



**UNIVERSIDAD
DE GRANADA**

TESIS DOCTORAL

**El ecosistema mediático en
Latinoamérica ante el desafío digital
el caso de Chile y la amenaza de los desiertos
informativos en la Región de Aysén**

**Doctorando
Carlos Rodríguez Urra**

**Directores
Magdalena Trillo Domínguez
Víctor Herrero Solana**

**UNIVERSIDAD DE GRANADA
Programa de Doctorado en Ciencias Sociales**



UNIVERSIDAD DE GRANADA

PROGRAMA DE DOCTORADO EN CIENCIAS SOCIALES

TESIS DOCTORAL

**EL ECOSISTEMA MEDIÁTICO EN LATINOAMÉRICA ANTE EL
DESAFÍO DIGITAL: EL CASO DE CHILE Y LA AMENAZA DE LOS
DESIERTOS INFORMATIVOS EN LA REGIÓN DE AYSÉN**



**UNIVERSIDAD
DE GRANADA**

Doctorando: Carlos Andrés Rodríguez Urrea

Directores: Magdalena Trillo Domínguez

Víctor Herrero Solana

Granada, septiembre 2024

Editor: Universidad de Granada. Tesis Doctorales
Autor: Carlos Andrés Rodríguez Urra
ISBN: 978-84-1195-586-7
URI: <https://hdl.handle.net/10481/97515>

La presente tesis doctoral fue elaborada contemplando la modalidad “tesis por compendio”, cumpliendo de forma satisfactoria con los trabajos requeridos para la autorización del depósito de la tesis a partir del 1 de septiembre de 2023¹, de acuerdo con los criterios referidos a la primera posibilidad de depósito ratificada y actualizada en la comisión de 10 de julio de 2023.

Estos criterios exigen, como mínimo, dos artículos aparecidos en Revistas incluidas en la base WOS / JCR (en cualquiera de los tres primeros cuartiles de las categorías del SSCI o ESCI superior a 1 en JCI o JCR a partir de 2024), así como un artículo aparecido en una Revista de nivel B (cuarto cuartil de JCR, tres primeros cuartiles de SCOPUS).

A continuación, se presenta en orden cronológico una descripción de las publicaciones desarrolladas y sus respectivos indicios de calidad:

1. Publicación en revista (A)

Rodríguez-Urra, C., Trillo-Domínguez, M., & Herrero-Solana, V. (2023). Mapa mediático hispanoamericano: una aproximación desde la academia. *Revista De Comunicación*, 22(1), 435–452. <https://doi.org/10.26441/RC22.2-2023-3105>

Q1 Scopus Citescore 2023, Communication 160/511

Q1 Scopus Citescore 2023, Cultural Studies 117/1304

Q1 SCImago Journal Rank 2023, Communication 122/493

Q2 Journal Impact Factor, Communication 108/227 - ESCI JIF > 1 (1,3)

2. Publicación en revista (B)

Rodríguez-Urra, C., Trillo-Domínguez, M., & Herrero-Solana, V. (2023). The Irruption Of Digital Natives On The Chilean Media Landscape: analysis of the academic impact in front of web and social networks (2004-2022). *Brazilian Journalism Research*, 19(1), e1572. <https://doi.org/10.25200/BJR.v19n1.2023.1572>

Q3 Scopus Citescore 2023, Communication 324/511

Q3 SCImago Journal Rank 2023, Communication 282/493

Q4 Journal Impact Factor, Communication 179/227 - ESCI JIF < 1 (0,5)

¹ https://doctorados.ugr.es/cienciassociales/pages/organizacion-del-programa/doctorandos#_doku_publicaciones_exigidas_para_la_autorizacion_del_deposito_de_la_tesis_a_partir_del_1_de_septiembre_ratificado_y_actualizado_en_la_comision_de_10_de_julio_de_2023

3. Publicación en revista (A)

Rodríguez-Urra, C., Trillo-Domínguez, M., & Herrero-Solana, V. (2024). Hyperlocal journalism in the face of the advance of news deserts: scoping review. *Media International Australia*. OnlineFirst <https://doi.org/10.1177/1329878X241265831>

Q1 Scopus Citescore 2023, Communication 42/511

Q1 Scopus Citescore 2023, Cultural Studies 12/1304

Q1 SCImago Journal Rank 2023, Communication 78/493

Q1 SCImago Journal Rank 2023, Cultural Studies 42/1297

Q2 Journal Impact Factor, Communication 91/227

4. Publicación en revista (A)*

Rodríguez-Urra, C., Trillo-Domínguez, M., & Herrero-Solana, V. (2024). The spread of news deserts in Chile: The case of the Aysén region. *KOME*. 0(0). URL: <https://hdl.handle.net/10481/95201>

Q3 Scopus Citescore 2023, Communication 270/511

Q2 Scopus Citescore 2023, Linguistics and Language 339/1167

Q3 SCImago Journal Rank 2023, Communication 316/493

Q2 SCImago Journal Rank 2023, Linguistics and Language 507/1297

Q3 Journal Impact Factor, Communication 169/227 - ESCI JIF < 1 (0,6)

* El manuscrito ha sido enviado el 27 de abril de 2024, el 21 de agosto de 2024 pasó la primera revisión y el 15 de septiembre la segunda con el siguiente mensaje del editor: “*this is to notify you that after looking through the revised manuscript, we found that the reviewers’ comments were addressed thoroughly and the revised version is significantly better. We still have some requests which are to be considered minor modifications; if these are done I can officially accept your manuscript for publication, and start the copyediting process.*” La versión modificada se volvió a enviar el 18 de septiembre y se espera en breve la resolución final.

Este trabajo de investigación de largo aliento está dedicado para mi abuelita Raquel Wiñez, quien desde pequeño me enseñaba los atlas y enciclopedias para cultivar en mí un ferviente interés por el mundo. Mi curiosidad por los países, historia, banderas e idiomas te lo debo mucho.

Esta semilla germinó en un interés personal por conocer el mundo, y proyectarme en mi juventud para la realización de alguna experiencia de posgrado en el extranjero. Primero, fue el intercambio académico en la Universidad de Castilla-La Mancha entre 2017 y 2018 como antecedente, y poco tiempo después los estudios de máster en la Universidad de Granada en 2019-2020 y posterior doctorado en la misma institución que aquí con la presente tesis culmina.

Soy ahora un ciudadano del mundo, y en este trayecto he conocido personas muy valiosas que han aportado mucho en mi crecimiento personal al igual que el hecho de conocer muchas culturas y realidades. Esto me hizo entender que vivimos en un mundo pequeño y diverso, y que tenemos muchos desafíos, sueños y metas en común.

Raquel, he sido privilegiado de ser tu nieto y los tiempos contigo son un regalo de la vida que atesoraré para siempre. Esta tesis es para ti, y con mucha alegría quiero decirte que lo logré. Muchas gracias de corazón por cultivar en mí este especial interés por la sociedad y el mundo. Abrazos fuertes y besos al cielo. Con un eterno amor, tu nieto Carlos.

Esta Tesis doctoral fue financiada por la Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo (ANID) / Subdirección de Capital Humano, Becas Chile de Doctorado en el Extranjero 2020. Folio 72210226

ÍNDICE

1. Introducción: justificación y estructura de la tesis	1
2. Marco teórico	3
2.1 Aproximación al sistema mediático latinoamericano y chileno en el tablero digital	6
2.2 El periodismo de proximidad, comunitario e hiperlocal	13
2.3 La amenaza de los desiertos informativos	16
3. Objetivos	20
4. Material y métodos	23
5. Resultados: compendio de publicaciones	33
5.1 Primera publicación: <i>Mapa mediático hispanoamericano: una aproximación desde la academia</i>	34
5.2 Segunda publicación: <i>The irruption of digital natives on the chilean media landscape: analysis of the academic impact in front of web and social networks (2004-2022)</i>	56
5.3 Tercera publicación: <i>Hyperlocal journalism in the face of the advance of news deserts: scoping review</i>	77
5.4 Cuarta publicación: <i>The spread of news deserts in Chile: the case of the Aysén region</i>	101
6. Conclusiones	123
6.1 Conclusiones generales	123
6.2 Conclusiones específicas	126
7. Futuras líneas de investigación	131
8. Referencias	133
9. Anexos	144
9.1 Material complementario	145
9.2 Aceptación por escrito de los coautores de los trabajos	148



RESUMEN

La importancia del periodismo de proximidad dentro de los sistemas mediáticos nacionales está acaparando cada vez más atención por parte de los investigadores, por su total imbricación con la ciudadanía en un contexto de hiperinformación e hiperconectividad y de reconfiguración del propio tablero democrático. Esta especialización de nicho, al igual que el periodismo de masas, está constantemente sometida a desafíos externos como las reiteradas crisis económicas y la necesidad de innovación ante acelerados y punzantes cambios organizacionales. La transformación digital en la esfera mediática tecnológica y global ha resituado el periodismo más cercano y de servicio a la comunidad como una prioridad para las nuevas audiencias en un exigente entorno de escucha activa y de cambios profundos provocados por los cibermedios, los nuevos formatos y el periodismo móvil.

La presente tesis doctoral se presenta como una aproximación al ecosistema mediático latinoamericano marcado por la irrupción de los nativos digitales en un contexto macro que ha demostrado que esta nueva fuerza de desarrollo ha tenido una tibia presencia en los sistemas nacionales debido a múltiples factores asociados a condicionantes políticos pero también evolutivo y de corte social y tecnológico.

Chile es el país con un mayor grado de irrupción de nativos digitales de la región, producto de sus políticas de desarrollo de las telecomunicaciones. Si bien hay nativos digitales que han logrado ser relevantes, esta nueva tipología no logra superar una consolidada atención por parte de las audiencias y de los propios académicos por los medios convencionales de referencia, como es la prensa con el duopolio El Mercurio-COPESA. Este escenario abre diversos caminos para evaluar el sistema mediático chileno en cuanto a la disponibilidad mediática no alineada a los grandes grupos.

A estos desafíos, singularidades y debilidades de los sistemas mediáticos se le ha sumado de forma reciente la amenaza de los desiertos informativos en los ámbitos de proximidad, siendo la especialización de nicho hiperlocal una dimensión emergente desde el Norte Global, con instituciones fuertes y una academia que se ha dado cuenta de la erosión social que puede provocar la retirada de la prensa, promoviendo estudios muy sólidos y políticas para solucionarlo. Sin embargo, en Latinoamérica hay iniciativas de instituciones puntuales y en Chile no hay evidencias de un recorrido sólido, a pesar de la urgencia de la especialización.

Para afrontar esta situación, focalizamos la realidad de la Región de Aysén al ser un territorio remoto ignorado por los estudios mediáticos en Chile y que se presenta como una oportunidad excepcional para el estudio de los desiertos informativos. En nuestra investigación identificamos las causas y consecuencias, y acciones puestas en marcha desde los propios medios para afrontar la amenaza de la pérdida de referentes periodísticos de cobertura local y garantizar una mayor pluralidad informativa. Como estudio de caso específico, culminamos la tesis proponiendo acciones futuras para la academia, instituciones periodísticas y los propios medios y periodistas.

Palabras clave: sistema de medios, desiertos informativos, nativos digitales, Chile, Aysén, Latinoamérica, periodismo hiperlocal, noticias locales.

ABSTRACT

The importance of proximity journalism within national media systems is increasingly capturing the attention of researchers, due to its deep connection with the public in a context of hyperinformation and hyperconnectivity, as well as the reconfiguration of the democratic landscape itself. This niche specialization, much like mass journalism, is constantly facing external challenges such as recurring economic crises and the need for innovation in the face of rapid and disruptive organizational changes. The digital transformation in the global and technological media sphere has repositioned community-focused journalism as a priority for new audiences in a demanding environment of active listening and profound changes brought about by cybermedia, new formats, and mobile journalism.

This doctoral thesis is presented as an approach to the Latin American media ecosystem marked by the irruption of digital natives in a macro context that has shown that this new force of development has had a lukewarm presence in national systems due to multiple factors associated with political conditioning factors but also evolutionary and of a social and technological nature.

Chile is the country with the highest level of digital natives in the region, as a result of its telecommunications development policies. Although there are digital natives who have managed to become relevant, this new typology has not managed to overcome the consolidated attention paid by audiences and academics themselves to the conventional media of reference, such as the press with the El Mercurio-COPESA duopoly. This scenario opens up various ways of evaluating the Chilean media system in terms of media availability not aligned with the large groups.

To these challenges, singularities and weaknesses of media systems has recently been added the threat of news deserts in the areas of proximity, with hyperlocal niche specialisation being an emerging dimension from the Global North, with strong institutions and an academy that has realised the social erosion that can be caused by the withdrawal of the press, promoting very solid studies and policies to solve it. However, in Latin America there are initiatives by specific institutions and in Chile there is no evidence of a solid path, despite the urgency of specialisation.

To address this situation, we focus on the reality of the Aysén Region, a remote territory ignored by media studies in Chile, which presents an exceptional opportunity for the study of news deserts. In our research we identify the causes and consequences, and the actions implemented by the media themselves to confront the threat of the loss of journalistic references of local coverage and to guarantee a greater plurality of information. As a specific case study, we conclude the thesis by proposing future actions for academia, journalistic institutions and the media and journalists themselves.

Keywords: press, digital natives, Chile, Aysén, Latin America, media system, hyperlocal journalism, news deserts, local news

1. INTRODUCCIÓN: JUSTIFICACIÓN Y ESTRUCTURA DE TESIS

El periodismo como profesión ha experimentado transformaciones profundas en los últimos años, impulsadas por una revolución tecnológica vertiginosa. La aparición de nuevos soportes y formatos ha generado una democratización significativa en el acceso y la producción de contenidos periodísticos. Como resultado, han surgido nuevos emprendimientos periodísticos, liderados tanto por profesionales del sector como por iniciativas ciudadanas, amparados en la sociedad en red y los nuevos medios nativos digitales. Este contexto ha desplazado la exclusividad informativa que anteriormente ostentaban las tipologías mediáticas tradicionales como la radio, la televisión y la prensa.

Aunque este nuevo escenario parece ofrecer una gran oportunidad para fortalecer la diversidad informativa, social y cultural, y para apoyar la democracia, también plantea escenarios de incertidumbre. Las crisis persistentes en el periodismo, exacerbadas por los cambios en los hábitos de las audiencias y el impacto de la pandemia de COVID-19, ponen en entredicho la pluralidad informativa. Fenómenos como la desinformación, las presiones políticas, la fragilidad de los sistemas mediáticos, la concentración de medios, el *clickbait* y la evasión de noticias han creado un escenario multifactorial que amenaza con degradar los principios básicos del periodismo, como la independencia y la objetividad.

El presente trabajo de tesis doctoral es el resultado de la motivación personal del autor, quien ha trabajado durante tres años como periodista en medios locales en Chile. Esta experiencia profesional y laboral ha permitido al doctorando reconocer la importancia crucial de los medios de comunicación de proximidad y sentar las bases para poder afrontar un proyecto ambicioso de investigación que le permitiera profundizar en el conocimiento de las dinámicas y desafíos del actual sistema mediático, especialmente en el entorno Latinoamericano, y explorar posibilidades de desarrollo y oportunidades desde el enfoque de lo local.

En Chile, el sistema mediático ha estado dominado por grupos periodísticos de alcance nacional, que han concentrado el poder informativo. Esta falta de pluralidad ha obstaculizado el desarrollo del periodismo de proximidad en el país, tanto por prejuicios como por la falta de oportunidades. Por tanto, esta tesis constituye un esfuerzo por enfocar la atención en el periodismo chileno, utilizando un estudio de caso que pueda servir de base para futuras investigaciones a nivel nacional, considerando la inserción del país en un contexto macro regional como Latinoamérica y los desafíos globales que enfrenta la profesión.

Es importante destacar el apoyo recibido de la Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo (ANID) a través de su programa Becas Chile. Esta iniciativa ha permitido al doctorando iniciarse en el ámbito de la investigación, adquirir nuevos métodos y herramientas para trabajar de forma colaborativa con un equipo que ha contribuido significativamente a su crecimiento personal y profesional.

La presente tesis contiene un marco teórico que contextualiza el estado actual de los principales temas abordados. Se analiza la reconfiguración del panorama mediático en la era digital, en un contexto de intensa digitalización y globalización, factores que han desencadenado el rediseño de los sistemas mediáticos. Esta evolución se explora tanto desde una perspectiva global como regional, con un enfoque particular en los contextos

hispanoamericano y chileno. Además, se examinan los sistemas mediáticos desde la óptica del periodismo de proximidad y se discute la amenaza que representan los desiertos informativos.

Posteriormente, los resultados son agrupados en un compendio de publicaciones realizadas durante la estancia doctoral en la Universidad de Granada. Estos resultados están alineados con el objetivo general de la tesis y los objetivos específicos, y se presentan en tres artículos científicos publicados y un cuarto que ya ha logrado una valoración positiva en la segunda revisión.

El primer artículo aborda el contexto hispanoamericano desde una perspectiva científica, con el fin de categorizar las tipologías mediáticas predominantes en cada país de la región. Esta aproximación permite evaluar el desarrollo mediático regional y establecer correlaciones con indicadores socioeconómicos, identificando los factores que han facilitado la creación y consolidación de medios de comunicación.

El segundo artículo ofrece un análisis del sistema mediático chileno, utilizando aportes de investigadores nacionales e internacionales. Este estudio compara la actividad y dinámicas de los medios nativos digitales y la prensa tradicional en términos de su presencia en redes sociales y en la web, dado que no existen métricas imparciales actualizadas y accesibles sobre la circulación de la prensa y las audiencias digitales. Además, examina la situación de los medios de proximidad en el sistema mediático nacional en comparación con el periodismo de masas de alcance nacional.

En la fase intermedia de la elaboración de la tesis, se destacó la importancia del periodismo de proximidad y el retroceso de la prensa en los sistemas latinoamericano y chileno. En este contexto, el tercer artículo consistió en una revisión exploratoria desde un *scoping review* para analizar el alcance y la intersección entre el periodismo hiperlocal y los desiertos informativos. Esta revisión permitió identificar los principales tópicos, áreas geográficas de estudio, tendencias y proyecciones en este campo.

El cuarto y último artículo de la tesis corresponde a un estudio de caso regional que aborda la amenaza de los desiertos informativos en el contexto del periodismo de proximidad en Chile. En concreto, el estudio se centra en la Región de Aysén, uno de los territorios chilenos menos representados en la academia, y ha requerido un esfuerzo especial por parte del doctorando para desplazarse hasta la región y, recurriendo a la observación no participante junto con entrevistas en profundidad, poder evaluar de primera mano el impacto que en este tipo de contextos está implicando la pérdida de medios. El desafío se tradujo en un viaje presencial hacia la zona que, si bien no puede sustentar una mención internacional de la tesis al tratarse del país de origen del doctorando, consideramos prioritario dar solidez a la investigación y planificar la estancia respondiendo a las propias exigencias que emanaban de la evolución del trabajo. El proyecto así diseñado nos permitió conocer el estado del periodismo local del territorio, en una experiencia piloto que creemos extrapolable a otras realidades. Así, pudimos comprobar el valor del periodismo local para la cohesión comunitaria y los tejidos sociales y conocer los problemas cotidianos que deben sortear las empresas periodísticas para expandir el equipo humano así como la constante dinámica de supervivencia que tienen estos pequeños medios para dar cobertura a zonas con débiles

condiciones para el funcionamiento óptimo de los medios de comunicación en un contexto de proximidad. Consideramos que las evidencias y aportaciones del territorio van en línea con las principales reflexiones que la academia ha desarrollado a nivel mundial, consolidando a Aysén como un estudio de caso pionero en el ámbito chileno y latinoamericano.

La tesis también presenta las principales conclusiones de la investigación doctoral, resumiendo los puntos clave obtenidos en cada uno de los artículos presentados y ofreciendo reflexiones sobre el proceso de investigación. Estas conclusiones sirven como punto de partida para futuras líneas de investigación, con el objetivo de posicionar al periodismo regional chileno como un campo de oportunidad para el desarrollo académico, dada su fuerte vinculación con los territorios. También se aportan recomendaciones de ámbitos de acción para la profesión periodística, en perspectiva de potenciar la comunicación y superar los desiertos informativos.

Como marco teórico de apoyo a la investigación desarrollada para la presente tesis doctoral, ofrecemos a continuación un contexto conceptual de refuerzo sobre la irrupción de los medios nativos digitales, a partir de una realidad macro como la latinoamericana y con foco hacia Chile y la Región de Aysén a modo de estudio de caso. Como estación intermedia, presentamos una conexión del periodismo local e hiperlocal con la creciente amenaza de los desiertos informativos.

2. MARCO TEÓRICO

El estudio de los sistemas mediáticos es un ejercicio obligado en la actualidad, tanto desde una perspectiva académica e investigadora como profesional, que se sustenta en el histórico papel de los medios de comunicación como pilares de la democracia y su esencial rol en un momento en el que la sociedad está atravesando profundas transformaciones a causa de la globalización y la irrupción de la esfera digital.

En paralelo, fuentes de información de dudosa procedencia logran hacerse eco entre las audiencias, con capacidad para desinformar y penetrar en las agendas públicas acentuando la pérdida de confianza hacia los medios. Como contrapartida, el periodismo profesional se revitaliza como baluarte ante la aparición de los llamados pseudomedios, que pueden ser distinguidos por transgresiones a las convenciones profesionales como lenguajes cargados de connotaciones positivas o negativas (Garde-Eransas & Salaverría, 2024, p.115). En este contexto, la viralización de desinformación o información errónea se difunde tanto de forma deliberada para la consecución de fines específicos como desde la inexactitud involuntaria por parte de comunicadores *amateurs* (Turner & Harte, 2022).

El periodismo, como parte de su deontología, es imparcial, la búsqueda de la verdad se presenta como un condicionante frente a otras formas de comunicación (López-García et al., 2024), así como como esa “pluralidad” que resulta fundamental en los sistemas mediáticos como parte del fiel reflejo de la heterogeneidad de individuos y colectivos que componen la sociedad actual.

Desde una perspectiva tecnológica y de organización, los sistemas mediáticos han sufrido además cambios convulsos derivados de los actuales procesos de digitalización e innovación empresarial, repercutiendo de una forma profunda e incluso disruptiva en la cultura y formas de producción de los mensajes periodísticos. Estamos en un escenario multifactorial que conlleva cambios en el comportamiento de las audiencias por su fragmentación, autonomía y creciente rechazo a las noticias, un escenario de obligada adaptación al que se une el impacto de las constantes crisis económicas, irrupción de emergencias sociosanitarias y, por supuesto, contingencias políticas.

El cuestionamiento del *status quo* es relevante de ser analizado y puesto en perspectiva temporal, si consideramos que tradicionalmente los medios de comunicación han sido una auténtica institución política (Hallin & Mancini, 2004) en los sistemas mediáticos y han logrado construir la realidad social (Tubella & Alberich, 2012). El actual paradigma digital ha quebrantado la posición privilegiada que tenían los medios masivos convencionales (los *legacy media*), repercutiendo en aspectos sensibles como sus modelos de negocios, como parte de un escenario con profundos desafíos pero también potenciales oportunidades para la profesión y para la industria.

Estamos en un contexto que algunos autores definen como “la era de los medios infinitos” (Abernathy & Sciarrino, 2018, p.150) como resultado de una auténtica apertura mediática empujada por el surgimiento de nuevos espacios informativos en red; multitud de ellos autogestionados y con fórmulas de funcionamiento alternativas a los medios de referencia configurando dinámicas de poder y contrapoder (Castells, 2009). Buena parte de estos espacios tienen su impulso en los usuarios, siendo claves para comprender el nuevo paradigma mediático abierto en red (Van Dijck, 2009), a la vez que los propios profesionales de la comunicación se han ido sumando a esta revolución informacional con el emprendimiento de nuevos medios nativos digitales.

En este punto, los cibermedios vinieron a romper con la clásica unidireccionalidad de los medios masivos con una actualización periódica y el uso de criterios y técnicas periodísticas adaptadas al nuevo tablero (Salaverría, 2005), un hito que ha permitido al periodismo arribar a un terreno inexplorado como es la esfera digital. Hoy en día, los cibermedios han logrado alcanzar cada vez mayores grados de sofisticación como ha sido la automatización de las redacciones (Salaverría, 2022) y han conseguido consolidar una representación plural de la sociedad, un aspecto que se presenta como una “garantía innegociable para cada país con aspiraciones a ser democrática” (Pickard, 2020).

Sin embargo, desde un enfoque crítico, no podemos dejar de reseñar la existencia de cibermedios que pueden tener una clara afiliación política partidista (Solórzano, 2016), lo que hace más imperativo aún que haya una “auténtica pluralidad” y que trascienda hacia la esfera digital nacional y también local. De este modo, debe existir preocupación y verificación por que los sistemas mediáticos trasladen los puntos de vista de los individuos de una forma contrastada y plural y no sólo se encasillen en una opción informativa a través de censuras o amedrentamientos.

En este contexto, los medios nativo digitales son relevantes por su notable capacidad crítica y su labor de vigilancia ante el poder político como parte de los factores indisociable a los

ideales periodísticos (Salaverría et al., 2019), contribuyendo de este modo a la democratización de la información que estaba constreñida por los medios convencionales (Fundación Gabo, 2022) con capacidad de impulsar apuestas periodísticas de impacto en la ciudadanía en el marco de investigaciones autónomas de largo aliento (*long journalism*) para vigilar las esferas de poder.

Desde esta perspectiva debemos recordar que los *mass media* han sido criticados y asociados a una pasividad en su labor por ser “un sector económico-industrial” (Reig, 2015, p.45) frente a su ideal cultural (Bunge, 1984). De hecho, resulta asumible que los medios de masas se alejan de la sociedad al ofrecer contenidos superficiales enfocados en el *infoentretenimiento* o cargados emocionalmente (León Gross, 2024). Es entonces que los medios convencionales coexisten junto a los medios nativos digitales (Salaverría, 2019) como parte de la vertiginosa reconfiguración del actual panorama mediático (Vázquez-Herrero et al., 2023) impulsada por la digitalización.

Como reflejo de la importancia de los medios nativos digitales, podemos destacar los grados de irrupción en los sistemas mediáticos nacionales y cómo están logrando acaparar cada vez mayores niveles de audiencias tanto con intereses generales como especializados. Estos cambios se circunscriben a un periodismo que es influenciado por la tecnología y trata de atender a una audiencia que está cada vez más mediatizada (Hess & Waller, 2017): los usuarios son capaces de pasar mucho más tiempo en línea al tiempo que también se fragmentan en el ciberespacio de acuerdo a gustos e intereses. Esta dispersión del público basado en comportamientos culturales y sociales termina escapando, además, al control de la industria de la prensa (Turner & Harte, 2022) obligándola a reinventarse para poder retener a una audiencia fugaz y cada vez más esquiva.

Como parte de este tablero mediático líquido y cambiante, la innovación en las redacciones se orienta a alcanzar una sostenibilidad financiera y el acercamiento de forma adecuada a los públicos. Y es aquí donde los medios nativos digitales son referenciados como catalizadores de la innovación del periodismo. Por ejemplo, García-Avilés (2021) asume que la gran diferencia entre la adopción de los cambios entre los medios impresos y los medios digitales es que los primeros tienden a estar orientados a apoyar innovaciones incrementales mientras que los segundos los implementan de una forma más radical (p.9).

Debido a la distinta naturaleza y capacidad de cambio que pueden poseer ambas tipologías mediáticas, es que los medios nativos digitales son caracterizados por su “panacea potencial” (Harlow, 2017, p.14) respecto a su capacidad disruptiva para la implementación de nuevos formatos y diversificación de los modelos de negocio, en el sentido de no depender de un solo producto como fórmula para garantizar la sostenibilidad financiera como estrategia adecuada para los nuevos medios digitales que surgen (Arrieta-Majul & Velez-Ocampo, 2021).

Los cibermedios se han ido consolidando, con diferentes grados de recorrido e innovación, como parte de una renovación de la actividad periodística que busca cohesionarse y acercarse aún más con los públicos en pos de una mayor representación y una alternativa informacional con capacidad de hacer frente a las debilidades y limitaciones de los medios convencionales.

La revolución digital inspiró así una diversificación rápida de “diferentes tipos de periodismos” (Schudson, 2018, p.104) como parte de la búsqueda de la ansiada pluralidad, con nuevas formas de comunicar en múltiples formatos y soportes. En este ámbito, el periodismo móvil ha logrado democratizar la producción de la información ocupando un espacio cada vez mayor al ser capaz de llegar donde el periodismo de masas no ha podido. El periodismo se vuelve ubicuo (Salaverría & De-Lima-Santos, 2020) y su capacidad de canalizar el mensaje en sistemas de mensajería con formatos sonoros, visuales y audiovisuales, o incluso inmersivos y transmisiones en vivo, ha sido parte del natural del proceso de la llamada “remediación” (Bolter & Gruisin, 2011) de los soportes por donde se transmiten los mensajes.

En paralelo al análisis de las dinámicas de irrupción e implantación de los medios nativos digitales, resulta pertinente establecer una evaluación de la presencia del periodismo en sus diferentes tipologías y áreas de distribución para conocer el grado de alcance que tienen los medios para llegar de forma adecuada a los territorios y efectuar una representación adecuada de la sociedad. Desde esta visión podemos aproximarnos a los sistemas mediáticos identificando “diferentes características políticas, económicas, sociales y culturales que determinan el contexto en el que operan los medios de comunicación, así como su relación con el trabajo periodístico” (Mellado & Lagos-Lira, 2013, p.3). Aquí, el pluralismo puede ser más alcanzable si consideramos la importante labor que pueden cumplir los medios nativos digitales en la diversificación de la representación ciudadana, ya sea en especializaciones con temas de nicho, desde la investigación periodística o la apuesta por la cobertura territorial. Así, analizar los sistemas mediáticos internacionales nos permite realizar un ejercicio de abstracción para establecer comparaciones y conocer los diferentes recorridos registrados por cada país de acuerdo con factores internos e influencias externas.

2.1 Aproximación al sistema mediático latinoamericano y chileno en el tablero digital

Un ejemplo relevante de la importancia del pluralismo a propósito de los sistemas mediáticos es América Latina, un territorio donde es posible hallar tendencias comunes en los diferentes países que componen la región a propósito de una profunda concentración mediática (Becerra & Waisbord, 2015). Recordemos que la conformación histórica de los medios de comunicación en esta región tiene sus antecedentes en administraciones de “clanes” familiares vinculados a la prensa (Mönckeberg, 2011), traducido en la existencia de empresas periodísticas que tienen una posición privilegiada dentro de los sistemas de información.

Comprender este fenómeno es una puerta de entrada para acercarnos a los sistemas mediáticos nacionales. Incluso, la concentración mediática constituye “un punto de referencia insoslayable para abordar el análisis de las sociedades latinoamericanas” (Becerra & Mastrini, 2009, p.12) si no perdemos de perspectiva que los medios masivos están vinculados a la construcción de la sociedad. Las estructuras informacionales en el territorio muy a menudo están perpetuadas desde una centralización geográfica debido al lugar donde están emplazadas las sedes periodísticas de gran tamaño, es decir, las sedes de referencia de los grandes grupos mediáticos que *mueven los hilos*. A juicio de autores como Becerra y Mastrini (2009, p.35), esta situación “debilita el espacio público y empobrece la disposición

de diferentes versiones sobre lo real por parte de las audiencias/lectores a una subrepresentación a vastos sectores que habitan el ‘interior’ de los países”. Esta situación se pone claramente de manifiesto si hacemos el ejercicio de analizar de dónde provienen los grupos mediáticos en los principales países latinoamericanos y encontramos capitales nacionales como Buenos Aires, Lima, Santiago o Montevideo.

Los grupos periodísticos con una clara posición dominante, producto de su prestigio e historia en el continente, funcionan en muy gran medida bajo lógicas empresariales horizontales y vinculadas a “intereses en otros sectores económicos muy rentables (banca, construcción, agricultura, entre otros) y no pocas veces incluso en la política” (Salaverría & De-Lima-Santos, 2021, p.3). De este modo, comprender el panorama mediático latinoamericano se interrelaciona con el desarrollo mediático de la región (Protzel, 2014), en un contexto donde estos gigantes mediáticos han construido formas de representar la realidad ante sus audiencias en base a sus líneas editoriales.

Esta configuración se vincula con el antecedente de la influencia europea y anglosajona en el territorio, como parte de una trasplatación de “las estructuras y mitos relativos a los valores de independencia y autonomía de la prensa de Estados Unidos y Europa” (Lessa & Fontes, 2020, p.5) tanto en la adopción de las ideas de la modernidad como en la adopción de intereses empresariales que permitieron una profesionalización y cultura periodística en el siglo pasado. Estas características explican la existencia previa de los conglomerados y grupos consolidados que existen hoy (Waisbord, 2000), cuyo ejemplo es la presencia actual de rotativos en el territorio que tienen una antigüedad equivalente al de periódicos europeos (Bjørnskov y Schröder, 2023).

Considerando estos antecedentes, es importante remarcar que el territorio es caracterizado por una conformación mediática categorizada como el “liberal capturado”, en palabras de Guerrero y Márquez-Ramírez (2014). Aquí, el periodismo, si bien adoptó la lógica liberal estadounidense, ésta fue modificada por el pragmatismo político para consolidarse en una concentración mediática y alianzas de conveniencia, limitando la verdadera libertad mediática. Es entonces que los medios de comunicación en el territorio se expandieron bajo lógicas comerciales y se consolidaron aún más en el periodo de regímenes militares, momento de la interrupción de la democracia con rupturas institucionales que frenaron el desarrollo teórico y práctico del periodismo en el siglo pasado (Mellado, 2009).

Es en este sentido que Guerrero (2017) argumenta que, en el contexto de regímenes totalitarios, la cultura periodística en la región estuvo marcada por una “libertad de expresión y crítica condicionada” (p.117) con un alto grado de dependencia de fuentes oficiales y una subordinación al poder político. Sumando esta inacción a la perpetuación de una lógica neoliberal, este contexto histórico y político regional ha hecho que, hasta antes de la conformación de la actual esfera digital, la pluralidad informativa estuviese reducida.

Latinoamérica se constituye además como un escenario de lucha ideológica no sólo en cuanto a lógicas de poder y contrapoder desde medios alternativos, sino propiciado por gobiernos pasados en el marco de intensas corrientes políticas que buscaron romper la hegemonía informacional de los grandes grupos mediáticos. Esta situación derivó en procesos donde proliferaron los medios comunitarios en ciertos países del territorio que, para algunos

investigadores, consistieron en cambios que propiciaron una mayor apertura mediática para la ciudadanía (Segura et al., 2018; Santander, 2013) además de medios públicos (Artz, 2017).

No obstante, otros investigadores asumen que en la apertura mediática hubo intenciones políticas (Panchana-Macay & Barrera, 2022; Zweig, 2018) como parte de estrategias populistas (Kitzberger, 2012) en lugar de ser auténticas políticas de Estado en donde los medios públicos estuvieron al servicio de los gobiernos (Rincón, 2010) con fines propagandísticos con una ausencia de la misión o función pública ya que operaban “con criterios de beneficio particular” (Becerra & Waisbord, 2015, p.16). Tanto la apertura de medios comunitarios como de los medios públicos ha terminado siendo asumido como una forma de contrarrestar la influencia de los medios privados en los sistemas mediáticos nacionales.

Si atendemos al recorrido de los nuevos medios que surgieron y que, eventualmente, buscaron amplificar las comunicaciones, es pertinente señalar que nos situamos en un territorio donde el esfuerzo no se cristalizó. Por ejemplo, Panchana-Macay (2023) critica que no hubo un real seguimiento en el contexto ecuatoriano a los medios ciudadanos al tiempo que los “medios incautados” provocaron el debilitamiento del sistema mediático a causa de cierres y despidos de profesionales en el contexto del gobierno de Rafael Correa.

Como defiende Warner (2019, p.3), no sólo hay que propiciar las condiciones adecuadas para la ejecución del periodismo; en el caso de los medios públicos, éstos deben representar a la ciudadanía y deben cumplir con la misión de sustentar “sociedades democráticas bien informadas”. Así, se entiende que un medio de comunicación que tiene una vocación hacia lo público “responde a intereses diversos, nunca a uno solo” (De Moraes, 2011, p.48) como parte del ideal sobre la labor de los medios de comunicación como agentes culturales dentro de la sociedad.

Desde Latinoamérica, los organismos internacionales reiteradamente han elaborado informes y recomendaciones para la diversificación del espectro mediático en los estados nacionales. Por ejemplo, la Organización de los Estados Americanos ha apuntado hacia una efectiva promoción del pluralismo, debido a la imbricación de este ideal con la libertad de pensamiento y de expresión, así como la facilitación de un diálogo, debate libre y abierto que se vehicula entre los sectores de la sociedad y sin ningún tipo de discriminación arbitraria (Botero, 2009, p.274). Esto conecta con lo establecido por la UNESCO (2016) en la medida en que el fortalecimiento del pluralismo permite “el florecimiento de las expresiones culturales en las sociedades” (p.3), que es posible alcanzar mediante “medidas destinadas a promover la diversidad de los medios de comunicación social, comprendida la promoción del servicio público” (p.20).

Los desafíos pendientes en relación a una efectiva apertura mediática para la sociedad latinoamericana se han visto truncados tanto por políticas que no han logrado conseguir el objetivos como por la aún persistente posición dominante que han mantenido los grandes grupos mediáticos en el territorio. Este escenario ha dinamizado una búsqueda activa y desafiante por alcanzar un periodismo independiente en la región que sea libre de presiones e influencias comerciales y políticas (Cadena & Zoeller, 2021). Es así que los medios independientes han debido enfrentar barreras estructurales para ejercer su rol de vigilancia

(Salaverría & De-Lima-Santos, 2021), en un contexto desafiante por los constantes episodios de vulneración del trabajo periodístico y transgresiones a la libertad de prensa, así como dificultades económicas y altos niveles de corrupción, como termómetros objetivos que registran la agitación constante de la región.

En este clima de intereses enfrentados y tensión se suma la inestabilidad de las instituciones políticas, lo que también se conecta al surgimiento de movilizaciones populares junto a la crisis mediática y de empresas periodísticas en Latinoamérica (Kitzberger, 2012, p.133). A ello se añaden las desigualdades y persistentes desconfianzas que merman la capacidad de implementación de la “escucha organizativa” como el compromiso o la “comunicación bidireccional” por parte de las organizaciones de la región (Bachmann & Labarca, 2023), de modo que son los medios independientes los que lideran un periodismo revitalizador para el territorio y cuya “supervivencia es vital” (Skoknic, 2024, p.37) para la democratización del acceso y producción de la información periodística en circunstancias altamente comprimidas. Son estos espacios los que vienen a acortar las marcadas distancias entre los ideales periodísticos y una adecuada práctica profesional.

Así, el estudio de los medios nativos digitales se ha vuelto cada vez más relevante sirviendo también como punto de entrada para comprender los aires de cambio que transitan en los contextos nacionales. Si bien aún tienen un largo recorrido que transitar para lograr una consolidación efectiva, hay ya indicios de que su influencia ha logrado reconfigurar las bases del periodismo de los sistemas mediáticos nacionales.

Precisamente, son estos medios independientes los que han logrado innovar con nuevas propuestas periodísticas y proyectos, haciéndoles valer reconocimiento a nivel continental mediante un “periodismo de largo aliento” (Salaverría, 2019) con la focalización en temas de relevancia social como son la economía, salud y ciencia (Fundación Gabo, 2022), enfoque medioambiental (Pinto et al., 2018), humanitario y migratorio (Wallace, 2020) y también son capaces de realizar una monitorización del poder político (Salaverría et al., 2019). Los medios nativos digitales, como parte de los nuevos medios independientes que han estado marcando presencia en la región, han permitido proporcionar información eficaz y con tratamiento de temas que tienen relevancia cercana y que sirven además a las comunidades (Fundación Gabo, 2022, p.153) como parte de su distinción por la práctica de un periodismo basado en la transparencia y los derechos humanos (De-Lima-Santos & Mesquita, 2021).

Precisamente, estos nuevos medios amparados en la esfera digital han contribuido a la defensa del servicio clásico de informar (Sánchez-Torné et al., 2023, p.940) al lograr salirse de las pautas establecidas por los grandes conglomerados mediáticos y llegar a temas que no son cubiertos por el periodismo de masas con un alto grado de profundidad. Es en este sentido que los medios nativos digitales en la región están rescatando la verdadera esencia de los medios de comunicación como es “el retorno a los valores periodísticos clásicos” (Salaverría y De-Lima-Santos, 2021, p.15).

Es tal el cambio de paradigma provocado por la esfera digital que hay evidencias de que ahora el consumo de medios online se ha dirigido hacia cibermedios emplazados fuera de sus respectivos países: en América Latina estamos en presencia de una esfera de audiencia transnacional (Higgins-Joyce & Harlow, 2020) como evidencia de la difuminación de las

fronteras físicas como fenómeno de la actual globalización e hiperinformación. Este escenario ha facilitado la conexión con fuentes informativas situadas en el extranjero y ha permitido la participación de los periodistas en comunidades globales y locales (Higgins-Joyce et al., 2023) junto a la práctica de un buen periodismo mediante redes de colaboración de periodistas emplazados en ámbitos locales y áreas remotas en la región (Mesquita, 2023).

Estas acciones han venido a romper el paradigma preestablecido en el continente que, como mencionábamos, estaba conformado por un claro predominio informacional por parte de grandes grupos económicos con capacidad de influir en la agenda. De todos modos, el desafío aún es ingente si consideramos que el periodismo en Latinoamérica ha estado rezagado frente a otros contextos geográficos. Las reflexiones de Salaverría (2022) dan cuenta de ello, al recordar que los medios nativos digitales habían estado presentando menores grados de innovación en la adopción de la automatización de las redacciones frente a otras regiones del mundo. Además, el desafío por la autonomía financiera se mantiene como una clara debilidad si tenemos en cuenta, a modo de tendencia, que los medios nativos digitales latinoamericanos basan principalmente sus fuentes de ingresos en base a donaciones y filantropía (Skoknic, 2024).

En el caso concreto de Chile, objeto específico de la presente tesis doctoral, el sistema mediático se ha modificado en concordancia a los cambios que se han registrado en el mundo por la digitalización. El país posee una posición ventajosa respecto a los países de su entorno si se toman en cuenta índices macroeconómicos y tecnológicos, lo que se traduce en una cantidad de medios nativos digitales por encima de la media de los sistemas mediáticos latinoamericanos (Rodríguez-Urra et al., 2023). Sin embargo, su grado de irrupción aún no está del todo consolidado debido a la notable presencia e influencia de los grupos mediáticos convencionales, una dinámica similar en el contexto latinoamericano.

