle, C. (2024b). *Genealogy of the Indigenous as an Enemy: Criticism of Moral, Criminal, and Neoliberal Reason in Chile*. En Sudeshna Roy (Ed.), *Encyclopedia of Race, Ethnicity, and Communication*. New York and Oxford. Oxford University Press.
- Del Valle, C. (2022a). Making enemies. The cultural industry and the new enemisation modes. En Del Valle, C.; Sierra, F. (coord.). *Communicology of the South. A Critical Interpretation from Latin America*, Londres: Palgrave Macmillan, pp. 117-169.
- Del Valle, C. (2022b). El debate sobre los medios de comunicación en Chile o cómo asegurar el equilibrio entre derechos y libertades. Recuperado de (<https://www.elmostrador.cl/destacado/2022/10/23/el-debate-sobre-los-medios-de-comunicacion-en-chile-o-como-asegurar-el-equilibrio-entre-derechos-y-libertades/>)
- Del Valle, C. (2022c). Pluralismo en Chile: Desafíos, posibilidades y limitaciones. Recuperado de (<https://lavozdelosquesobran.cl/opinion/pluralismo-en-chile-desafios-posibilidades-y-limitaciones/02122022>)

- Del Valle, C. (2020). No estamos en tierra ajena. El movimiento mapuche en Chile: De la resistencia a la ofensiva. REVCOM. *Revista científica de la Red de Carreras de Comunicación Social*. Universidad Nacional de La Plata, Argentina. DOI:<https://doi.org/10.24215/24517836e029>
- Del Valle, C. *et al.* (2011). La concentración de la propiedad de los medios de comunicación en Chile. De la propiedad al mercado de la publicidad: Los desafíos pendientes. *Sapiens, Revista Universitaria de Investigación*, 12(1), pp. 44-58.
- Faure, A.; del Valle, C. (2024). La misión pública de la televisión y sus desafíos. Recuperado de (<https://www.lemondediplomatique.cl/2024/09/la-mision-publica-de-la-television-y-sus-desafios.html>)
- Hallin, D.; Mancini, P. (2007). *Sistemas mediáticos comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona. Editorial Hacer.
- Jablonska, A. (2017). La disputa por las identidades étnicas en el cine mexicano contemporáneo, *Catedral Tomada: Revista de crítica literaria latinoamericana*, 5(9), pp. 220-252.
- Resolución Exenta 1057. (2021). Crea nuevo procedimiento de tramitación de solicitudes de ejercicio del derecho de retransmisión obligatoria o «must carry» establecido en el artículo 15 quáter incisos segundo y tercero de la ley n° 18.838. Recuperado de (<https://www.bcn.cl/leychile/navegar/impimir?idNorma=1169633&idVersion=2021-12-13>).
- Salazar, M.; del Valle, C. (2024). Qué sería lo público en la TV pública. Recuperado de (<https://www.latercera.com/opinion/noticia/columna-de-mauro-salazar-y-carlos-del-valle-que-seria-lo-publico-en-la-tv-publica/DLDQTG-QHCZALLMK7JEHJSWJAII/>)
- Sartori, G. (1998). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid. Editorial Taurus.
- Sierra, F. (2016). *Capitalismo Cognitivo y Economía Social del Conocimiento. La lucha por el código*. Quito. Ediciones CIESPAL.
- Subsecretaría de Telecomunicaciones. 2023. Estadísticas sectoriales. Recuperado de (<https://www.subtel.gob.cl/estudios-y-estadisticas/television/>).
- Sunkel, G.; Geoffroy, E. (2001). *La concentración económica de los medios de comunicación en Chile*. Santiago de Chile. Ediciones LOM.
- VV.AA. (2023). *Más amplitud. Más voces. Más democracia. Aportes para las comunicaciones del Chile que viene*. Temuco. Ediciones Universidad de La Frontera.
- Zallo, R. (2011). *Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital*. Barcelona. Gedisa.