Nos situamos en el contexto de un país con la presencia del duopolio mediático de la prensa conformada por El Mercurio-COPESA y que controla en un 90% el total de los rotativos que circulan en todo Chile (Mellado & Scherman, 2020; Santander, 2013). Precisamente, los periódicos que son administrados por estos grandes grupos “son marcas más consumidas por audiencias que se ubican más cerca de la derecha política” (Mellado & Cruz, 2024, p.17), al tiempo que los rotativos son emplazados y criticados por haber servido a intereses enlazados a este lado político (Gronemeyer et al., 2019). Otra crítica asociada al duopolio ha consistido en la proliferación de un modelo de infoentretenimiento por parte de algunos de sus rotativos, que ha contribuido a una tergiversación y degradación del espacio público (Guerra, 2019) con un estilo amarillista-sensacionalista y con un marcado modelo de orientación comercial a través de una prensa popular como reflejan los periódicos *Las Últimas Noticias* y *La Cuarta* (Mellado et al., 2017).

La masiva presencia de estas empresas periodísticas a nivel nacional se ha interpretado, asimismo, como la perpetuación de un tipo de periodismo que representa más bien intereses particulares y no de la sociedad chilena en general (Dermota, 2002; Romero-Lizama, 2020), caracterizado por una concentración de poder que se traduce en un marco legal no construido de forma orgánica e integral en el ejercicio del periodismo en suelo nacional (Guerra, 2019). El periodismo en Chile posee prácticas *quid pro quo*, es decir, hay situaciones en el interior de las cabeceras de referencia en donde es posible divisar una acomodación de los periodistas

hacia las exigencias de las fuentes políticas (Saldaña, 2022), aspecto que es posible de enlazar a la inhibición de la autonomía de los periodistas (Gronemeyer & Porath, 2017). En este sentido, se observa una burocratización de las rutinas por el empleo de criterios informativos naturalizados y automatizados, lo que supone “un enorme desafío para los periodistas respecto del aprendizaje de su rutina profesional” (Marcus et al., 2018, p.1841). En otras palabras, la capacidad crítica está de forma reiterada inactiva en el ejercicio periodístico.

Pero no solo en el sector de los periódicos se evidencia la concentración y su impacto en las formas de hacer periodismo, Bonifaz (2016) identifica tendencias hacia la concentración mediática también desde la tipología de la radio y la televisión. Aquí, los medios de comunicación de referencia del país llevan a cabo sus labores periodísticas de forma centralizada en la Región Metropolitana, ámbito territorial desde donde provienen aquellos medios que “comúnmente se catalogan como *nacionales*” (Sunkel & Geoffroy, 2002, p.147) debido a su extensión interregional.

Esta situación constituye en una mirada centralizadora de la información, que tiende a pasar por alto los movimientos sociales regionales que “han ido sembrando la semilla de la transformación” (Bonifaz, 2016) y asociada a la propia disponibilidad de ofertas de trabajo tanto en las empresas periodísticas como en la academia:

“Se observa una marcada concentración y centralización geopolítica del ejercicio y formación del periodismo en el país, tanto por el mayor desarrollo de las organizaciones contratantes, así como por la dependencia de las decisiones, aún más centralizadas en la capital” (Mellado et al., 2010, p.61).

La impartición de los programas de periodismo también es objeto de una concentración en el país, al no estar presente en todas las regiones y condicionar un panorama de desventajas para la formación de nuevos profesionales que se traduce en deficiencias del Estado en el fomento de la diversidad y escasa planificación en capacitaciones y fortalecimiento del periodismo en regiones (Bonifaz, 2016). A ello se suma que tampoco hay políticas públicas en las regiones que fortalezcan los medios locales y comunitarios dentro del plano televisivo (Sáez et al., 2023), lo que supone una “condición de subordinación y precariedad que pone en riesgo su continuidad en el tiempo” (Sáez, 2024, p.98). En la radio el panorama es similar y, en el caso concreto de las radios comunitarias, se enfrentan a prolongados obstáculos para su legalidad y han debido hacer frente a la predominancia de medios comerciales para la captación de audiencias (Rodríguez-Ortíz, 2016).

El periodismo practicado en Chile por parte de los grandes medios, e incluso por parte de medios comunitarios asentados en polos urbanos, es denominado como “reporterística” e identificado por su escaso diálogo con las audiencias y un enfoque muy poco propositivo. Ello se debe, en concordancia con el contexto latinoamericano, a la implementación de un paradigma eurocentrista a partir de la incorporación de la modernidad en la prensa del siglo pasado y que es cristalizado por la tradición en la enseñanza del periodismo en Chile que se remonta del siglo XX por parte de las escuelas de Comunicación del país (Araya, 2014).

La Crisis Social de 2019 fue un hito que evidenció el sentimiento de lejanía y desconexión entre los grandes medios y la ciudadanía, al tiempo que las protestas sociales se dirigieron

contra la clase política con cuestionamientos al orden económico y social. Este episodio fue catalogado como “un incidente crítico, un punto de observación para comprender de mejor forma algunos de los desafíos que enfrenta el periodismo en Chile” (Orchard & Correa, 2022, p.58), en el sentido en que la prensa como autoridad epistémica del periodismo nacional estuvo bajo escrutinio (Orchard & Correa, 2022) por su pasividad. Con todo, hay evidencias de que la confianza en la prensa nacional se recuperaba de forma paulatina en el último tiempo (Fernández & Núñez-Mussa, 2023) pero este se mantiene en niveles bajos en un contexto de marcada polarización política y elecciones recurrentes (Fernández & Núñez-Mussa, 2024) como los plebiscitos constitucionales.

En este contexto, los medios nativos digitales, en comparación a los medios convencionales, lograron mantener una atención más prolongada en el tiempo por parte de las audiencias en la cobertura periodística de las movilizaciones ciudadanas de 2019 en las redes sociales sirviendo como auténticos engranajes de información crítica (Luna et al., 2022). De hecho, los nativos digitales consiguieron acaparar la atención en la esfera digital, al tiempo que medios concretos como *El Mostrador*, *CIPER* y *El Desconcierto* tienden a ser “más consumidos por audiencias que se posicionan políticamente más cercanas a la izquierda” (Mellado & Cruz, 2024, p.17). Es decir, de tendencia opuesta a las vinculadas al duopolio de la prensa, ofreciendo una alternativa informativa en un sistema mediático nacional en donde no existen referentes de largo alcance de prensa relacionada con este espectro político.

De hecho, la prensa alternativa se vio restringida en el marco del régimen cívico-militar, siendo incluso relevante para la recuperación de la democracia (Astete-Erazo, 2009). En particular, un título como fue *La Época* cerró arrastrado por problemas económicos desde finales de siglo, cuyo cese se describió como “una auténtica pérdida para el pluralismo del periodismo chileno” al ser una cabecera que efectuó sólidas experimentaciones en el surgimiento de los cybermedios nacionales y llegó a ser un serio competidor de la audiencia virtual frente al duopolio de la prensa (Aldunate-Balestra, 2022).

Los medios nativos digitales como tipología canalizan las potencialidades que ofrece el actual paradigma digital, provocando rupturas en las culturas organizacionales y formas de ejecutar el periodismo. Por ejemplo, en el plano de los cybermedios, en el caso chileno se ha rescatado que las normas tradicionales se están debilitando aunque éstas no desaparecen al adaptarse a las condiciones de trabajo en línea con políticas de decisión más flexibles y en donde incluso las reuniones de pauta pueden también desarrollarse de forma telemática así como los contactos con fuentes de información (Greene et al., 2022). Es entonces que en las redacciones hay evidencia de culturas híbridas en base al trabajo virtual, reforzadas en mayor medida como parte de los cambios asociados a la pandemia del COVID-19.

La esfera digital ha cambiado las formas de concebir el periodismo tanto en Chile como en el mundo, del mismo modo que los medios nativos digitales están presentes en los sistemas mediáticos nacionales para convertirse ya en piezas fundamentales para la reconfiguración del periodismo. El impulso de los cybermedios como espacios informativos en línea han logrado generar cambios profundos y han ampliado también su presencia en los ámbitos de proximidad (Negreira-Rey et al., 2020), siendo capaces de condicionar el panorama mediático convencional incluso en el periodismo geográfico de nicho como es la dimensión hiperlocal. Como veremos en el siguiente apartado, la relevancia de esta especialización de

nicho radica en su potencialidad para la participación de los individuos en su contexto cercano, una característica que ha logrado poner en relevancia la información local en un contexto de hiperinformación e hiperconexión.

2.2 El periodismo de proximidad, comunitario e hiperlocal

En un contexto global de intensas relaciones comerciales, presiones sociales y de influencias políticas, el estudio de los sistemas mediáticos de proximidad se configura como un ejercicio necesario para conocer cómo los medios de comunicación logran imbricarse con los ámbitos de nicho y los individuos y colectivos que lo habitan. Es por esta razón que, en la presente tesis doctoral, presentamos como un ejercicio necesario y novedoso estudiar la simbiosis entre la relevancia del periodismo en contextos de proximidad y la urgencia de la proliferación de zonas sin presencia de fuentes confiables de información periodística. Es una dimensión que avanzamos a continuación y que recogemos en el artículo científico titulado *Hyperlocal journalism in the face of the advance of news deserts: scoping review*, intersectando ambos frentes de investigación.

Nuestra investigación quiere poner el foco hacia aquellos medios de comunicación que no son de masas, que ejecutan un periodismo “localizado” (Rivas-de-Roca et al., 2020) como especialización que radica en una capacidad vital de interpretar los hechos desde la “óptica de los ciudadanos de un territorio o de aquellos que se sienten vinculados a esa área” (Rivas-de-Roca et al., 2023, p.76). El periodismo en estos ámbitos de proximidad geográfica tiene además una gran importancia dentro de los sistemas mediáticos debido a que son agentes que logran dinamizar la economía local (Galletero-Campos, 2017; Howells, 2015) y son cohesionadores comunitarios que dan vida y sentido al día a día de las personas que lo habitan, los que ven reforzada su identidad local.

Este tipo de periodismo está enfocado a nichos geográficos, permitiendo una mayor cercanía con los individuos al permitir que las comunidades puedan enterarse de lo que ocurre a su alrededor a partir de la experiencia de la “gente corriente” (Williams et al., 2011, p.207). Es de este modo que los medios de comunicación de proximidad potencian el “valor y las posibilidades de las pequeñas comunidades” (Lima-Junior et al., 2024, p.89) a partir de una comunicación y cobertura informativa de cercanía con sus audiencias.

La especialización hacia lo local refuerza un factor humano que incrementa el valor presente en las noticias y las relaciones entre audiencias y medios. Turner y Harte (2022) destacan, por ejemplo, cómo se conforma una “relación emocional” que se logra retratando lo local en su cotidianidad. Para Hess y Waller (2017), es en este contexto que “el conocimiento sobre las calles o nombres de escuelas, así como informantes claves o de funcionarios o vecinos importantes son parte esencial de la cual un periodista debe conocer para la construcción de medios de comunicación en donde las personas puedan identificarse”. Así, la especialización geográfica, a diferencia del periodismo de masas, demanda el conocimiento de los hábitos y cultura local en la que están inmersos los individuos en donde los medios pueden consolidarse como auténticos puentes incluso para personas que están lejos de la zona de cobertura, como en otra región o país, gracias a la actual esfera digital.

Es tal la imbricación comunitaria que las dinámicas de colaboración entre periodistas y ciudadanos tienen una mayor cabida (Puente & Grassau, 2011; Ahva & Pantti, 2014) y puede permitir superar las limitaciones del periodismo de masas al lograr arribar el periodismo hasta comunidades históricamente marginadas, facilitando la inclusión y la participación activa en la elaboración de noticias (Crittenden & Haywood, 2020; Pickard, 2020).

Rodgers (2018) describe a los medios hiperlocales como espacios informativos cuyas actividades están arraigadas a un lugar y como espacios sociales y técnicos dispersos geográficamente. Esta imbricación con las comunidades se basa en priorizar la participación individual en la creación de noticias, asegurando contenidos relevantes y contextualizados (Cheverton, 2022), en donde lo hiperlocal se preocupa más “por los problemas que les son cercanos geográfica, social y emocionalmente” (Karlsson & Rowe, 2019, p.26).

Para Marsden (2017), es por este motivo que es en el periodismo hiperlocal donde se desarrolla la esencia de la profesión puesto que, además del establecimiento de relaciones más cercanas con los residentes, éstos son “naturalmente curiosos sobre los eventos que ocurren en las áreas donde viven” (p.63). Esto abre una nueva oportunidad para los periodistas por crear espacios de intercambio en las comunidades y un trabajo coordinado con los habitantes, al tiempo que los profesionales pueden “situarse como la auténtica voz de las comunidades y ofrecer representaciones del lugar alternativas a las creadas por los medios de comunicación dominantes” (Harte, 2024, p.40).

Se trata de una potencialidad que explica cómo el periodismo con intensidad geográfica es visto como una estrategia de negocios y hasta ha sido descrito como el “futuro del periodismo” (Stites, 2011; Metzgar et al., 2011). De hecho, en el contexto estadounidense ha habido grupos mediáticos que apostaron por el periodismo hiperlocal como lo es Patch, el que corresponde a la empresa AOL y que “llegó a tener hasta 900 sitios inscritos en 2013” (Craft & Davis, 2021, p.124) a través de coberturas categorizadas en códigos ZIP o pueblos.

Ferrier (2016) sostiene que la cohesión comunitaria se relaciona con actividades básicas como los anuncios clasificados en la prensa, que incluyen ofertas de empleo, viviendas, decisiones municipales sobre impuestos, informes de delincuencia, publicidad de alimentos y compras, calendarios de actividades recreativas, entre otros. Estos contenidos son considerados “servicios esenciales” (Galletero-Campos, 2021, p.140) para el funcionamiento de las comunidades, junto a su relevancia en contextos de contingencias o emergencias. Es por ello que los medios de comunicación locales e hiperlocales son descritos incluso como “buenos vecinos” (Poindexter et al., 2006) o “cuidadores de la comunidad” (Mathews, 2022).

A pesar del potencial del periodismo de proximidad, la hiperconexión de la sociedad puede actuar como contrapeso en la medida en que la proliferación de noticias de alto impacto en los medios nacionales e internacionales puede hacer retroceder la relevancia de la información local. Como apunta Abernathy (2016) a través de noticias sensacionalistas, infoentretenimiento o *hard news*, estos pueden tener un alto impacto en los ciudadanos locales al tener también acceso a noticias globales. Es entonces que las comunidades suelen tener menos exposición a noticias sobre lo que ocurre en su entorno (Ramos, 2023), correspondiendo además a una manifestación de sistemas mediáticos locales débiles por la presencia de medios locales que no logran situarse como estándares locales o por la

inexistencia de medios que puedan canalizar el sentir ciudadano local. Rackaway (2024) ejemplifica que parte del problema se ve manifestado mediante una prolongada exposición hacia asuntos de política nacional, es un aspecto que hace disminuir el valor percibido sobre el gobierno local y que termina por impactar en un menor compromiso cívico y en la eficiencia gubernamental.

Como estamos argumentando, los medios locales e hiperlocales son fundamentales para la cohesión social e identitaria, pero su importancia también radica en que éstos poseen un papel crucial en la vigilancia de los poderes (Hess & Waller, 2017) como todo medio de comunicación de gran envergadura. Aquí se presenta un rol indisociable al periodismo como es la figura del “perro guardián” (Albertos, 1992), al tiempo que individuos con mayor hábito informativo local tienen una mayor disposición no sólo al compromiso cívico configurando espacios públicos y participando en elecciones, sino que también explica la implicación de los individuos como voluntariados enarbolando causas a favor de sus comunidades (Barthel et al., 2016).

Al mismo tiempo, los medios hiperlocales son espacios informativos que se configuran como “una oportunidad para personas emprendedoras, con mentalidad cívica y conocimientos digitales, que quieran crear servicios de noticias” (Harte et al., 2019, p.3); en la práctica, como parte de las motivaciones intrínsecas en emprendedores periodísticos con aspiraciones por crear espacios de intercambio para la comunidad. Desde esta perspectiva, algunos medios hiperlocales, fundados por periodistas profesionales, enfrentan cada vez más responsabilidades administrativas (Hess & Waller, 2017) como fiel reflejo el paradigma emprendedor en la era digital (Deuze, 2014) y se asocia a una búsqueda continua de modelos de negocio que aseguren estabilidad financiera en estos ámbitos de nicho (Rodríguez-Urra et al., 2024).

Además, y como anticipamos, estos medios cumplen un rol esencial en contextos de emergencias, seguridad pública, educación, salud, movilidad, medio ambiente y planificación, volviéndose indispensables (Conte, 2022). Su papel es especialmente crucial durante desastres naturales o accidentes, donde pueden mantener el orden en medio de la incertidumbre. Por ende, “el poder de los medios locales no debe de ser subestimado por su papel relevante en los contextos de crisis” (Hess & Waller, 2017, p.102) como se evidenció durante la contingencia del COVID-19, subrayando la importancia de la información local ante la necesidad de contar con contenidos cercanos útiles y relevantes junto con “la responsabilidad de mejorar el espíritu de la comunidad compartiendo ‘historias de buenas noticias’” (Wahl-Jorgensen et al., 2022, p.52) como forma de incentivar el ímpetu comunitario ante la adversidad.

A través de la cercanía depositada por las audiencias podemos subrayar cómo “los medios locales emergen como baluartes esenciales para la recuperación y fortalecimiento de la confianza en la información” (López-García et al., 2024, p.141). Pese a esta potencialidad, el periodismo de proximidad ha sufrido severos retrocesos y se ha visto también debilitado por la actual crisis del periodismo y los continuos cambios de escenarios. Siendo críticos, debemos advertir que, si bien la crisis de la prensa ha golpeado de forma severa a los grandes medios, también ha sufrido los medios pequeños.

La academia estadounidense ha bautizado la crisis de este tipo de medios, su paulatina desaparición de pueblos, ciudades y regiones, como *news deserts* (Abernathy, 2016), “desiertos informativos” que hacen referencia al retroceso de la prensa y que se corresponde a un relevante frente de investigación que ha ido ganando terreno en la academia mundial (Rodríguez-Urra et al., 2024). La crisis de la industria periodística se manifiesta de una forma muy relevante en estos ámbitos de nicho, ya intensificada por desafíos endógenos como es la baja densidad poblacional de la proximidad geográfica o altos costes de mantenimiento de los pequeños medios convencionales (Downman & Murray, 2020).

Si no hay medios de proximidad que logran poner en valor las posibilidades de desarrollo que mantienen las comunidades, estas zonas no lograrán tener consolidado un debate cívico y tampoco vehicular la participación de la ciudadanía para la toma de decisiones importantes que se gestan en su entorno. El cierre de medios locales es una consecuencia de la falta de innovación de las empresas periodísticas al nuevo paradigma digital y a un escenario muy adverso en términos económicos (Ramos et al., 2023), siendo así la capacidad de innovación un asunto indisociable en las aspiraciones de supervivencia de los medios de comunicación. Como desarrollamos en el siguiente apartado, nos situamos en un ámbito de conexión entre los estudios de los sistemas mediáticos locales junto con la amenaza de los desiertos informativos, acaparando una cada vez más acentuada atención por parte de investigadores, profesionales e instituciones a nivel mundial.

2.3 La amenaza de los desiertos informativos

Los *news deserts* o desiertos informativos son un área emergente de investigación vinculada a la ausencia de medios de comunicación en áreas geográficas específicas, un fenómeno que se ha intensificado por la crisis global de la prensa. Este campo de estudio busca entender las causas y consecuencias de la expansión de estas áreas desprovistas de medios, considerando su impacto en el acceso a la información y la participación ciudadana. Partiendo de la oportunidad que significa este frente de investigación, la presente tesis doctoral realiza un esfuerzo por explorar de forma rigurosa el fenómeno y poder defender la importancia de contar con sistemas mediáticos locales garanticen una verdadera pluralidad informativa, pero también establezcan unas condiciones mínimas para la preservación de los medios de proximidad.

Una cuestión inicial que ha centrado la atención de la academia sobre los desiertos informativos es la búsqueda de una acotación y definición del fenómeno, en base a las distintas experiencias y contextos de los países. Aquí, se detecta que existe una “ausencia de definiciones consensuadas” en la literatura sobre “medios locales” y “desiertos informativos” (Gulyas et al., 2023, p.286), si bien se asume la conexión de estos dos campos de estudio y también se observa una convicción compartida: la falta de medios afecta a la representatividad y equidad social, haciendo indispensable la presencia de periodistas que informen adecuadamente a las comunidades como parte de la misión que deben cumplir para la toma de decisiones colectivas basadas en la imparcialidad y transparencia.

El declive de los periódicos como industria de referencia del sistema mediático ha sido un factor clave en la proliferación e identificación de los desiertos informativos (Abernathy, 2016), aunque estamos ante una amenaza que está golpeando a todos por igual en la medida

que estas auténticas zonas inhóspitas de noticias han sido imparables en su expansión, afectando tanto a las zonas rurales despobladas (Galletero-Campos et al., 2024) como a zonas urbanas: “El problema no es sólo para las áreas rurales. Las áreas metropolitanas con gran cantidad de población (...) que tuvieron una gran cantidad de periódicos, han disminuido el contenido local de forma drástica” (Rackaway, 2024, p.60).

Si ponemos la atención en la salud informativa, la falta de medios formales e imparciales contribuye a la polarización y a la propagación de desinformación, junto a la profundización de “las divisiones culturales, económicas y políticas” (Abernathy, 2020, p.89) que provocan climas de convivencia basados en la desconfianza hacia las instituciones y una menor esperanza en la resolución de problemas. La afectación también se proyecta en una vida comunitaria erosionada, cristalizada en una menor participación y compromiso cívico con los asuntos locales (Treisman, 2021) junto a una conciencia de comunidad que se ve resquebrajada junto a los tejidos sociales (Galletero-Campos & Saiz-Echezarreta, 2022) por la imposibilidad de ser representada y la no configuración de espacios públicos mediatizados.

La presencia de medios imparciales en los ámbitos de proximidad es sustancial para el cuidado de la democracia en la esfera local, en donde también puede haber presencia de pseudomedios al igual que en los sistemas mediáticos de alcance mayor (Garde-Erasmus & Salaverría, 2024). Los espacios informativos sin una clara intención periodística, que pueden ser malintencionados y con sesgos evidentes, contaminan la salud de los sistemas de información locales limitando la información local verídica. Además, otro desafío añadido son las zonas dominadas por medios partidistas o de administración gubernamental (FOPEA, 2021) en donde la imparcialidad no está asegurada por medio de influencias de personajes políticos que no están sujetos a escrutinios públicos para salvaguardar la democracia.

Estamos en un punto álgido en donde la preocupación por la desinformación ha ido creciendo en la medida que se revitaliza el periodismo profesional, un asunto que debe vincularse con la salud de los sistemas mediáticos de proximidad. Desde esta óptica, los medios locales e hiperlocales son los que logran una gran imbricación con las audiencias por su nicho geográfico de cercanía; al mismo tiempo, el periodismo de proximidad acapara cada vez más interés por parte de estudiosos interesados en saber cómo esta especialización puede contribuir al pluralismo (Harte, 2024) y al freno de los desiertos informativos.

Esta oportunidad se vincula a la preocupación sobre el debilitamiento de los sistemas mediáticos locales cuando hay grandes grupos mediáticos con una mayor capacidad de solvencia económica, con una posición privilegiada en las fuentes de ingresos al tiempo que se constituyen como referentes. En este sentido, son estos grandes medios los que por su posición dominante tienen capacidad de absorber la capacidad de acción de los medios más pequeños. Este panorama incluye la hegemonía de grandes conglomerados mediáticos para erosionar la diversidad mediática (Giovani-Vieira, 2021; Abernathy, 2016) y ocurre cuando hay carencias en las políticas públicas (Sáez et al., 2023) que puedan fortalecer la salud de los medios locales en aras de cumplir con el pluralismo como parte de una condición esencial para el ejercicio del periodismo y que proteja fuentes de empleo. Como anticipamos, la amenaza de los desiertos informativos repercute profundamente en áreas rurales, y ha sido desde estos contextos que se ha reflexionado sobre la importancia de las iniciativas públicas y sociales que logren “promover modelos de comunicación ciudadana con vocación de

cohesión social y territorial” (Galletero-Campos et al., 2024, p.15) para la construcción de sistemas de proximidad sólidos.

Si bien la revolución digital puede defenderse como un panorama prometedor en aras del pluralismo, también puede advertirse un efecto negativo en contextos donde ha habido medios locales que justamente han sucumbido ante el diluvio digital por no ser capaces de adaptarse a los cambios. Esta situación ocurre de forma muy clara en aquellas zonas geográficas que son económicamente menos desarrolladas y más vulnerables (Zhu y Mengyao, 2024; Abernathy, 2020). También Galletero-Campos (2023) y Ramos (2023) coinciden en que los desiertos informativos se ubican en zonas menos pobladas y con menor actividad económica, siendo estas comunidades las más sensibles ante el retroceso del periodismo.

Entender la relevancia de los medios locales e hiperlocales es clave para diseñar mejores políticas públicas que consideren los riesgos específicos que enfrentan los periodistas (Salazar-Rebolledo, 2020, p.134) y, consecuentemente, abordar el desafío de los desiertos informativos. Gran parte de estos esfuerzos se pueden observar en el panorama anglosajón, con unas 60 universidades y centros de estudios incorporando este tema en sus currículos de enseñanza: en los Estados Unidos la problemática de los desiertos informativos se ha situado como un pujante eje de estudio para comprender sus amenazas y vías para detenerlos (Abernathy, 2023) al tiempo que se apunta a los futuros comunicadores como parte de la solución, enfocando los esfuerzos y recursos académicos en la concienciación del retroceso de la prensa y puesta en marcha de iniciativas provenientes del propio estudiantado en alianza con las universidades y sus funcionarios (Nonkes, 2020).

En este ámbito, también la academia ha buscado formas de repensar los roles periodísticos para que éstos, en ejercicio con estudiantes, estén al servicio de las comunidades más desfavorecidas y proclives a ser declaradas como zonas sin presencia de medios de comunicación de proximidad (Finneman et al., 2022). Otros autores como Olsen y Mathisen (2023) enfatizan que las condiciones laborales poco atractivas para los jóvenes profesionales, así como una falta de entrenamiento para desempeñar funciones en medios de comunicación en los ámbitos de proximidad, constituyen serios problemas que son pocas veces reflexionados y abordados. Tal circunstancia repercute en la falta de profesionales del periodismo en los sistemas mediáticos locales y en una concentración de la actividad periodística en las grandes ciudades. Son cuestiones sobre las ya han emitido diversos informes en el contexto europeo dando cuenta del impacto para la ciudadanía y poniendo de relieve su conexión con los desiertos informativos (Verza et al., 2024).

El desafío es mayor en el Sur Global, donde la respuesta académica ha sido más lenta comparada con el Norte Global al tiempo que la implementación de estudios y políticas han sido más estructuradas para hacer frente a la problemática (Rodríguez-Urra et al., 2024). Consideramos que es un asunto que la academia latinoamericana debe atender, si tenemos en cuenta que la prensa retrocedió con masivos cierres de ediciones en papel en el continente a causa de la pandemia COVID-19, valoramos el impacto que supone en la sostenibilidad de los medios (UNESCO, 2021) y recordamos que se produce una acentuación de una crisis que se arrastra desde antes de la emergencia sanitaria mundial (Suenzo et al., 2020).

Atendiendo a la proliferación de factores externo ajenos al periodismo, tanto en referencia de contingencias sociales y mundiales así como a la sofisticación de las nuevas tecnologías, nos situamos ante una profesión y una industria en continua evolución. Desde este criterio se sitúan Crittenden & Haywood (2020) al señalar que, “mientras el periodismo esté en constante cambio, los desiertos informativos continuarán creciendo” (p.15), de modo que estamos ante un problema que puede ser de largo recorrido y que obliga que tanto la academia, como las instituciones gubernamentales y los propios medios de comunicación, deban tener la capacidad de anticiparse y aprovechar las oportunidades de reinversión que pueden ofrecer los contextos de crisis.

En este sentido constructivo, los medios de proximidad y su conexión con la problemática de los desiertos informativos emergen como un importante aliado al tiempo que es oportuno situar la enseñanza del periodismo hiperlocal como una especialización pujante en las universidades (Pérez-Gallego, 2019). Así, el periodismo local e hiperlocal resultan deben ser analizados y puestos en valor como contextos de nicho que pueden ser auténticas oportunidades para aunar esfuerzos para la recuperación de confianza de la ciudadanía en los medios de comunicación y detener la expansión de estos auténticos desiertos de noticias:

“Lejos de sucumbir al pesimismo y proclamar el ocaso del periodismo, los medios locales y comunitarios, con un compromiso arraigado al bienestar y progreso de sus regiones, poseen una ventaja única. En medio del caos de la desinformación y el exceso de contenido, tienen la capacidad de erigirse como referentes confiables, ofreciendo a sus lectores un contenido relevante y veraz, filtrado del ruido constante que caracteriza al mundo digital actual” (López-García et al., 2024, p.135).

3. OBJETIVOS

La digitalización, la globalización y los múltiples factores que están redibujando el tablero mediático han situado en un primer plano de innovación a los nativos digitales, al tiempo que han cuestionado la posición dominante que históricamente han ostentado los medios más convencionales (*legacy media*). Como hemos argumentado en el marco teórico de la presente tesis doctoral, si bien se puede asumir que los medios de proximidad son influenciados por contextos macro como el sistema mediático nacional en donde están inmersos, éstos logran tener un propio recorrido por su imbricación con los barrios, pueblos, ciudades o regiones por su capacidad de atender a la comunidad.

En este contexto de profunda transformación, también emergen nuevas formas y estrategias de comunicación en los ámbitos cercanos que justifican un creciente interés por escudriñar las dimensiones multifactoriales que debilitan o fortalecen a los medios locales y, de forma muy acentuada, en el sector de la prensa como industria de referencia.

Como aportación a esta reconfiguración del tablero mediático global, el objetivo principal de nuestra investigación se focaliza en explorar el sistema mediático hispanoamericano, nacional chileno y regional de Aysén a modo de estudios de caso y desde la perspectiva de la correlación del periodismo hiperlocal y el auge de los desiertos informativos. Tal objetivo se presenta, además, con el propósito de proponer acciones futuras que permitan un acercamiento al estudio y mejora de los sistemas mediáticos como contribución a un periodismo plural y representativo para la ciudadanía desde actores relevantes como la academia, las instituciones periodísticas y los propios profesionales.

De forma concreta, la tesis doctoral se desarrolla mediante la consecución de cuatro objetivos específicos complementarios que sintetizamos a continuación:

1. Identificar la irrupción y presencia de los medios nativos digitales en el contexto de los países hispanoamericanos
2. Distinguir la presencia de medios nativos digitales frente a la prensa tradicional en el sistema mediático chileno, analizando tanto el cometido científico como el consumo mediático.
3. Analizar el desarrollo e importancia del periodismo hiperlocal y la amenaza de los desiertos informativos como frentes de investigación emergentes a nivel mundial.
4. Examinar los desiertos informativos en la Región de Aysén como estudio de caso, para reconocer los factores desencadenantes y ámbitos de acción para superarlos.

Cada uno de estos objetivos específicos está asociado en particular a las diferentes investigaciones en formato de publicación científica que integran la tesis. En la tabla 1 se presenta un resumen de la propuesta conectando los objetivos con el enfoque de los trabajos y la metodología empleada; un avance a modo de síntesis del desarrollo que realizamos en el apartado de *Material y Métodos*, en el de *Resultados: compendio de publicaciones* y en la sección final de *Conclusiones*.

La propuesta de investigación que sostiene la presente tesis doctoral establece un recorrido lineal a partir de un contexto macro (Latinoamérica), con estaciones intermedias en Chile a

partir de la intersección en los desiertos informativos y el periodismo hiperlocal y una parada final micro mediante un estudio de caso en la Región de Aysén. Para responder a los objetivos fijados, es esencial realizar una aproximación al sistema mediático latinoamericano para conocer la irrupción de los medios nativos digitales como nuevos espacios informativos que han ido ganando terreno y, a continuación, poder contar con este estudio de referencia como ejercicio previo para comprender las dinámicas mediáticas y periodísticas en Chile. Es aquí donde nuestro estudio prosigue con una profundización que implica tanto dimensionar la posición que tienen los medios nativos digitales en el sistema mediático nacional como la exploración de nuevas mediciones que contrarrestasen las limitaciones de los estudios de audiencias en Chile. En paralelo, como singularidad de la tesis, la emergencia de los desiertos informativos se aborda junto a relevancia de los medios hiperlocales para aplicar una aproximación novedosa y consolidada hacia la Región de Aysén que integrase todos los aspectos tratados en investigaciones anteriores.

Inicialmente, el preámbulo de la presente incursión doctoral iba a radicar en identificar y estudiar una serie de perfiles y formatos en redes sociales emergentes para conocer sus características y grado de disrupción, como parte del nuevo paradigma asociado al tablero mediático actual con cada vez más medios de comunicación con fines informativos que han apostado por su presencia en las plataformas sociales. Aspectos como la relación hacia los públicos jóvenes, estrategias para retener la atención de las audiencias, grados de sofisticación de *storytelling* e inclusión de gráficas o uso de tecnologías inmersivas y de edición iban a ser consideradas.

Sin embargo, el estudio de Chile como objeto de estudio para el enfoque propuesto ha permitido evidenciar que el país, pese a ser un territorio con un alto grado de uso de tecnologías y conectividad masiva a Internet, carecía de medios de comunicación que fuesen referentes en la implementación de formatos disruptivos a diferencia de otros contextos. Es entonces que se ha comprendido que nuestras expectativas pretendían analizar un estado consolidado del periodismo como es su manifestación con especializaciones que buscan enriquecer las narrativas y la cobertura periodística, y que era necesario focalizar primero la atención en conocer las condiciones en las que el periodismo puede lograr a desarrollarse y que, en definitiva, puedan garantizar la existencia misma de medios de comunicación. En el marco de los estudios se constató que el sistema mediático estaba bastante comprimido, con pocos referentes en el plano de los medios nativos digitales producto de la posición histórica de los medios convencionales y referentes de la prensa, una caracterización asumida en los primeros años de formación doctoral y que ponía de manifiesto unas debilidades profundas del sistema de medios y unas circunstancias novedosas como los desiertos informativos que se perfilaban como esenciales para la tesis. Es por este contexto que se reorientó el foco de la tesis doctoral hacia una especialización por abordar con nuevos métodos de investigación los sistemas mediáticos locales.

Es entonces que se llevó a cabo el estudio de la presencia de los medios nativos digitales tanto en el contexto latinoamericano como en el chileno para conocer cómo ambos territorios han incorporado nuevas organizaciones periodísticas y cómo se han ido abriendo a la actual sociedad red. Este aspecto se asocia también a los grados de irrupción que los nativos digitales pueden tener en sus contextos atendiendo a índices socioeconómicos y de desarrollo, así como indicios de la pluralidad informativa en los sistemas mediáticos nacionales. En

particular, esta dimensión se ve intensificada si asociamos el periodismo especializado en nichos geográficos, aún más si consideramos que la discusión y reflexión académica se ha dirigido hacia estas dimensiones para comprender cómo los medios de comunicación logran crear compromiso e involucrarse con sus audiencias. Aquí, el factor de la cercanía geográfica tiene un enorme potencial.

Lo local también se presenta como un aspecto primordial de los sistemas de medios al constatar en nuestra exploración que la academia chilena incurría en notables sesgos a la hora de seleccionar los medios de comunicación a estudiar. Se manifiesta en este ámbito una inclinación de la balanza hacia el estudio de los grandes medios pertenecientes a grupos mediáticos fuertemente establecidos desde hace décadas y que provienen de la capital (Santiago), en concordancia con la notable concentración mediática. Aquí, se ha constatado que la academia chilena perpetúa esta concentración también en las investigaciones. Quiero precisar que no hay que recriminar a los investigadores por la infrarrepresentación de los medios de proximidad regional, local e hiperlocal, ya que el colectivo académico atiende a criterios de relevancia histórica y con un gran poder informacional de los medios de comunicación, que al fin y al cabo son los que concentran una mayor atención por parte de las audiencias. Es evidente que estos medios masivos con posición dominante poseen una notoria capacidad de influenciar en la agenda nacional, como son los medios de comunicación de cobertura nacional que están emplazados en la Región Metropolitana.

Este escenario me despertó una inquietud personal, arraigada desde los tiempos en que desarrolló tanto sus prácticas profesionales como sus primeros años ejerciendo el periodismo en medios de comunicación regionales. Este antecedente activó la curiosidad por redirigir el foco para conocer aún más los sistemas locales, en el marco de una realidad en donde los medios de masas han sido cuestionados por sus direcciones comerciales y aparente lejanía con los ideales periodísticos. Y con mayor razón en un país unitario y centralizado en lo administrativo y económico como Chile, donde resulta fundamental conocer la salud de los sistemas mediáticos y sus dinámicas internas como ejercicio que releve la necesidad de garantizar el pluralismo. Los sistemas mediáticos plenos son, para nosotros, una antesala para que la creatividad y las nuevas narrativas puedan emerger en los medios.

Precisamente, este es un aspecto del que adolece Chile desde hace muchos años y que tiene una conexión directa con los medios locales en la medida en que son apuntados desde la academia y el sector profesional como una posible solución para el distanciamiento con las audiencias. En el caso chileno, con el hándicap que supone la inexistencia de datos de consumo mediático como asunto que refuerza el centralismo y que dificulta la sostenibilidad económica de los medios pequeños (Sáez, 2024; Sáez et al., 2023).

Estamos, en definitiva, en un entorno donde desarrollar el periodismo desde lo regional y lo local implica “esfuerzos asimilables a auténticos grados de proezas” (Bonifaz, 2016), con un contexto nacional donde no ha habido profundas regulaciones (Guerra, 2019) como parte del modelo neoliberal que adoptó Chile y que permitió la consolidación del duopolio. Aquí subyacen las motivaciones para el emplazamiento de Aysén como estudio de caso pertinente y oportuno por su singularidad, para direccionar nuestra aproximación y sugerir proyectarlo a otros territorios para dar sentido de urgencia a la amenaza de los desiertos informativos a partir de un primer acercamiento desde la realidad chilena.

4. MATERIAL Y MÉTODOS

Como explicamos de forma precisa en las publicaciones científicas integradas en el texto de la presente tesis por compendio, realizamos una aproximación mixta a los diferentes hitos de la investigación, con desarrollos cualitativos y cuantitativos que nos permitieran responder de forma rigurosa y específica a los objetivos planteados, tanto generales como específicos.

Este enfoque nos permite abordar los diversos contextos que aglutina nuestro estudio desde la perspectiva de la caracterización del sistema mediático latinoamericano y chileno, con el foco de los desiertos informativos y su interconexión con el periodismo de proximidad. De forma específica, resumimos a continuación los enfoques metodológicos aplicados y que se desarrollan con precisión en las diferentes publicaciones que integran la tesis doctoral:

- Revisión bibliográfica sistematizada: Según Codina (2018) este tipo de revisiones se ejecutan en un grupo de trabajos bien identificados, sin haber un número *a priori* de documentos necesarios y dependen de la producción total de documentos que genera el ámbito de trabajo científico. Posteriormente, el propio autor (2020) señala que se aporta una mirada crítica en donde la sistematización permite mejorar el conocimiento del ámbito revisado que evita caer en sesgos.
- *Scoping review*: Propuesto Grant y Booth (2009) y revisado posteriormente por Booth (2016) corresponde a un protocolo estricto, transparente y replicable para conocer el alcance de la trayectoria de una especialización en específico. En nuestra tesis doctoral se adoptó el marco SALSA (Search, Appraisal, Synthesis, Analysis).
- Métricas de impacto académico de medios: utilizado primero en el trabajo exploratorio de Herrero-Solana y Ramos-Ruiz (2022), consiste en la cuantificación de la presencia de un medio de comunicación contenido en un corpus académico que es resultado de una revisión bibliográfica. Su finalidad consiste en conocer la atención de los investigadores en el estudio de los sistemas mediáticos y sirve para reconocer posibles sesgos en la elección de muestras.
- Métricas de impacto web/social de medios: los datos anteriores fueron complementados con otras métricas más comunes que permiten posicionar un medio de comunicación en la esfera digital a través de propia presencia en las redes, a partir de la obtención de su tráfico web y seguidores que posee en las redes sociales. Esto lo hemos utilizado como proxy de la reputación y consumo de la audiencia.
- Entrevistas semiestructuradas: Las entrevistas en profundidad tienen un sello autenticador como es la profundidad posible de alcanzar en el aprendizaje sobre los informantes, como pueden ser los significados, perspectivas y definiciones así cómo ver y experimentan el mundo (Taylor & Bogdan, 2009). Si bien las entrevistas estructuradas son sencillas de tabular y analizar pero no logran profundidad y globalidad (Wimmer & Dominick, 1996), las entrevistas semiestructuradas presentan una mayor flexibilidad para permitir obtener la información más precisa posible (Díaz-Bravo et al., 2013). Así, las entrevistas en profundidad ofrecen trasfondo

detallado y precisión (Wimmer & Dominick, 1996) donde la propia dinámica de la entrevista es la que hace emerger los temas mediante una ‘conversación amistosa’ entre informante y entrevistador (Díaz-Bravo et al., 2013).

- Observación no participante: es una observación realizada por agentes externos sin haber intervenciones en el ámbito de trabajo. Así, no hay relación alguna con los sujetos del escenario; tan sólo se es espectador de lo que ocurre, y el investigador se limita a tomar nota de lo que sucede para conseguir sus fines (Campos y Covarrubias & Lule Martínez, 2013).

La combinación de este conjunto de métodos nos ha permitido configurar un estado del arte sólido, enfocado en la aproximación a los sistemas mediáticos nacionales pero también de nicho como los locales. Como hemos mencionado, fue necesaria la exploración de la imbricación entre dos frentes de investigación emergentes como son los desiertos informativos y el periodismo hiperlocal, materializado en una publicación científica difundida en una revista de renombre internacional. Este punto ha servido para posicionarnos de mejor modo y detectar tópicos asociados a esta especialización de nicho y ha sido también un trabajo sustancial para abordar el estudio de caso original sobre la Región de Aysén, con bases sólidas y una propuesta de estudio inédita para el contexto chileno y latinoamericano.

La Región de Aysén emergía como un estudio de caso muy interesante y una oportunidad investigadora por las características singulares de la zona: por su lejanía geográfica, escasa población y una inadecuada atención por parte de la academia nacional en cuanto a estudios de medios de comunicación. La presencia de dicho territorio en la escena nacional es muy escasa desde la academia como se pone de manifiesto en la segunda publicación científica asociada a la tesis doctoral que se presenta.

El estudio de la Región de Aysén compatibilizó con mi experiencia personal, ya que tuve la oportunidad de trabajar durante unos cuantos meses en un medio local antes de ingresar a los estudios de máster y de doctorado en Granada. Tal experiencia conllevó una conexión emocional con la zona y deseos de aprovechar la oportunidad que ha otorgado la formación doctoral por romper con la concentración de la atención académica hacia los medios nacionales chilenos, y dar protagonismo a un territorio remoto para reivindicarlo por sus notables antecedentes sociales y particulares características como zona desconocida incluso para muchos chilenos y hasta argentinos, que señalan ser conocedores de toda la Patagonia sin tener en cuenta que existe un lado chileno.

Creemos que la academia, en cuanto a estudios mediáticos, ha estado en deuda con la Región de Aysén. No hay que obviar que hasta antes del Estallido Social de 2019 que tuvo Chile, fue en la región donde se había desarrollado una de las movilizaciones ciudadanas con mayor convocatoria en la historia reciente en Chile, a propósito de una constante lucha por la regionalización de recursos, reducción del costo de la vida, mejoras de infraestructuras y causas medioambientales.

Efectivamente, de primera mano experimenté el delicado contexto en el que está inmersa la región. Un territorio remoto supeditado a las adversidades climáticas, con un relieve muy fragmentado y con medios de comunicación que luchan en su día a día por seguir en

funcionamiento y que son vitales para el funcionamiento de la cohesión social y las comunicaciones entre zonas remotas. Es aquí donde los medios de comunicación cumplen una función esencial en términos de movilidad local, así como planificación para anticiparse a condiciones de extremas.

Sobre la propia experiencia del estudio de caso, solo llegar hasta este territorio es todo un desafío, y aún más aventurarse en sus rincones. Es muy costoso en lo monetario ir hasta las aldeas y supone también un riesgo por la escasa luminosidad de los caminos y constantes serpenteos entre acantilados, ríos y montañas, ya que aquí es donde la Cordillera de los Andes se rompe en mil pedazos para después renacer en la Antártida chilena y argentina. Es común en el territorio el clima pluvial de bastante intensidad, haciendo que también sobrevolar el territorio sea un periplo peligroso. Además, el transporte público está muy limitado desde la capital regional y aún más entre pueblos de la región. A este escenario se suma la complejidad de que la región tiene largas distancias así como múltiples islotes, por lo que acceder a sus rincones también implica barajar transporte marítimo.

Son estos condicionantes geográficos los que han determinado que los habitantes patagones chilenos hayan establecido lazos profundos con sus pares argentinos, habiendo una reciprocidad que llama la atención y que los hace únicos frente al resto de los chilenos. Aquí se evidencia lo que expresa Carrasco-Urrutia (2020) a propósito de una presencia de una “frontera bisagra” (p.24) que, como señala la investigadora en base a relaciones horizontales, se construye una identidad de frontera multiterritorial en base a nicho de identificación y pertenencia, motivado de antaño por la necesidad de abastecimiento y comercio. La lejanía también es posible de dimensionar por la presencia de gran parte del equipamiento técnico de antaño de los medios de comunicación de la zona desde la industria argentina, o bien objetos de la vida cotidiana de los hogares provenientes de dicho país, sobre todo en aldeas limítrofes que permitieron una mejora de la calidad de vida (Sáenz, 2018, p.158).

En situaciones de la vida cotidiana esto se manifiesta, como ha sido el empleo del “che” para llamar nuestra atención cuando interactué con habitantes de la zona, y en buena parte de los trabajadores de los medios de comunicación. De hecho, no es de extrañar que el territorio use una propia bandera regional identificatoria a diferencia de otras zonas de Chile, al igual que en Magallanes, por el sentimiento de cercanía que tienen los habitantes con su territorio.

En cuanto a las condiciones de vida, son desafiantes y dramáticas. Por ejemplo, debido a las condiciones de escaso desarrollo y de marginación, descubrí en base a fuentes complementarias, cuyo acceso se incluye en la sección anexos de nuestra tesis doctoral, que en la zona hay altos niveles de alcoholismo y tendencias al suicidio así como altos grados de violencia en el interior de las familias. Esto para mí fue una sorpresa, ya que era un antecedente que conocí de primera fuente por parte de una académica de la Universidad de Aysén. Tales circunstancias se pueden asociar a una falta de oportunidades y de movilidad social, y ello se puede ver poner de manifiesto en el desplome del producto interno bruto regional durante el primer trimestre de este año con un 9,7% (Banco Central de Chile, 2024), siendo la única región chilena que retrocedió y además con una cifra tan alta. Estamos entonces atendiendo a una región vulnerable en lo económico y en lo social, un asunto sombrío que contrasta con la belleza natural del relieve de la geografía regional que atrae

cada vez más a miles de turistas chilenos e internacionales. A este factor se suman altas tasas de depresión, intensificadas también por un clima frío y adverso.

Como anécdota, pero muy representativo sobre la situación de los medios y el ejercicio del periodismo en la región, me ocurrió en mi dinámica de entrevistas a los medios de comunicación que un administrador de una radio local de Puerto Aysén nos planteaba su inquietud por que el Estado de Chile no cedía *spots* de una campaña de prevención al suicidio, al tiempo que ello sí se pasaba por las radios de Coyhaique pese a que en la primera ciudad, según el funcionario de la radio, tenía una mayor tasa de suicidios. Fui testigo así de una búsqueda frenética y desesperada por parte de efectivos de emergencia como la policía, bomberos y ambulancias de una persona en el Río Aysén y fueron los propios periodistas que estaban realizando entrevistas y cubriendo el tema quienes me advirtieron que esas contingencias son reiteradas cada cierto tiempo. Aquí comprendí de sobremana el rol que pueden cumplir los medios de comunicación locales en cuanto a campañas de prevención, concenciación de las comunidades y lo importante que son en los contextos de proximidad, ya que pueden ser verdaderas luces para la vida cotidiana de las comunidades por su misión social.

Mi acercamiento a los medios de comunicación tuvo una serie de particularidades. Noté que en muchos de ellos sus instalaciones provocan una sensación de vacío, traducido en pocos profesionales que trabajan dentro de las oficinas y que son consecuencia de recortes económicos. Ello ha correlacionado con la teoría de los *ghost newspapers* de Abernathy (2020), quien reflexiona que en la actualidad los medios convencionales que permanecen en funcionamiento son ahora sólo la sombra de sí mismos en cuanto a infraestructura y equipos humanos, incluso observándose plantas enteras sin vida periodística como parte de las consecuencias de la irrupción tecnológica (Sullivan, 2020) como parte de la evocación hacia un pasado que había sido grandioso para el periodismo. En nuestro caso por ejemplo, en el diario local de Coyhaique, la imprenta ya no funciona y los periodistas no trabajan en oficinas sino de forma telemática, al tiempo que, en una radio icónica de la ciudad que fue un bastión de resistencia ideológica contra el régimen cívico-militar, hoy en día sólo hay un periodista en funciones y la mayoría de los emprendimientos nativos digitales son llevadas a cabo sólo por una persona en la zona, los cuales no ven ninguna posibilidad de poder expandir los equipos por falta de presupuesto.

Debido a la naturaleza pionera del estudio, optimización del tiempo y de recursos y con la finalidad de conocer la salud del sistema mediático local en perspectiva de los desiertos informativos, opté por incorporar la mayor cantidad de medios posibles a nuestro estudio mediante entrevistas para obtener sus testimonios. Esto me permitió hacer intervenciones expeditas y concretas, una estrategia que buscó abarcar aspectos multifactoriales como conocer las propuestas mediáticas en funcionamiento y los antecedentes históricos de los medios, conocer sus redes de apoyo, visión del periodismo y los cambios direccionados hacia la digitalización producto de la pandemia del COVID-19, así como aspectos sensibles como autonomía y modelos de negocio.

Esta focalización permitió obtener una perspectiva integral y una mayor movilidad en el territorio, incluso logrando expandir nuestro rango de acción para recoger testimonios de otra ciudad relevante en la zona como es Puerto Aysén, una zona que en principio no habíamos

considerado y que incluimos para diversificar los medios y atender a las métricas sociales consignadas. Descubrí que en dicha ciudad los periodistas tienen sus propios puntos de vista sobre lo periodístico y fuentes de información, ajenos a los comunicadores y profesionales emplazados en Coyhaique. Por ejemplo, la pérdida de su capitalidad (Puerto Aysén fue la capital del territorio) ha sido motivo constante de críticas por parte de los medios y se ha convertido en un factor que ha propiciado una propia centralización de las fuentes de información respecto a Coyhaique, al tiempo que se radica la relevancia de Puerto Aysén por ser el motor económico de la región.

Nos situamos ante experiencias que han ido dando sentido a la investigación e incluso contradiciendo preceptos asumidos: la sensación de la centralización de la información dentro de un territorio regional es un asunto que por primera vez evocaba a la reflexión, así como la importancia sobre la dimensión de la actividad económica del territorio para los medios. Si bien tuve una experiencia ejerciendo periodismo en ciudades grandes como Valparaíso/Viña del Mar o Coyhaique en el pasado, al ser ciudades importantes en sus contextos, nunca había realizado una lectura sobre qué pasaría o qué imagen habría de ello en zonas donde no están emplazados las principales sedes administrativas y actividades económicas.

Desde un principio, seguir una planificación exclusivamente relacionada a una observación no participante no era posible ya que, a partir de la experiencia que tuve en un medio de comunicación que quisimos analizar, sus periodistas no llevaban a cabo su trabajo en las oficinas del medio sino desde sus propias casas. De hecho, intentamos hacer una dinámica observacional prolongada circunscrita a las actividades que se desarrollaban desde la sede hacia el exterior, pero sólo teníamos acceso al quehacer de un director que era el único funcionario disponible que frecuentaba cotidianamente en la sala de prensa. Consideramos que, debido a la reiteración de las dinámicas, debíamos intensificar las jornadas de observación y completarlas con entrevistas en profundidad que nos dieran acceso a diferentes perfiles. Tengamos en cuenta que, incluso las reuniones de pauta, se efectuaban de forma telemática gracias a la actual hibridez tecnológica.

En otro medio, ni siquiera la reunión de pauta estaba establecida como rutina producto del escaso personal y el aluvión de informaciones que debían de enfrentar en muy poco tiempo. Es entonces que preceptos aprendidos a partir de la academia en mi época de pregrado, en base a los últimos cambios en las rutinas periodísticas y estado de la prensa, se veían trastocados. Es decir, se ha evidenciado la difuminación incluso de jerarquías o de ritos que, hasta ahora, pensaba que eran fundamentales para el estudio de las formas de hacer periodismo en los medios convencionales. Como parte de una anotación obtenida desde una fuente complementaria, también observamos que una buena parte de la cobertura del periodismo regional se basa en comunicados de prensa provenientes de instituciones y empresas y tienen una presencia relevante, de modo que el reporte propio no es una única actividad que se refleja en los medios. De hecho, dos entrevistados nos expresaron que en la región hay una importante cantidad de profesionales que desempeñan comunicaciones en empresas o en el sector público que en medios de comunicación propiamente dichos.

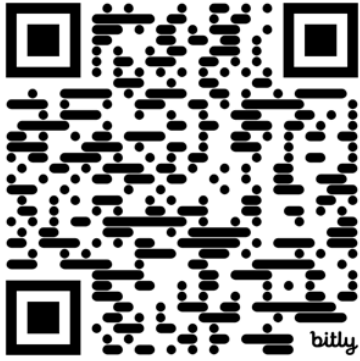
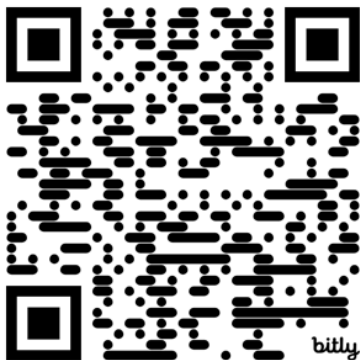
Como refuerzo de la experiencia, hice un ejercicio complementario por conocer la historia de los medios de la Región de Aysén, del que cuya historia hay muy pocas fuentes de

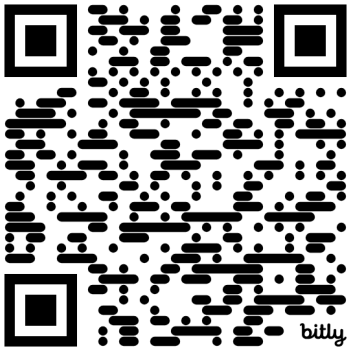
información. Asistí durante unas cuantas jornadas a las principales bibliotecas de la zona como son la Biblioteca Regional ubicada en Coyhaique y la Biblioteca Pública de Puerto Aysén. En el primer edificio existen archivos de prensa digitalizados que han permitido reconstruir el sistema mediático de medios impresos histórico de la región. Si bien intentamos cimentarlo, descubrimos una obra que ya había incursionado en dicho periplo como es el libro de Rosas-Ossa (2016) y que es un rescate esencial para el territorio abordado a partir de la cobertura de la cultura en las páginas de los rotativos. Una puntualización importante que detalla Rosas-Ossa en sus páginas es que no hay presencia de prensa regional durante el periodo del régimen cívico-militar, un asunto que logré verificar *in situ* en la Biblioteca de Coyhaique y que podemos interpretar como una evidencia de lo complejo que fue para el periodismo chileno dicho periodo cristalizado en el caso de la Región de Aysén objeto de estudio en nuestra tesis. A partir de estos registros, junto a la obra de Ortega-Parada y Brüing-Lalut (2004), presento en los Anexos de la tesis doctoral un recuento de la vida que han tenido los periódicos locales. Es preciso consignar que en la ciudad puerto no logramos localizar algún libro sobre periodismo local.

La travesía doctoral concluyó con una dinámica presencial con los medios muy fructífera, y también necesaria, en uno de los territorios más remotos del mundo. Así, no es casualidad que la motivación personal no sólo estaba incentivada por un afán de aventura, sino también como una forma de descomprimir los estudios mediáticos y redirigirla a ámbitos regionales. La carencia de estudios mediáticos detectado gracias el trabajo previo de publicaciones científicas que componen la presente tesis doctoral, me hizo ver que era un asunto personal que resolver y mi aporte para romper con la atención centralizadora de la academia hacia los grandes referentes de la prensa nacional y sembrar la idea de la necesidad de estudiar y prestar atención a territorios que tienen mucho que contar, en un contexto donde los ámbitos de proximidad se están revalorizado ante un escenario de hiperinformación e hiperconexión en donde los contenidos locales luchan por la atención de las audiencias.

Tabla 1. Resumen de publicaciones con los materiales y métodos utilizados

Publicación (DOI o URL)	Revista e índice de calidad	Objetivos específicos asociados	Métodos	Material
Mapa mediático hispanoamericano: una aproximación desde la academia https://doi.org/10.26441/RC22.2-2023-3105 	Revista de Comunicación Índices de impacto: -WoS/ESCI (2023): Journal Impact Factor (JIF): 1.3 Comunicación. Rank by Journal Impact Factor (JIF): Q2 (108/227) Journal Citation Indicator (JCI): 0.65 Comunicación. Rank by Journal Citation Indicator (JCI): Q2 (107/227) -Scopus (2023): SCImago Journal Rank (SJR): 0.585 Comunicación. SJR quartile: Q1 (160/511)	1. Identificar la irrupción y presencia de los medios nativos digitales en el contexto de los países hispanoamericanos.	Revisión bibliográfica sistematizada, considerando artículos científicos publicados entre 1958 hasta mediados de 2022 con modalidad <i>Open Access</i> y de acceso cerrado. Recogida manual y organización en Excel de los datos obtenidos en plataforma Scopus y Web Of Science. Representación de los datos en ScimagoGraphica.	Se seleccionaron publicaciones especializadas, desde las bases de datos bibliográficas de Scopus y Web Of Science (WoS) mediante el uso de determinadas ecuaciones de búsqueda y criterios de exclusión.
The Irruption Of Digital Natives On The Chilean Media Landscape: analysis of the academic impact in front of web and social networks (2004-2022) https://doi.org/10.25200/BJR.v19n1.2023.1572	Brazilian Journalism Research Índices de impacto: -WoS/ESCI (2023) Journal Impact Factor (JIF): 0.5 Journal Citation Indicator (JCI): 0.21 Comunicación. Rank by Journal Citation Indicator (JCI): Q4 (182/227)	2. Distinguir la presencia de medios nativos digitales frente a la prensa tradicional en el sistema mediático chileno, analizando tanto el cometido científico como el consumo mediático.	Revisión bibliográfica sistematizada, considerando artículos científicos publicados entre 2004 hasta 2022, junto a la aplicación de los criterios de impacto web, impacto social e impacto académico. Recogida manual y organización en Excel de	Se seleccionaron publicaciones especializadas, desde las bases de datos bibliográficas de Scopus y Web Of Science (WoS), mediante el uso de determinadas ecuaciones de búsqueda y criterios de exclusión.

	-Scopus (2023) SCImago Journal Rank (SJR): 0.228 Comunicación. SJR quartile: Q3 (324/511)		los datos obtenidos en plataforma Scopus y Web Of Science. Representación de los datos en Tableau	
Hyperlocal journalism in the face of the advance of news deserts: scoping review https://doi.org/10.1177/1329878X241265831 	Media International Australia Índices de impacto: -WoS/SSCI (2022) Journal Impact Factor (JIF): 1.5 Comunicación. Rank by Journal Impact Factor (JIF): Q2 (91/227) Journal Citation Indicator (JCI): 1.01 Comunicación. Rank by Journal Citation Indicator (JCI): Q2 (107/227) -Scopus (2023) SCImago Journal Rank (SJR): 0.793 Comunicación. SJR quartile: Q1 (42/511) Estudios culturales. SJR quartile: Q1 (12/1304)	3. Analizar el desarrollo e importancia del periodismo hiperlocal y la problemática de los desiertos informativos como frentes de investigación emergentes a nivel mundial.	A través de <i>scoping review</i> con el empleo del protocolo S.A.L.S.A, se analizan artículos publicados, libros y capítulos de libros publicados hasta inicios de 2023. Recogida manual y organización en Excel de los datos obtenidos en plataforma Scopus y Web Of Science. Representación de datos en ScimagoGraphica Y VosViewer	Se seleccionaron publicaciones especializadas, desde las bases de datos bibliográficas de Scopus y Web Of Science (WoS), mediante el uso de una determinada ecuación de búsqueda y criterios de exclusión.

The spread of news deserts in Chile: the case of the Aysén región https://hdl.handle.net/10481/95201 	KOME <u>Índices de impacto:</u> <u>-WoS/SSCI (2023)</u> Journal Impact Factor (JIF): 0.6 Comunicación. Rank by Journal Impact Factor (JIF): Q3 (169/227) Journal Citation Indicator (JCI): 0.32 Comunicación. Rank by Journal Citation Indicator (JCI): Q3 (162/227) <u>-Scopus (2023)</u> SCImago Journal Rank (SJR): 0.199 Comunicación. SJR quartile: Q3 (270/511) Lingüística y lenguaje. SJR quartile: Q2 (339/1167)	4. Examinar los desiertos informativos en la Región de Aysén como estudio de caso, para reconocer los factores desencadenantes y ámbitos de acción para superarlos	Método cualitativo con entrevistas semiestructuradas y observación no participante, y cuantitativa con construcción de <i>dataset</i> de medios y aplicación de impacto social. Recogida manual y organización en Excel de los datos obtenidos. Representación de datos en ScimagoGraphica.	Se emplearon diversas fuentes de datos públicos y una búsqueda sistematizada para la selección de los medios de comunicación
---	---	---	--	---

Fuente: elaboración propia a partir de esquema de Martín-Neira (2023)

5. COMPENDIO DE PUBLICACIONES

Esta tesis doctoral se presenta en la modalidad compendio de publicaciones incorporando tres artículos científicos publicados, además de otro artículo en segunda revisión. Todos los trabajos son originales y se enmarcan dentro del periodo investigador del doctorando.

Recordemos que una tesis por compendio es una colección de publicaciones, generalmente organizados bajo la estructura de IMRyD, con un valor científico que es evaluado por editores y revisores externos para su publicación en revistas académicas. Las tesis doctorales por compendio constituyen una forma natural de organizar una investigación de fases bien determinadas, además de ofrecer la posibilidad de dotar de un curriculum más completo, junto con cultivar dinámicas de coordinación y trabajo en equipo (Codina, 2024).

Con la cantidad e índices de calidad de artículos académicos asociados a la tesis doctoral, se cumplen los requisitos exigidos para la autorización del depósito de la tesis por compendio (ratificado y actualizado en la comisión de 10 de julio de 2023) del Programa de Doctorado en Ciencias Sociales de la Universidad de Granada.

En la sección siguiente, se presentan los artículos en su versión original, tal como fueron enviados a las respectivas revistas, con el fin de respetar los derechos de autor de cada publicación. Asimismo, se ha decidido suprimir la numeración de los apartados de los artículos para mantener la coherencia en la secuencia de la tesis doctoral. En lo que respecta a la numeración de figuras y tablas, estas se han mantenido conforme al orden establecido en las versiones publicadas de los artículos.

5.1 Primera publicación

Rodríguez-Urra, C., Trillo-Domínguez, M. and Herrero-Solana, V. (2023). Mapa mediático hispanoamericano: una aproximación desde la academia, *Revista de Comunicación*, 22(1), 435-452. <https://doi.org/10.26441/RC22.2-2023-3105>

**Revista de
Comunicación**
Investigación en Comunicación para generar Comunidad

vol. 22, N°1, 2023
marzo-agosto
UNIVERSIDAD DE PIURA, PERÚ
FACULTAD DE COMUNICACIÓN

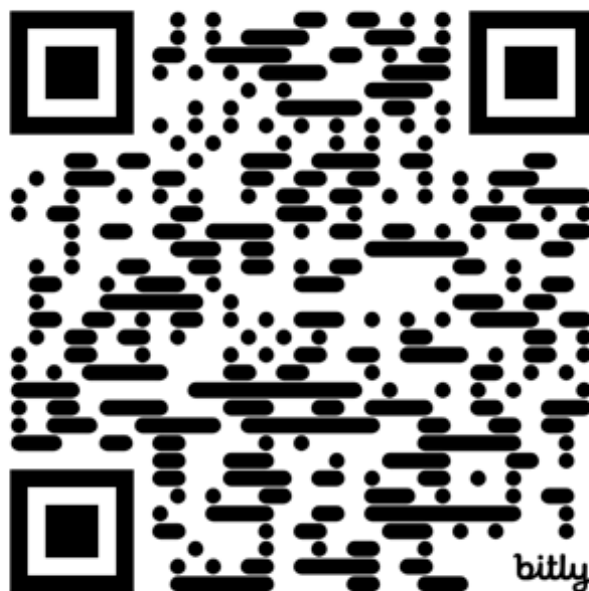
Índices de calidad:

Q1 Scopus Citescore 2023, Communication 160/511

Q1 Scopus Citescore 2023, Cultural Studies 117/1304

Q1 SCImago Journal Rank 2023, Communication 122/493

Q2 Journal Impact Factor, Communication 108/227 - ESCI JIF > 1 (1,3)



Mapa mediático hispanoamericano: una aproximación desde la academia

Hispano-American Media Map: An approach from the academy

RESUMEN: Los mapas mediáticos son herramientas fundamentales para el estudio y análisis de los procesos de comunicación en una región. En el caso de Hispanoamérica los ejemplos disponibles son pocos e incompletos. El objetivo de esta investigación es la construcción de un mapa inédito y actual del dominio de la prensa hispanoamericana y, para ello, recurrimos metodológicamente a una minuciosa identificación de medios a partir de una revisión de las publicaciones científicas en las revistas de Comunicación indexadas en Web of Science y Scopus. Los resultados del estudio identifican 2.403 medios de comunicación; de ellos casi nueve de cada diez son tradicionales, lo que da cuenta que los nuevos medios nativos digitales no logran aún visibilidad académica. Los países con mayor cantidad de medios de comunicación son Argentina, México, Colombia, Ecuador y Chile. Aunque el mapa de medios supone una aproximación sesgada al construirse sobre los medios elegidos por la comunidad científica en función de sus intereses particulares, ofrece un sólido acercamiento por la amplitud de datos recabados y la correlación establecida con los indicadores socioeconómicos.

Palabras clave: mapa de medios; prensa; cibermedios; radio; televisión; Hispanoamérica.

ABSTRACT: The media maps are fundamental tools for the study and analysis of communication processes in a region. In Hispano-American case the available examples are few and incomplete. The objective of this research is the construction of an unpublished current map of the dominance of the Hispano American Press, to this end, we methodologically resort to precise identification of media outlet based on a review of scientific publications in Communication journals indexed on Web of Science y Scopus. The research findings identified 2403 media outlets, from them, almost nine of ten are traditional, which means that the new digital native media still don't achieve academic visibility. The countries with more media are Argentina, Mexico, Colombia, Ecuador, and Chile. Even if the media map is consider as a partial approximation for the media chosen by the science community, product of its particular interest, it offers a successful approach by having some correlation with the socioeconomic indicators.

Keywords: media maps; press; cybermedia; radio; televisión; Hispano-American.

1. Introducción

Los medios de comunicación en Hispanoamérica han tenido una transformación vertiginosa, en línea al desarrollo tecnológico que ha experimentado el mundo en los últimos años. Todos los países han transitado desde un modelo clásico de medios radio-televisión-prensa hacia la disrupción de medios digitales como nuevos actores relevantes en los ecosistemas mediáticos.

Los medios digitales despertaron un temprano interés para la academia por ser “un caso crítico de cómo los medios establecidos adoptan novedosas capacidades técnicas” (Boczkowski, 2006, p.20). Estos cibermedios provienen de la revolución digital que consolidó a los nuevos medios (Jenkins, 2008; Manovich, 2010) en el marco de la sociedad red, cuya relevancia se equipara al de los formatos clásicos de medios de comunicación desde una etapa muy temprana cuando ya daban sus primeros pasos (Salaverría, 2017).

Estos nuevos medios son capaces de conectar “diferentes elementos de la sociedad y su uso (implica) nuevos tipos de relaciones sociales” (Tubella & Alberich, 2012, p.22). Este dinamismo consolidó nuevos medios de comunicación nativos digitales, desapegados a las estructuras de grupos mediáticos convencionales con una clara función de contrapoder (Castells, 2009) al cubrir los espacios que no eran tratados por la prensa tradicional.

La consolidación de los medios en Internet modificó los hábitos de consumo de las audiencias. El constante crecimiento de cibermedios y redes sociales hizo que la prensa tradicional sufriera cambios “no sólo en tecnología, sino que en las formas de trabajo” (Greenway et al., 2018, p.9) en el marco de un “escenario de hiperinformación (donde) la relevancia del periodismo se renueva” (Rodrigo-Alsina & Cerqueira, 2020, p.231).

La reciente época se caracteriza por cambios en los ecosistemas mediáticos donde las audiencias son importantes en la redacción de la noticia (Adornato, 2022; Ali et al., 2018; Pérez-Soler, 2017) además que éstas son fragmentadas (Napoli, 2010) en el consumo informativo por sus intereses particulares.

Este cambio de paradigma también es reflejado por la disminución y optimización de los recursos. Así, “la crisis ya no es una amenaza; por el contrario, se convierte en parte de la cotidianidad” (Suenzo et al., 2021, p.15) como parte de la ecología de medios, que para McLuhan (1996) es la mutación y transformación de los medios de comunicación a causa de su interacción constante con otros.

Despidos y reorganizaciones de las planillas es parte de la realidad de los medios de comunicación. Una situación que ha afectado a profesionales de la información con trayectoria en medios tradicionales y que, al ver en la red una oportunidad para emprender, fundan sus propios medios de comunicación que se posicionan dentro de los ecosistemas mediáticos.

Pese a esta apertura de nuevos medios, en la amalgama de medios de comunicación en Hispanoamérica siguen predominando las empresas periodísticas tradicionales. La región se caracteriza por una alta concentración de la propiedad en grupos periodísticos de larga data

(Becerra & Mastrini, 2010; Hallin & Mancini, 2007; Serrano, 2016). Como respuesta, algunos países han promulgado políticas públicas para intervenir este escenario (Reyes-Aguinaga, 2017) como es el caso de los gobiernos con agendas progresistas (Serrano, 2016).

Si bien el informe Digital News Report (2022)¹ indica que los medios nativos digitales están irrumpiendo en los ecosistemas mediáticos de los países de la región con ejemplos puntuales, los medios convencionales siguen altamente referenciados por la población.

Para la Future Explanation Network, este uno de los últimos territorios en el mundo en la que se registraría la tendencia progresiva de disminución de la circulación del papel impreso si tomamos en cuenta la metáfora de la muerte del papel (Meyer, 2009) como proceso que primero se registraría en países como Estados Unidos y Canadá, así como continentes como Europa.

La desaparición del periódico en papel está vinculado al grado de innovación de los territorios y la libertad de los ciudadanos. Por ejemplo, los países con mayor índice de democracia y libertad tienden a innovar mucho más a propósito del desarrollo sociotecnológico y alfabetización digital, a diferencia de los contextos con totalitarismos con predominancia de tipologías clásicas de medios.

Si nos centramos en Hispanoamérica, las tecnologías de la información y comunicación “han tenido una acelerada penetración en los mercados de países abiertamente identificados con la corriente económica neoliberal” (Trillos, 2016, p.87). Situación que podría ser sinónimo de un mayor acceso y cantidad de medios de comunicación nativos digitales.

La predominancia del esquema de medios tradicionales en la región puede ser una explicación a la tardía innovación de los medios nativos digitales en el territorio, ya que en palabras de Salaverría (2022) estos medios nacidos en la red no han llegado a la etapa madura de la automatización, en contraste con la tendencia marcada de otros países occidentales.

El ecosistema mediático en el mundo está en constante movimiento y transformación. Es la misma realidad para la región. Aquí hay un problema. A diferencia del panorama anglosajón, este es un territorio que suele adolecer de catálogos de medios. Se explica por la carencia mayoritaria de instituciones públicas sólidas que se aboquen a su cuantificación, seguimiento y estudio. En consecuencia, es complejo obtener una cantidad representativa de medios desde fuentes oficiales para analizar en su estado puro la diversidad mediática que contemple tanto medios nativos digitales, tradicionales y los impulsados por la propia sociedad civil como los comunitarios.

Es necesario conocer la cantidad de medios de comunicación del continente. Este es un desafío aún mayor si consideramos que el periodismo nativo digital regional se caracteriza en general por ser “un tipo de periodismo efímero (...) se está verificando que la vida de estos medios es bastante corta” (Salaverría et al., 2022, p.10).

¹ Link de ingreso al informe: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf

De este modo, tanto universidades e instituciones privadas se han abocado a solventar esta situación con iniciativas puntuales. Es destacable el Mapa de Medios FOPEA de Argentina (UFASTA, 2018), la Cartografía de Medios de Comunicación en Chile de la Universidad Alberto Hurtado², cuantificación del ecosistema mediático peruano en curso (Kanashiro-Nakahodo et al., 2019) o la evaluación del ecosistema mediático venezolano (Instituto de Prensa y Sociedad, 2017).

Las iniciativas más recientes se centran en la irrupción de los medios nativos digitales. Una es Fundación Gabo y su libro “El Hormiguero”² de 2022 que hace un mapeado como también la reciente discusión de paneles de expertos sobre Medios Nativos Digitales de la región.

Como observamos, la cuantificación de los medios de comunicación en América Latina es una causa común y que reviste interés. La importancia radica por ser auténticos pulsómetros de la vitalidad de los ecosistemas mediáticos. Es importante esta labor si consideramos que el periodismo cumple un rol vigilante y es facilitador de espacios públicos de discusión, con mayor razón en contextos de concentración de medios.

Una posible vía para elaborar un mapa de medios es a partir de las publicaciones contenidas en revistas indexadas, los que constituye una aproximación de los propios intereses del colectivo de investigadores.

Según Fortunato (2018), la ciencia puede ser vista como una red de ideas, con sus investigadores y trabajos en evolución y documentos, por lo que su aplicación “es uno de los campos de investigación verdaderamente interdisciplinarios extendido a casi todos los campos científicos” (Piedra-Salomón et al., 2016, p.210) que “favorece una revisión e indagación de la ciencia en aspectos de la recepción intelectual, el desarrollo de campos de investigación y la interrelación en la comunidad estudiada de los diferentes actores” (Millán et al., 2017, p.25).

La creación de un mapa de medios hispanoamericano se debe asumir como un ejercicio necesario. Actualmente, no existen trabajos académicos que cuantifiquen a los medios de comunicación a una dimensión regional.

No así en contextos nacionales, donde existe este ejercicio. Es el caso de Ecuador que se centra en las vinculaciones de los medios con empresas financieras (por ej. Checa-Godoy, 2012; Coronel-Salas et al., 2012; Punín-Larrea & Rencoret, 2014), medios comunitarios en Argentina (Segura et al., 2018), ecosistema mediático oficialista en Venezuela (Canelón-Silva, 2014), entre otros.

Como mencionamos, la concentración medial es elocuente en América Latina, y es otro aspecto de interés y estudiado con un recorrido extenso en los países. Algunas de las publicaciones científicas que la abordan son de Costa Rica (Jiménez & Voorend, 2019),

² Enlace al proyecto: <https://www.investigaciondemedios.cl/proyectos-cartografia.html>

² Enlace al libro: <https://fundaciongabo.org/es/recursos/publicaciones/la-fundacion-gabo-publica-el-hormiguero-la-investigacion-mas-completa-sobre>

Panamá (Luna-Vásquez, 2014), Chile (Romero-Lizama, 2020; Santander, 2014), México (Huerta-Wong & Gómez-García, 2014), entre otros.

Las realidades entre los diversos rincones son muy diversos. Incluso en términos de libertad de prensa como lo elabora la ONG Reporteros sin Fronteras 2022³, organismo que cataloga en la posición número 8 a Costa Rica en libertad de prensa a nivel mundial, mientras a su vecina Nicaragua cae a la posición 160. Lo mismo con Chile con su lugar 82 y Argentina con el puesto 29.

Plantear la elaboración de un mapa de medios requiere considerar a todos los actores que componen el tablero mediático de los países, ya sea pertenezcan a grandes conglomerados mediáticos como empresas periodísticas regionales o incluso medios comunitarios o de activismo. Esto, porque el periodismo también comprende medios de proximidad que son de fundamental relevancia en contextos locales e hiperlocales (Negreira-Rey et al., 2020).

Estos ámbitos de proximidad son también relevantes, o incluso lo son más si consideramos que la democracia de todo país comienza desde el ámbito local (Hess & Waller, 2017) y los medios de comunicación son parte importante de este proceso por los valores socioculturales que transmiten a sus comunidades desde la producción y difusión del mensaje periodístico (Engan, 2015; Napoli et al., 2017).

En Hispanoamérica existe una tradición en la investigación de los medios convencionales que se remonta desde el siglo pasado. Sin embargo, la rapidez en la que han aparecido los nativos digitales en todos los rincones del mundo abogan también la inclusión de este formato para nuestro conteo. Así, es posible obtener una aproximación al ecosistema mediático hispanoamericano integral, histórico y contemple las nuevas tendencias de los últimos años tanto desde medios de comunicación nacionales como de proximidad.

Objetivo general:

- Construir un mapa de medios hispanoamericanos que refleje la situación y desarrollo actual de la industria utilizando como referencia la producción científica indexada.

Preguntas de investigación:

- ¿Se puede construir un mapa mediático hispanoamericano suficientemente satisfactorio utilizando como referencia la producción científica indexada?
- ¿Correlacionan los medios de cada país con sus indicadores socioeconómicos?
- ¿Los volúmenes de la tipología de medios es similar entre los países o se presentan sesgos significativos?

³ Tabla de clasificación 2022 de Libertad de Prensa de Reporteros sin Fronteras <https://www.rsf-es.org/clasificacion-2022-tabla-de-paises/>

2. Metodología

Nuestro dataset se realiza mediante un análisis de artículos científicos en revistas indexadas, conferencias y capítulos de libro. Los documentos considerados, publicados en español e inglés, tratan sobre medios de comunicación y ecosistemas mediáticos de la región.

Para hallar los manuscritos se efectuó una búsqueda sistematizada en las bases de revistas científicas Web of Science y Scopus. En el caso del primero se consideró la core collection en aquellos segmentos que incluyen la categoría temática “Communication”: Social Sciences Citation Index, Conferences Proceedings Citation Index-Social Sciences and Humanities, Book Citation Index- Social Sciences And Humanities y la Emerging Sources Citation Index. En cuanto a Scopus, se considera como una base de datos única.

Se emplearon diversas ecuaciones de búsqueda: Press AND (País)⁴, Newspaper AND (País), Television AND (País), Radio AND (País) y Journalis* AND (País).

La búsqueda en Web Of Sciences y Scopus se realizó entre el 22 de junio al 10 de julio de 2022. Se incluyen tanto los documentos con licencia Open Access como los cerrados. En el caso de estos últimos, se consideraron las partes del artículo visibles como el título o el abstract para obtener los medios de comunicación que fueron objeto de estudio. De este modo, se han excluido los textos en los que no ha sido posible identificar los medios de comunicación. El rango temporal de los documentos se remonta desde 1958, año al que se identifica el documento más antiguo, hasta junio de 2022.

Particularmente, la duplicidad de documentos entre Web Of Science y Scopus no es relevante en nuestro caso ya que sólo consideramos a los medios de comunicación que han sido objeto de estudio en cantidad absoluta (es decir sólo si son mencionados al menos una vez) y no de forma acumulada, una aproximación que podría ser relevante en futuras líneas de trabajo para construir un ranking a partir del mapa de medios inicial.

Entre los medios, consideramos a los medios nativos digitales cuyo formato de origen no haya sido creado a partir de una circulación impresa en papel. En el caso de los medios tradicionales (web + impreso), se contaron como uno solo. Este criterio no afecta a radio y televisión. Junto a los periódicos, las revistas fueron también incluidas como medios impresos por su masiva y variada proliferación en el siglo pasado. Los medios especializados han sido catalogados de acuerdo a su formato de difusión principal, y no tienen categoría específica.

El *dataset* final está disponible en Zenodo⁵ para su descarga y contiene 2403 medios de comunicación distribuidos en 19 países hispanoamericanos, por lo que se excluye Brasil.

Para la visualización de los resultados se usó Scimago Graphica, una nueva herramienta “profesional de creación de visualizaciones de datos que tiene como objetivo combinar un alto nivel de expresividad con una interfaz fácil de usar” (Hassan-Montero et al., 2022, p.2).

⁴ Por cada espacio (País) se digitó el nombre de cada país hispanoamericano

⁵ Dataset disponible en abierto en <https://zenodo.org/record/7107274#.Yy1yauxBxrQ>

Este software libre posee una gran cantidad de posibilidades para elaborar gráficas tanto simples como complejas, dependiendo de los volúmenes de las bases de datos y con un apartado intuitivo con proyectos de prueba y archivos con datos en su web⁶.

Con el fin de tener una idea relativa del tamaño y la importancia del sistema mediático de cada país, se ha completado el análisis con indicadores socioeconómicos. En términos generales los países grandes tienden a tener sistemas mediáticos más grandes y diversos, aunque cada uno con sus matices. Estos matices los podremos apreciar con indicadores básicos como la población total y el PBI, cuya fuente ha sido el Banco Mundial. En el caso de Venezuela, fue necesario otra fuente de datos⁷.

3. Resultados

En la figura 1 mostramos una visión global de toda América Latina de habla hispana con sus 19 países a partir de los 2403 medios de comunicación identificados en nuestro estudio y clasificados en formatos ya sea impresos, televisión, radio o nativo digital. Cada color representa un país, y da cuenta de las dimensiones que estos poseen por de acuerdo al número medios de comunicación. La aportación de esta figura da cuenta de la relevancia que estos poseen respecto al contexto hispanoamericano, como dar cuenta de cuáles son los formatos que predominan por cada territorio.

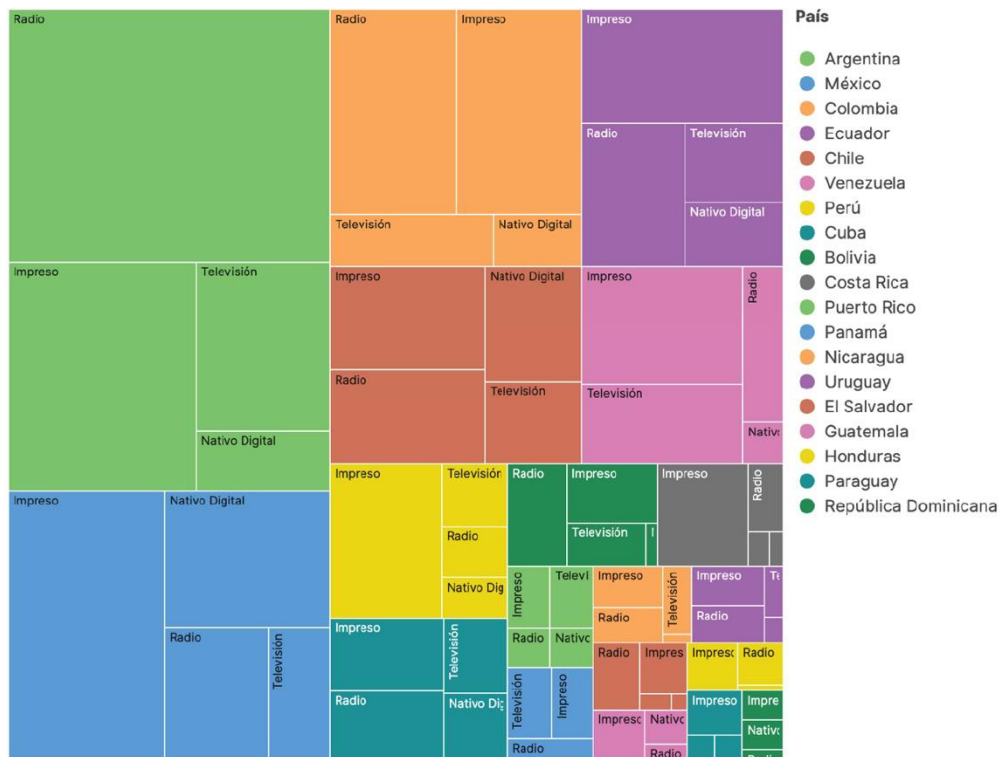
Entre todos los territorios destaca Argentina (verde claro) con más medios constatados por la academia al contener el 26,5%. Su ecosistema mediático es el más grande entre todos los países. La gran particularidad de dicho país es su enorme cantidad de radios al equivaler el 42,3% del espectro radiofónico hispanoamericano.

El segundo país es México (color azul) con un 14,9% del total de medios respecto a los demás países. México destaca por su gran cantidad de medios nativos digitales, la que supera a cualquier otros países.

Colombia (en naranja) corresponde al 11% del total de medios de comunicación, Ecuador un 8,9% en color morado y Chile en quinto lugar con un 8,5% en color café. Estos países conforman el grupo que posee una mayor diversidad de medios reconocidos por la academia. Después aparecen países con una cantidad mediana de medios como es el caso de Venezuela (6,82%), Perú (4,74%), Cuba (4,36%), Bolivia (2,62%) y Costa Rica (2,2%). El resto de países tienen volúmenes muy pequeños.

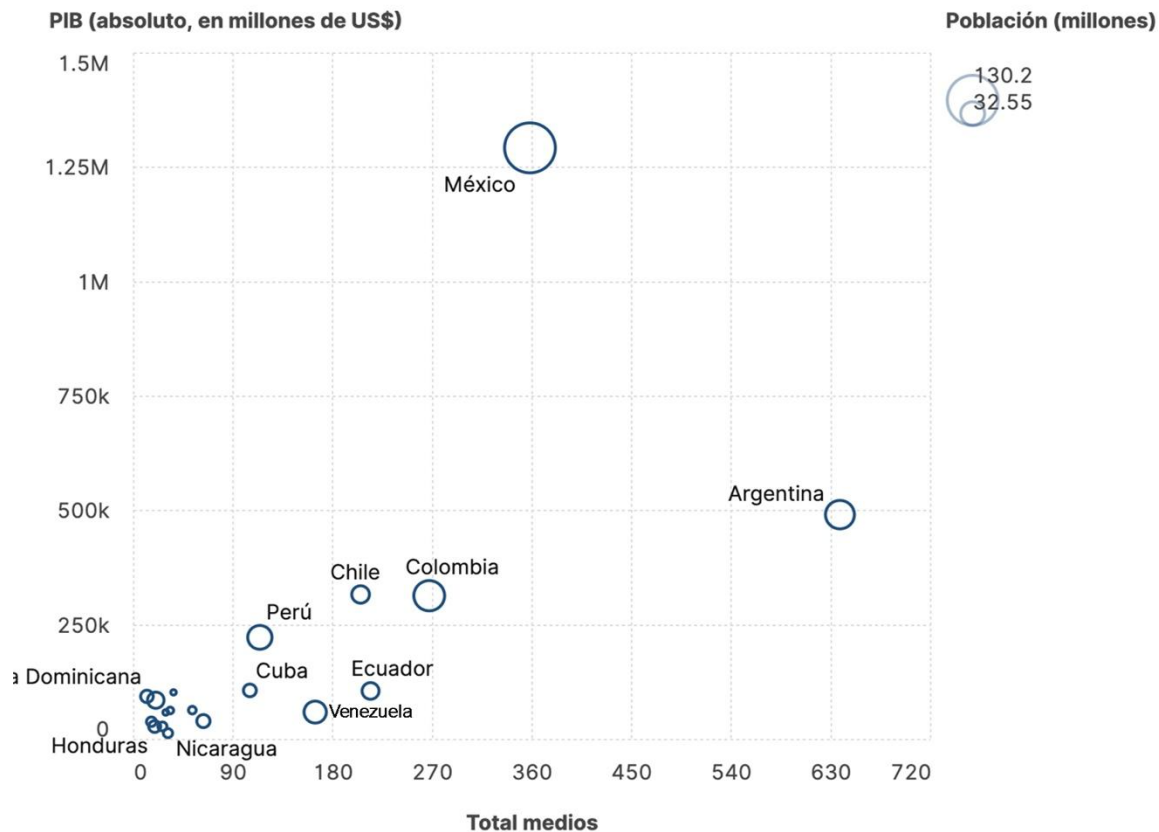
⁶ Web de Scimago Graphica <https://www.graphica.app/>

⁷ Se integró la estimación del PIB con cifras actualizadas del sitio web especializado América Economía (2020) <https://www.americaeconomia.com/economia-mercados/el-pib-per-capita-de-venezuela-en-2020-se-derrumbo-aminimos-de-70-anos>

Figura 1. Total de medios de comunicación desglosados por país.

Fuente: elaboración propia

A nivel global, el predominio del estudio de los medios convencionales es bastante generalizada a diferencia de los medios nativos digitales. De hecho, estos tan sólo representan un 11,69% de la atención académica frente al 88,3% de medios impresos, televisivos y radiales.

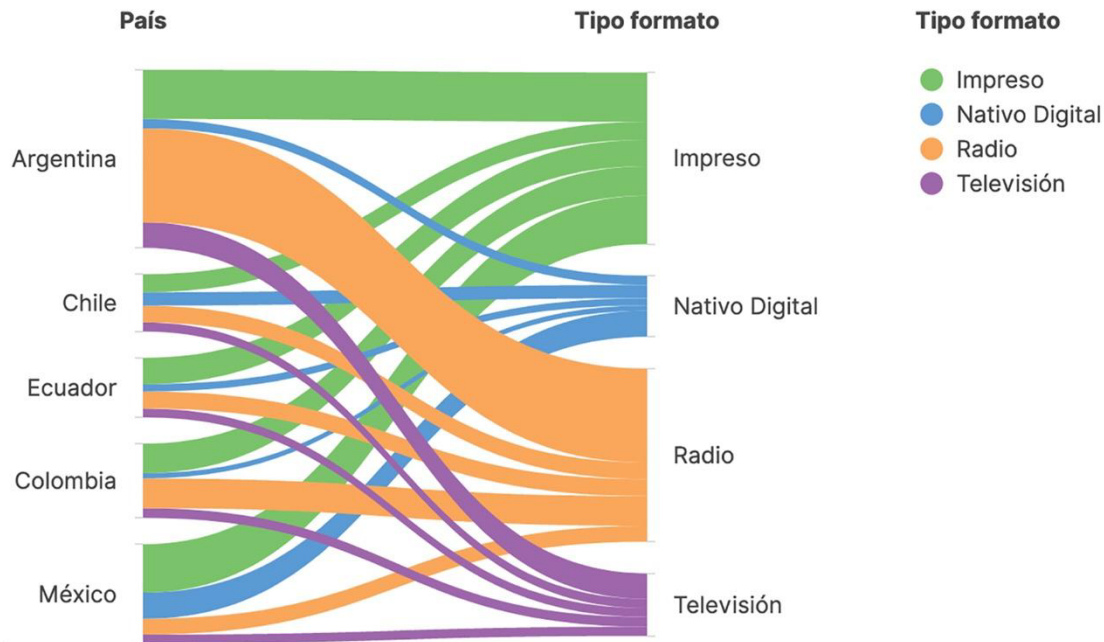
Figura 2. Medios, PIB y población.

Fuente: elaboración propia

Presentamos la correlación que existe entre la cantidad de población, total medios de comunicación consignados por la academia y el PIB de los países. Confirmamos que si bien estos indicadores correlacionan al observar el desempeño general de los territorios, observamos que hay dos países que despegan respecto de los demás: México con la población y Argentina los medios masivos. Ambos protagonizan un comportamiento bicéfalo en la gráfica.

Los demás países emplazados tienen un comportamiento diferente. Perú, país que en PIB supera a Ecuador así como en población, no posee una cantidad de medios aparejado que correlacione con sus características. Mientras Cuba tiene una cantidad más cercana en PIB a Ecuador que Venezuela, pero este le supera en número de medios.

Los restantes territorios documentados, ubicados en el cuadrante donde están República Dominicana, Honduras o Nicaragua, no presentan particularidades tomando en cuenta los indicadores propuestos y estos se corresponden en su mayoría a países caribeños y centroamericanos.

Figura 3. Relación país/formato.

Fuente: elaboración propia

Establecemos otro nivel de comparación centrándonos en aquellos países con una mayor diversidad mediática como lo son Argentina, Chile, Ecuador, Colombia y México. En este grupo observamos que es desigual el reparto de medios de comunicación de acuerdo a sus formatos.

Es evidente que Argentina provoca una distorsión en número de medios, y como anticipamos se debe al gran número de radios. El 52% del total de los medios de comunicación del ecosistema argentino son radios y es el 54% de todo el espectro radioeléctrico si consideramos considerando a todos los países de estos cinco países. Mientras, en medios impresos la cifra equivale al 27,7% dentro de su propio ecosistema y este en comparación a los territorios es el 28,6%. La televisión anota un 14,5% del total tablero mediático trasandino y un 40% respecto al grupo. Por último, los nativos digitales son el 5% del ecosistema nacional y un 15% respecto a los demás países.

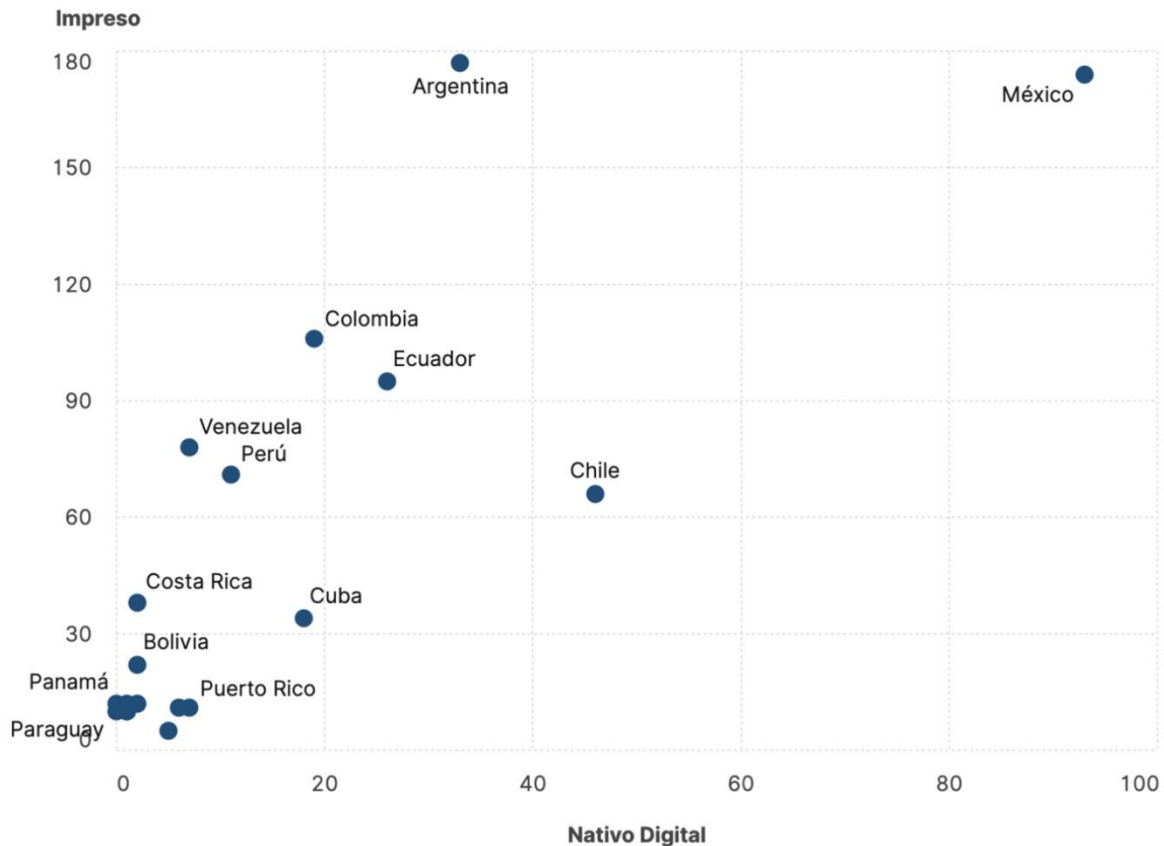
México se caracteriza por el predominio de los medios impresos como lo son los periódicos. Estos constituyen el 48% de los medios que conforman su ecosistema, y en relación a los países del grupo su cantidad es el 28,1%, una cantidad semejante a los argentinos. Si bien los medios nativos digitales equivalen al 25,9% respecto a su ecosistema, los sitios web mexicanos irrumpen frente a los demás países al ser el 42,8% del total del grupo.

La característica del modelo colombiano posee una repartición idéntica entre radios (40,7%) e impresos (39,7%) respecto a su ecosistema mediático. Hay una proliferación en los medios de comunicación convencionales de proximidad, en contraste a los medios nativos digitales lo que sólo configuran un 7,12% respecto a su total de medios.

Ecuador tiene un sistema clásico de medios de comunicación que se asemeja al caso mexicano, sobretudo si consideramos a los medios impresos que se constituyen como el 44% del total del propio ecosistema mediático. El caso ecuatoriano corresponde a un territorio cuyos medios nativos digitales no tienen una destacada incidencia al representar un 12,15%.

Por último, Chile posee un ecosistema mediático similar al caso colombiano en cuanto a proporción de medios de radio e impresos. Pero su principal característica es su índice de medios nativos digitales con un 22,4% respecto al total de medios de su ecosistema. Pese a su pequeño tamaño en población en comparación a México, Argentina o Colombia, su ratio de cibermedios independientes debe estar relacionada a su aventajada posición en PIB.

Figura 4. Medios impresos y medios nativos digitales por país.



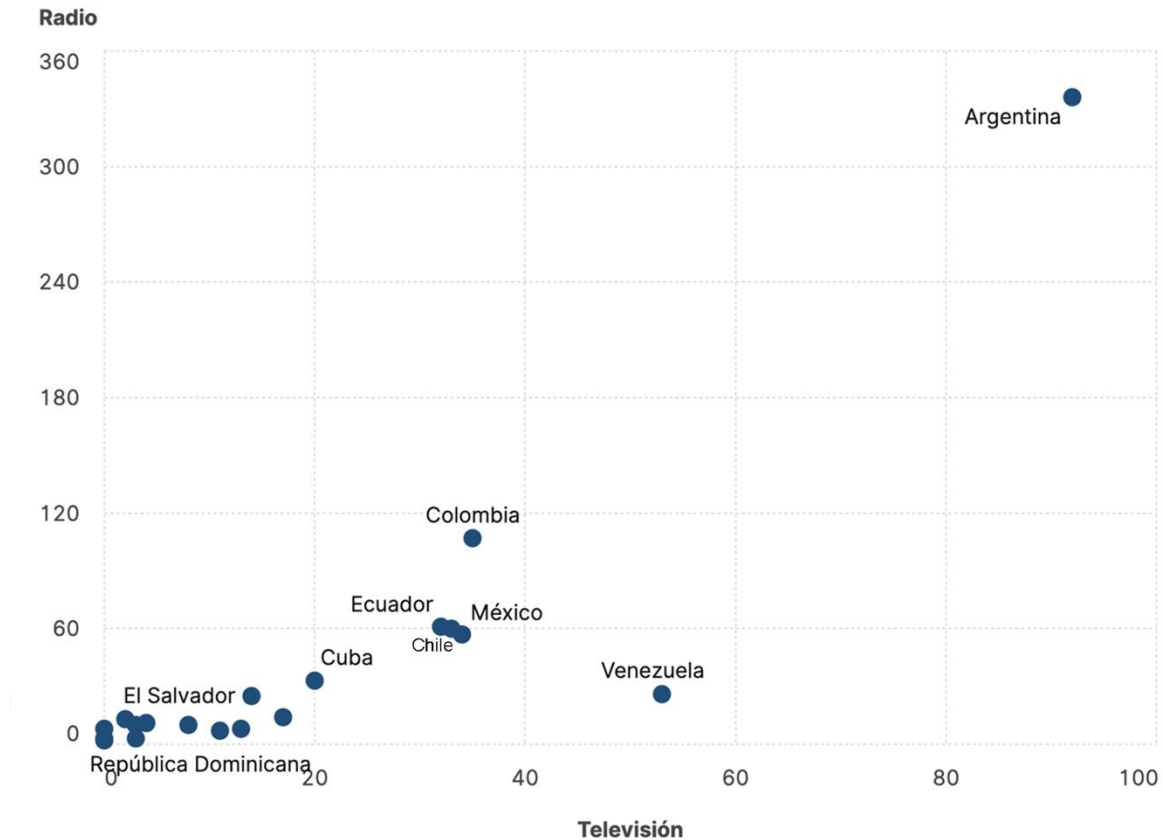
Fuente: elaboración propia

Argentina, México y Chile destacan en la comparación de países que en proporción tienen tanto medios impresos como nativos digitales. Estos países poseen un desarrollo de su ecosistema mediático diverso, siendo relevantes dentro del contexto regional con una alta capacidad de innovación.

Otros países, en especial Colombia y Ecuador, son actores secundarios dentro de este tablero al tener un comportamiento un tanto más moderado, influenciados por su baja cantidad de medios nativos digitales.

En países como Venezuela, Perú, Cuba o Costa Rica observamos que existe un predominio de los medios impresos frente a los medios de comunicación nativos digitales. En tanto, los restantes países no poseen diferencias significativas entre ambas tipologías de medios al no contar con un volumen relevante.

Figura 5. Medios de radio y medios de televisión.



Fuente: elaboración propia

Observamos el número de medios de radio y televisión, reflejo de la tradición de ambos formatos en el contexto regional. Observamos que hay predominancia de la radio, a excepción de Venezuela que presenta un comportamiento anómalo con una mayoría de canales de televisión.

Es elocuente la notable presencia de las radios en Argentina, lo que la hace despegar respecto a dicho eje frente a los demás países, al igual que en el caso de la televisión. Argentina tiene una cantidad correlacionada de medios si se considera televisión y radio. Similar comportamiento podemos observar en los demás países, entre las que los índices son idénticos por ejemplo entre Ecuador, Chile y México.

El caso mexicano llama la atención, porque si quitamos su característica singular de sistema mediático tradicional con predominancia de los medios impresos, nos percatamos de que su comportamiento es comparable al de los restantes países.

Venezuela es un país que destaca en cantidad de canales de televisión, pero no así en radios. Es un comportamiento llamativo y que difiere del cometido de otros países que poseen un similar índice de medios del espectro radioeléctrico como Cuba o El Salvador, quienes están en el cuadrante promedio por su modesta cantidad de medios de radiodifusión.

4. Discusión

Los países hispanoamericanos poseen en común una enorme trayectoria en medios de comunicación que se remonta desde la consolidación de la industria periodística entre finales del XIX y principios del siglo XX hasta nuestros días: tanto la prensa como las revistas desempeñan un rol importante por su alcance de difusión masiva y su capacidad de alfabetización social para afianzarse como los medios con mayor tradición. Desde este contexto, era esperable que entre los países existiese un reparto equitativo en la tipología de medios de comunicación en términos porcentuales, pero observamos que no es así.

Por ejemplo, si comparamos Argentina con otros países que poseen indicadores altos en PIB o habitantes, sobresale por la cantidad de medios de comunicación, particularmente en lo referente a periódicos y radios. Tal preponderancia podría explicarse por una mayor cantidad de estudios que reflejan un especial interés de la academia nacional pero conecta también con la propia tradición y evolución de su sistema mediático.

Otro país como México, si bien correlaciona con el PIB y población con una gran cantidad de medios impresos, la cifra de estaciones de radios documentadas por la academia baja considerablemente frente al ejemplo argentino. A pesar de ello, el país norteamericano tiene un ecosistema mediático robusto con gran trayectoria tanto a nivel nacional como local a nivel de estados federados. Podemos mencionar algunos conglomerados como el Grupo Multimedios, Grupo América Móvil, la Compañía Periodística Nacional o la Organización Editorial Mexicana, Grupo Reforma, entre otros.

En esta región los medios de comunicación surgieron y se perfeccionaron a partir de la competencia comercial ligada siempre a intereses políticos. Es lo que deducen Huerta-Wong y Gómez-García (2013) por el interés de las empresas periodísticas mexicanas en su expansión al sector de las telecomunicaciones, un asunto que ha hecho acentuar la concentración de medios consolidando oligopolios a nivel nacional, aunque en el caso de los medios impresos los índices de concentración “decrecen notablemente, como resultados de la competencia por regiones” (p.131) lo que se relaciona con la variedad de periódicos locales reconocidos en nuestra investigación. Para Becerra y Mastrini (2010) comprender la concentración medial y sus diversas tendencias en el continente “constituyen un punto de referencia insoslayable para abordar el análisis de las sociedades latinoamericanas” (p.43).

Son posicionamientos que observamos en nuestra investigación y que puede enlazarse también con la irrupción de nuevos medios nativos digitales dentro del tablero mediático, tanto en alcance nacional como local, como contrapunto a los convencionales. En general, esta tendencia se replica en diversos territorios del continente.

La academia, como reflejamos en el trabajo, reconoce la diversidad de estos cibermedios en temáticas y propiedades, tanto pertenecientes a grandes grupos como a iniciativas

promovidas por periodistas y ciudadanos para ofrecer una alternativa periodística frente a los grandes conglomerados que poseen un mayor alcance. La presencia de estos medios nativos digitales en el caso de México es alta y equivale al 25,9% del total de su ecosistema de medios, lo que establece una notoria presencia.

En el caso argentino, la cantidad de medios nativos digitales estudiados por la academia se presenta limitada (un 5%) pero se dispara cuando se tienen en cuenta los formatos tradicionales. Estos tienen una gran presencia en el Gran Buenos Aires y grandes ciudades de las provincias del interior. También vemos en nuestra investigación cómo los estudios sobre prensa y revistas son los que marcan los intereses de los investigadores, así como las estaciones de radio.

Recordemos desde un punto de vista más regulatorio que al estudio de los medios clásicos de los siglos XIX y XX se suma la expectación por los nuevos medios que aparecieron por el nuevo ecosistema mediático que se expandió desde la Ley de Medios de 2009 con los medios comunitarios, los que obtienen “un reconocimiento legal del que carecían y los mismos derechos que tienen los comerciales” (Santander, 2014, p.899). Podemos apuntar, entonces, que las facilidades proporcionadas por la legislación nacional ha incentivado el registro de nuevos medios de comunicación en el caso argentino.

El trabajo de Segura (2018) refleja la magnitud de tal realidad mediática desde la perspectiva de los medios comunitarios al identificar al menos 200 de este tipo, la gran mayoría radios, amparados en una ley que busca “asegurar el pluralismo en los sistemas mediáticos, para ampliar las posibilidades de ejercicio del derecho a comunicar” (p.92). Si hacemos el ejercicio de descartar el espectro radiofónico de nuestro conteo, observamos que gracias a nuestra investigación el peso de Argentina como ecosistema mediático se recompone para reflejar un panorama mucho más modesto y ajustado a su propia realidad socioeconómica.

De forma general, el amplio número de emisoras de radio se relaciona con la descripción de Serrano y la distribución del espectro radioeléctrico en tres tercios como “una de las normas más audaces aprobadas” (Serrano, 2016, p.53) en todo el ámbito latinoamericano. Ecuador es otro país que ha replicado dicho modelo, lo que podría explicar la alta presencia de las radios en nuestro mapa de medios, sobre todo las de carácter local.

Desde la academia, el ámbito ecuatoriano es identificado por la histórica presencia de organizaciones privadas en la conformación de los medios de comunicación y el avance de la presencia del Estado en la propiedad de los medios desde 2008 (Checa-Godoy, 2012; Coronel-Salas et al., 2012; Punín-Larrea, 2014) generando aún en la década pasada un clima de conflictividad entre gobierno, actores sociales y políticos (Reyes-Aguinaga, 2017) con la Ley Orgánica de Comunicación. Si bien en nuestro ejercicio notamos la presencia de medios con propiedad estatal, estimamos que aún es persistente y masiva la presencia de medios de comunicación de iniciativa privada con periódicos de ámbito nacional y ediciones locales.

Si vamos al sur, vemos a Chile con menos de la mitad de los medios impresos de Argentina y México y ello se corresponde a su condición de país pequeño, aspecto en el que incide la población. Históricamente, su ecosistema mediático en medios impresos ha sido exclusivo de específicos grupos de la elite política y económica (Romero-Lizama, 2020; Santander,

2014) reflejado como hemos subrayado en nuestro estudio en un duopolio, así como oligopolios en la radio y televisión.

Este escenario de concentración puede ser una explicación a una ligera variación a la baja de medios tradicionales identificados frente a los demás países, así como la falta de normativas que puedan favorecer su creación desde la ciudadanía. Santander (2014) argumenta por ejemplo que hay limitaciones para los medios comunitarios, no así en el caso de las iniciativas de privados. El investigador compara la realidad chilena con la argentina para identificar diferencias en las que ambos países “han optado por caminos distintos, están situados en los polos de un mismo eje. Chile ha permanecido en la vía neoliberal. La opción de Argentina (ha sido) transitar por la vía neodesarrollista” (p.903).

A partir de esta reflexión, consideramos factible subrayar que la mayor presencia de medios digitales puede corresponder a alternativas informativas frente a los medios clásicos del país. La notable cantidad de sitios web independientes, deducimos también, correlaciona con el alto desarrollo económico que va de la mano con un masivo acceso a las tecnologías y una desarrollada red de telecomunicaciones que va pareja, igualmente, a una mayor alfabetización digital de la población.

Chile y Colombia son casos interesantes: poseen un desarrollo económico y social destacado en la región que les han valido para destacar en la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico en los últimos años. Mediáticamente, en nuestro trabajo Colombia toma la delantera en el número total de medios pese a tener un PIB similar. El país caribeño se caracteriza por una concentración mediática nacional en cuanto a propiedad con cuatro grandes grupos de referencia: Editorial El Tiempo, Valorem, Organización Ardila Lülle y Publicaciones Semana, que poseen una gran cantidad de medios de comunicación en el territorio y puede ser una explicación al alto número de medios de radio e impresos identificados por la academia.

La gran cantidad de medios se relaciona con lo expresado por Hallin y Mancini (2007), ya que “la prensa colombiana tiene un fuerte arraigo regional y local. Prácticamente no hay una sola ciudad importante del país que no tenga uno o varios periódicos propios” (p. 110) mientras las radios comunitarias “(son) un verdadero fenómeno mediático, social y cultural” (p.113). De este modo, observamos en nuestra investigación cómo la academia ha dado una notable relevancia a estos factores y se refleja en la gran cantidad de medios de comunicación constatados en nuestro recuento.

De forma particular, en el mapa hispanoamericano de medios que presentamos irrumpe un actor singular como es Venezuela por la cantidad de medios de televisión constatados por la academia. Esta situación se explica por el estudio y comprensión de su ecosistema mediático, a propósito de las políticas estatales que han modificado la conformación del sistema. Un trabajo académico que aborda este punto es el de Canelón-Silva (2014), quien describe la estructura de poder de los medios de comunicación de Venezuela con énfasis en la televisión, desarrollando una cartografía extensa que también aborda medios impresos, radio y nativos digitales.

Si profundizamos en la creación de los mapas mediáticos a nivel hispanoamericano, constatamos que hay pocos ejemplos desde la academia. Es un ejercicio que, a nuestro juicio,

refleja las dificultades y limitaciones que venimos apuntando como la dispersión de la información y la falta de transparencia por parte de organismos públicos.

Por ejemplo, en el caso ecuatoriano se reflexiona que los datos disponibles en abierto suelen ser “inexactos, incompletos o desactualizados” (Coronel-Salas, 2012, p.514). Para Segura (2018) los obstáculos en Argentina se deben a la “naturaleza diferente de los datos entregados y fuentes consultadas (...), particular diversidad y cambios de status legal (y) la marginación histórica del sector sin fines de lucro de las políticas públicas” (p.94).

Otro caso es el mexicano y el abordaje a la concentración mediática y los problemas para identificar fácilmente la propiedad de medios por falta de datos. A propósito, se reflexiona sobre la “dificultad de hallar en América Latina estadísticas confiables y datos oficiales sobre el presente” (Becerra & Mastrini, 2010, p.43). El análisis de los oligopolios de la televisión y radio en Costa Rica es también desafiante por la variación de los datos debido a la temporalidad de estos, por “una serie de factores jurídicos que facilita la adquisición, venta o alquiler de frecuencias y, por lo tanto, de señales mediáticas” (Jiménez & Voorend, 2019, p.204).

El cruce de datos a partir de diferentes fuentes de información es la tónica en los diversos rincones hispanoamericanos como solución para construir las radiografías mediáticas en publicaciones científicas así como también otras iniciativas de carácter institucional. Las dificultades señaladas pueden ser solventadas a través del propio crisol de la academia para la construcción de los diferentes mapas mediáticos. Estamos, en nuestra opinión, ante la principal aportación de nuestra propuesta, que no tiene precedentes en el ámbito científico y que radica en la validez de los datos desde la construcción histórica del conocimiento.

Con todo, las limitaciones de nuestro método están sujetas a la propia visión que poseen los científicos por cada país, de modo que pueda existir medios de comunicación invisibilizados por los criterios propios de los investigadores de acuerdo a sus propios intereses así como el desafío directo a enfrentar la propia naturaleza de los medios nativos digitales. En el caso de los medios emergentes, que pueden ser objeto de un estudio específico posteriores, tenemos que tener en cuenta cómo el sector está condicionado por su limitada pervivencia. Lo advierte por ejemplo Salaverría (2022) al reflexionar que “muchos de ellos emergen y al cabo de pocos meses terminan cerrando” (p.10).

5. Conclusiones

La investigación desarrollada ha permitido construir, en respuesta al objetivo principal planteado, un primer mapa de medios de comunicación hispanoamericano a partir de la producción científica indexada que considera formatos tradicionales como televisión, radio y medios impresos, históricos y de actualidad, junto a los nuevos medios nativos digitales que se corresponden a la presente sociedad red.

De este modo, se presenta una radiografía mediática actual que refleja la situación y desarrollo de la industria gracias a la gran tradición en estudios de Comunicación así como la constante producción de conocimiento que está marcando el desarrollo de la disciplina en

las últimas décadas. En concreto, el estudio permite identificar hasta 2.403 medios repartidos entre 19 países.

Al mismo tiempo se saca a la luz una situación que podría parecer contradictoria: la no correlación entre el tamaño del sistema de medios que ha sido objeto de interés por los investigadores y la propia dimensión del país. Una circunstancia que podría estar influenciada por la cantidad de medios de comunicación que son parte de las muestras de estudios de acuerdo al interés de la academia en cada contexto.

Sobre la pregunta a la posible correlación de la cantidad de medios de comunicación de los países con sus respectivos indicadores socioeconómicos, se observa una relación positiva. Es coherente si consideramos que los medios están vinculados al desarrollo de la riqueza y penetración de la tecnología y alfabetización digital en la sociedad, así como el acceso a la información y cantidad de usuarios cuando se toma como indicador extra a la población.

La cantidad de medios de comunicación es menor en aquellos países con indicadores socioeconómicos de menor intensidad, en contraste con el alto número consignado en territorios más grandes cuyos índices sobresalen de la media.

Si consideramos la diversidad de los formatos de medios de comunicación de los ecosistemas mediáticos como Argentina, México, Colombia, Ecuador y Chile, descubrimos que entre ellos no hay similitud e incluso presentan importantes sesgos. Diferentes tipologías de medios predominan, algunos con inclinación a la radio como otros con una composición clásica con mayoría de impresos. Hay atisbos de una posible irrupción de los nativos digitales, pero a una escala menor salvo excepciones. En ciertos contextos, se expresa con una mayor intensidad como es en México y Chile.

Los medios nativos digitales, según hemos constatado a partir de la revisión de la actividad académica, aún no logran una clara visibilidad académica ni equitativa en toda la región ya que la atención predominante va a los formatos clásicos: nueve de cada diez medios de comunicación que ha concitado el interés académico pertenece o a la radio, televisión o medios impresos. Se observa así muy claramente cómo los medios convencionales siguen acaparando la atención de los investigadores.

Como hemos revisado, hay dificultades al componer mapas mediáticos y, en general, es por la dispersión de la información oficial, falta de transparencia y dificultades de acceso, además del cambiante tablero mediático producto de las regulaciones nacionales y la irrupción de los medios nativos digitales. Asumimos la construcción de este tipo de radiografías como un ejercicio necesario para dimensionar el tamaño de los ecosistemas mediáticos y evaluar su vitalidad, cuyo recorrido demostrado por la ciencia es una fuente válida para obtener datos tanto desde una perspectiva histórica y actual.

El desafío planteado en nuestro trabajo son los desafíos tales como la invisibilización de ciertos medios de comunicación por los propios criterios e intereses de los investigadores. Sobre esta limitación, se presenta justamente en el horizonte de las líneas de desarrollo ya emprendidas a partir de este primer mapa de medios hispanoamericano: por un lado, comparar lo publicado en el último tiempo y observar e identificar los medios emergentes

que se hayan incorporado al tablero mediático; y, por otro, la creación de un ranking de medios atendiendo a la reiteración de casos para determinar cuáles son los medios que acaparan una mayor atención por parte de los investigadores.

Agradecimientos

Esta investigación cuenta con el apoyo de la Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo de Chile (ANID) a través del programa “Becas Chile” Doctorado en el Extranjero con número de folio 72210226 y del grupo de investigación SCImago-UGR (SEJ036).

Apéndice

Tabla 1. Clasificación y catastro de formatos de medios de comunicación por país

País	Radio	Impreso	Televisión	Nativo Digital	Total medios
Argentina	336	177	92	33	638
México	57	174	34	93	358
Colombia	107	106	35	19	267
Ecuador	61	95	32	26	214
Chile	60	66	33	47	206
Venezuela	26	78	53	7	164
Perú	14	71	17	11	113
Cuba	33	34	20	18	105
Bolivia	25	22	14	2	63
Costa Rica	10	38	3	2	53
Puerto Rico	7	11	11	7	36
Panamá	8	12	13	0	33
Nicaragua	10	12	8	1	31
Uruguay	11	12	4	2	29
El Salvador	13	10	2	1	26
Guatemala	3	11	0	6	20
Honduras	8	10	0	1	19
Paraguay	3	10	3	0	16
República Dominicana	2	5	0	5	12
Total	794	954	374	281	2403

Fuente: elaboración propia

Bibliografía

- Adornato, A. (2022). *Mobile and social media journalism: a practical guide for multimedia journalism*. (2ª ed). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003186779>
- Ali, C., Schmidt, T. R., Radcliffe, D., & Donald, R. (2018). The Digital Life of Small Market Newspapers: results from a multi-method study. *Digital Journalism*, 7(7), 886–909. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1513810>
- Becerra, M., & Mastrini, G. (2010). Concentración de los medios en América Latina: tendencias de un nuevo siglo. *Contratexto*, 018, 41–64. <https://doi.org/10.26439/contratexto2010.n018.199>
- Boczkowski, P. (2006). *Digitalizar las noticias: innovación en los diarios online*. Editorial Manantial.
- Canelón-Silva, A. R. (2014). Del Estado comunicador al Estado de los medios. Catorce años de hegemonía comunicacional en Venezuela. *Palabra Clave*, 17(4), 1243–1278. <https://doi.org/10.5294/pacla.2014.17.4.11>
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial
- Checa-Godoy, A. (2012). La banca y la propiedad de los medios: el caso de Ecuador. *Revista Latina de Comunicación Social*, 67, 125–147. <https://doi.org/10.4185/RLCS-067-950-125-147>
- Coronel-Salas, G., Mier-Sanmartín, C., Barrazueta-Molina, P., Ortiz-León, C., González-Rentería, V., Yaguache-Quichimbo, J., Paladines-Galarza, F., Valarezo-González, K., Banegas, D., & Samaniego, S. (2012). Morfología de los medios y empresas de comunicación del Ecuador. *Revista Latina de Comunicación Social*, 67, 511–532. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2012-966>
- Engan, B. (2015). Perceived relevance of and trust in local media en R. K. Nielsen (Ed.), *Local journalism: The decline of newspapers and the rise of digital media* (pp. 141–160). I.B Tauris. <https://doi.org/10.5040/9780755695171.ch-006>
- Fortunato, S., Bergstrom, C. T., Börner, K., Evans, J. A., Helbing, D., Milojević, S., Petersen, A. M., Radicchi, F., Sinatra, R., Uzzi, B., Vespignani, A., Waltman, L., Wang, D., & Barabási, A. L. (2018). Science of science. *Science*, 359(6379). <https://doi.org/10.1126/science.aao0185>
- Greenway, A., Terrett, B., Bracken, M., & Loosemore, T. (2018). *Digital Transformation at Scale : Why the Strategy Is Delivery*. (1ª ed). London Publishing Partnership.
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2007). Un estudio comparado de los medios en América Latina. En B. Díaz-Nosty (Ed.), *Tendencias 07: medios de comunicación en el escenario Iberoamericano* (1ª ed, pp. 91–134). Ariel.
- Hassan-Montero, Y., De-Moya-Anegón, F., & Guerrero-Bote, V. P. (2022). SCImago Graphica : a new tool for exploring and visually communicating data. *Profesional de La Información*, 1–12. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.02>
- Hess, K., & Waller, L. (2017). *Local Journalism in a digital world*. (1ª ed). Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/978-1-137-50478-4>
- Huerta-Wong, J. E., & Gómez-García, R. (2014). Concentración y diversidad de los medios de comunicación y las telecomunicaciones en México. *Comunicación y Sociedad*, 19, 113–152. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i19.206>
- Instituto de Prensa y Sociedad. (2017). Cartografía de medios de Venezuela 2012-2015. En Comunicación (177º ed. 155-162). Centro Gumilla. <http://comunicacion.gumilla.org/wp-content/uploads/2017/06/COM2017177.pdf>

- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture : la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.
- Jiménez, Ó., & Voorend, K. (2019). De pocas a menos manos. La concentración de medios en Costa Rica entre 1990-2017. *Cuadernos.Info*, 45, 191–212. <https://doi.org/10.7764/cdi.45.1553>
- Kanashiro-Nakahodo, L., Domenack-Bracamonte, W., & Retis, J. (2019). Cartografía de medios informativos peruanos. *Instituto de Investigación Científica - IDIC*. <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/9835>
- López-García, X., González-Arias, C., & Rodríguez-Vázquez, A. I. (2024). Nuevos tiempos para la verificación periodística: oportunidades y desafíos para los medios locales. In J. Rúas Araújo, L. Alonso-Muñoz, & F. J. Paniagua Rojano (Eds.), *El impacto de la desinformación en el ámbito local* (pp. 129–144). Fragua
- Luna-Vásquez, C. I. (2014). Concentración del sistema de medios de comunicación en Panamá y sus relaciones con el poder económico y político. *Comunicación y Sociedad*, (22), 179-210. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i22.53>
- Manovich, L. (2010). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación : la imagen en la era digital* (2ª impr.). Paidós.
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. (1ª ed). Paidós
- Meyer, P. (2009). *The Vanishing Newspaper*. (2ª ed). University of Missouri Press.
- Millán, J. D., Polanco, F., Ossa, J. C., Béria, J. S., & Cudina, J. N. (2017). La cienciometría, su método y su filosofía: Reflexiones epistémicas de sus alcances en el siglo XXI. *Revista Guillermo de Ockham*, 15(2), 17–27. <https://doi.org/10.21500/22563202.3492>
- Napoli, P. (2010). *Audience Evolution: New Technologies and the Transformation of Media Audiences*. Columbia University Press.
- Napoli, P., Stonbely, S., McCollough, K., & Renninger, B. (2017). Local Journalism and the Information Needs of Local Communities: Toward a scalable assessment approach. *Journalism Practice*, 11(4), 373–395. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1146625>
- Negreira-Rey, M.-C., López-García, X., & Vázquez-Herrero, J. (2020). Mapa y características de los cybermedios locales e hiperlocales en España. *Revista de Comunicación*, 19(2), 193–214. <https://doi.org/10.26441/rc19.2-2020-a11>
- Pérez-Soler, S. (2017). *Periodismo y redes sociales: claves para la gestión de contenidos digitales*. Universitat Oberta de Catalunya.
- Piedra-Salomón, Y., Olivera-Pérez, D., & Herrero-Solana, V. (2016). Evaluación de la investigación Cubana en Comunicación social: ¿reto o necesidad? *Transinformação*, 28(2), 209–221. <https://doi.org/10.1590/2318-08892016000200007>
- Punín-Larrea, M. & Rencoret, N. (2014). Cambios en el mapa mediático del Ecuador : los medios públicos que tenemos y los medios que queremos. *Telos*, 16(3), 434-446 <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99332014006>
- Reyes-Aguinaga, H. (2017). ¿Regulación democrática de la comunicación en Ecuador?: complejidades y conflictos del proceso jurídico y político (2009-2016) en F. Sierra-Caballero & R. Vallejo-Castro (Eds.), *Derecho a la Comunicación: Procesos regulatorios y democracia en América Latina* (pp. 241–271). CIESPAL.
- Rodrigo-Alsina, M., & Cerqueira, L. (2020). Periodismo, ética y posverdad. *Cuadernos.Info*, 44, 225–239. <https://doi.org/10.7764/cdi.44.1418>
- Romero-Lizama, P. S. (2020). Discurso, ideología y medios: El periodismo de libre mercado en Chile. *Question*, 1(65), e249. <https://doi.org/10.24215/16696581e249>

- Salaverría, R. (2017). Tipología de los cibermedios periodísticos: bases teóricas para su clasificación. *Revista Mediterránea*, 8, 19–32. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2017.8.1.2>
- Salaverría, R., Harlow, S., & Felipe-de-Lima, M. (2022). *Medios Nativos Digitales de Latinoamérica: Un panel de expertos*. En K. Alexis-García (Ed.). UPF. https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/64327/1/Salaverria_digidoc_medi.pdf
- Santander, P. (2014). Leyes de medios de Chile y Argentina: tan cerca tan lejos. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 19(2), 889–905. https://doi.org/10.5209/rev_esmp.2013.v19.n2.43478
- Segura, M. S., Linares, A., Espada, A., Longo, V., Hidalgo, A. L., Traversaro, N., & Vinelli, N. (2018). La multiplicación de los medios comunitarios, populares y alternativos en Argentina. Explicaciones, alcances y limitaciones. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo (RICD)*, 2(9), 88. <https://doi.org/10.15304/ricd.2.9.5530>
- Serrano, P. (2016). *Medios democráticos: una revolución pendiente en la comunicación*. Ediciones Akal.
- Suenzo, F., Boczkowski, P., & Mitchelstein, E. (2021). La crisis de la prensa escrita: una revisión bibliográfica para repensarla desde Latinoamérica. *Cuadernos.Info*, (47), 1–25. Recuperado de <http://cuadernos.info/index.php/cdi/article/view/27051>
- Trillos, J. (2016). La red: escenario para la fragmentación del poder y la política en América Latina. En J. P. Arancibia-Carrizo & C. Salinas-Muñoz (Eds.), *Comunicación política y democracia en América Latina*. Gedisa Editorial.
- Tubella, I. & Alberich, J. (2012). *Comprender los media en la sociedad de la información*. Editorial UOC.
- UFASTA. (2018). Mapa de Medios de Argentina: mirá la actualidad de la industria. <https://www.ufasta.edu.ar/comunicacion/mapa-de-medios-de-argentina-mira-la-actualidad-de-la-industria/>

5.2 Segunda publicación

Rodríguez-Urra, C; Trillo-Domínguez, M & Herrero-Solana, V. (2023). The irruption of digital natives on the chilean media landscape: analysis of the academic impact in front of web and social networks (2004-2022), *Brazilian Journalism Research*, 19(1), <https://doi.org/10.25200/BJR.v19n1.2023.1572>

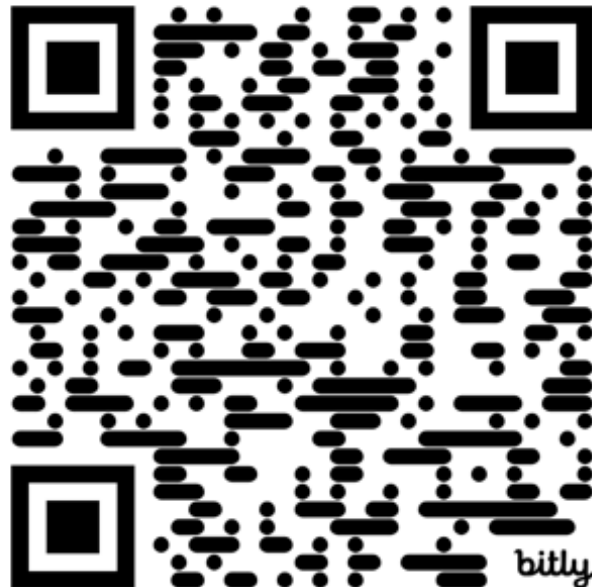


Índices de calidad:

Q3 Scopus Citescore 2023, Communication 324/511

Q3 SCImago Journal Rank 2023, Communication 282/493

Q4 Journal Impact Factor, Communication 179/227 - ESCI JIF < 1 (0,5)



The irruption of digital natives on the chilean media landscape: Analysis of the academic impact in front of web and social networks (2004-2022)

ABSTRACT – This research builds an updated map of the Chilean press on the web and social networks and evaluates the attention of researchers by identifying collective criteria to address the object “Chilean press”. Methodologically, it works on the concept of academic impact and uses automation in Python language to measure it, analyzing web audiences with Similarweb and scraping for social impact on Facebook and Twitter. Among the main results of the study, which spans almost two decades, it reveals how the disruptive media are led by the native media El Mostrador, CIPER, and Terra, together with the print media Publimetro and The Clinic. The overrepresentation of El Mercurio and La Tercera detracts from the projection of new digital media, such as El Desconcierto, and citizen media such as regional and hyperlocal media like El Observatodo. Finally, a critique is made of the media selection process carried out by academic authors. **Key words:** Chile. Newspaper. Native media. Audiences. Social network analysis.

A IRRUPÇÃO DOS NATIVOS DIGITAIS NO QUADRO MIDIÁTICO CHILENO: análise do impacto acadêmico na web e redes sociais (2004-2022)

RESUMO – Esta pesquisa constrói um mapa atualizado da imprensa chilena, analisa o compromisso com o desenvolvimento na web e nas redes sociais e avalia em que medida o novo ambiente de comunicação recebe atenção dos pesquisadores ao identificar os critérios coletivos ao abordar o objeto “imprensa chilena”. Metodologicamente, trabalha-se o conceito de impacto acadêmico e foi utilizada uma técnica automatizada em Python para medi-lo, as audiências da web são medidas com dados da Similarweb e são utilizadas técnicas de sucateamento para impacto social no Facebook e Twitter. Entre os principais resultados do estudo, revela-se como a mídia disruptiva é liderada pelos nativos El Mostrador, CIPER e Terra em conjunto com os jornais Publimetro e The Clinic. Além disso, confirma-se a sobre-representação dos grandes títulos (El Mercurio e La Tercera), reduzindo a projeção tanto das novas mídias digitais, no caso de El Desconcierto, e outras de natureza cidadã quanto local e hiperlocal como El Observatodo. Por fim, é feita uma crítica ao processo de seleção de mídia realizado pelos autores da academia. **Palabras-chave:** Chile. Imprensa. Mídia online. Audiências. Análise das redes sociais.

LA IRRUPCIÓN DE LOS NATIVOS DIGITALES EN EL TABLERO MEDIÁTICO CHILENO: análisis del impacto académico frente a la web y las redes sociales (2004-2022)

RESUMEN – Esta investigación construye un mapa actualizado sobre la prensa chilena en web y redes sociales y evalúa la atención de los investigadores al identificar criterios colectivos para abordar el objeto “prensa chilena”. Metodológicamente, se trabaja el concepto de impacto académico y para medirlo se usa la automatización en lenguaje Python, se analizan las audiencias web con Similarweb y scrapping para el impacto social en Facebook y Twitter. Entre los principales resultados del estudio, que se extiende casi dos décadas, se revela cómo los medios disruptivos son encabezados por los

nativos El Mostrador, CIPER y Terra junto a los impresos Publimetro y The Clinic. La sobrerrepresentación de El Mercurio y La Tercera resta proyección a los nuevos medios digitales, como El Desconcierto, y ciudadanos como regionales e hiperlocales como El Observatodo. Por último, se realiza una crítica al proceso de selección de medios que realizan los autores de la academia. Palabras clave: Chile. Prensa. Cibermedios. Audiencias. Análisis de redes sociales.

1. Introduction

The research at hand aims to construct a current map of the Chilean press by relating the most popular newspapers to those featured in academic works. Measurement systems in the world have traditionally been “oriented around conceptualizing audiences primarily in terms of their exposure to media content” (Napoli, 2011, p. 5), and there are numerous companies and institutions responsible for verifying and disseminating circulation data. In Chile, measurements did not have a continuous operation compared to other countries in the region in past decades (Díaz-Nosty, 2007; Luarte, 2009) due to friction within the media industry and tensions caused within the context of the civic-military dictatorship (Pohlhammer, 2004). So much so that, currently, there are no recent records due to the cessation of Valida in the context of the crisis of print media in the national ecosystem.

In the transformation process of the media, “(the) actors engaged in innovation tend to pursue interdependent technological and social transformation simultaneously” (Boczkowski, 2004, p. 9). These changes have led to the audience taking on an important role in the communicative exchange, moving away from the classic concept of mass public (Pérez-Soler, 2017). We are, therefore, facing a new scenario that demands profound processes of change across the entire journalism industry globally.

In Chile, the leap into the digital realm by the traditional press has unfolded with different roadmaps and outcomes. La Tercera, since the late nineties, is an example of a print medium that has bet on the digitalization of its information offering by exploring “virgin ideas on the web such as team organization, experimentation with technology, and the crucial measurement of audiences” (Aldunate-Balestra, 2022, p. 52). Today, the newspaper has focused its efforts on discontinuing its print edition and moving the content of its magazines and the edition of its newspaper to the web, reflecting the shift in consumption trends. In contrast, La Nación, a print medium that closed its publication in 2010 due to its economic crisis, has not managed to regain its traditional relevance on the web. Hughes and Mellado warn of how the newspaper holds a small market share compared to other newspapers (2016, p. 56).

In the Chilean case, the challenges of the new digital environment are joined by a concerning detachment from the citizens, certain disrepute, and lack of trust, due to the inhibition of investigation against political and military sources, and the neoliberal model to prevails what has been called “journalistically correct” (Otano-Garde & Sunkel, 2003, p. 1) within the framework of the return to democracy in the nineties, a situation that led to a uniformity of content in the media (Gronemeyer & Porath, 2017, p. 197).

In the face of what we could understand as a ‘dereliction of duty’ on the part of traditional media, the opening of the media field promotes informational diversity and the plurality of voices, responding to those who seek to reach an audience not represented in the establishment. We can refer to electronic newspapers such as *El Mostrador*, *El Dínamo*, *CIPER*, or *El Desconcierto* insofar as they break with the informational hegemony and also achieve national reach. Precisely, *El Mostrador* is recognized as one of the first digital media outlets in Chile (Greene et al., 2022), a newspaper that “has been gaining influence on the agenda and does not identify with traditional political groups” (Elórtégui & Mellado, 2019, p. 11).

The case of *El Mostrador* is emblematic, as it initially emerged as a new digital native media outlet “with the sole focus of bringing transparency to the judicial progress of the Pinochet case (...) to reveal what other media silenced or underestimated” (Aldunate-Balestra, 2022, p.157). This, like other digital natives, is part of the new media that have emerged in the last twenty years in response to the information duopoly in Chile (Dodds, 2017; Greene et al., 2022).

At the same time, the web “(is an) environment that is even more fragmented” (Napoli, 2011, p. 79), which is why web metrics are of particular importance. In journalism, this indicator even determines what is and what is not news (Nguyen, 2013; Corzo & Salaverría, 2019; Greene et al., 2022), projecting an SEO culture that allows for the evaluation of the media’s positioning within the virtual information ecosystem (Lopezosa et al., 2020; Trillo-Domínguez & Gallego-Márquez, 2022). In summary, cyberjournalism implements digital tools and new formats that consolidate a journalism that knows its audience better and how to address them (Suenzo et al., 2021) as part of the innovation that network-born media have contributed to the media ecosystem (Salaverría, 2021).

In this context, social media also provide interesting metrics (Pérez-Soler, 2017). Platforms have had a significant influence due to the proliferation of news sources in recent times (Mellado et al., 2021). On social media, there are differences in the following media outlets when comparing the positioning of *El Mercurio* and *La Tercera* to *La Nación*, for example, on Twitter. However, on Facebook, *El Mercurio* has a low intensity of activity compared to *La Tercera*. From an academic standpoint, the impact of the Chilean press is often addressed by researchers based on multiple interests and topics of both local and national nature. In this way, “communication research not only investigates diversity, but it is also the subject of this diversity” (Moragas-Spà, 2011, p. 303).

In particular, Chile is identified by researchers due to the strong duopoly formed by the publishing houses *El Mercurio* and *COPESA*, news companies that have managed to account for up to 90% of the circulation of print media (Santander, 2013; Sapiezynska & Lagos, 2016; Mellado & Scherman, 2020); which are synonymous with “ideological monopoly” (Arriagada et al., 2015; Guerra, 2019) and have established themselves as dominant (Hudson & Dussillant, 2018) players in the media landscape due to their historical alignment with the Chilean right. Precisely, it was in the context of the military regime of the last century that various media outlets ceased their operations due to censorship (Blanco, 2018; Ramirez, 1995).

This media concentration is also reflected in regional/local contexts due to the existence of newspapers that belong to El Mercurio, after decades of quasi-monopolistic expansionism. One case is Valparaíso, a province with a high population density in the Chilean context, which contrasts with other areas of other countries because there are only two large-circulation newspapers (Carmona-Jiménez & Jaimes-Manosalva, 2015): both El Mercurio de Valparaíso and La Estrella de Valparaíso are owned by the same group. The same occurs with Diario Austral de Puerto Montt and its subsequent closure after the acquisition of its competitor El Llanquihue in 1993, or the closure of El Renacer de Angol after El Mercurio acquired El Sur newspaper in the city of Concepción. The expansion of El Mercurio has been synonymous with the restructuring of regional media ecosystems.

Such a leading position in the media landscape has an evident correlation in the historical circulation and audience indices of Valdivia reports, with a wide predominance of newspapers belonging to the aforementioned media holdings, which also have a strong presence in the capital Santiago without including newspapers from other sites in Chile. To this, we must add the feeling of scarce representation from regional audiences themselves in the journalistic content generated by large national circulation media (Arriagada et al., 2015).

We approach this research intending to understand the dynamics and relevant actors of the current digital landscape and analyze to what extent large groups are overrepresented in academia. For this purpose, which is developed as a pilot project to extrapolate to other media realities, we pose the following questions:

- a) Which Chilean newspapers are present in academic articles, and to which groups do they belong?
- b) Are there selection criteria or is it completely arbitrary? If there are, are they implicit or explicit criteria?
- c) Is there a correlation between academic impact and web impact and social media impact?

2. Methodology

In broad terms, the methodology used in this work takes as its starting point a similar study carried out on the Spanish press (Herrero-Solana & Ramos-Ruiz, 2022) and Latam press (Rodríguez-Urrea et al., 2023). In this way, our approach constitutes a methodological innovation, as it would be the first to be published in a journal indexed in scientific databases.

The first step consists of compiling a document corpus composed of 195 research articles whose object of study is the “Chilean press”. The publications have been selected from the most important multidisciplinary scientific databases in the world, such as Web of Science (Clarivate) and Scopus (Elsevier), using a broad temporal framework for analysis ranging from 2004 to January 2022. The relevance of these 18 years is due to the massification of the web and the use of personal computers at the beginning of the century, as well as the emergence of mobile phones and social networks since 2010, with traditional

media adapting intensively to the new virtual public space and the emergence of new independent digital-native cybermedia that have matured in recent years to become alternative voices to large media holdings at local, regional, or national levels.

In the systematized search, three equations (press AND Chile; newspaper AND Chile; Journalism AND Chile) were used, employing selection elements such as the title, abstract, and body of the articles. The filter criterion takes into account the presence of at least one Chilean newspaper of print origin.

Data cleansing has been carried out through an automated process using the Python language. In this specific case, a thesaurus was created based on the ScimagoMedia¹ global media map ranking with the Q3 2022 edition, whose list of Chilean media was used to develop keywords and control the terms used by academia to refer to the media, such as official names of newspapers and digital-native media, abbreviations, and/or their web domains. An existing open-source code based on the PyPDF2² library was adapted to identify each of the concepts in the thesaurus within the document corpus. The final code is available in the open Github³ repository for replication in other research.

To answer the research questions related to scientific studies on the Chilean press, we propose the concept of “academic impact” (Herrero-Solana & Ramos-Ruiz, 2022), which, for this research, consists of the number of times a media outlet is present in the academic corpus under analysis.

Due to the wide time range and the instability of journalistic companies, we proceed to eliminate those newspapers that ceased circulation before 2010 and discard other sectors such as radio and television (which, as we have already pointed out, may have independent trajectories) to analyze exclusively the press field that focuses our work. From this premise, digital versions of both national and regional as well as local print newspapers are included, and, of course, a significant effort is made to collect digital-native media, reaching hyperlocal coverage. Digital cases that could not be verified with data after 2010 and for which it has not been possible to identify recent or current operations were removed from the count. The remaining media were considered for analysis regardless of their year of creation. Older ones have a larger time window to collect citations; however, we do not believe that this constitutes a significant drawback for the study, as indicated in the conclusions of the work.

With these fundamental filtering and selection criteria, we proceed to construct two datasets. The total count of mentions is an absolute sum, which previously considers a value of “1” if a media outlet is mentioned at least once in a scientific paper. In this way, it is correct to think that a journalistic company appears in “X” number of scientific articles out of a total of 195 documents that correspond to the analyzed corpus.

The first analysis corpus corresponds to a dataset⁴ with print newspapers and digital media included in the studies and presented by frequency of occurrence, which is in an Excel-type spreadsheet format. The data can be found in the sheets called “publications and media format A” and “publications and media format B”. This dataset was later enriched with

audience impact, measured by their presence on the web and social networks, with particular emphasis on Twitter and Facebook. From this perspective, we classify the media into:

- a) Print, those that have or had a publication of a periodic/weekly/biweekly/monthly nature containing current information and that may have local, regional, or national reach.
- b) Digital-native, those with a distribution of local, regional, or national scope created on the web without prior print support.

This first analysis corpus is also constructed according to the media groups to which they belong, and as a third indicator, we refer to audience and media consumption indices to compare their relevance to the academic impact of media studies.

Regarding audiences, we encounter one of the main limitations of the study of Chilean media, as we have already mentioned in the introduction. In the last decade, audiences in Chile were verified by Valida, an organization that produced quite detailed reports, revealing circulation and readership indices of national newspapers with a broad presence in the capital, Santiago, according to the international methodology. The procedure was carried out using the software provided by IPSOS Chile. Previously, Valida worked with the international consulting firm KPMG.

Due to the crisis of print media, Valida stopped issuing new reports in 2019, and with it, the tender for new readership studies. One of the organizations responsible for managing and commissioning the studies, the National Press Association (ANP), closed its physical office along with the publication of its magazine in 2020.

The predecessor study was the Circulation and Readership Verification System (Sistema de Verificación de Circulación y Lectoría, SVCL), and before that, the Circulation and Readership Verification Association (Asociación de Verificación de Circulación y Lectoría, AVCL), which had a troubled implementation due to reluctance within the organization to publicize the results of the studies (Suckel, 2003; Pohlhammer, 2004). Valida was an alliance formed between the ANP and the Chilean Advertising Association (Asociación Chilena de Publicidad, ACHAP), the latter later replaced by the Chilean Media Agencies Association (Asociación Chilena de Agencias de Medios, AAM). In any case, the reports only referred to national newspapers with a broad presence in the capital, Santiago, thus reflecting the limitation and partiality concerning the country's media reality.

In parallel, there is the Readership and Printed and Digital Media Study of the Regional Media Group (Grupo Regional de Medios, GRM), published in 2018, which is responsible for studying figures focused on regional print media. Its latest report covers the period from January to December 2017. The metrics were also commissioned to IPSOS, whose methodology was executed in Valida. This report at the time addressed the lack of metrics related to print newspapers circulating outside Santiago, an issue that even the Parliament noted in the Special Investigative Commission on State Advertising (Cámara de Diputados de Chile, 2007). However, like Valida, GRM has not published updated figures in recent

years. Another measurement that existed but was not universal was the audited media prior to payment by Certifica-Comscore for AMI-IAB Chile, which in 2015 “suspended public reports” (Aldunate-Balestra, 2022, p.227).

Regarding web metrics, in Chile, there is no organization responsible for producing reports or measuring such data, a situation that has already been noted in other academic works (Vernier et al., 2016). In fact, both the latest Valida and GRM reports use the term “digital paper” to refer to the online version of the newspaper and not necessarily to the cyber medium itself, so there are no comprehensive web traffic data.

To address this deficit, we use the concept of web impact in an exploratory way in our research to determine the level of audience measured in millions of visitors who visit each month the websites of both newspapers that make the digital leap from paper and native digital media. We believe that our proposed analysis can serve as a proxy for the classic audience metrics absent in the Chilean case. In fact, it becomes relevant considering that, according to Napoli, before the emergence of the digital realm, media consumption studies were usually developed due to the needs of the media themselves, focusing on a statistical model of reader exposure to content (2011).

As a counterpoint, the use of analysis with an external tool as we do in this work guarantees the impartiality of audience indices, in this case, in the digital domain. One criterion adopted by the tool itself is the exclusion of any website with a quarterly average of fewer than 50.000 visits, regardless of the age or thematic relevance of the medium.

Specifically, we have quantified the total traffic of visits to the cybermedia under study using Similarweb to approximate what would be the offline measurement. This portal is relevant for the analysis of “content-intensive” websites (Codina, 2019), such as media outlets (Pérez-Montoro & Codina, 2017), to compare their performance and discover which cybermedia of newspapers and native digital sites attract the most audience attention. In particular, for our proposal, we have assessed the average web audience for November and December 2021 and January 2022.

Another valuable resource for measuring a medium’s presence in cyberspace is “social impact” from social media platforms, with Twitter being a social network whose genesis was characterized by its journalistic use (Herrero-Solana & Trillo-Domínguez, 2014, p.134). We also defend it as a valid proxy due to its correlation with the web traffic of media outlets. For this purpose, scrapping techniques have been used to obtain data on the number of followers of the media accounts using advanced tools executed in Python language (without using the proprietary API) with packages such as Sherlock and Twint, between 12/13/2021 and 02/14/2022.

Along with Twitter as a key journalistic network, we have incorporated metrics from Facebook, as it is a social network with a more consolidated and broad presence across age groups and greater transversality in all countries. The measurement has been extracted from the SocialStats.info extension, and the number of “likes” on the media outlets’ fan pages has been taken into account.

The second dataset⁴, located in the “fuentes empleadas” sheet, corresponds to a table containing the titles of the scientific articles and the information sources used in the research, as well as the media selection criteria identified in the publications to verify if there are different justifications for the samples. We consider one of them to be arbitrary or random, which is attributed to personal biases or influences; another is the justification based on previous systematic work that includes quantitative data from readership information sources or web audience proxies; and scientific works without an established criterion to support the choice.

In this way, three characteristics are established:

- Justification based on quantitative data, broken down as a strong criterion. Scientific publications that use one or more information sources with audience indices to justify the choice of media outlets as the object of study. Those that use social metrics are also considered.
- Arbitrary Justification, classified as a soft criterion. It refers to studies that have selected newspapers based on an arbitrary but declared interpretation in the text, based on a priori assessments made by the authors themselves and not subject to objective quantification. Regarding this last characteristic, included are those works that incorporate audience and/or circulation data without indicating the information source.
- Non-existence of justification or without criterion. It indicates that the articles have not presented any type of selection criterion in the inclusion of newspapers and media outlets.

The criteria described above could be influenced by the professional performance scope according to the geographical context or the researchers’ background. Therefore, the researchers’ origin was taken into account, establishing degrees of proximity to the Chilean media ecosystem:

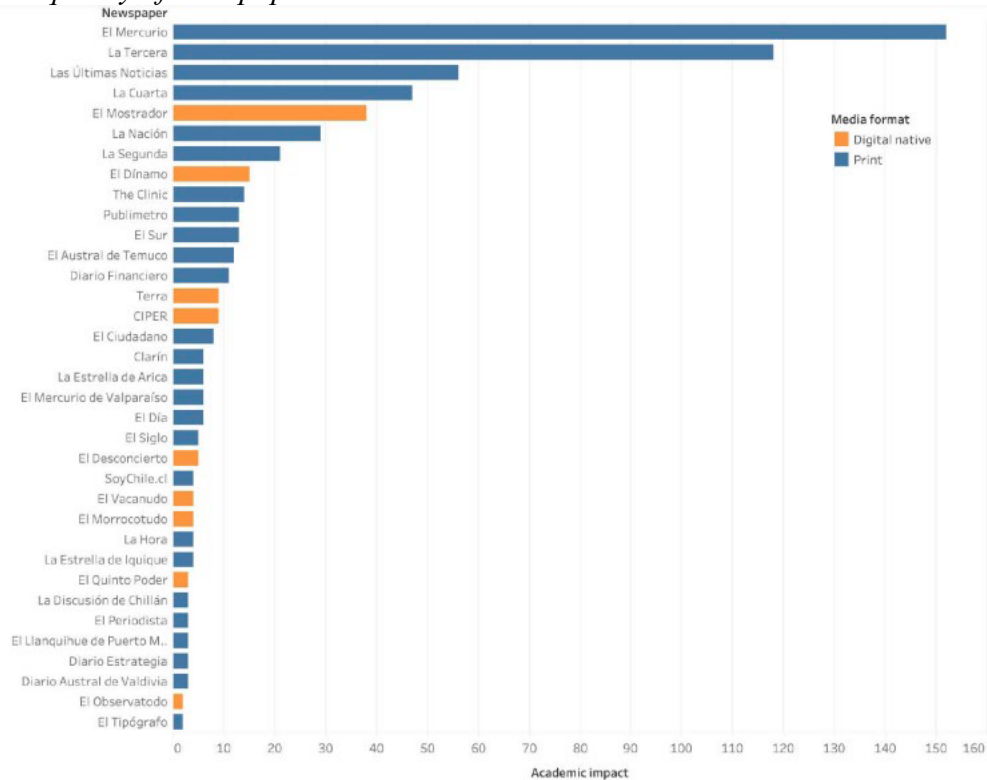
- Foreign authors refer to works conceived by authors and/or co-authors who are not of Chilean origin and who have had no connection with the country.
- Chilean authors pertain to works whose authors are of national origin and/or have collaborations with foreign colleagues. In this case, they have a link with the Chilean reality and carry out academic and research roles in both national and international universities or have obtained an academic degree in Chile. In this section, publications with at least one member meeting these characteristics are also considered, even if the other members are foreign, as they serve as a bridge to Chilean reality. As with the first and second datasets, a thesaurus is created that takes into account the audience reports described in previous paragraphs, and the same method used for the search of media outlets with the previously mentioned code is applied. Reports referring to revenue figures from advertising concepts and not mentioning audience indices have been excluded.

3. Results

The breadth of the time range, the number of scientific publications, and the use of web and social media metrics that we combine in the present study allow us to observe which traditional media outlets gain prominence in the Chilean digital landscape and which emerging ones occupy more prominent positions.

Figure 1

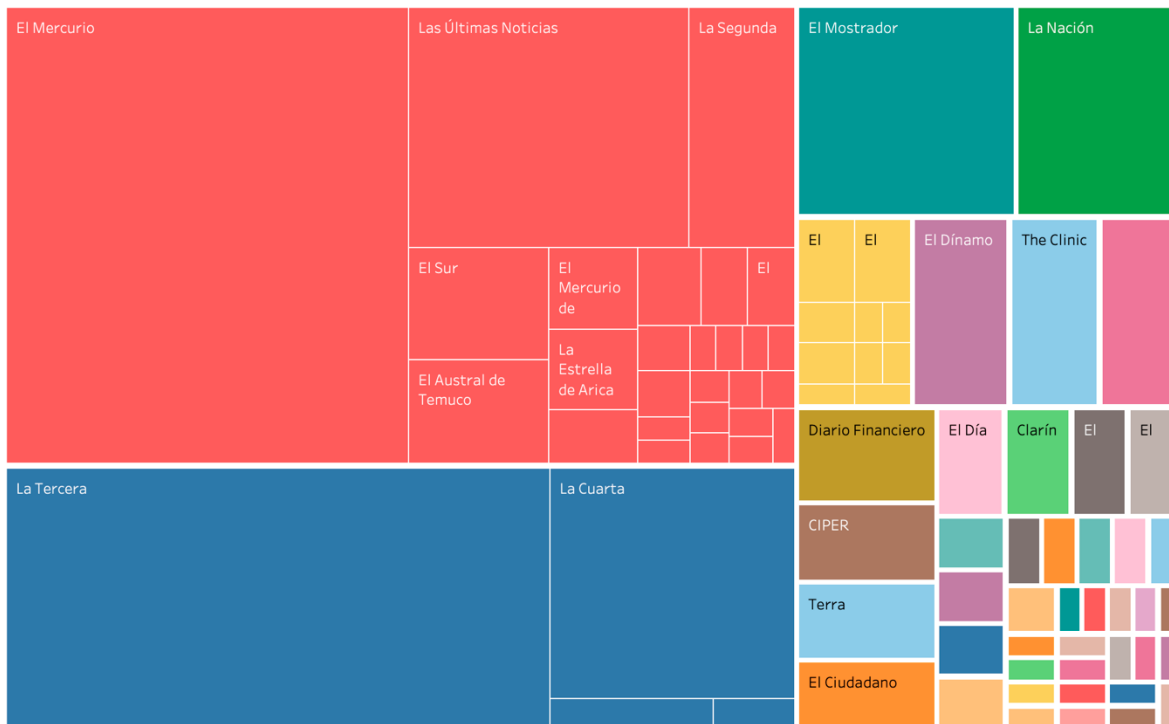
Frequency of newspapers



Check out how to access this content online⁵

Figure 1 shows the main media outlets included in the study. Those of print origin are in blue, and digital natives are in orange. We should highlight that the newspapers receiving the most attention are El Mercurio with 152 mentions, followed by La Tercera (118), and further behind Las Últimas Noticias (56), La Cuarta (47), the digital newspaper El Mostrador (38), and La Nación (29). Then, La Segunda (21) appears, and further down, there is a break in academic attention with less intensity. This is where the digital native El Dínamo (15) appears, the satirical and current affairs publication The Clinic (14), the regional El Sur (13), the national free distribution newspaper Publimetro (13), another regional like El Austral de Temuco (12), the business and finance specialized Diario Financiero (10), and digital natives CIPER (9) and Terra (9).

Figure 2
Cumulative frequency by media holdings



Check out how to access this content online⁶

In Figure 2, we have a treemap-style visualization with the media outlets grouped by frequency and belonging to each media group. The figure reveals that the majority of newspapers used in Chilean academic works are related to the El Mercurio group (red), with 298 occurrences equivalent to 42.69% of the total (698); followed by the COPESA group (blue) with 171 occurrences, 24.49% of the total, with its newspapers La Tercera, La Cuarta, La Hora, and its subsidiary Diario de Concepción. If we add the percentages of both groups, we get 67.18%, two-thirds of the total.

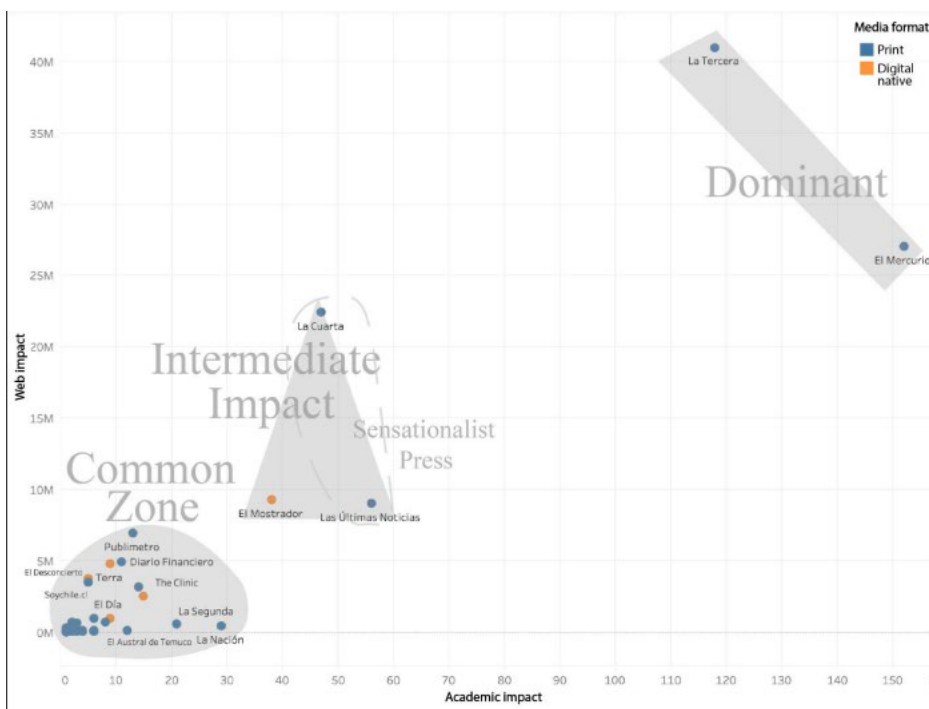
In third place is the La Plaza S.A group with El Mostrador (5.44%) in turquoise (38), which corresponds to the third most studied group among all those making up the Chilean ecosystem, and the first one is an entirely digital native. Next, the La Nación group stands out in dark green with 4.01% (28), and in yellow is Red Mi Voz, composed of ten citizen digital native media outlets, with 2.57% (18). In particular, Red Mi Voz is made up of more than a dozen media outlets that operate under the principle of citizen journalism linked to local and hyperlocal contexts.

Afterward, the digital native El Dínamo appears in purple with 2.15% (15), along with Publicaciones Bobby with its publication The Clinic in light blue with 2.01% (14), and to its

right corresponds to Metro International in magenta with its newspaper Publimetro with 1.86% (13). Regarding regional print media or local and/or hyperlocal media, only the group managing the newspaper El Día (pink) manages to emerge with six mentions. This medium is the only one that stands out without belonging to any of the main media groups operating in Chile (0.85% of the entire sample in terms of media ownership). Meanwhile, the other groups and media make up the remaining sample (16.47%).

Figure 3

Academic impact vs. web audience⁷



In Figure 3, we can appreciate the positioning of the media outlets in relation to academic impact and average web traffic (web impact). In this way, it is possible to identify the formation of three main clusters: dominant media; intermediate impact, and the common zone, in addition to a group of media that we could characterize as sensationalist press.

In Figure 4, we represent the correlation that exists between academic impact and the projection of media outlets on social networks with the number of followers. We consider the followers on Twitter along with Facebook “likes”, the latter being represented by the size of the spheres. Unlike Figure 3 with web impact, the highest social impact indices are not concentrated in the two main references of the duopoly, which configures a much more heterogeneous scenario.

As in Figure 3, the remaining media outlets make up the common cluster and belong to various groups, as well as digital natives and print media, along with different levels of circulation. Many of them are underrepresented by academia, including citizen

digital native media from the Red Mi Voz group like El Observatodo or national ones like El Desconcierto, among others that do not belong to the media duopoly.

Figure 4

Academic impact vs. social networks (Twitter and Facebook)

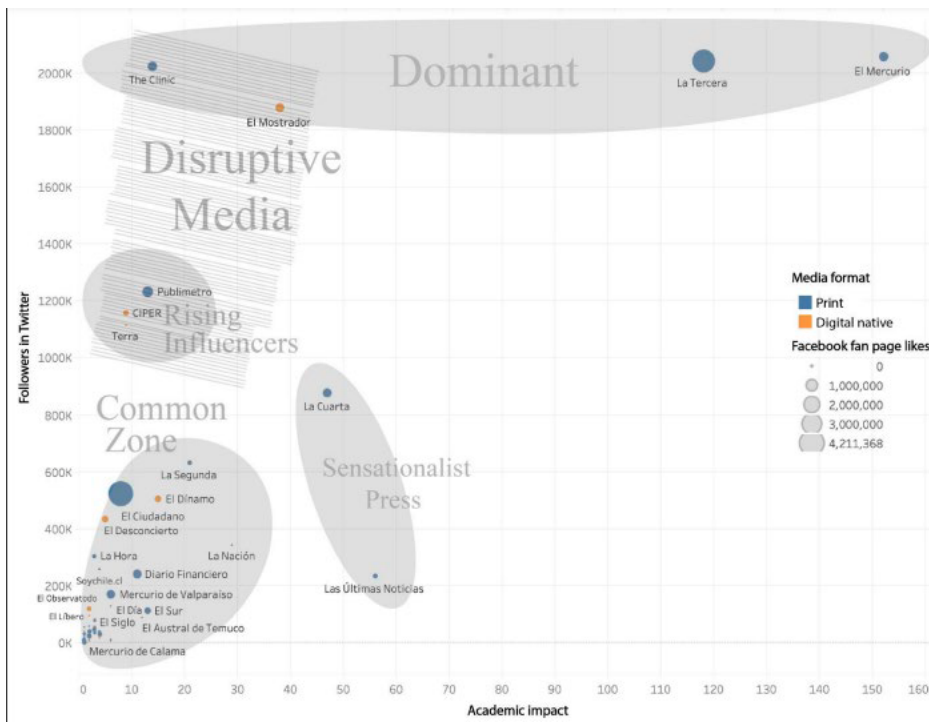
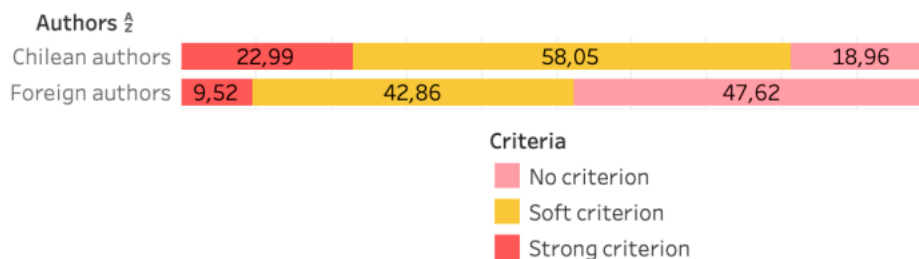


Figure 5

Tipology of selection criteria



When we ask ourselves why researchers choose one medium over another, we find that the answer is not conclusive. Figure 5 corresponds to a percentage bar graph that breaks down the academic impact parameter used in the research based on the criteria used by researchers and their areas of origin. We detected that 89.23% of the researchers come from the national sphere and 10.77% from abroad. At first, we might have thought that foreign authors would tend to use more stringent criteria for choosing the media to study.

However, we encounter a more lenient reality, as 90% of foreign authors either use no criteria or use very weak criteria for selection. The numbers indicate that, in this sense, Chilean authors are more serious and strict, as almost one in four papers presents a solid and justifiable criterion for selection.

4. Discussion

As a reflection of the historical predominance in the Chilean media landscape of the El Mercurio-La Tercera duopoly, the results show the solid positioning they maintain as benchmarks, as noted in previous research (Santander, 2013; Sapiezynska & Lagos, 2016; Mellado & Scherman, 2020; Arriagada et al., 2015; Hudson & Dussailant, 2018; Dodds, 2017). Their relevance is recognized by academia if we consider the frequency of appearance of the media that belong to the groups, as seen in Figures 1 and 2.

However, we also observe a push from digital natives who manage to break into the national scene and begin to break the hegemony of the journalistic landscape. Emerging media outlets champion different styles of journalism and target specialized audience niches and more personalized public profiles, either in territorial or thematic areas. Both Elórtegui and Mellado (2019) and Dodds (2017) agree that these are a response to the duopoly. El Mostrador consolidates itself as the most studied and consumed native digital cybermedia. In contrast, regional media outlets receive less attention from academics. This trend intensifies in hyperlocal or community media, which tend to be invisible.

According to the results and identification of the clusters in Figure 3, among the dominant media, we find the maximum standards of the duopoly: El Mercurio and La Tercera. It is detected that the most consumed media by the web audience in the Chilean case, La Tercera, is not the most studied media by researchers since that place is occupied by El Mercurio.

The Intermediate Impact cluster is composed of the newspapers La Cuarta and Las Últimas Noticias, along with the digital native El Mostrador, which come together in a triangle. The print media in this cluster are sensationalist press, which has been emblematic in Chile for its popular journalism style and focus on the low-income population (Hughes & Mellado, 2016). This model, infotainment, has a market-oriented vision (Guerra, 2019).

The common zone is made up of a variety of media outlets that meet the characteristics of being digital natives and print media, as well as having local, regional, or national circulation, both from consolidated media groups and independent outlets. Also, there are specialized publications and websites on research, economics, satire, citizen journalism, or self-proclaimed counter-hegemonic media.

However, we find La Segunda and La Nación managing to stand out from the rest in terms of academic impact. These, despite not having a significant web impact, have greater relevance for academia compared to their peers due to their historical position within the Chilean media context. La Nación is characterized by its former role as a pro-

government press (Hughes & Mellado, 2016). Its operation moved to the web after the closure of its print edition in 2010, while in 2012 it was bought by a private owner. La Segunda, meanwhile, has historically been an evening newspaper with national circulation and is part of the El Mercurio holding.

Regarding Figure 4, four groupings or clusters emerge when using Twitter as the main indicator: the dominant; the rising influencers; the sensationalist press, and the common zone. Among the dominant ones, La Tercera and El Mercurio appear again, as in Figure 3 for web impact. In particular, COPESA's newspaper stands out against El Mercurio when considering the Facebook dimension. Meanwhile, with a lower academic impact, El Mostrador and The Clinic appear: these media outlets belonged to different clusters in terms of web impact, and here they come together to be within the dominant media in the social sphere, which reveals that their strong positioning is on the social network Twitter. El Mostrador, in particular, is a relevant digital native medium within the Chilean media landscape (Aldunate-Balestra, 2022; Dodds, 2017; Greene et al., 2022; Mellado et al., 2021).

The media outlets belonging to the rising influencers cluster are Publimetro, CIPER, and Terra, which manage to have an impact on social influence despite not receiving enough attention from researchers. All have a notable presence on Twitter, but Publimetro consolidates its position on Facebook compared to the others, which can be explained by its mass appeal and free nature, which helped it grow and establish itself on social networks, as replicated with its web impact in Figure 3 by being above its respective cluster.

Meanwhile, CIPER, as a digital native, has been characterized by its commitment to investigative and reflective journalism, which has earned it national prestige and attention from citizens, and recently implemented a business model based on reader loyalty through subscriptions to receive content, an aspect frequently promoted on its social networks. It is worth noting that CIPER ranks higher than emblematic newspapers such as La Cuarta and Las Últimas Noticias in social impact. Terra, on the other hand, holds a prominent place due to its history as one of the leading websites during the rise of Web 2.0, a situation that is surprising considering its position in the common zone in terms of web impact. At the beginning of the last century, Terra was one of the leaders in web traffic in Chile (Aldunate-Balestra, 2022).

If we adopt a panoramic view, we realize that the media outlets within the dominant and rising clusters, excluding those belonging to the duopoly, form a common territory that can be called "disruptive media" because, in our opinion, they present new research opportunities for academia as they have been the subject of limited attention. This situation does not correspond to their real impact on social platforms and their true participation in the media agenda.

A cluster that is replicated in relation to Figure 3 is that of the sensationalist media, along with La Cuarta and Las Últimas Noticias. Las Últimas Noticias is a newspaper with less social impact than La Cuarta, but despite this, it manages to attract greater academic impact. Remember that both newspapers are part of the duopoly.

Although the common zone is replicated in Figure 4, there are certain differences compared to Figure 3. Here, La Segunda stands out from the rest for its social impact. Meanwhile, the remaining media outlets that complete the cluster's podium are El Ciudadano, a citizen-oriented medium, and El Dínamo, a digital native close to social movements (Elórtégui & Mellado, 2019). Both advocate for alternative journalism compared to established media groups.

El Ciudadano is a particular case when referring to social impact, as it shows that Facebook can be an insufficient indicator by itself if we adopt it as the sole metric: although the number of "likes" on Facebook is comparable to the large dimensions of La Tercera, a hasty generalization would lead us to think that it is a widely consumed medium on all fronts. However, its followers on Twitter place it far from both emblematic headlines and disruptive media, despite having an academic impact similar to that cluster. Moreover, its social impact is not homogeneous across the main platforms, suggesting disparate audience behavior or an effort to concentrate the audience on a single platform. Regarding Facebook, it is striking that El Mercurio does not have a similar weight to La Tercera: it has a low intensity in its use.

As anticipated with the previous figure, the lack of academic concern for regional, hyperlocal, or community media is reiterated, which can also be research opportunities if their performances are compared to their peers. One of them is El Observado, a digital native medium with a strong citizen and localist imprint, which surpasses emblematic regional print media such as El Sur or El Austral de Temuco, which are precisely part of the El Mercurio group. Another example that is not widely studied is El Desconcierto, a digital native medium that emerged in the last decade and has a social impact that surpasses emblematic media such as La Nación or Diario Financiero, or in web impact, media such as CIPER, Publimetro or Terra.

In Figure 5, the performance of national and foreign researchers when studying the Chilean press is analyzed. Among the national researchers, the soft criterion is used to reference media groups and their headlines, with an arbitrary character prevailing. Although the relevance of the medium in terms of its geographical reach is mentioned, official data reports are usually not cited or mentioned to support this. When including regional, hyperlocal, or community media, circulation or audience sources are not cited either and are based, as previously mentioned, on the proximity and knowledge of the territory where they practice journalism.

On the other hand, the strong criterion comprises the use of conventional information sources as well as digital or social media metrics. Among the most used sources are Valida and the historical SVCL, also referred to as ACHAP, with the Circulation and Reading Bulletin (Boletín de Circulación y Lectura). Other relevant analog reports include the GRM and IPSOS. In the web domain, the use of Alexa rankings is common, and to a lesser extent, Comscore and SimilarWeb. In addition, the use of social media metrics is almost non-existent and only applies to Twitter.

Among academics who use information sources, a small group uses more than one source to establish comparisons and give relevance to the selection of media to study,

according to the centrality-periphery factor (national media versus regional media), audiences of conventional media versus digital media, historical circulation number of print media in different years, and web performance from different rankings.

The arbitrary nature of the soft criterion causes subjectivity to prevail, which reduces the use of the strong criterion. This results in a high representation of traditional headlines and makes other media invisible. Since Chilean academia has a performance similar to that of foreign researchers when considering the soft criterion, we can infer that nationals lack a general objective approach to choosing samples for communication studies. Moreover, the lack of rigorous, updated, validated, and publicly accessible systems in Chile regarding audiences and media positioning in recent times may influence this phenomenon.

5. Conclusions

The newspapers and groups present in academic articles addressing the Chilean press are El Mercurio (from its homonymous company) and La Tercera (COPESA), which have the highest repetition. Others that are part of the duopoly, such as Las Últimas Noticias, La Cuarta, and La Segunda, are studied less frequently. La Nación, a medium that is not part of the duopoly, has a history recognized by researchers, as do The Clinic and Publimetro, both also from independent groups (Publicaciones Bobby and Metro, respectively). Meanwhile, there are recognized native digital media such as the emblematic El Mostrador (La Plaza S.A) and El Dínamo (Ediciones Giro País). Both also do not belong to any group, like others with less frequency of study: Terra (Terra Networks Chile) and CIPER. Within the common zone, print media linked to the El Mercurio group with regional origins proliferate, as well as independent, local, and community digital natives.

If we verify the existence or absence of selection criteria or arbitrariness among national researchers for analyzing the Chilean media ecosystem, we estimate that the soft criterion of choice prevails due to an arbitrary attitude that appeals to the historical positioning of the newspaper in the national context or its degree of proximity to the phenomenon under study. Therefore, we note that Chilean researchers lack selection criteria, with subjectivity prevailing as the use of impartial sources such as audience measurements or social media metrics is not a frequent practice. On the other hand, in most scientific publications authored by foreign researchers, there is no presence of criteria that justify the choice of media, which we estimate appeal to the most experienced and emblematic media without having explicitly stated this in the academic text. In any case, it should be clarified that we have considered mentions of the media regardless of the purpose of their inclusion in each academic work. The media could be mentioned as journalistic companies or for historical purposes, but in the vast majority of cases, they have been used for their journalistic function, and therefore, what has been said above has a value from the point of journalism itself.

Regarding the question of a possible correlation between academic impact and web impact and social media impact, we estimate that there is a correlation between El Mercurio and La Tercera, as they dominate the Chilean media ecosystem, and agree with the authors' reflections on the historical positioning of these. When considering only the

proposed web impact, it gives the impression that the unitary character constantly suggested by the authors of the Chilean media model would be confirmed. To corroborate this, we complement this metric with social impact to have a global view of the ecosystem. This reveals two interesting phenomena, such as *The Clinic* and its high social impact index, being on par with the dominant position of the emblematic newspapers of the duopoly, which does not correlate with its academic impact. The emergence of *El Mostrador* is noteworthy, which tends to correlate with current publications that have placed it as one of the most influential media in Chile.

We classify *El Mostrador* as a disruptive medium for achieving above-average social impact: other media in this cluster, such as *Publímetro*, *Terra*, and *CIPER*, achieve a greater connection with audiences on their social platforms due to their number of followers and not being part of the duopoly. There are also atypical cases like *El Ciudadano*, an independent medium with an exaggerated number of “likes” on Facebook compared to its performance on Twitter, or the differences between *La Tercera* and *El Mercurio* after the latter makes low-intensity use of said platform, whose results are seen in the number of followers. This shows the use of different strategies among media according to different types of platforms, and disparate behaviors that can open a new research front and have been detected by our methodological proposal.

On the other hand, although we demonstrate in our study that there is a correlation between the low academic impact of new independent and regional media and their audience size when placed in the common zone of media, it is appropriate to encourage researchers to study them since they could be invisibilized by the usual behavior of local academia: the digital ecosystem has opened the field of mass communication to new actors, fertile ground that adopts various forms of journalism for those who seek to be an alternative to the practices established by large publishing groups, both for their medium vision or representing a local community with a civic commitment.

Moreover, one factor we can rule out is that the medium’s creation year determines the number of citations it ultimately receives. We do not deny that it could have some influence, but in any case, it is negligible. The creation date may have more influence on traditional audience metrics, but we also verify that this does not affect when other metrics such as web traffic or Twitter followers are taken, as scenarios balance out. The best proof of this is the emergence of the cluster of disruptive media that oxygenate the conventional media landscape. In this context, new media can achieve a greater online impact than conventional media, even when they have been created just a few years ago.

We are aware that a medium is a very complex phenomenon and that it often seems diminished when reduced to a series of numbers. However, we believe that the metrics used help to provide a quantitative approximation that defines at least one or two dimensions of this multidimensional phenomenon. Moreover, these metrics are precisely the ones pursued and desired by the media themselves (something that usually does not occur with citations in papers). Our intention is not to provide an exhaustive explanation of the phenomenon: they are just two variables that allow us to quantitatively interrogate the Chilean media system. On the other hand, this paper is part of a larger doctoral research project (Rodríguez-Urra et al., 2023). One of the objectives of this work is the identification

of those Chilean media that, due to their characteristics, deserve to be studied later in more depth and with more qualitative methods.

Finally, we must highlight that these media are more or less those we have identified in the cluster of disruptive media. They are the ones that effectively present a manifest singularity or exceptionality. In all cases, we verify for them a relatively low academic impact, especially when compared to their reach on Twitter. Therefore, if we ask ourselves the question: is academia sufficiently attentive to new media? The answer is not too much.

Notes

- 1 www.scimagomedia.com
- 2 <https://pypi.org/project/PyPDF2>
- 3 <https://github.com/CRodriguezUrra/NLPKeywordsPDF>
- 4 Open dataset <http://doi.org/10.5281/zenodo.7352488>
- 5 <https://public.tableau.com/app/profile/carlos2725/viz/Fig1eng/fig1>
- 6 <https://public.tableau.com/app/profile/carlos2725/viz/Fig2eng/Fig22>
- 7 El Sur was excluded for lack of volume in Similarweb

References

- Aldunate-Balestra, C. (2022). *Crónicas de medios digitales: 25 años de periodismo online en Chile*. Uqbar editores.
- Arriagada, A., Correa, T., Scherman, A., & Abarzúa, J. (2015). Santiago no es Chile: Brechas, prácticas y percepciones de la representación medial en las audiencias chilenas. *Cuadernos.Info*, 37, 63–75. <https://doi.org/10.7764/cdi.37.769>
- Blanco, P. (2018). Malas relaciones: Prensa y movimiento estudiantil universitario en Chile a fines de la dictadura e inicios de la transición democrática (c. 1988 - c. 1998). *História da educação*, 22(54), 135–153. <https://doi.org/10.1590/2236-3459/77343>
- Boczkowski, P. (2004). *Digitizing the news: Innovation in Online Newspapers*. MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/2435.003.0002>
- Cámara de Diputados de Chile. (2007, Julio 31). *Informe de la comisión especial investigadora sobre avisaje del estado*. Recuperado de <https://www.bcn.cl/laborparlamentaria/wsgi/consulta/verParticipacion.py?idParticipacion=1599671>
- Carmona-Jiménez, J., & Jaimes-Manosalva, M. (2015). Environmental Inequality and Communicational Inequality. The Covers of El Mercurio de Valparaíso on the Oil Spill in Quintero Bay. *Cuadernos.Info*, (36), 71–87. <https://doi.org/10.7764/cdi.36.734>
- Codina, L. (2019, December 23). Análisis SEO de medios de comunicación con Sistrix. Estudio de caso de una revista de cine y televisión. Lluís Codina. Recuperado de <https://www.lluiscodina.com/analisis-seo/>

- Corzo, S., & Salaverría, R. (2019). Medios nativos digitales y analíticas web: cómo interviene el conocimiento de la audiencia en la construcción de noticias. In V. Martínez- Fernández, Ó. Juanatey-Boga, I. Puentes-Rivera & M.M. Rodríguez-Fernández (Eds.), *La Innovación de la Innovación: Del Medio al Contenido Predictivo* (233–247). Recuperado de <https://dadun.unav.edu/handle/10171/56535>
- Díaz-Nosty, B. (2007). El nuevo continente virtual. In B. Díaz-Nosty (Ed.), *Tendencias'07 medios de comunicación: El escenario iberoamericano* (14-87). Fundación Telefónica.
- Dodds, T. (2017). Emergence of Rebellious Digital Press In Chile: Divergence, Engagement and Impact. *Media Watch*, 8(2), 143–156. <https://doi.org/10.15655/mw/2017/v8i2/49016>
- Elórtogui, C., & Mellado, C. (2019). Roles del periodismo político en un contexto multiplataforma y de crisis institucional. *Comunicación y Sociedad*, e7136:1–23. <https://doi.org/10.32870/cys.v2019i0.7136>
- Greene, M. F., Lecaros, M. J., & Cerda-Díez, M. F. (2022). Medios de prensa digitales en Chile: Influencia del editor y de la audiencia en la reunión de pauta. *Cuadernos.Info*, (51), 93–113. <https://doi.org/10.7764/cdi.51.29645>
- Gronemeyer, M. E., & Porath, W. (2017). Tendencias de la posición editorial en diarios de referencia en Chile. El arte de dosificar la crítica frente a la actuación de los actores políticos. *Revista de ciencia política*, 37(1), 177–202. <https://doi.org/10.4067/S0718-090X2017000100008>
- Guerra, P. (2019). Concentración de medios de comunicación: Conceptos fundamentales y casos de estudio. *Biblioteca del Congreso Nacional de Chile*. Recuperado de https://www.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/27513/1/BCN_pga_Concentracio_n_de_la_pro_piedad_de_medios_de_comunicacion_Final.pdf
- Herrero-Solana, V., & Ramos-Ruiz, Á. (2022). The Spanish Press as an Object of Study for Communication Researchers = La prensa española como objeto de estudio para los investigadores en comunicación. Zenodo. Online first. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6569376>
- Herrero-Solana, V., & Trillo-Domínguez, M. (2014). Twitter Brand-Directors: el efecto marca en las redes sociales de los directores de medios españoles. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 20(1), 131-146. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2014.v20.n1.45223
- Hudson, E., & Dussillant, F. (2018). The Conflict Between the State of Chile and the Mapuche People in the National and Regional Chilean Press (2014-2016). *Communication and Society*, 31(4), 243–255. <https://doi.org/10.15581/003.31.35685>
- Hughes, S., & Mellado, C. (2016). Protest and Accountability without the Press: The Press, Politicians, and Civil Society in Chile. *International Journal of Press/Politics*, 21(1), 48-67. <https://doi.org/10.1177/1940161215614565>
- Lopezosa, C., Iglesias-García, M., González-Díaz, C., & Codina, L. (2020). Searching Experience in Cibermedia: Comparative Analysis of Digital Journals. *Revista española de documentacion científica*, 43(1), 1–15. <https://doi.org/10.3989/REDC.2020.1.1677>
- Luarte, A. (2009). *Sistemas informativos en América Latina*. RIL Editores.
- Mellado, C., Cárcamo-Ulloa, L., Alfaro, A., Inai, D., & Isbej, J. (2021). News Sources during Covid-19: How the Chilean Media Narrated the Pandemic on Social Media. *Profesional de la informacion*, 30(4), 1–15. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.jul.21>
- Mellado, C., & Scherman, A. (2020). Mapping Source Diversity Across Chilean News

- Platforms and Mediums. *Journalism Practice*, 15(7), 974–993. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1759125>
- Moragas-Spà, M. (2011). *Interpretar la comunicación: Estudios sobre medios en América y Europa*. Gedisa.
- Napoli, P. (2011). *Audience Evolution: New Technologies and the Transformation of Media Audiences*. Columbia University Press.
- Nguyen, A. (2013). Online News Audiences: The Challenges of Web Metrics. In S. Allan & K. Fowler-Watt (Eds.), *Journalism: New challenges* (pp. 146-161). Centre for Journalism & Communication Research. Recuperado de <https://microsites.bournemouth.ac.uk/cjcr/publications/journalism-new-challenges/>
- Otano-Garde, R., & Sunkel, G. (2003). Libertad de los periodistas en los medios. *Comunicación y medios*, (14), 41–52. <https://doi.org/10.5354/0716-3991.2003.12099>
- Pérez-Montoro, M., & Codina, L. (2017). *Navigation Design and SEO for Content-Intensive Websites*. Chandos Publishing.
- Pérez-Soler, S. (2017). *Periodismo y redes sociales: claves para la gestión de contenidos digitales*. Universitat Oberta de Catalunya.
- Pohlhammer, P. J. (2004). Auditoría de circulación: ¿Transparencia o gatopardismo? *Cuadernos.Info*, (16- 17), 48–59. <https://doi.org/10.7764/cdi.16.159>
- Ramírez, P. (1995). Rutinas periodísticas en los medios chilenos: una transición incompleta. *Cuadernos.Info*, (10), 22–33. <https://doi.org/10.7764/cdi.10.229>
- Rodríguez-Urra, C., Trillo-Domínguez, M., & Herrero-Solana, V. (2023). Mapa mediático hispanoamericano: una aproximación desde la academia. *Revista de Comunicación*, 22(1), 435–452. <https://doi.org/10.26441/RC22.2-2023-3105>
- Salaverría, R. (2021). Veinticinco años de evolución del ecosistema periodístico digital en España. En R. Salaverría & M. P. Martínez-Costa (Eds.), *Medios nativos digitales en España: caracterización y tendencias* (pp. 21–29). Comunicación Social.
- Santander, P. (2013). Leyes de medios de Chile y Argentina: tan cerca tan lejos. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 19(2), 889–905. https://doi.org/10.5209/rev_esmp.2013.v19.n2.43478
- Sapiezyńska, E., & Lagos, C. (2016). Media Freedom Indexes in Democracies: A Critical Perspective through the Cases of Poland and Chile. *International Journal of Communication*, (10), 549–570. Recuperado de <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/138744>
- Suckel, Á. (2003, November 20). Crean Sistema de Verificación de Circulación y Lectoría ¿Fin al misterio del tiraje de los medios escritos? *Periodismo Universidad de Chile*. Recuperado de <https://www.periodismo.uchile.cl/noticias/2003/verifica.html>
- Suenzo, F., Boczkowski, P., & Mitchelstein, E. (2021). La crisis de la prensa escrita: una revisión bibliográfica para repensarla desde Latinoamérica. *Cuadernos.Info*, (47), 1–25. Recuperado de <http://cuadernos.info/index.php/cdi/article/view/27051>
- Trillo-Domínguez, M., & Gallego-Márquez, C. (2022). SEO para periodistas: nuevo perfil profesional y estrategias de publicación desde la redacción. *Documentación de las ciencias de la información*, 45(1), 17-24. <https://doi.org/10.5209/dcin.77478>
- Vernier, M., Cárcamo Ulloa, L., & Scheihing García, E. (2016). Diagnóstico de la estrategia editorial de medios informativos chilenos en Twitter mediante un clasificador de noticias automatizado. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, (30), 183–201. <https://doi.org/10.4206/rev.austral.cienc.soc.2016.n30-09>

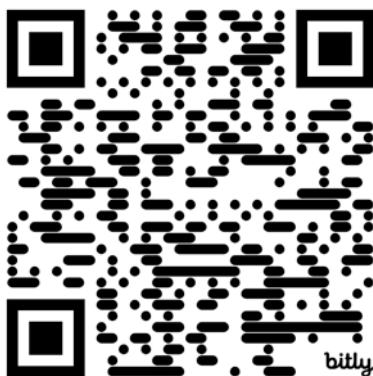
5.3 Tercera publicación

Rodríguez-Urra, C., Trillo-Domínguez, M., & Herrero-Solana, V. (2024). Hyperlocal journalism in the face of the advance of news deserts: scoping review. *Media International Australia*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/1329878X241265831>



Índices de calidad:

Q1 Scopus Citescore 2023, Communication 42/511
Q1 Scopus Citescore 2023, Cultural Studies 12/1304
Q1 SCImago Journal Rank 2023, Communication 78/493
Q1 SCImago Journal Rank 2023, Cultural Studies 42/1297
Q2 Journal Impact Factor, Communication 91/227



Hyperlocal journalism in the fase of the advance of news deserts: scoping review

Abstract

Hyperlocal media ecosystems have attracted increasing academic interest due to the impact of the Internet and social networks, and even more so due to concerns about the vitality of journalism in contexts of press decline with a clear lack of availability and quality of information. This study reviews the field of ‘news deserts’ from the perspective of ‘hyperlocal journalism’ until earlier 2023 in major scientific databases to identify the main fronts, challenges and opportunities. This emerging concept indicates a growing global concern about the disappearance of local media, leaving areas isolated in informational, social and cultural dimensions. The study shows the United States, United Kingdom and Australia with the largest presence, followed by Spain and Scandinavia, while it is beginning to set the public and media agenda in Latin America. We found six research fronts: Studies on audiences, Citizen journalism, Enterprise and business models, Hyperlocal media stage, News deserts and Methodological proposals.

Introduction

News deserts are becoming a global threat due to the challenges of meeting citizens’ informational needs within local contexts. This is caused by the weakening of news organisations and the progres-sive disappearance of local media from the local ecosystem. The collateral damage to communities is cultural, social, civic and economic, and it could potentially affect democracy. On this front, hyperlocal media have received attention as a possible solution to this problem.

This investigation focuses on the long-standing field of research in Social Sciences and Communication, specifically hyperlocal journalism (Barnes et al., 2022; Harte et al., 2017; Van Kerkhoven and Bakker, 2015), in the context of emerging ‘news deserts’ (El-Damanhoury et al., 2022; Karlsson and Rowe, 2019; Magasic and Hess, 2021; Gulyas et al., 2023; Negreira-Rey et al., 2023; Van Kerkhoven, 2020).

At a time of intense globalisation and reconfiguration of large media groups, also from local journalism (Berger, 2009; Harte et al., 2019), there is an adaptation to the new contexts and a growing concern surrounding the appearance of regions at the margins of the professional exercise of journalism, with a lack of ethical, responsible and committed perspective to its territory.

The absence of a media that fulfils its role as a check and balance results in the weakening of democratic values (Firmstone, 2016). We are facing changes driven by technological disruption and new audience consumption habits that are particularly relevant in local media ecosystems (Hess and Waller, 2014; MacCollough et al., 2017), in a ‘glocal’ (Wellman, 2002) context in the sense of local journalism that is simultaneously global (De Mendonça and Brito-Batista, 2021; Harte et al., 2019) with ever more geographic and population

environments in situations of news isolation (Mathews, 2022; Nygren et al., 2018; Wenzel, 2018).

Despite the relevance that proximity journalism is acquiring in the new globalised and digital media paradigm, the situation of media in local environments is particularly compromised due to the repercussions of financial crises on smaller newsrooms and, more recently, by the impact of the Covid pandemic across wide territories (Verza et al., 2024). Nonetheless, we are witnessing two turning points (economic crisis and health crisis) that have ultimately led to a reevaluation of proximity journalism (Abernathy, 2020), with an increase in the credibility of professional journalism and an acceleration of structural changes towards digital environments (Newman et al., 2023), despite the persistence of its ‘negative effects’ (Spasov et al., 2024: 24).

In the context of the research developed here, we are witnessing a paradigm shift where the local is being placed not only at the heart of the media system with deep concern in the academic and journalistic fields but also at the public level with the promotion of projects co-financed by institutions such as the European Union (Verza et al., 2024) to understand the extent of the problem and find solutions. Thus, initiatives are being promoted to quantify areas without press presence, assess the states of proximity spheres and propose solutions that highlight the growing relevance of news deserts as a subject of study. On one hand, this represents the utmost expression of the importance of plural and independent information that truly covers the needs of local communities. On the other hand, its weakening contributes to partisan pressures and the proliferation of misinformation in spaces where there is no presence of professional media (Spasov et al., 2024).

Hyperlocal sphere

Looking at the academic literature, we understand hyperlocal journalism to be the professional task carried out in niche geographic spheres (Craft and Davis, 2021), as well as community-focused (Harte et al., 2019: 194) implying units such as neighbourhoods or streets (Hess and Waller, 2017: 43) or very micro, like public buildings (Downman and Murray, 2018: 94). Hyperlocal journalism shares many similarities with the ‘weekly community newspaper’ format due to its intense focus on a specific area (Craft and Davis, 2021: 124). This format was popular in the United States in previous years and remains relevant today (Smith and Schiffman, 2018).

Hess and Waller (2014) and Negreira-Rey and López-García (2021) highlight Schaffer’s report (2007) as a precedent on hyperlocal media, which indicates that the emergence is linked to citizen initiatives in America. These spaces also gained attention for facilitating the development of alter-native projects and can be independent of the traditional media structure. Blogs were emblematic in community contexts in the first digital scenario (Gilligan, 2011; Turner and Harte, 2022) and created by users via commercial platforms (Van Dijck, 2009: 54). Citizens are thus able to collaborate, produce and distribute news in a media ecosystem with fewer barriers to entry (Carson et al., 2016: 141), amongst which historically marginalised groups such as ethnic minorities can be part of media ecosystems (Zhang, 2020).

As virtual spaces proliferate, researchers have addressed ‘hyperlocal’ as a news alternative that is distinct from previous media formats (Metzgar et al., 2011). Negreira-Rey and López-García reflect on how researchers have taken an early interest in analysing the new reality of hyperlocal media (2021: 8) which can also be studied in the context of media ownership concentration (Rodríguez-Urra et al., 2023b) which is widespread in certain regions such as Latin America (Rodríguez-Urra et al., 2023a) or the United States with the rise of the so-called ‘new media barons’ (Abernathy, 2016).

This field of study aims to comprehend the media’s role in the lives of individuals residing in the areas of coverage. In such proximity contexts, the media shapes the nearby reality by producing and disseminating news messages, leading to discussions and renegotiations of shared symbols (Lowrey et al., 2008).

The interaction between media and inhabitants is direct in hyperlocal spheres (Harte et al., 2017). The community seeks to be understood and appreciated for its values, as well as to offer solutions (Nielsen, 2015: 13). This objective aims to promote responsible journalism, as discussed by Tenor (2018), and highlights the role of watchdogs and non-profit organisations in both Australian (Hess and Waller, 2017) and American (Crittenden and Haywood, 2020) academia, concerning the community in general and vibrant communities in particular (Backhaus, 2023).

Data journalism is a form of in-depth reporting for local media (Borges-Rey, 2020) and an engaging experience related to hyperlocal sphere, similar to constructive and solutions journalism. According to Casares (2021), constructive journalism has the potential to drive social transformation, while Weder (2020) suggests that solutions journalism can assist communities in addressing environmental problems and conflicts. Liza Gross from the Solution Journalism Network suggests that this model of journalistic proximity can establish local media as a trustworthy source of accurate information (2020: 22). Journalism is increasingly addressing the phenomenon of ‘news avoidance’ (Toff et al., 2023), which poses a growing challenge alongside disinformation.

Hyperlocal media can gain the loyalty of new readers and translate it into interaction (Carson et al., 2016). This success can be replicated from the community newspaper formula, which creates ‘greater reader engagement’ (Abernathy, 2014: 122) from a sense of belonging. A sense of identity is important in local affairs in terms of grouping people together. Depending on an individual’s beliefs or interactions with others, they may or may not feel a part of the ‘community’ as it is constructed by a series of discourses on society around social capital (Hess and Waller, 2017). Therefore, the term ‘community’ extends beyond geographical boundaries (Gilligan, 2011) and can even be applied to online platforms due to the flat hierarchies and complex social structures found in the digital sphere (Wellman, 2002).

Hyperlocal media has become increasingly complex in comparison to the pre-digital age (Nygren et al., 2018: 13). This is relevant to the role of social networks as news platforms linked to the local/community task. Referring to Nah and Chung’s (2020) discussion of ‘civil society’ and ‘public spheres’ as spaces for democratic debate, social platforms like Facebook serve the same purpose for individuals (Turner, 2021: 5).

The news deserts outbreak

While hyperlocal media is ambitious (Barnett and Townend, 2015) and relevant due to the proliferation of corporate-related media initiatives, the reality is that there is a worrying progression of areas without local media. Local newspapers, the legacy media closest to us, are disappearing (Mathews, 2022; Nielsen, 2015), and journalism companies are being forced to ‘develop new, previously unexplored business models’ (MacNamara, 2010). This crisis has resulted in what is known as ‘news deserts’, which has drawn academic attention to the media (Gulyas, 2022).

We should remember that ‘democracy begins from a local level’ (Hess and Waller, 2017: 8). Additionally, hyperlocal media can serve as the fourth estate of journalism (Downman and Murray, 2018: 1) with a watchdog role (Albertos, 1992) that is crucial and strategic in local journalism. Its primary function is to ensure the public’s access to information and hold the media accountable through professional journalism.

The closure of spaces results in ‘the deterioration of civic participation’ as Nah and Chung emphasise when they argue that citizen journalism is relevant in spheres of proximity ‘because it is an intersection between journalism, community and democracy’ (2020: 3). Gulyas (2022) also argues that the press is addressed ‘due to its social, political and historical importance’. In fact, other authors as Smethers predicts the ‘inevitable closure of newspapers’ (2021: 393) and suggests that we must now address the consequences.

The expansion of news deserts was initially identified by academia as media deserts from Ferrier (2016). In 2010¹, Ferrier conducted the initial exploration of changes in the U.S. media ecosystems with a geographic focus. Since Abernathy’s pioneering report in 2016, studies on this topic have increased. Abernathy (2020: 38) notes that some newspapers have become shadows of their former selves due to the weakness of the local media system. Research centres such as Northwestern Medill monitor the health of the local press through the Local News Initiative (2024), meanwhile the newspaper industry itself has echoed the phenomenon, with even major newspapers such as The Washington Post (Sullivan, 2022) reporting the closure of ‘two newspapers every week’.

Australia has extremely concerned institutions. According to the Australian Competition and Consumer Commission (ACCC), there are 21 areas with news deserts: 16 are rural and remote areas (2019: 18). Meanwhile, Newsworthy alludes to the COVID-19 crisis as responsible for the ‘acceleration of the problem of news deserts in the Australian sphere’ (Urs and Fang, 2021).

This correlates with the reconfiguration of hyperlocal media ecosystems (El-Damanhoury et al., 2022) along with the fight against disinformation (Turner and Harte, 2022). In contexts such as Global North, there are states that have sought to strengthen these proximity media due to their relevance in communities and cities (Newman et al., 2023).

Civil organisations in the United Kingdom, such as the Charitable Journalism Project, are addressing the effects of the decline in local news provision (Barclay et al., 2022). Simultaneously, the increasing preference of audiences to obtain information from social

media platforms continues to have a detrimental impact on local press (Lines, 2022). In Spain, the depopulation process identified as a contributing risk factor (Negreira-Rey et al., 2023). In this same context, various researchers in the European Union, within the framework of the Local Media for Democracy project, have studied media systems from the perspective of news deserts to understand the factors contributing to their expansion in each national context (Verza et al., 2024). This demonstrates the cross-cutting concern and the joining of efforts to comprehend the implications of the problem.

FOPEA, the Forum for Argentine Journalism in Latin America, shares the same position as well, warning about the vulnerability of local media. According to a report from 2021, only 10% of news ecosystems are in good condition (FOPEA, 2021). Meanwhile, in Venezuela, limited access to information is caused by media censorship (Press and Society Institute of Venezuela, 2020). In Brazil, according to academia, 50 million citizens lack access to radio or television services due to economic recession and geographical inequalities (Lins da Silva and Pimenta, 2020: 50).

There is a transversal interest in understanding the phenomenon. Such concern has justified this study, aimed at analysing the scientific production that has been carried out in the last decade from hyperlocal journalism to the emerging field of news deserts. The following main study objectives have been established:

- O1. Study the dimensions linked to the concepts ‘Hyperlocal’ and ‘News deserts’
- O2. Examine which countries and regions have done the most research
- O3. Identify research fronts via co-word analysis

Methodology

The scoping review methodology is executed due to its ability to verify evidence in a scientific field and clarify key concepts and definitions. This approach allows for the identification and analysis of areas not covered by scientific knowledge (Munn et al., 2018) and the observation of the evolution of academic publications (Lopezosa et al., 2023: 833).

Scoping reviews involve synthesising knowledge from literature using various frameworks to guide researchers in the treatment of scientific information. They are the result of the review effort of research teams and are rigorous and transparent (Pham et al., 2014). Scoping reviews are widely accepted in the academic world because they allow for transparency and reproducibility of systematic procedures and document the validity of review works (Codina et al., 2022: 82).

This method (Figure 1), with a tradition in the health discipline, is also appropriate for Social Sciences and Humanities in order to substantiate states of the matter (Codina et al., 2022). In fact, the scientific production of scoping reviews in journalism and media studies is increasingly frequent (Castells-Fos et al., 2022; Lopezosa et al., 2023; Martin-Neira et al., 2023).

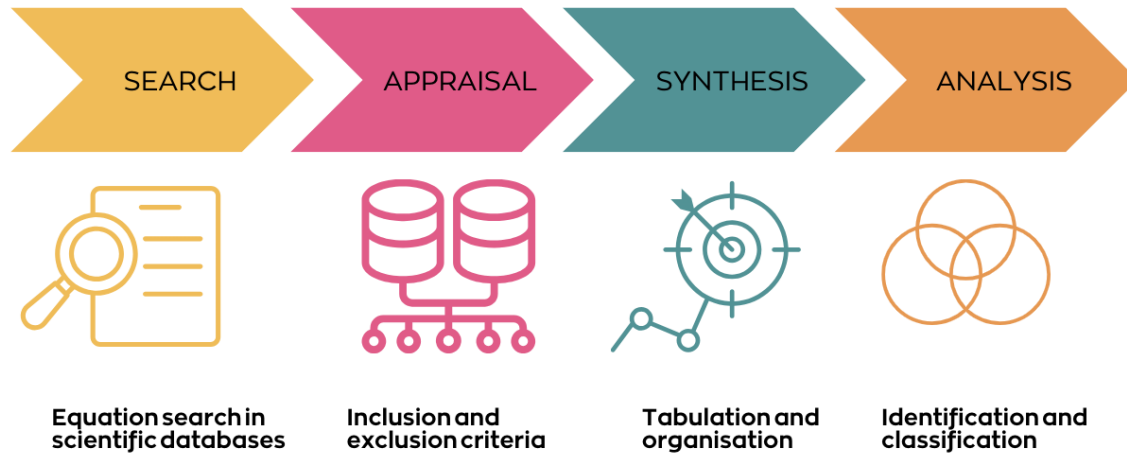


Figure 1. SALSA framework applied in the research (Codina et al. 2022).

Specifically, we adopted the SALSA framework (*Search, Appraisal, Synthesis, Analysis*) pro-posed by Grant and Booth (2009) and subsequently reviewed by Booth (2016). Journalism researchers are increasingly using it to explore the scientific trajectory of specialised topics, such as innovation within editorial departments (Lopezosa et al., 2023), media sustainability through engagement (Castells-Fos et al., 2022) and research trends in science journalism and its relationship to social networks (Martin-Neira et al., 2023).

As we have already stated, our purpose is to understand the development of the concept ‘hyper-local’ in parallel with the worrying and growing global phenomenon of ‘news deserts’. Although works such as that by Negreira-Rey and López-García (2021) address the academic tendencies in regards to hyperlocal media, ‘news deserts’ now present themselves as a possible specific research line. Thus, the emergent nature of the keyword justifies an in-depth treatment as from the applica-tion of the SALSA framework in this work.

The initial research phase, the search, focuses on the equation ‘((“news desert*”) OR (“Hyperlocal*”))’ as it is one of our main research fronts. From this point, we situate a number of related concepts, as we will explain below.

We set the selection criteria for the documents to contain the concepts of the equation in the title, abstract or keywords. The sources were the main interdisciplinary scientific databases Web of Sciences (Clarivate) in the category ‘Communication’ and Scopus (Elsevier) with a query² (Herrero-Solana and Castro-Castro, 2022) that contains journals and publishers specialising in the discipline.

The study time frame covered the period from January 2009 to March 2023, which was a time of significant transformation in the media landscape due to globalisation and digitalisation. This period saw the consolidation of the internet and social networks via mobile devices (Adornato, 2022), as well as technological transformation processes within organisations (Greenway et al., 2018) and new media consumption routines from audiences (Nelson, 2021).

In the evaluation phase (Appraisal), we apply inclusion and exclusion criteria for selecting documents, in particular scientific publications, book chapters and books. This process produced 137 documents in Scopus and 117 in WoS, 254 documents in total.

After a thorough review, we have removed any duplicate or irrelevant documents from this initial figure. This task was facilitated through reference management software such as the desktop version of Mendeley with its duplicate detection tool and Zotero to export the final registry in Excel format. The original number of documents was finally reduced to 124, broken down into 103 scientific journals and 21 book chapters and books.

The next phase focuses on *Synthesis*, whose criterion is the tabulation and organisation of the results to the analysis carried out. Therefore, the registries were placed on an Excel file with document titles, author names, document type, year of publication and access url. The abstracts of the documents were included manually for each row facilitates orientation to the subject.

Lastly, the *Analysis* step focused on a series of tasks such as the development of core ideas for each study and the classification of the documents according to the geographical scope of the researchers' universities.

With the SALSA framework now applied, the study was developed in two dimensions. The first was the confirmation of the subject field from a scientific map to detect both the infrastructure of an area of knowledge and its authors of reference, using objective data that avoid preconceived ideas (Trillo-Domínguez and De-Moya-Anegón, 2022).

A visualisation was carried out based on the co-word analyses of the documents using VOSViewer, an open source tool³ made by the University of Leiden, which pays special attention to the graphical representation of bibliographic maps to show easily interpretable large-scale results (Van Eck and Waltman, 2010) as well as the most significant terms of our dataset. Of a total of 724 words detected, the 160 most frequent were considered. Moreover, all *Hyperlocal* related words were grouped.

The second aspect to be developed focused on a manual review for each document to identify the characteristics of the subject field such as the continents and countries of origin of the researchers, considering academic affiliation. We thus sought to discover the territories that deal most with the *Hyperlocal* and *News Deserts* domain.

The second classification corresponds to the research fronts present in the academic studies, interpreted from the automatic clustering of VOSViewer of the 36 most reiterated *terms* of the group. A manual review was therefore carried out on the database to classify the documents from these fronts, considering the overlap between different co-keywords and the individual nature of each investigation. For the graphical representation, we used the open source Scimago Graphica software⁴.

Results

In Figure 2, we show a general overview of the evolution of the documents that address the ‘hyper-local’ and ‘news deserts’ domain. There is a breakdown of the trajectory by year to ascertain the evolution of the concepts. In each of the bars, the proportion of documents belonging to the main research fronts is observed.

From a quantitative perspective, we can appreciate how there has been a constant evolution over the years of the research fronts, which demonstrates a growing interest from the scientific world in understanding areas of proximity prior to the national domain such as hyperlocal, local, community or regional spheres in which journalism is carried out and where the media operate.

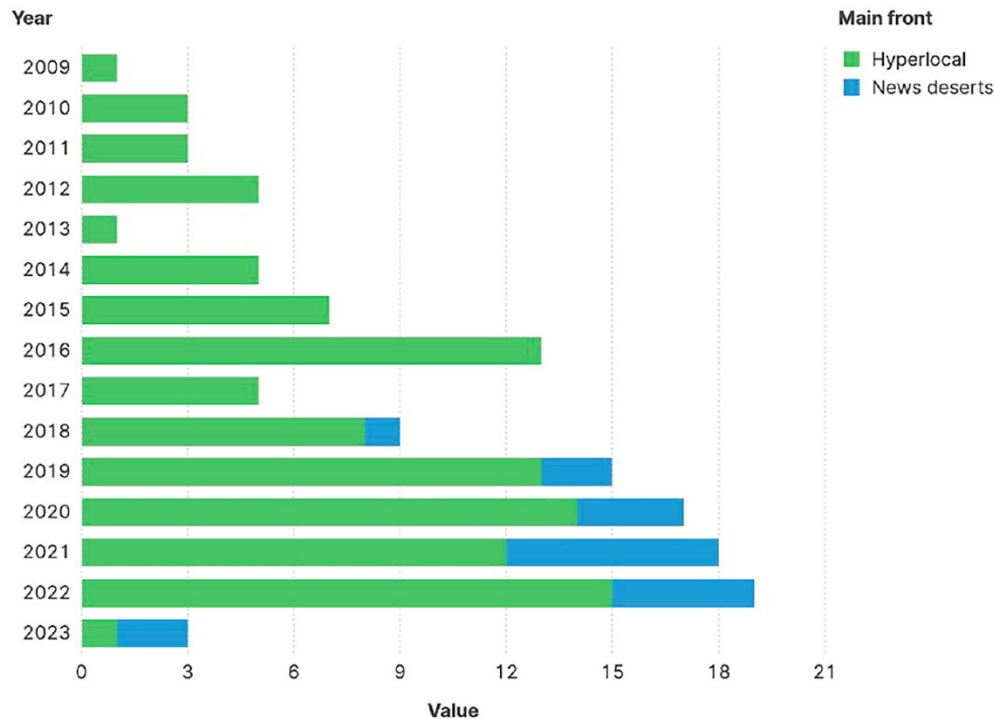


Figure 2. Temporal evolution.

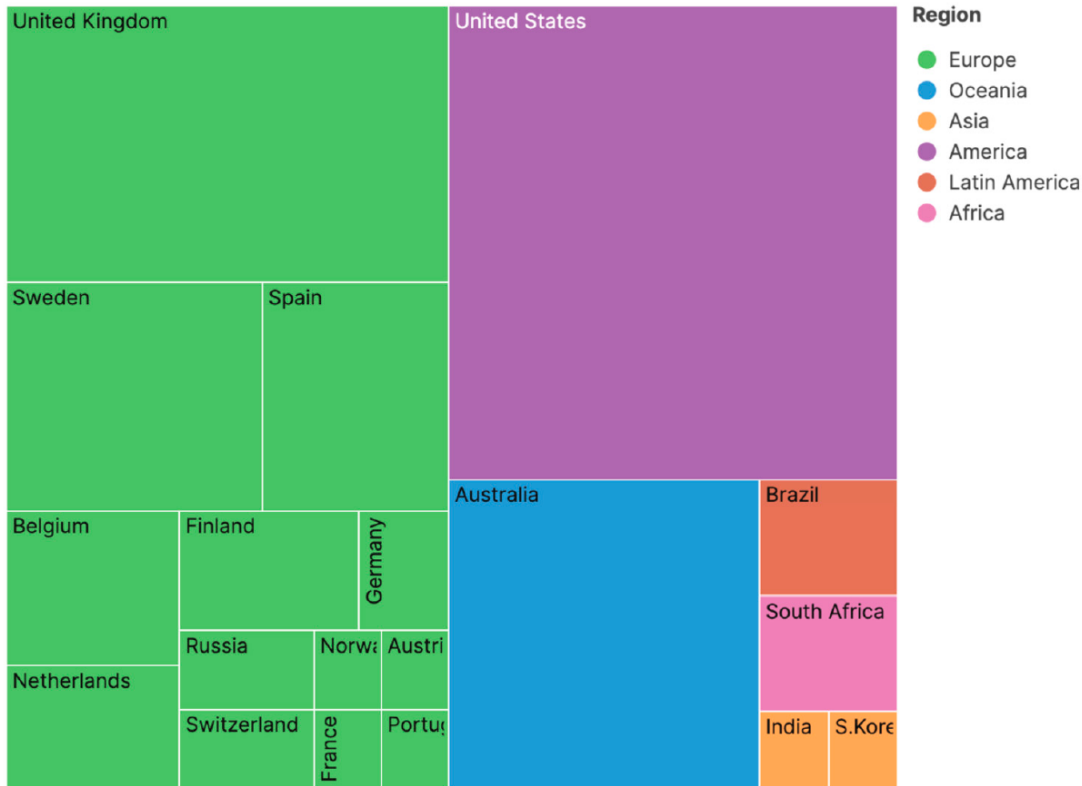


Figure 3. Treemap by countries of origin.

The evolution of the domain is noteworthy, considering the consistency observed both in the *hyperlocal* and *news deserts* studies from 2019 to the present. This statement acknowledges the significance of news deserts.

In Figure 3, we identify 19 countries distributed throughout six geographical spheres from the academic affiliation of the researchers. Europe has the highest volume of study objects (49.62%), followed by the United States with 30.5%. Remaining regions appear more collateral, such as Oceania (13.74%) with Australia as a territory with its own line of development, and with an in-depth study of the proximity spheres, Latin America and Africa with 2.29% in the two cases and Asia (1.53%).

In Figure 4, we can see the main clusters identified in our scoping review and their relationships. The one with the greatest volume is coloured red and contains 23 items. It is associated with a technical profile for the study of audiences in the local plane. In this first cluster, its main co-words are *local journalism* and *local media*. Commitment to audiences and specialities such as solutions or investigative journalism from the local perspective particularly stands out. The ‘regional’ sphere is noteworthy, being a contribution from Australian academia to delimit case studies.

The technical profile is connected to solutions journalism and social change, and the impact on the hyperlocal plane from global contingencies such as COVID-19. This cluster is strongly linked to others, from newspapers to audiences and ecology of media, and the importance of

communities and data journalism associated with community journalism and digital journalism.

Cluster 2, coloured green with 17 key concepts, is specific to community journalism and new media. Community media become relevant from the digital device, to be alternative spaces to traditional formats such as newspapers. The cluster rescues democracy and community news, along with the youth audience in the digital society and journalistic roles.

Another interrelation of interest is the communities with the public sphere, being intertwined with civic engagement. The cluster is connected to others such as methodological aspects, hyperlocal, news deserts and enterprise journalism from digital media.

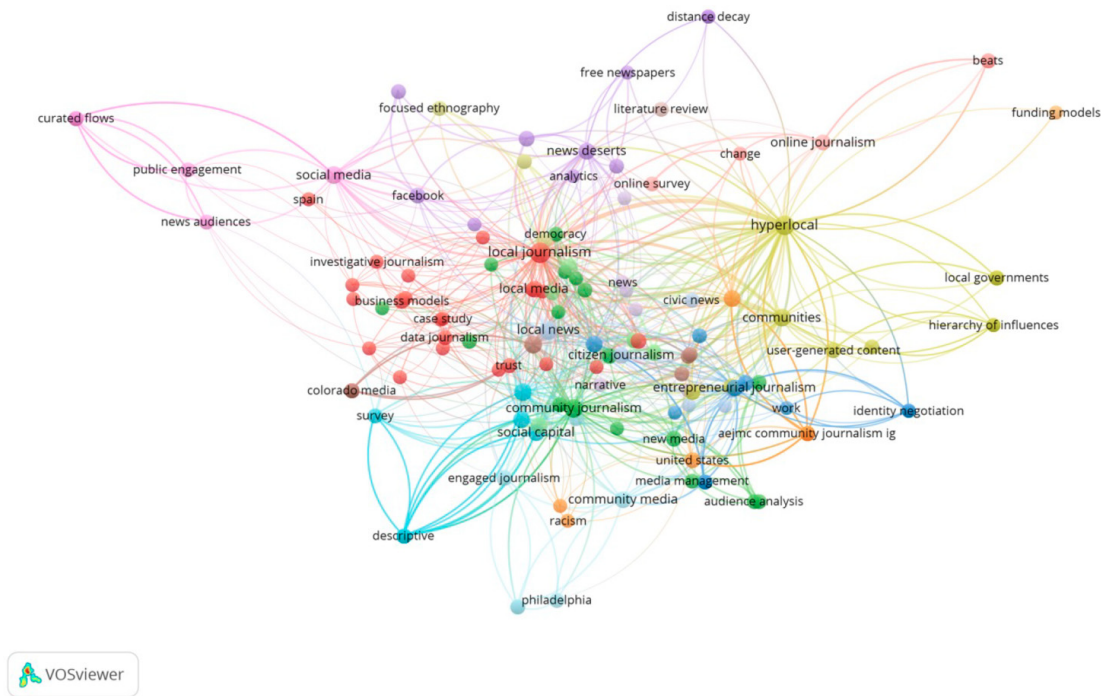


Figure 4. Thematic map by keywords and their relationships.

Cluster 3, coloured blue with 13 terms, is linked to enterprise journalism connected to management, innovation and new sustainability paths. Start-ups and professional work routines are the protagonists. The keyword *identity negotiation* stands out, linked to the term *Hyperlocal*, from cluster 4 where the construction and strengthening of identity between individuals is key for establishing a loyal public.

Cluster 4, coloured yellow with 13 terms, contains the co-word *Hyperlocal* as a media stage of proximity. This term is one of the central axes of the entire map. The keyword *communities* is dominant and is associated with new media and enterprise: it is proof of alternative journalistic initiatives to legacy models through user-generated content. The *regional newspapers*, a concept proposed by Australia, is linked to participative journalism. The cluster is strongly related to the *community journalism* of cluster 2, and *social media*, *local journalism*, *local media* and *news deserts*.

to its scholarly production, which is developing into a global interest: it is very close to the news deserts in our co-word analysis.

Proposed research fronts

From the categorisation of the documents and co-words from a thematic viewpoint, we identify six research fronts:

The proposed research fronts are named based on the most commonly recurring elements we have identified. When classifying each document in the proposed research fronts, we then observe a general overview of these within the hyperlocal and news deserts domain:

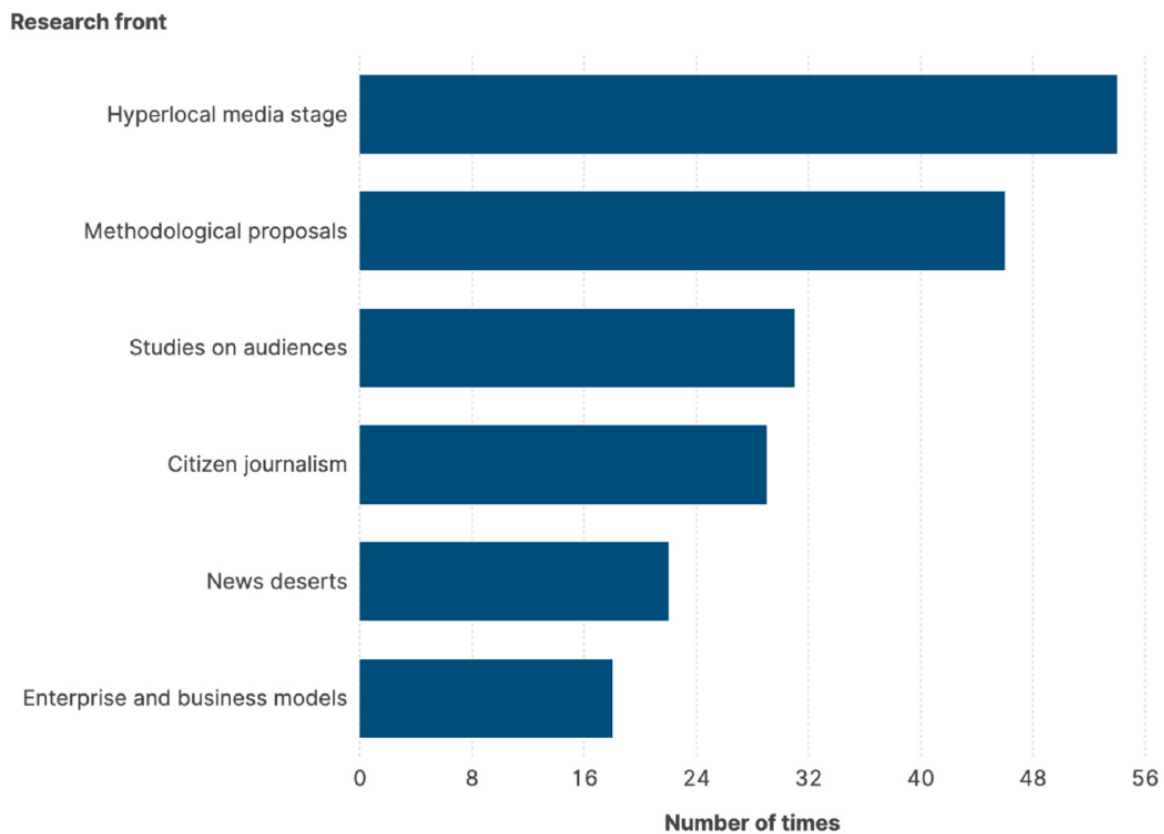


Figure 6. Volume of each research front.

We have obtained six research fronts from our interpretation (Figure 6). The ‘hyperlocal media stage’ is more present with 27% of the total, followed by 23% of ‘Methodological proposals’. Following these are ‘Studies on audiences’ with 15%, ‘Citizen journalism’ with 14.5%, ‘News deserts’ with 11% and ‘Enterprise and business models’ with 9%.

Discussion

Global north and global south

The hyperlocal front is fully consolidated, with studies since 2009, whereas news deserts is emerging front since 2020, which has been clearly intensified due to digitalisation and Covid-19 impact.

The research trend is particularly concentrated in the United States, and other relevant distributed amongst European countries and Oceania, with Australia being an indicator of the phenomenon. This relates to Negreira-Rey y López-García (2021) by pointing these territories as leaders in scientific production on the hyperlocal. Similarly, Harte (2019) highlights the pioneering role of American academia.

Another group of countries came from the developing world. Despite the push from institutions and the media to explain news deserts, academia has not produced enough relevant studies. In fact, the scientific production available provides highly specific explanations, such as *Atlas da Notícia* by Lins da Silva and Pimenta, which was inspired by U.S. projects (2020: 49). This suggests that the references are taken from spheres with extensive coverage.

This is related to reflections from Latin America by Brazilian academics and a ‘seldom recognised importance’ (De Mendonça y Brito-Batista, 2021: 379) of hyperlocal media, as well as the Chilean context of press concentration, which leads researchers to pay more attention to national press referents than to hyperlocal ones (Rodríguez-Urra et al., 2023b).

This region is represented by Brazil with three documents. Similar trends are observed in other regions, with three studies from South Africa in Africa and one each from South Korea and India in Asia. It should be noted that our co-word analysis did not identify any other territories.

A gap between the two hemispheres has been identified. According to technical reports (Newman et al., 2023), public institutions in the northern hemisphere and Australia are concerned about the health of local and hyperlocal systems due to a greater institutional tradition that is projected towards the academy. In contrast, state initiatives in the Global South are infrequent, which is linked to low scientific production.

Identified fronts

The research fronts can be divided into six main clusters (Table 1). While all of the fronts are relevant, some are more connected to our study’s objectives regarding hyperlocal and news deserts. This co-word has clear coverage from these two main fronts.

The hyperlocal media front is the most frequent and well-established, while news deserts, although an emerging front, are noteworthy in qualitative terms due to the evolution of the phenomenon (Table 2).

The second most common front is methodological proposals, with constant updates and new approaches for studying the objects of research. Several studies refer to themselves for employing innovative approaches (Borges-Rey, 2020; Firmstone, 2016), mixed methods (Zhang, 2020) or multicase analyses between countries (Weder, 2020), which would explain

different contextual relationships between them on our thematic map. We also find classic techniques from the qualitative sphere (Crittenden and Haywood, 2020; Mathews, 2022), which stand out amongst the frequent terms.

Table 1. Proposed research fronts.

Cluster no.	Research front
1	Studies on audiences
2	Citizen journalism
3	Enterprise and business models
4	Hyperlocal media stage
5	News deserts
6	Methodological proposals

Source: Own creation.

Table 2. Proposed research fronts by word frequency.

Research fronts	No. times in documents
Hyperlocal media stage	54
Methodological proposals	46
Studies on audiences	31
Citizen journalism	29
News deserts	22
Enterprise and business models	18
Total	200

Source: Own creation.

Audiences are also prominent on our map. Public engagement is studied from both digital media and social networks, as well as print media as a classic format studied for its efforts to rescue the needs of the community public (Barnes et al., 2022). This cluster connects more to business models, an aspect that shows how the hyperlocal ‘is a special brand of local news from alternative companies’ (Van Kerkhoven, 2020: 250) with potential for the subsistence of news companies (Wenzel, 2018). In regards to the crisis of local media, this reality ‘has stimulated innovation’ (El-Damanhoury et al., 2022: 6).

Particular concern are *news gaps* and *distance decay* in zones with news isolation. Here, news deserts are involved with neglected audiences (Finneman et al., 2022: 340). This issue can be addressed by creating reciprocal relationships between media and audiences (Harte et al., 2017) through citizen journalism as part of the hyperlocal sphere.

Nah and Chung (2020) argue that these concepts are important on our map due to their connection to civic participation. Turner and Harte (2022: 54) also link them to public service-oriented operations. MacCollough et al. (2017: 4) state that research on news audiences has examined the relationship between the news media and the ‘public connection’ necessary for democracy.

Citizen journalism is projected to the internet sphere with a digital society developed from the hyperlocal plane: it is the ‘hyperlocalism’ from cybernetic social networks put forward by Berger (2009) and the deepening of social interactions through new media, with digital media, according to Metzgar (2011), as an alternative to conventional media. This approach has paved the way for subsequent multimodal development in the hyperlocal stage.

There is an academic discussion about the decline of local press, which has led to increased attention on hyperlocal journalism (Turner and Harte 2022: 190). This aligns with Abernathy’s research on news deserts (2016; 2020). Local journalism, with its diverse interpretations (Gulyas, 2022: 16), serves as a starting point for redirecting the academic discussion towards hyperlocal journalism and is in line with Nygren (2018) when notes that hyperlocal is an underresearched area of local media ecologies.

According to Downman and Murray (2018), framing in terms of hyperlocal principles provides a flexible platform for exploring diversity, which correlates with the identified fronts. For these authors, audiences and investments are necessary core principles. Additionally, social capital (Harte et al., 2019; Hess and Waller, 2017), user-generated content (Schaffer, 2007) and civic engagement (Metzgar et al., 2011; Nielsen, 2015) are also important for communities. However, the local press is facing withdrawal (Harte et al., 2019). Negreira-Rey and López-García focus on business models, relationships with the audience and citizen participation (2021). According to Nygren (2018), the hyperlocal sphere will become increasingly relevant.

Our specific proposal of ‘methodological approaches’ is relevant. Several researchers suggest that hyperlocal research (Negreira-Rey and López-García, 2021; Turner and Harte, 2022) and news deserts (Gulyas, 2022; 2023; Abernathy, 2020) have varied interpretations.

Route and definitions

For hyperlocal front, to provide ‘a blanket definition (...) is not always helpful and risks limiting the potential of this field’ (Downman and Murray, 2018: 22) because of the difficulties to generalise about the focus, form and size (Barnett and Townend, 2015). However, these has been commonly thought to be the future of journalism (Metzgar et al., 2011; Carson et al., 2016; Downman and Murray, 2018) with future lines of research to be developed (Negreira-Rey and López-García, 2021).

The main conclusions of some research studies are that hyperlocal journalism largely generates trust (Turner and Harte, 2022) with a ‘motivation to inform and serve the community’ (Negreira-Rey and López-García, 2021: 6), capturing the voice of the community when it is questioned, stereotyped and stigmatised by the mainstream media (Downman and Murray, 2018). This proximity has a sense of mediatised community identity, which is a rich and complex construction (Backhaus, 2023) that involves power negotiations vis-à-vis mass journalism (Borges-Rey, 2020). In relation to news avoidance (Toff et al., 2023), the above approaches would be effective in addressing this challenge. There is an idealisation of hyperlocal journalism while it faces many challenges in fulfilling its watchdog function (Harte et al., 2017), due to the economic difficulties in finding a profitable business

model when operating in a very small market: publicly funded support can help strengthen these media (Tenor, 2018).

In summary, the ‘hyperlocal journalism’ refers to a community-focused approach to safeguarding democracy by promoting civic engagement and commitment to strengthening the public sphere.

Several approaches are used to study news deserts. One is to focus on ‘news gaps’, which refer to areas without a dedicated local news service, as an example in rural journalism with the withdrawal of a newspaper from an Australian town (Magasic and Hess, 2021). According to Karlsson and Rowe (2019), hyperlocal media may be better suited to filling some of these gaps than other types of media. Additionally, Finneman notes a decline in minority press as well as conventional media (2022), while Lins da Silva and Pimenta’s (2020) analysis of both conventional and digital media formats on a national scale. As Gulyas (2023) note, the definition and approach of news deserts varies depending on the setting and context.

Gulyas (2022) says that ‘local news deserts generally refer to the lack of, or diminished availability, access to or use of, local news or media to a community in a geographic area’, referring to updated reviews (Negreira-Rey et al., 2023) that highlight the geographic and community niche as a recurrent aspect. We should not overlook Abernathy’s earlier statements defining news deserts as areas without newspapers and the new barons threatening local media (2016) to now include communities facing a significant decline in access to information that fuels grassroots democracy (2020). In summary, news deserts ‘is a powerful concept that can speak to academic and non-academic audiences’ (Gulyas et al., 2023: 287).

Community-centered journalism intertwines the hyperlocal sphere and news deserts, committed to resolving inequalities in information access. To ensure a plurality of voices, it is necessary to counteract the weakening of public spheres and the opportunities for hyperlocal entrepreneurship, which may involve large media conglomerates or official sources from local administrations or political parties (Nielsen, 2015; Abernathy, 2020; Karlsson and Rowe, 2019). Thus, it is important to note the existence of a ‘plurality mirage’ when conglomerates control all media outlets in a given city. Simply having a large number of media outlets does not necessarily ensure a diversity of information.

Conclusions

The multimodal evolution of the concepts ‘Hyperlocal’ and ‘News deserts’, grouped in our co-word analysis and as the main research objective set out in this study, have a considerable presence in the main global scientific repositories. The first scenario on the hyperlocal is linked to exploratory approaches as a result of the emergence of virtual and niche communities in user-generated content, for the methodologies to then in subsequent years to become extensive for analysing technical and social impacts in specific contexts of journalism and communities. We have one of the most consolidated research fronts in terms of coverage and registries.

News deserts is an emerging concept with wide interest from academia, as proven by its emergence recent years. This research specialisation explores in depth one of the consequences of the media crisis in spheres of proximity. Thanks to the scoping review, we have been able to establish definitions of hyperlocal and news deserts and their quantification, discovering the proposals of various authors in this regards both in terms of concepts themselves and in the geographical delimitations and approaches for tackling the matter.

Concern about press retreat and its plurality is growing, connected to the weakness of local democratic systems and community identity. New formulas are being projected to resolve the proliferation of these deserts, while at the same time they are being studied to assess their true impact. These explorations are part of a discussion and debate in full development that encompasses the health of media ecosystems.

These two concepts with scientific production are leading the research agenda. Co-word analysis studies overlap while their coverages are able to complement each other, presenting the sphere of proximity as fertile ground for tackling the present and future of journalism, together with challenges and opportunities, due to their particular degree of proximity.

The special concern for news deserts transcends national borders. We observe a clear predominance from the United States, which is precisely from where co-word analysis studies originate. This academia has influenced important scientific debates and publications, fostering authentic debate and projecting a dialogue with global impact.

Western Europe and Scandinavia in particular, as well as Oceania with Australia as a particularly sensitive zone, are configured as other regional poles whose studies have had repercussions in global academia. This interest aligns with technical reports from private and state civil organisations in these regions, concerning news deserts and the presence of groups that bring together hyperlocal media.

In contrast, countries in the developing world considerably lack studies in these communication spheres, where there has either been no discussion from entities or where this has existed it has not managed to be totally accepted in academia.

The research fronts identified are those directly linked to the ‘hyperlocal media stage’ from the characteristics of media systems, ‘methodological proposals’ regarding new study approaches, ‘audience studies’ and their engagement, ‘citizen journalism’ as user-generated content, ‘news deserts’ in the face of the advance of zones without communications media and ‘enterprise and business models’ in the search for sustainability formulas.

These lines of research represent a diverse range of approaches identified through co-word analysis. They form a complex and complete amalgamation of interrelationships. The hyperlocal sphere, along with news deserts as a whole, is projected in academia as fertile ground for studying the future of journalism. This approach allows for the study of the reality closest to citizens and their social dynamics, such as community life in niche geographical sectors. The two lines are united by a commitment to community-focused journalism and a

diverse range of information that upholds democracy, in order to combat the spread of information gaps.

Notes

1. <https://mediadeserts.wordpress.com/about/>.
2. Query available at <https://www.ugr.es/~victorhs/tquery.txt>
3. VOSViewer: <https://www.vosviewer.com/>.
4. Scimago Graphica: <https://www.graphica.app/>

References

- Abernathy, P.M. (2014). *Saving Community Journalism: The Path to Profitability*. The University of North Carolina Press.
- Abernathy, P.M. (2016). *The Rise of a New Media Baron and the Emerging Threat of News Deserts*. The University of North Carolina Press.
- Abernathy, P.M. (2020). *News Deserts and Ghost Newspapers: Will Local News Survive?* The University of North Carolina Press.
- Adornato, A. (2022). *Mobile and social media journalism: a practical guide for multimedia journalism*. (2^a ed). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003186779>
- Albertos, J.L.M. (1992). La Tesis del “perro-guardián”: revisión de una teoría clásica. *Periodística*, 5, 99–110.
- Australian Competition and Consumer Commission. (2019). Digital platforms inquiry: final report. *Reporte n° ACCC06/191545*. <https://www.accc.gov.au/about-us/publications/digital-platforms-inquiry-final-report>
- Backhaus, B. (2023). Connections, community, coconuts: Exploring the history of Regional Community Radio. *Media International Australia* [Preprint]. <https://doi.org/10.1177/1329878x231154686>
- Barclay S, Barnett S, Moore M, et al. (2022). Local News Deserts in the UK: What effect is the decline in provision of local news and information having on communities? Report, Charitable Trust and Charitable Journalism Project, UK.
- Barnes, R., Dugmore, H., English, P., Natoli, R., & Stephens, E. J. (2022). ‘This is ridiculous – I need to start a paper horizontal ellipsis’: an exploration of aims and intentions of regional print proprietors of post-COVID start-up newspapers. *Media International Australia*, (184), 21–34. <https://doi.org/10.1177/1329878X221088047>
- Barnett, S., & Townend, J. (2015). Plurality, policy and the local: can hyperlocals fill the gap? *Journalism Practice*, 9 (3), 332–349.
- Berger, G. (2009). How the internet impacts on exploring paradoxes of the most global Medium in a time of ‘hyperlocalism’. *The International Communication Gazette*, 71(5), 355–371. <https://doi.org/10.1177/1748048509104977>
- Booth, A., Sutton, A., & Papaioannou, D. (2016). *Systematic Approaches to a Successful Literature Review*, 2nd ed. London: Sage Publications Ltd.
- Borges-Rey, E. (2020). Towards an epistemology of data journalism in the devolved nations of the United Kingdom: changes and continuities in materiality, performativity and reflexivity. *Journalism*, 21(7), 915–932. <https://doi.org/10.1177/1464884917693864>
- Carson, A., Muller, D., Martin, J., & Simons, M. (2016). A new symbiosis? Opportunities and challenges to hyperlocal journalism in the digital age. *Media International*

- Australia*, 161(1), 132–146. <https://doi.org/10.1177/1329878X16648390>
- Casares, A. (2021). *La hora del periodismo constructivo*. Ediciones Universidad de Navarra.
- Castells-Fos, L., Pont-Sorribes, C., & Codina, L. (2022). La sostenibilidad de los medios a través de los conceptos de engagement y relevancia: scoping review. *Doxa Comunicación*, 35, 19–38. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n35a1627>
- Codina, L., Lopezosa, C., & Freixa, P. (2022). Scoping reviews en trabajos académicos en comunicación: frameworks y fuentes. En A. Larrondo-Ureta, K. Meso-Ayerdi y S. Peña-Fernández (eds), *XIII Congreso Internacional de Ciberperiodismo*. (pp. 67–85). Universidad del País Vasco.
- Craft, S., & Davis, C.N. (2021). *Principles of American journalism: An Introduction* (3ra ed). Routledge.
- Crittenden, L., & Haywood, A. (2020). Revising legacy media practices to serve hyperlocal information needs of marginalized populations. *Journalism Practice*, 14(5), 608–625. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1759124>
- De Mendonça, T., & Brito-Batista, P.C. (2021). Local radio without borders: the experiment of a small Portuguese broadcaster on the internet. *Brazilian Journalism Research*, 17(2), 376–401. <https://doi.org/10.25200/BJR.v17n2.2021.1324>
- Downman, S., & Murray, R. (2018). *Hyperlocal Journalism and Digital Disruptions: The Journalism Change Agents in Australia and New Zealand*. Routledge.
- El-Damanny K, Coppini D, Johnson B, et al. (2022) Local news in Colorado: comparing journalism quality across four counties. *Journalism Practice* 18(5): 1059–1080. <https://doi.org/10.1080/17512786.2022.2083003>
- Ferrier, M., Sinha, G., & Outrich, M. (2016) Media deserts: Monitoring the changing Media ecosystem. En M. Lloyd y L.A. Friedland (eds) *The Communication Crisis in America, and How to Fix It* (pp. 215–232). Palgrave Macmillan US.
- Finneman, T., Heckman, M., & Walck, P. E. (2022). Reimagining journalistic roles: how student journalists are taking on the U.S. News desert crisis. *Journalism Studies*, 23(3), 338–355. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.2023323>
- Firmstone, J. (2016). Mapping changes in local news. *Journalism Practice*, 10(7), 928–938. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1165136>
- FOPEA (2021) Desiertos informativos en Argentina. Disponible en: <https://desiertosinformativos.fopea.org/>
- Gilligan E (2011) Online publication expands reach of community journalism. *Newspaper Research Journal*, 32(1), 63–70. <https://doi.org/10.1177/073953291103200106>
- Grant, M.J., & Booth, A. (2009). A typology of reviews: an analysis of 14 review types and associated methodologies. *Health Information and Libraries Journal*, 26(2), 91–108. <https://doi.org/10.1111/j.1471-1842.2009.00848.x>
- Greenway, A., Terrett, B., Bracken, M., & Loosemore, T. (2018). *Digital Transformation at Scale : Why the Strategy Is Delivery*. (1ª ed). London Publishing Partnership.
- Gross, L. (2020). 60 preguntas sobre periodismo de soluciones. *Fundación Gabo*. Disponible en: bit.ly/liza_gross
- Gulyas, A. (2022). Local news deserts. En D. Harte y R. Matthews (eds), *Reappraising Local and Community News in the UK: Media, Practice, and Policy* (pp. 16–28). Taylor and Francis.
- Gulyas, A., Jenkins, J., & Bergstrom, A. (2023). Places and spaces without news: the contested phenomenon of news deserts. *Media and Communication*, 11(3), 285–289. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i3.7612>

- Harte, D., Howells, R., & Williams, A. (2019). *Hyperlocal Journalism: The Decline of Local Newspapers and the Rise of Online Community News*. Routledge.
- Harte, D., Williams, A., & Turner, J. (2017). Reciprocity and the hyperlocal journalist. *Journalism Practice*, 11(2-3), 160–176. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1219963>
- Herrero-Solana, V., Castro-Castro, C. (2022). Telegram channels and bots: a ranking of media outlets based in Spain. *Societies*, 12(164), 1–13. <https://doi.org/10.3390/soc12060164>
- Hess, K., & Waller, L. (2014). Geo-social: journalism. *Journalism Practice*, 8(2), 121–136. <https://doi.org/10.1080/17512786.2013.859825>
- Hess, K., & Waller, L. (2017). *Local Journalism in a digital world*. (1ª ed). Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/978-1-137-50478-4>
- Karlsson, M., & Rowe, E.H. (2019). Local journalism when the journalists leave town: probing the news gap that hyperlocal media are supposed to fill. *Nordicom Review*, 40(S2), 15–29. <https://doi.org/10.2478/nor-2019-0025>
- Lines, C. (2022). UK towns have become ‘news deserts’ as people get their news from Facebook rather local papers. Disponible en: <https://www.city.ac.uk/news-and-events/news/2022/06/uk-towns-have-become-news-deserts-as-people-get-their-news-from-facebook-rather-local-papers>
- Lins da Silva, C.E., & Pimenta, A. (2020) Local news deserts in Brazil: Historical and contemporary perspectives. En A. Gulyas, y D. Baines (eds), *The Routledge Companion to Local Media and Journalism* (pp. 44–53). Taylor and Francis.
- Lopezosa, C., Codina, L., Fernández-Planells, A., & Freixa, P. (2023). Journalistic innovation: how new formats of digital journalism are perceived in the academic literature. *Journalism*, 24(4), 821–838. <https://doi.org/10.1177/14648849211033434>
- Lowrey, W., Brozana, A., & Mackay, J.B. (2008). Toward a measure of community journalism. *Mass Communication and Society*, 11(3), 275–299. <https://doi.org/10.1080/15205430701668105>
- McCollough, K., Crowell, J.K., & Napoli, P.M. (2017). Portrait of the online local news audience. *Digital Journalism*, 5(1), 100–118. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1152160>
- McNamara, J. (2010). Remodelling media: the urgent search for new media business models. *Media International Australia*, 137, 20–35. <https://doi.org/10.1177/1329878X1013700104>
- Magasic, M., & Hess, K. (2021). Mining a news desert: the impact of a local newspaper’s closure on political participation and engagement in the rural Australian town of lightning ridge. *Australian Journalism Review*, 43(1), 99–114. https://doi.org/10.1386/ajr_00059_7
- Martin-Neira J.I., Trillo-Domínguez, M., & Olvera-Lobo, M.D. (2023). Social networks as a vehicle for science journalism. Scoping Review. *Index.Comunicacion*, 13(1), 105–127. <https://doi.org/10.33732/ixc/13/01Lasred>
- Mathews, N. (2022). Life in a news desert: the perceived impact of a newspaper closure on community members. *Journalism*, 23(6), 1250–1265. <https://doi.org/10.1177/1464884920957885>
- Metzgar, E.T., Kurpius, D.D., & Rowley, K.M. (2011). Defining hyperlocal media: proposing a framework for discussion. *New Media and Society*, 13(5), 772–787. <https://doi.org/10.1177/1461444810385095>

- Munn, Z., Peters, M.D.J., Stern, C., Tufanaru, C., McArthur, A., & Aromataris, E. (2018). Systematic review or scoping review? Guidance for authors when choosing between a systematic or scoping review approach. *BMC Medical Research Methodology*, 18(143). <https://doi.org/10.1186/s12874-018-0611-x>
- Nah, S., & Chung, D.S. (2020). *Understanding Citizen Journalism as Civic Participation*. Routledge.
- Negreira-Rey MC, López-García X (2021) A decade of research on hyperlocal media: an international approach to a new media model. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 11(3), e202111. <https://doi.org/10.30935/ojcm111082>
- Negreira-Rey, M.C., Vázquez-Herrero, J., & López-García, X. (2023). No people, no news: news deserts and areas at risk in Spain. *Media and Communication*, 11(3), 293–303. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i3.6727>
- Nelson, J.L. (2021). *Imagined Audiences: How Journalists Perceive and Pursue the Public*. Oxford University Press.
- Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C.T & Nielsen, R.K. (2023). *Reuters Institute Digital News Report 2023*. University of Oxford.
- Nielsen, R.K. (2015). Introduction: The uncertain future of local journalism. En R.K. Nielsen (ed), *Local Journalism: The Decline of Newspapers and the Rise of Digital media* (pp. 1–25). I.B Tauris.
- Northwestern Medill Local News Initiative. (2024). The State of Local News Project. <https://localnewsinitiative.northwestern.edu/projects/state-of-local-news/>
- Nygren, G., Leckner, S., & Tenor, C. (2018). Hyperlocals and legacy media: media ecologies in transition. *Nordicom Review*, 39(1), 33–49. <https://doi.org/10.1515/nor-2017-0419>
- Pham, M.T., Rajić, A., Greig, J.D., Sargeant, J.M, Papadopoulos, A., & McEwen, S.A. (2014). A scoping review of scoping reviews: advancing the approach and enhancing the consistency. *Research Synthesis Methods*, 5(4), 371–385. <https://doi.org/10.1002/jrsm.1123>
- Press and Society Institute of Venezuela. (2020). Más de 5 millones de venezolanos viven en desiertos de noticias. Disponible en: <https://ipysvenezuela.org/desierto-de-noticias/>
- Rodríguez-Urra, C., Trillo-Domínguez, M., & Herrero-Solana, V. (2023a). Mapa mediático hispanoamericano: una aproximación desde la academia. *Revista de Comunicación*, 22(1), 435–452. <https://doi.org/10.26441/RC22.2-2023-3105>
- Rodríguez-Urra C, Trillo-Domínguez M, Herrero-Solana V (2023b) The irruption of digital natives on the Chilean media landscape: analysis of the academic impact in front of web and social networks (2004-2022). *Brazilian Journalism Research*, 19(1), e1572. <https://doi.org/10.25200/BJR.v19n1.2023.1572>
- Schaffer, J. (2007). *Citizen Media: Fad or the Future of News?* J-Lab.
- Smethers, J.S., Mwangi, S.C., & Bressers, B. (2021). Signal interruption in Baldwin city: filling a communication vacuum in a small town “news desert.”. *Newspaper Research Journal*, 42(3), 379–396. <https://doi.org/10.1177/07395329211030687>
- Smith, C.C., & Schiffman, J.R. (2018). Remaining close to home: small daily newspapers provide (mostly) hyperlocal election news during 2016 elections. *Newspaper Research Journal*, 39(4), 420–432. <https://doi.org/10.1177/0739532918806873>
- Spasov, O., Ognyanova, N., & Daskalova, N. (2024). Bulgaria. En S. Verza, T. Blagojev, D. Borges, J. Kermer, M. Trevisan y U. Reviglio (eds), *Uncovering News Deserts in Europe Risks and Opportunities for Local and Community Media in the EU* (pp. 22–29). European University Institute.

- Sullivan, M. (2022) Every week, two more newspapers close – and ‘news deserts’ grow larger. *The Washington Post*. Disponible en: <https://www.washingtonpost.com/media/2022/06/29/news-deserts-newspapers-democracy/>
- Tenor, C. (2018). Hyperlocal news and Media accountability. *Digital Journalism*, 6(8), 1064–1077. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1503059>
- Toff, B., Palmer, R., & Nielsen, R.K. (2023). *Avoiding the News: Reluctant Audiences for Journalism*. Columbia University Press.
- Trillo-Domínguez, M., De-Moya-Anegón, F. (2022). Map of scientific research on communication in Spain: study fronts and rankings of authors, publications and institutions. *Profesional de La Informacion*, 31(1), 1–23. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.ene.12>
- Turner, J. (2021). “Someone should do something”: exploring public sphere ideals in the audiences of UK hyperlocal Media Facebook pages. *Journalism Studies*, 22(16), 2236–2255. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1991837>
- Turner, J., & Harte, D. (2022). Where’s the fake news in hyperlocal media? Trust amongst citizen journalists and participatory audiences in local Facebook pages. En J. Lynch y C. Rice (eds). *Responsible Journalism in Conflicted Societies* (pp. 44–58). Routledge.
- Urs, S., & Fang, W. (2021). Fight to resurrect local reporting as news deserts multiply. *Newsworthy*. Disponible en: <https://www.newsworthy.org.au/saving-local-media-2653829076.html>
- Van Dijck, J. (2009). Users like you? Theorizing agency in user-generated content. *Media, Culture and Society*, 31(1), 41–58. <https://doi.org/10.1177/0163443708098245>
- Van Eck, N.J., & Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523–538. <https://doi.org/10.1007/s11192-009-0146-3>
- Van Kerkhoven, M. (2020). I’ve started a hyperlocal, so now what? En A. Gulyas y D. Baines (eds). *The Routledge Companion to Local Media and Journalism* (pp. 248–254). Taylor and Francis.
- Van Kerkhoven, M., & Bakker, P. (2015) Hyperlocal with a mission? Motivation, strategy, engagement. En R.K. Nielsen (ed). *Local Journalism: The Decline of Newspapers and the Rise of Digital media* (pp. 185–202). I.B Tauris.
- Verza, S., Blagojev, T., Borges, D., Kermer, J., Trevisan, M., & Reviglio, U. (2024) *Uncovering News Deserts in Europe Risks and Opportunities for Local and Community Media in the EU*. European University Institute.
- Weder, F. (2020). Sparking an interest in local water issues: Social Media as an enabler for (hyper)local community engagement in environmental issues and the role of solution journalism. En J. Díaz-Pont, P. Maesele, A.E Sjölander, M. Mishra y K. Foxwell-Norton (eds) *Global Transformations in Media and Communication Research* (pp. 223–245). Palgrave Macmillan.
- Wellman, B. (2002). Little boxes, glocalization, and networked individualism. En M. Tanabe, P. Besselaar y T. Ishida (eds) *Digital Cities II: Computational and Sociological Approaches*. (pp. 11–25). Springer.
- Wenzel, A. (2018). Engaged journalism in rural communities. *Journalism Practice*, 13(6), 708–722. <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1562360>
- Zhang, C. (2020). Bounding and bonding community: ethnic diversity and the ethic of inclusion in hyperlocal news. *Journalism*, 21(9), 1175–1191.

<https://doi.org/10.1177/1464884917717830>

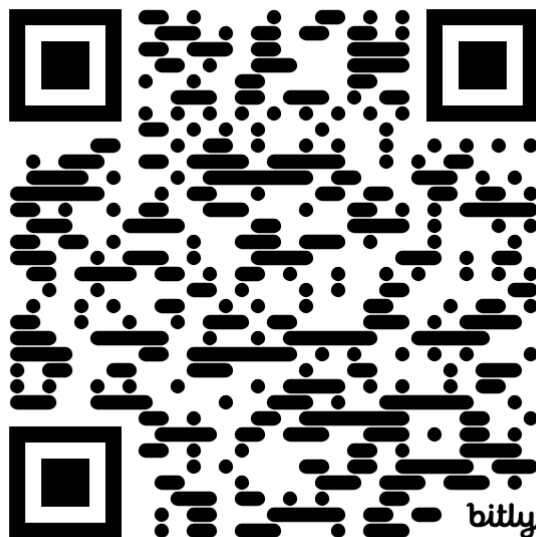
5.4 Cuarta publicación

Rodríguez-Urra, C., Trillo-Domínguez, M., & Herrero-Solana, V. (2024). The spread of news deserts in Chile: The case of the Aysén region. *KOME*. 0(0). URL: <https://hdl.handle.net/10481/95201>



Índices de calidad:

Q3 Scopus Citescore 2023, Communication 270/511
Q2 Scopus Citescore 2023, Linguistics and Language 339/1167
Q3 SCImago Journal Rank 2023, Communication 316/493
Q2 SCImago Journal Rank 2023, Linguistics and Language 507/1297
Q3 Journal Impact Factor, Communication 169/227 - ESCI JIF < 1 (0,6)



The spread of news deserts in Chile: the case of the Aysén region

Abstract: News deserts are geographical contexts with an absence of media in the context of the global crisis of the press. This crisis weakens local citizenship by affecting democracy, social cohesion, and identity. The Aysén region is analysed as a pilot experience using a triangular quantitative and qualitative methodology. First, the research constructs a media map that identifies 20% of the territory at high risk of becoming a news desert, while another 40% is already one. The triggers are the lack of information plurality and digital infrastructure, and the economic difficulties of small media. Second, we combine a non-participant observation experience developed between January and February 2023 with case studies and semi-structured interviews that address the causes of the problem and point to constructive proposals, such as the creation of collaborative networks and the strengthening of mobile journalism and local identity. The work is focused on the Chilean region of Aysén as a case study, but can be extended to other Latin American realities and countries with similar media weaknesses.

Keywords: Chile, news deserts, local journalism, hyperlocal journalism, regional journalism

1. Introduction: Objectives and Research Context

The study of news deserts is emerging globally as a necessary endeavor from both academia and the journalistic industry to understand the repercussions of the retreat and absence of media in regional, local, and hyperlocal areas. An increasing number of researchers are addressing the issue with geographic, temporal, or media content approaches (Abernathy, 2016; Gulyas, 2022; Negreira-Rey et al., 2023; Lins da Silva & Pimenta, 2020; Napoli et al., 2019).

In the context of these new challenges, it is essential to remember that local journalism itself is highly exposed to continuous changes due to the influence of the economy and local politics (Nielsen, 2015), and territorial dynamics, such as population shifts from rural to urban areas (Negreira-Rey et al., 2023). Technological advancements have also impacted the traditional economic model of the industry (Ferrucci & Alaimo, 2020), driven by adjustments in advertising strategies to maximize digital news revenue (Harte et al., 2019) and accelerating the crisis of newspapers in terms of staff and infrastructure availability (Abernathy, 2020).

Gulyas et al., (2023) argues that the definition of new deserts varies according to setting and context, but 'is a powerful concept that can speak to academic and non-academic audiences' (p.287). So there are different approaches to studying news deserts. Abernathy (2016) has been a pioneer in the studies of news deserts by focusing on the identification of areas without local newspapers in the United States and warning of the consequences for the country's democratic quality. For Smethers (2021), newspapers are also essential to the local economies of communities, and thus affect social practices. The lack of pluralism is another critical issue, as revealed by Nielsen (2015) following Friedland (2012) highlighting how local information is devalued when constructed solely from sources from political parties, local governments, or businesses. News deserts thus affect civic coexistence, considering that

democracy "begins at the local level" (Hess & Waller, 2017, p.8) and opens spaces for manipulation, populisms, and polarization (Trillo-Domínguez, 2023). Here, the media plays an important role in the development of the civic participation, which is vital in proximity areas to build and protect public spheres (Nah & Chung, 2020). Other authors also stress the need for information pluralism to combat news deserts (Abernathy, 2020; Karlsson & Rowe, 2019).

These deserts affect "different types of communities to varying degrees" (Napoli et al., 2019, p.1028) with groups composed of historically marginalized minorities and those lacking digital skills (Abernathy, 2020) being the most vulnerable. It is crucial to remember that the relationship between local media and residents is inseparable, as it strengthens local identity and interprets national and global realities within these scales of proximity (Hess & Waller, 2017).

The emergence of COVID-19 has revalued local journalism (Abernathy, 2020) and demonstrated the vital role of community cohesion, a situation fostered by journalistic innovation in practice and closer engagement with audiences (Amigo, 2023; Wahl-Jorgensen et al., 2022). This is reinforced when journalistic practice is linked to place, taking into account the construction of identity that operates in local affairs (Hess & Waller, 2017) and those that can be supported by citizen collaborations at hyperlocal levels (Harte et al., 2019). Therefore, audience knowledge is key to generating quality content to build trust (Adornato, 2022, p. 63) from the reciprocity with communities, an aspect that is very much present in hyperlocal producers (Harte et al., 2019, p.125).

The importance of journalism at regional, local and hyperlocal levels has recently been underpinned by a number of financial support initiatives to ensure its sustainability as in the case in some countries of Europe as United Kingdom (Heawood, 2022; Cheverton 2022) or Sweden (Newman et al., 2023). Publicly funded support can help strengthen it in the case of even smaller media operating at a hyperlocal level, which are often difficult to sustain (Tenor, 2018). Analyzing the tension between old and new media (conventional and digital), we note how technology has impacted journalistic work (Adornato, 2022) with "the impact of internet on journalists' ability to find new and different sources" (Hess & Waller, 2017, p.96) in a context where digital media have experienced a "meteoric rise" (Abernathy, 2020, p.28) due to the rise of small news outlets in the face of the decline of conventional media (Cheverton, 2022). In addition, proximity media seek to be authentic in order to differentiate themselves with a range of motivations (Harte et al., 2019). However, although digital media are pointed out as part of the solution to news deserts (Nygren, 2019; Smethers et al., 2021) due to their low operational costs (Nielsen, 2015, p.7) and even digital media associations such as LION in the United States have been formed to help digital media achieve long-term financial sustainability (Abernathy, 2020, p.46) but it is true that they find their survival hard and challenging in "regions with economic difficulties" (Abernathy, 2020, p.8). Therefore, digital formats have not yet managed to fully strengthen, corresponding to "a type of ephemeral journalism, it is being verified that the lifespan of these media is quite short (Salaverría et al., 2022, p.10) at least in Latin America, a territory also marked by restructuring and the closure of offices press (Suenzo et al., 2020).

In this geographic context, local journalism faces challenges due to the "hegemony of large commercial media conglomerates" (Giovani-Vieira, 2021, p.175), while 'hyperlocal' remains underrecognized (De Mendonça & Brito-Batista, 2021: 379; Rodríguez-Urra et al., 2023b).

Despite these challenges, digital natives have been considered in studies of news deserts (Kizilkaya, 2021; Lins da Silva & Pimenta, 2020). These virtual spaces, along with social platforms, were previously mentioned by Ferrier (2016) in her proposal regarding media deserts and their layered media infrastructure.

Online spaces are increasingly central to proximity journalism, with “young journalists skilled in mobile and social media” (Adornato, 2022, p.59) reflecting a new youth-oriented, digital layer focused on internet access. This trend has led to a “suburbanization of the sphere” (Midões, 2021, p.9), where easier and faster access to media is demanded and achieved.

Concrete precedents in the analysis of news deserts include the work of Lins da Silva and Pimenta (2020) in Latin American academia and studies driven by private initiatives (FOPEA, 2021; IPYS, 2023), reflecting the growing concern in this emerging field. Additionally, studies warn that one-third of newspapers functioning in the United States in 2005 will have disappeared by 2024 (Abernathy, 2023). In Spain, there already exists an initial map of news deserts (Negreira-Rey et al., 2023) from the perspective of depopulation (“España vaciada”). However, the Anglo-Saxon sphere currently leads global research in this area.

In this case, we focus on the Aysén region, a Chilean territory perceived as remote (Núñez-González & Aliste-Almuna, 2014). The territory has been the scene of strong social protests related to “historical deficiencies in infrastructure and social services” (Contreras, 2022, p.4) which fostered a strong union in a context of administrative centralism of the State intensified by territorial isolation. On the other hand, the region also holds interest for social researchers insofar as “horizontal networks that reinforced community collective actions” have been built (Durstun et al., 2016, p.245) with Madipro’s radios (Madre de la Divina Providencia of Vicariate Apostolic of Aysén) founded in the last century with a sense of catholic evangelization for community cohesion (Osorio, 2020), and sharing traits with the Argentine Patagonian culture due to historic migratory phenomena (Carrasco-Urrutia, 2021).

While Chile has historically excelled in Latin America in terms of digital connectivity and innovation (Rodríguez-Urra et al., 2023a), the Aysén region lags behind other territories, as evidenced by Nperf¹ data exploration across the country. It should be noted, however, that a government project called “Fibra Optica Austral”² is currently underway to improve Internet coverage and access in the area.

Furthermore, in Chile there is a context of “press duopoly” by the groups El Mercurio and La Tercera (Newman et al., 2023; Dodds, 2017; Greene et al., 2022) which also have various regional titles with the “90% of the newspapers (...) both are situated on the right end of the political spectrum” (Mellado & Scherman, 2020, p.5). This is a reality that has overshadowed the study of other media, such as regional, local and hyperlocal media in this country (Rodríguez-Urra et al., 2023b). In particular, Chile “has one of the most concentrated media systems in Latin America, characterised by the dominance of private shareholders and commercially oriented content” (Mellado & Cruz, 2024, p.5) where there is a need to “generate a proactive construction to reconnect citizens with professional journalism” (Labrín, 2023, p.121) in the Chilean context. Aysén deserves a closer look, a unique case in Chile, along with the Magallanes region, in the absence of the national press duopoly.

¹ <https://bit.ly/3ufx6nE>

² <http://bit.ly/3TVDQBb>

Given the region's particularities and the growing concern about news deserts, we find it pertinent to develop a pilot research project in the area that can be replicated at other geographical and social scales.

As a starting point, we formulated the following research questions:

1. Is it feasible to construct a regional media map using open data?
2. What economic, technological, and sociocultural situations can we identify as triggering factors for news deserts in the region?
3. Can media outlets mitigate the expansion of news deserts?

These questions serve as the foundation for our investigation into the Aysén region, allowing us to explore the dynamics of information accessibility and the role of media in addressing this critical issue.

Our main objective is to construct a media map of the Aysén region reflecting the advancement of news deserts. Derived from this, our secondary objectives include:

- A) Establishing a methodology for identifying news deserts that can be extrapolated to other Latin American and global contexts.
- B) Analyzing the specific economic, technological, and sociocultural factors that contribute to media abandonment in the Aysén region.
- C) Understanding the routines, singularities, motivations, and constraints of journalistic activity through contributions from professionals working in this unique Chilean region
- D) Proposing a constructive roadmap of possible actions and measures to help curb and reverse the situation.

2. Materials and methods

We propose a triangular methodological approach that begins with an initial quantitative phase based on constructing a dataset³ (Rodríguez-Urra, 2024) of media organizations in the territory, considering their impact on social networks. Additionally, we construct a media map to identify news deserts, in agreement with Gulyas (2022), as a way of approaching the representation of the situation of a territory.

To achieve this, we conducted an extensive search for Chilean media organizations, aggregating them in different formats:

- A) Regional Association of Open Signal Television Channels in Chile (ARCATEL): Comprising 22 regional television channels, ARCATEL represents them at the central and national political level.
- B) National Press Association (ANP): An organization that brings together major Chilean print media, both nationally and regionally.

During the process, we encountered some inconsistencies. We were unable to obtain a list of radio stations affiliated with the Association of Chilean Broadcasters (ARCHI), nor could we communicate with the institution. Regarding digital media, there were limitations due to the

³ <https://zenodo.org/records/13766069>

absence of an entity that aggregates them or provides open reports on digital audiences, a scenario previously highlighted by Rodríguez-Urra (2023b).

Due to these limitations, we expanded our search to other data sources belonging to the State, including regulatory bodies and archives:

- A) National Library (Biblioteca Nacional, BN) and Transparency Portal (Portal de Transparencia): Both institutions use the same registry of regional media. The BN receives voluntary registration requests, which are then forwarded to the Transparency Portal and consolidated in the Registry of Regional Media.
- B) Subsecretariat of Telecommunications (SUBTEL): This entity contains records of registered and approved media for operating sound broadcasting services, community radios, and open television services.
- C) Ministry General Secretariat of the Presidency (SECOM): Administers the 'Fondo de Medios de Comunicación Social' with calls for journalistic projects from regional media. It falls under the Budget Law, Article No. 20, which requires Ministries and Services to allocate at least 40% of the item to media that are not part of conglomerates, holdings, or media chains.
- D) National Cultural Heritage Service (Servicio Nacional de Patrimonio Cultural): The "Bajo la Lupa" project repository contains research conducted to study cultural collections and local identities.
- E) Electoral Service (SERVEL): This institution monitors, supervises, and manages electoral processes. From its reports, it is possible to know the media outlets that are authorized to broadcast electoral propaganda.

To expand our search, we turned to Google to identify local and hyperlocal news spaces with periodic publication. Here, we used a systematic search proposed by Negreira-Rey (2020), a method replicated by Rodríguez-Urra (2023a) for creating a Hispanic-American media map, considering scientific production hosted in major global reference databases. In this case, we adapted and executed the following equations: "news OR media AND (locality); newspaper OR digital newspaper AND (locality); diario AND (locality); radio AND (locality); television OR TV AND (locality); Canal AND (locality)"⁴. While Negreira-Rey (2020) only considered territories with over 20,000 inhabitants for the Spanish context, we did not set population limits due to the low population density of the territory. We excluded media whose addresses or radio/television transmission stations were located in regions outside Aysén. For social media spaces, we considered those with digital presence and a website. We excluded media with non-journalistic focuses, such as exclusively religious, sports, educational, tourist, or environmental media.

The dataset is openly available for download on Zenodo⁵, and includes a total of 63 identified media distributed across the ten municipalities that make up the Aysén region.

The media on the final map were subjected to the social impact criterion, which corresponds to September 2022. This indicator of Rodríguez-Urra (2023b) is composed of data from Twitter (now X), due to its widespread informative use in its early years (Herrero-Solana & Trillo-Domínguez, 2014), whose followers were counted, and Facebook from its

⁴ For each space (locality), the toponym of the commune of the Aysén Region was entered

⁵ <https://zenodo.org/records/13766069>

fan pages. In particular, this social network has a "more consolidated and broader presence in age groups and with greater transversality in all countries" (Rodríguez-Urra et al., 2023b).

The data are visualised using the open-source software Scimago Graphica, a tool that allows us to create graphs that combine information "with a high level of expressiveness and a user-friendly interface" (Hassan-Montero et al., 2022: 2). This exercise allows us to identify the news spaces that receive the most attention from their audiences on social platforms.

This data is also useful in the qualitative methodology, as we know which media are better positioned in the region. We assume that these are relevant institutions in terms of information, so it is a priority to approach them to understand their views and actions in order to understand the factors that cause the emergence of deserts and the possible fight against them.

To conclude the quantitative aspect, we have constructed figures that show the distribution of media formats in cities and formats, as well as the map of the situation of deserts. In doing so, we rely on the *media ecology focused* proposed by Gulyas (2022), approach that examines the availability of media supply in a sub-national territory. This is added to the population projected according to the Library of the National Congress of Chile (BCN).

Table 1. Data for the Aysén Region

Commune	Projected population 2023 (BCN)	Media outlets
Cisnes	5865	8
Guaitecas	1608	4
Aysén	25180	13
Cochrane	3731	3
O'Higgins	672	2
Tortel	582	1
Coyhaique	61885	19
Lago Verde	915	3
Chile Chico	5157	6
Río Ibáñez	2711	4

Source: Own elaboration

This table provides data on the projected population for 2023 and the total number of identified media outlets in various communes of the Aysén Region in Chile. It highlights the variation in population size and media presence across different areas.

We also consider as news deserts those territories where only media outlets dependent on local municipalities operate (Nielsen, 2015; Abernathy, 2020; Karlsson & Rowe, 2019). In such cases, institutional dependence prevails, and a minimum level of informational plurality is not guaranteed. Considering the Aysén reality, we examine the media landscape, taking into account the absence of newspapers (Abernathy, 2016), as well as radios, television stations, and digital media, following the frameworks proposed by Ferrier (2016), Lins da Silva and Pimenta (2020) and Kizilkaya (2021).

The number of identified media outlets correlates with the population, with a predominance of traditional formats. These outlets are part of a complex and unique scenario

shaped by geographical characteristics. Consequently, we propose a new framework for categorizing news deserts:

- **Low Risk:** Assured pluralism, diverse formats, and a medium to high number of media outlets.
- **Moderate Risk:** Assured pluralism, but lacking format diversity, with a medium to high number of media outlets.
- **High Risk:** Unassured pluralism and minimal media diversity.
- **Desert:** Non-existent pluralism and/or an extremely low number of media outlets.

Subsequently, we incorporated qualitative research, including non-participant observation in the region and conducting semi-structured interviews and case studies. We selected a series of media outlets from Puerto Aysén and Coyhaique, including those with high social impact (over 25,000 followers combined on Facebook and Twitter) across print, radio, television, and digital platforms, as well as medium-sized outlets (between 5,000 and 25,000 followers). Based on these parameters, we contacted and collaborated with willing media outlets for the research.

After analyzing metrics and assessing their interest in participating, eleven media outlets ultimately took part in the investigation:

Table 2. List of Media Outlets in the Region and Metrics

Media outlet	Type	Face book	Twitter (X)	Social impact	Commune
Santa María	Radio	49000	28000	High	Coyhaique
Ventisqueros	Radio	2998	6765	Medium	Coyhaique
Santa María	TV	34000	6588	High	Coyhaique
El Divisadero	Printed	34662	13700	High	Coyhaique
Vía Austral	Digital native	114775	5483	High	Coyhaique
Tehuelche Noticias	Digital native	10341	2554	Medium	Coyhaique
Milenaria	Radio	8900	550	Medium	Coyhaique
Las Nieves	Radio	20804	7324	Medium	Aysén
Aysén TV	TV	6763	128	Medium	Aysén
Panorámica Informativa	Digital native	10000	70	Medium	Aysén
ComunicAysén	Digital native	4283	60	Medium	Aysén

Source: Own elaboration

Radio and Television *Santa María*, *El Divisadero*, and *Vía Austral*, identified as media outlets with high social impact, were approached through non-participant observation and semi-structured interviews. For other media outlets, only interviews were conducted⁶.

⁶ <https://zenodo.org/records/13843427>

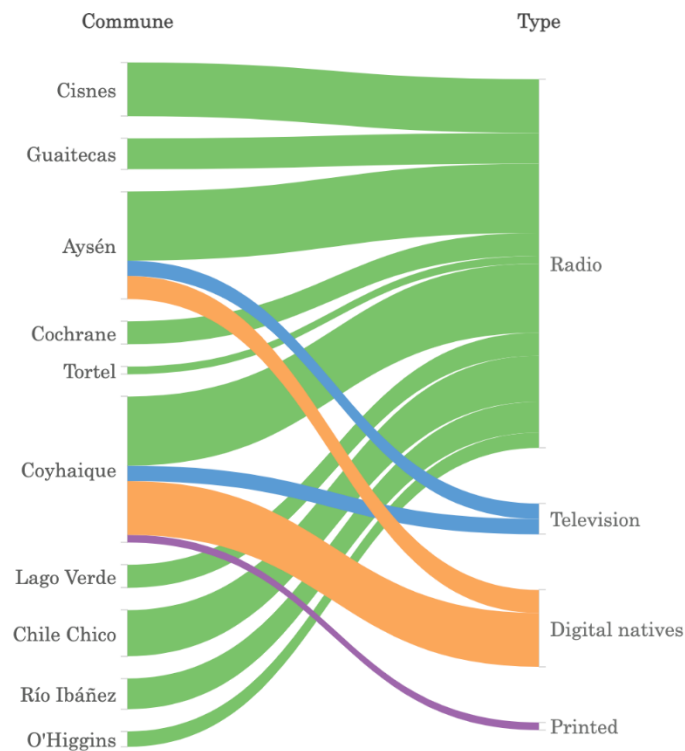
Fieldwork was carried out with the flexibility inherent to such initiatives (Jensen, 2014; Taylor & Bogdan, 2009), adjusting timelines to the dynamics and characteristics of each newsroom.

3. Results

3.1. Characteristics of the media in the Aysén Region

As an initial approach to the phenomenon of news deserts, we present the following graph depicting the distribution of audiences based on media types and geographical zones.

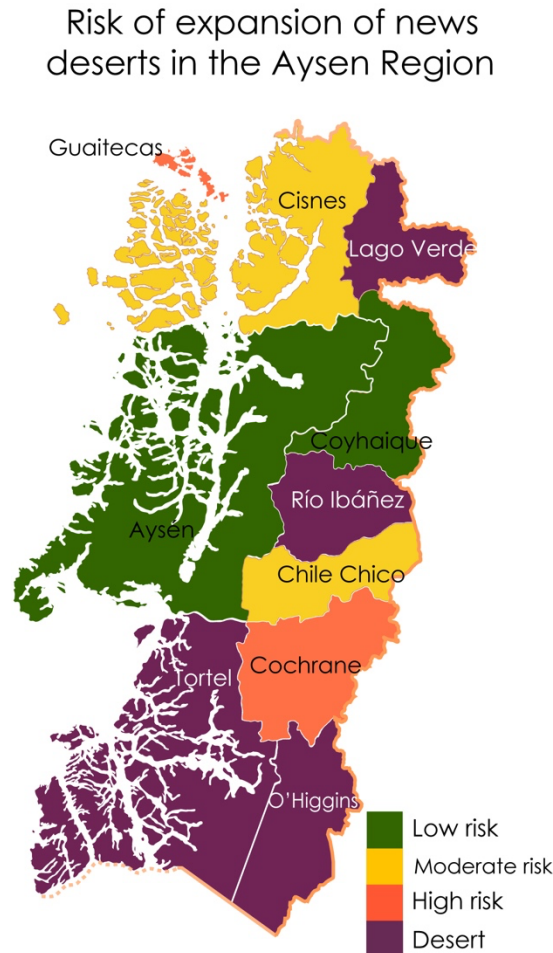
Figure 1: Typology of media in different communes of the Aysén Region



Source: Own elaboration

The 63 cataloged media outlets are primarily concentrated in the cities of Coyhaique (the regional capital) and Puerto Aysén. Radio dominates the region (48 outlets) and is present in all communes, including remote areas with low population density. Radios constitute 76% of the total, followed by digital natives (10 outlets, 16%), four television channels (6%), and one print outlet (2%).

Figure 2: Map of news deserts detected in the Aysén Region



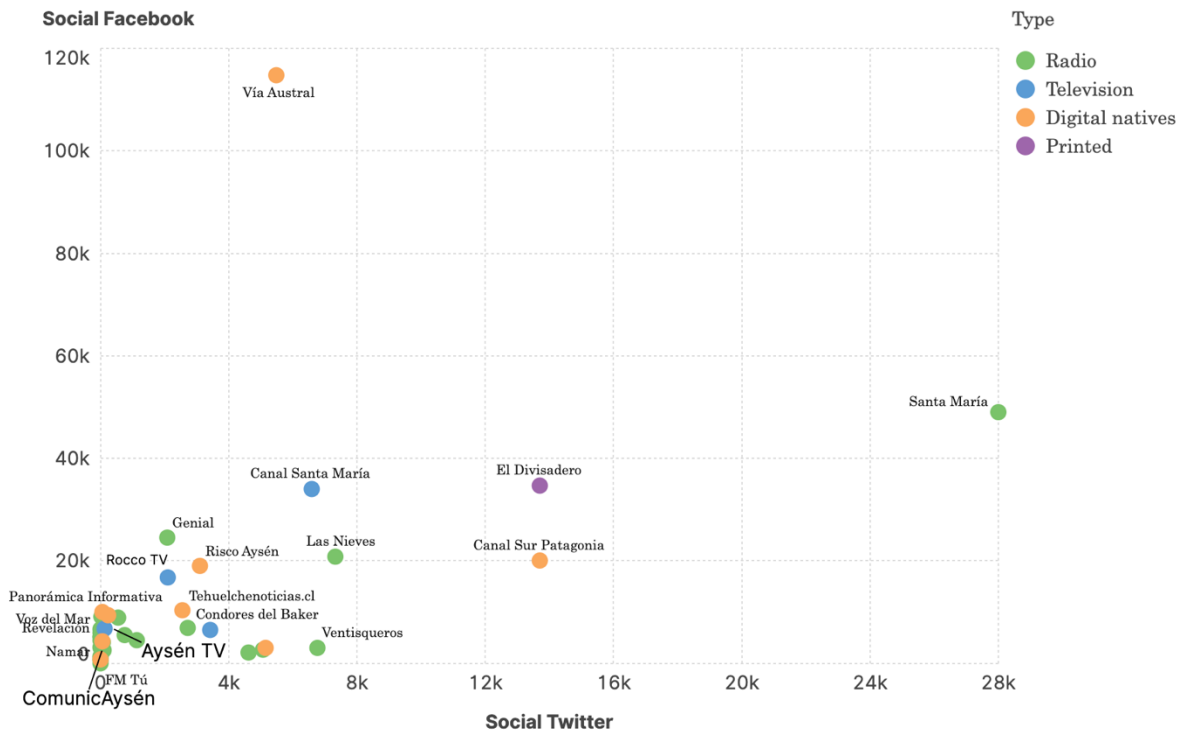
Source: Own elaboration

Upon analyzing the presence of media in the Aysén Region from Figure 2, we observe that only two out of ten communes (20%) are at low risk of being declared news deserts, and these are located in the main cities. Additionally, 20% of the territory is at moderate risk, another 20% at high risk, and 40% can be identified as a news desert.

Lago Verde, Río Ibáñez, Tortel, and O'Higgins are classified as news deserts⁸ due to the presence of municipally administered radios. In cases of high risk, there is a slight increase in media outlets lacking diversity (Cochrane), and while there is some balance with municipal radios (Guaitecas), other media outlets are quite limited.

⁸ In the southern municipalities, there has been a history of high volatility in ownership, subject to changes in local government, as well as informal and autonomous administrations, resulting in the intermittent functioning of local media.

Figure 3: Metrics analysis between Facebook and Twitter



Source: Own elaboration

In Figure 3, we present a graph that illustrates the metrics comparison between Facebook and Twitter (X). Key observations are that the best-positioned medium in the region is the digital outlet *Via Austral*, which stands out in terms of followers on Facebook. Another well-situated medium is Radio *Santa María*, with outstanding activity on Twitter. Following closely is the newspaper *El Divisadero*, which exhibits notable metrics on both social networks. The television channel *Santa María*, an affiliate of the aforementioned radio station, also holds a prominent position. We attribute *Via Austral*'s leadership on Facebook to its consistent activity on the platform since its foundation in 2015, during the widespread adoption of Facebook. Meanwhile, *Santa María* has strengthened its presence on Twitter, positioning itself as the primary conventional medium in the region. This boost is also due to a network of stations under agreement within the Madipro radio transmitters. These leading media outlets originate from Coyhaique, the capital city with the highest population in the region.

3.2. Reference media profiles from non-participant observation

Non-participant observation was conducted between January and February 2023. During this period, our research focused on the media outlets *El Divisadero*, Radio *Santa María*, Televisión *Santa María*, and *Via Austral*—representatives of each typology due to their high social impact indices and availability for observation.

The non-participant observation aimed to explore media profiles based on the following topics:

- Team sizes and profiles
- Professional routines and journalistic innovation
- Business models
- Relationship with audiences on social networks and geolocation

Conventional media have small teams (5-6 people), while native digital media typically operate with a single member (in the case of this analysis, its own founder, a young communicator who previously worked for a local media outlet). Professional journalists and career reporters are present in traditional media, with specific functions and a hierarchical operating structure. In television, journalists are supported by professional audiovisual communicators. In contrast, the digital medium lacks dedicated personnel and relies on occasional collaborators. This results in non-constant, amateur journalistic activity, with irregular participation in the city's press points.

Routines vary based on the type of media. Radio and television follow a traditional dynamic, responding to the immediacy of information for producing three daily news broadcasts. However, investigative journalism is limited, and there are no editorial meetings to decide topics throughout the day.

Newspapers, on the other hand, engage in long-form journalism and multimedia content. Without audiovisual communicators, journalists explore possibilities for storytelling. For example, during a virtual press briefing, the team discussed mobile apps and recording for social networks.

Mobile journalism is widely adopted. At *Santa María*, journalists replace traditional TV camera live links with the Zoom app using their mobile phones. An observed example was the inauguration of the Coyhaique bus station, where the section chief personally attended to record a series of support videos with her mobile phone. Nevertheless, conventional cameras are used on specific occasions, such as obtaining cleaner shots for Zoom links with the journalist's mobile phone. This practice eliminates the need for cumbersome transmission equipment and facilitates mobility. Zoom is also used to follow the development of the Court's cases from the newsroom, saving time and resources.

El Divisadero, in contrast to *Santa María*, does not maintain a physical office presence. It operates with a telematic organizational culture, emphasizing multimedia content. The platform features photographic reports, Facebook livestreams of press briefings from Coyhaique, and additional news extras. Another innovation is the audiovisual recording of editorial columns and interview programs with multiple episodes as 'Café Diario'.

For its part, *Via Austral* responds to the logic of social networks and viral content, which is why social media metrics are essential. Its viral content, based on Patagonian culture and life, as well as livestreams with a dynamic vlogger about the city of Coyhaique and its surroundings, have earned it a large number of followers. Its communicator has imitated television formats with live broadcasts in a studio, with interviews and livestreaming outdoors on foot to discuss issues with the public while reading comments from Facebook Lives. These have had sporadic production and rely on software for scheduling livestreams and editing templates in Canva.

As a business model, advertising prevails—a traditional formula seen across Chilean media. Conventional outlets assert their viability without the need for alternative funding. In the case of *Via Austral*, achieving advertising revenue has intensified the inclusion and promotion of small and civil organizations, as well as sponsorship of cultural and sports organizations' dissemination projects. Commercial logic takes precedence as the primary activity.

Audience engagement can be examined from two angles: their integration into social networks and the production of geolocated news content, viewed through the lens of news deserts.

Santa María has its own sources of information but has not incorporated user comments into its dynamic. At the end of the day, the director also in a journalistic role, minimally updates social networks using Canva designs. *El Divisadero*, on the other hand, relies on user comments to reinforce its news coverage. For example, during an attempted jailbreak in Coyhaique, netizens shared preliminary information on social networks, which journalists then reported. In addition, the press director analyses livestreaming statistics to identify popular topics for further investigation. It is noticeable that the youngest journalist in the newspaper is the only one who usually publishes using emoticons to be closer to the public, while in *Via Austral* colloquial, youthful language is often used.

The centralization of information in Coyhaique is a complex issue, challenging to avoid. From *Santa María*'s perspective, during a typical day, only two out of ten news stories concern territories at risk or in an news desert condition. A similar situation occurs with *El Divisadero*, which concentrates its activity in Coyhaique, primarily due to the extensive presence of public and private organizations during press briefings.

Based on these analytical criteria, non-participant observation has allowed us to identify the following local realities. These insights are crucial for understanding the challenges faced by territories experiencing the growing phenomenon of news deserts. The teams are small, and conventional media differ from digital native in terms of regularity of news production and solid organisational structures. *Santa María* differs from *El Divisadero* in their preference for in-house sources. Meanwhile, print media have innovated in multimedia and have attracted the attention of cybernauts. The hybridisation and use of technologies is also used in radio and television, but focuses on traditional journalistic products, while the digital media base their activity on social networks with topics that are not part of the news. Journalistic activity is very latent in Coyhaique and news from other communities is scarce, a fact that can accentuate news deserts.

3.3. The problem of news deserts viewed from the main cities

As a complement to non-participant observation, our investigation into news deserts is enriched by 16 semi-structured interviews conducted with professionals and communicators from Coyhaique and Puerto Aysén. These cases allow us to delve into the routines and dynamics of journalism from regional, local, and hyperlocal perspectives.

The interviews address the following key topics, aiming to comprehend the factors contributing to the news desert phenomenon in the Aysén region:

- Limited news production in remote areas
- Criteria of information relevance Business models

- Influence of audience and regional media concentration
- Financial weakness of media enterprises
- Tensions between the media and local authorities

A shared reflection from the interviewees highlights the challenge of providing news coverage in areas where current events are extremely limited. The director of *El Divisadero* acknowledges that the news reaching the editorial team does not meet minimum standards of periodicity: “Of course, you can’t ask for news every day because not every day significant events occur in a small commune”. Similarly, the head of *Santa María* notes that despite their agreements with various community radios, the news reaching the editorial office remains scarce.

Geographical distance significantly impacts journalistic production and media consumption. The editor of *El Divisadero* admits that obtaining news from remote communes is complex due to unstable communications and long geographical distances, yet they always strive to access information. Additionally, the lack of media outlets in remote areas, according to the director of *ComunicAysén*, leads citizens in neighboring sectors to listen to Argentinean radio stations.

Regarding journalistic criteria, *Milenaria* in Puerto Aysén often broadcasts news from surrounding areas when an event disrupts productivity, industry, or terrestrial connectivity. Aysén TV’s founder emphasizes that they cover worthwhile information, such as the inauguration of a gas station as a connectivity milestone in the news desert zone of Villa Cerro Castillo. The director of *El Divisadero* observes that in distant areas, political topics related to elections, tourism, and culture are more frequent and generate interest.

The audience primarily comes from Coyhaique, influencing proximity-based coverage. *El Divisadero*’s web administrator explains that readers from other communes lag behind in interaction and viewing news. Founders of *Aysén TV* and *Panorámica Informativa* criticize the fact that while their commune, Puerto Aysén, drives the region’s economy, administrative headquarters are located in the regional capital, resulting in a concentration of informational activity. *Panorámica Informativa* (whose owner had previously worked as a audiovisual correspondent for a major television station in Chile as *TVN*) reveals that Coyhaique dominates people’s perception, leading to confusion in news coverage.

Economic weakness poses another challenge, limiting staff incorporation, geographical coverage expansion, and investigative journalism development. The former director of *Tehuelche Noticias* pointed out the structural problem for hiperlocal and local independent media to produce quality journalism as there are not enough sponsors to make the media self-sustainable, suggesting the need for new media laws to ensure small outlets access to State funds, as is the case where the press duopoly has access. Meanwhile, the lack of funding for *Panorámica Informativa* prevents the establishment of correspondents in other municipalities. This issue aligns with *ComunicAysén*’s struggle to deliver its monthly printed magazine to all communities in the region.

Conventional media outlets like *Santa María* and *Milenaria* reduced their journalistic staff by 50% due to COVID-19. *Ventisqueros* experienced an even more pronounced reduction (from three journalists down to one). However, *Las Nieves* maintained a stable staff, and the collaborators and journalistic team at *El Divisadero* even grew. In this case, the manager explains that discontinuing the print version was due to high production costs.

Another factor contributing to news deserts is the tension between media outlets and local authorities. The director of *Aysén TV* reflects that many conventional media outlets were initially founded by political figures. Additionally, it points out that political or corporate sponsors often induce passivity in local media when it comes to scrutinizing those in power, out of fear of losing financial support. The director of *El Divisadero* suggests that antagonizing local institutions can have repercussions, potentially leading to missed opportunities and assistance.

A specific case exemplifies this dynamic: the closure of Radio *Madipro* in Villa O'Higgins, where it used to broadcast Santa María's content. According to the director of *El Divisadero*, ideological motivations prompted the closure due to pressure from a former mayor, who exploited the lack of emission rights regulation. Unfortunately, this situation remained unresolved. Consequently, the signal transformed into "yet another arm of the municipality" during that authority's tenure.

Reflecting on municipal radio stations, the former director of *Tehuelche Noticias* notes their limited diversity of perspectives and reliance on the same news sources. This is in line with *El Divisadero's* webmaster, who stresses that information from remote areas lacks impartiality, which is why the newspaper itself prefers contacts close to the media.

From the findings of non-participant observation and interview analysis, we can identify several causes of weaknesses in the media landscape as news deserts advance:

- Information trickle from remote areas and challenges in journalistic coverage due to geographical and connectivity limitations
- Concentration of informational activity resulting from the dominance of institutions and corporations in populated areas
- Inability to develop comprehensive geographical coverage and diversify formats and audience connections due to economic weaknesses of media companies in the region
- Influence and pressure from institutions restricting informational activity in local media ecosystems

3.4. Constructive proposals as a roadmap to avoid news deserts

Combining non-participant observation and semi-structured interviews conducted in the region, we can propose a roadmap to combat news deserts that we believe is fully applicable to other territories, both in the Latin American context and on a global scale.

As a counterbalance, we identify a practice historically not inherent to journalistic enterprises: collaboration. Establishing a network of alliances and synergies allows for content dynamism and complementarity.

Even among competing media outlets, there are bonds—a characteristic observed in Puerto Aysén. For instance, *Aysén TV* collaborates with *Panorámica Informativa* due to their limited journalistic staff. They share content when one outlet cannot attend a press event.

Similarly, *ComunicAysén*, a digital native media, has found value in its alliance with conventional *Canal 11*. This partnership has facilitated content creation and supported the publication of their monthly print version. Milenaria's presenter and director also maintains partnerships with *Auténtica* and *Voz del Mar*, radio stations in Cisnes and *La Voz del Ciprés* in Guaitecas, allowing for content exchange and audience reach. Another example is the

collaborative reporting by the author of the fan page *ViveElDeporte* for *Las Nieves* in Puerto Aysén.

Meanwhile, in Coyhaique the collaborators play distinct roles at *El Divisadero* and *Santa María*. At *El Divisadero*, they serve as informants working in communication offices, bridging the gap between remote sources and the media outlet. *Santa María*, on the other hand, connects with community radios distributed throughout the region. As previously mentioned, *Santa María*'s extensive presence traces back to infrastructure established decades ago by Catholic missionary Father Ronchi, aimed at evangelization. This system persists through Madipro and municipal radio stations. *Ventisqueros* also operates a network of stations, with local coordinators providing information to the journalist based in Coyhaique. In addition, this radio also collaborates with *Radio Fenomenal*.

The occasional contributions and citizen reports received by *Vía Austral* are a testimony to its reputation. The founder effectively collects information from citizens located in different locations in the Aysén region using audiovisual material, photographs and audio messages received via WhatsApp. Depending on the significance, the communicator travels to different comunas to cover events. This approach is feasible for a self-managed outlet, where mobile journalism occasionally enables livestreaming from the field—whether covering connectivity issues, infrastructure problems or traditional fairs.

For its owner, the main motivation and reason for the high metrics was to show the region, both its positive news and its weaknesses, being a dynamic that differentiates itself from national media representations of the region. In this line, *El Divisadero*'s director, referring to Chile's concentrated press industry, calls for purely local journalism without national content: "The content of *El Mercurio*'s regional newspapers is sent to Santiago, where they decide what is published and what is not (...) the conditioning is brutal". This is in line with what a journalist from the same newspaper also said, that "the region is often skipped over by the national media (...) which leads to a lack of knowledge about the territory" among Chileans.

Mobile journalism is a constructive practice for professionals, amateur communicators, and citizens. Its significance grew during the Covid pandemic, making it an indispensable element in journalistic routines enabling the creation of content and spaces for local and hiperlocal community engagement. At *Milenaria*, the director frequently reports using mobile applications, a practice also adopted by *Las Nieves* for remote interviews via Zoom. These practices allow connections to distant news sources and save time for media outlets, as observed in *Santa María*. Additionally, new formats emerged during the pandemic, exemplified by *El Divisadero*'s transition from print to digital, resulting in more human-interest news and deeper engagement on social media to navigate the challenges posed by Covid.

The pandemic strengthened digital natives in terms of audience reach, innovation, and local engagement. Following the discontinuation of *El Divisadero*'s print edition, *ComunicAysén*, a digital media outlet, aimed to position itself as the sole informative space with a printed publication as motivator. *Panorámica Informativa*'s director notes that during the Covid-19 lockdown, their news segment and morning show in Puerto Aysén gained followers through Facebook livestreaming. The creator attributes this surge in interest to people seeking ways to occupy their time. In response, *Panorámica Informativa* incorporated regional music and interviewed local community members to reinforce its local identity, along with receiving attention from other sites such as the Argentinean Patagonia, due to family connections between the inhabitants of Aysén region.

Via Austral intensified its activity due to audience demand for information. The pandemic prompted a proliferation of livestreams and real-time updates on Covid from *Tehuelche Noticias*, covering infection rates and measures to combat the emergency. This heightened journalistic activity had already been evident during the coverage of Chile's 2019 social protests. The former director of *Tehuelche Noticias* emphasizes that their left-leaning and counter-hegemonic press positioning has cultivated a niche viewership, promoting pluralism and diverse perspectives within their community.

Conventional media outlets also deepened their connection with local audiences during the pandemic. The director of *Las Nieves* highlights how the radio served as a bridge, channeling the community's sense of unity during the emergency. By conveying public concerns to local authorities, the radio became an authentic utility for the community.

In summary, we propose focusing on the following practices from these media outlets as models to implement in other contexts threatened by news deserts:

- Collaboration networks among media outlets: Collaborative practices are widespread, as seen in Puerto Aysén due to the small size of media teams.
- Reliable collaborators in remote areas: Some media outlets have trusted collaborators in distant regions, facilitating access to contacts and necessary information. Additionally, partnerships with community radios, as exemplified by *Santa María*, enhance coverage.
- Vital role of mobile journalism: Mobile journalism is now integral to journalistic work, allowing hybridization of professional profiles and improved audience connections.
- Impact of the covid pandemic on media: The pandemic prompted digital media outlets to strengthen audience relationships and grow through Facebook livestreaming. *El Divisadero*, a prominent print medium, shifted its agenda to focus on more human-interest stories and new formats.

4. Discussion and conclusions

This research highlights the current state of the Aysén region's media system and related journalistic practices, in the context of the news deserts problem, as a pioneering approach to understanding and combating this new media crisis, taking advantage of the experiences analysed in this Chilean reality. From our experience in the region, we propose to reconcile the weaknesses of the local media reality with the opportunities identified through the analysis of the work dynamics and the experiences of professionals working in the field.

From this perspective, the value of audiences and their collaboration are relevant points for the media, as practised by *Via Austral* and citizen content (Harte et al., 2019), or the search for and deepening of news content in the digital sphere (Hess & Waller, 2017), as practised by *El Divisadero*.

In this field, collaborative alliances between media are a finding registered in this area, corresponding to an extension of the state of the art in terms of the study of subnational media systems. This interrelationship takes place between intercommunal media to obtain news content, in a context of small journalistic teams and limited resources. In order to reverse news deserts, it is proposed to expand alliances between traditional media and indigenous digital media, considering that these digital spaces can help by reaching places

where traditional media do not (Abernathy, 2020). The creation of new information spaces that allow diversification of information sources and act as a counterweight to municipal media to ensure information plurality (Nielsen, 2015; Abernathy, 2020; Karlsson & Rowe, 2019), with a focus on areas at risk or declared news deserts in our study, or the concentration of actions to create more information spaces outside the most populated areas, as was the case with the Puerto Aysén-Coyhaique axis. Audiences are at the heart of most media.

As addressed by a number of researchers on the central factor that complements the audience (Adornato, 2022; Hess & Waller, 2017; Nielsen 2015) in order to build a mutual and trusting relationship (Harte et al., 2019), this is also replicated in this Chilean region. Whether the territory already had such a precedent, due to the particular characteristics of community cohesion (Carrasco-Urrutia, 2021; Durston et al., 2016, Contreras, 2022), and in line with research in other contexts (Amigo, 2023; Wahl-Jorgensen et al., 2022), the media's approach to citizens experienced an increase as a result of COVID-19. This demonstrates the importance of these geographically focused media, with examples such as reinvention of the concept of news to focus on human stories from a perspective of proximity rooted in the territory (Hess & Waller, 2017), and the consolidation of information spaces on social platforms such as Facebook due to its massiveness among young communicators and journalists (Adornato, 2022). Furthermore, digital media *Tehuelche Noticias* is an example of alternative press, which helps to add pluralism from the digital sphere (Dodds, 2017) at a local scale. We also see what Suenzo (2020) comments on the journalistic ventures of people who previously worked in conventional media: here we can highlight the cases of *Vía Austral* and *Panorámica Informativa*.

The communicators and journalists have motivations in their practices (Harte et al., 2019) to distance themselves from the national media, in a context of a national duopoly of the press (Mellado & Scherman, 2020; Mellado & Cruz, 2024; Dodds, 2017; Rodríguez-Urra et al., 2023b) perceiving them as invisibilising the region and with great economic advantages.

This is in line with the economic difficulties in developing independent journalism and to hiring more journalists in the region. The State must also take a much more active stance by increasing funding, in line to other experiences (Heawood, 2022; Cheverton, 2022; Newman et al., 2023), or allowing more media access to State advertising if it really wants to combat news deserts. This is in line with Labrín (2023), who proposes in the case of Chile the need to "propose public policies in the field of media that favour the reduction of barriers for the generation of new media that are at the service of the most diverse communities" (p.121). Such State support is plausible and necessary to strengthen media in the local and hyperlocal sphere (Tenor, 2018). This is in addition to the fact that digital media have little survival in Latin America (Salaverría et al., 2022), a relevant issue in a context where there are media in Aysén, especially the conventional ones, that continue to resent the emergence of COVID-19.

The creation of meeting spaces between the media, professionals and local communicators is beneficial, a strong aspect in other latitudes such as the United States, which has led to training and union activities in digital media (Abernathy, 2020). Due we observe that the journalistic activity of the main local media is concentrated in the most densely populated areas, the institutional activities or press points can be diversified in other communes. It is plausible that professional organisations, such as the Chilean Journalists' Association (Colegio de Periodistas de Chile), could join this effort to lead these proposals.

We believe that these actions will lead to greater civic participation and representation in the media, promoting democratic values and the control of power based on the relevance of the local sphere in the lives of individuals (Hess & Waller, 2017; Nah & Chung, 2020).

From a methodological point of view, focusing on one of the central questions and issues of the research, we believe we have been able to establish the possibility of constructing a regional media map from open data, thanks to the combination of several complementary sources of information and a systematic search.

Our map shows that large cities concentrate the largest number of media with a diverse typology. There is a certain plurality of information in them, encouraged by the new digital media.

In the specific case of the region studied, a very interesting peculiarity stands out, the strong presence of radio stations, due to their effectiveness in a territory so fragmented in terms of physical relief and the large geographical distances that allow inhabitants to meet. Although it is a limitation that many of them are municipally owned, which means that plurality of information cannot be guaranteed, their proliferation and support by citizens in this type of context should be seen as an opportunity in the fight against news deserts, as well as new research opportunities for understanding local and hyperlocal media in regional contexts (Rodríguez-Urra et al., 2023b).

In line with possible future lines of work, we believe that this research opens an important front for the elaboration of regional media maps that allow us to understand the reality of local and hyperlocal media, both companies and professionals, working in very complex circumstances, and to propose constructive actions to combat the threat of news deserts, a growing research front at the global level, and to guarantee the presence of professional journalism as a fundamental pillar of our democracies.

References

- ABERNATHY, P. M. (2016): *The rise of a new media baron and the emerging threat of news deserts*. University of North Carolina Press. <https://bit.ly/49bUzVK>
- ABERNATHY, P. M. (2020): *News Deserts and Ghost Newspapers: Will Local News Survive?* University of North Carolina Press. <https://bit.ly/3SCRCYH>
- ABERNATHY, P. M. (2023): *The State of Local News: the 2023 Report*. Northwestern University. <https://bit.ly/3HFjHZm>
- ADORNATO, A. (2022): *Mobile and social media journalism: a practical guide for multimedia journalism* (Second ed.). Routledge.
- AMIGO, L. (2023): «Apart but together». Proximity to Audiences in Times of Pandemic: The Case of the Italian daily L'Eco di Bergamo. *Journalism Studies*. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2023.2193657>
- CARRASCO-URRUTIA, P. (2021): Paisajes narrados de la Patagonia Aysén, Memorias ensambladas de un espacio en movimiento. *Diálogo Andino*, 66, 83–93. <https://doi.org/10.4067/s0719-26812021000300083>
- CHEVERTON, S. (2022): Supporting hyperlocal reporting: global funding, local voices. In D. HARTE & R. MATTHEWS (Eds.), *Reappraising local and community news in the UK: Media, Practice, and Policy* (pp. 55–67). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003173144-5>

- CONTRERAS, M. (2022): Las barricadas como lugares efimeros: el caso de las movilizaciones sociales de Aysén (2012) y Chiloé (2016). *Geograficando*, 18(2), e118. <https://doi.org/10.24215/2346898xe118>
- DE MENDONÇA, T., & BRITO-BATISTA, P. C. (2021): Local radio without borders: the experiment of a small Portuguese broadcaster on the internet. *Brazilian Journalism Research*, 17(2), 376–401. <https://doi.org/10.25200/BJR.v17n2.2021.1324>
- DODDS, T. (2017): Emergence of rebellious digital press in Chile: Divergence, engagement and impact. *Media watch*, 8(2), 143–156. <https://doi.org/10.15655/mw/2017/v8i1/49016>
- DURSTON, J. W., GAETE, J. M., & PÉREZ, M. (2016): Comunidad, conectividad y movimiento regional en la Patagonia: Evolución del capital social en la Región de Aysén, Chile. *Cepal Review*, 118, 221–234. <https://doi.org/10.18356/CDCF3B02-EN>
- FERRIER, M., SINHA, G., & OUTRICH, M. (2016): Media Deserts: Monitoring the Changing Media Ecosystem. In M. I. LLOYD & L. A. FRIEDLAND (Eds.), *The Communication Crisis in America, And How to Fix It* (pp. 215–232). Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/978-1-349-94925-0>
- FERRUCCI, P., & ALAIMO, K. I. (2020): Escaping the news desert: Nonprofit news and open-system journalism organizations. *Journalism*, 21(4), 489–506. <https://doi.org/10.1177/1464884919886437>
- FOPEA. (2021): *Desiertos informativos en Argentina*. <https://bit.ly/4bfpWk1>
- FRIEDLAND, L., NAPOLI, P., OGNANOVA, K., WEIL, C., & WILSON, E. (2012): *Review of the Literature Regarding Critical Information Needs of the American Public*. <https://bit.ly/3udTZI6>
- GIOVANI-VIEIRA, M. (2021): *Desafiando a desertificação da mídia: o jornalismo hiperlocal como instrumento de aproximação informativa em contraste aos desertos de notícia na Região Administrativa de Bauru, interior de São Paulo* [Universidade Estadual Paulista]. <https://bit.ly/3u6iyXE>
- GREENE, M. F., LECAROS, M. J., & CERDA-DIEZ, M. F. (2022): Medios de prensa digitales en Chile: Influencia del editor y de la audiencia en la reunión de pauta. *Cuadernos.Info*, (51), 93–113. <http://dx.doi.org/10.7764/cdi.51.29645>
- GULYAS, A. (2022): Local news deserts. In R. MATTHEWS & D. HARTE (Eds.), *Reappraising Local and Community News in the UK: Media, Practice, and Policy* (First edit, pp. 16–28). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003173144-2>
- GULYAS, A., JENKINS, J., & BERGSTROM, A. (2023): Places and Spaces Without News: The Contested Phenomenon of News Deserts. *Media and Communication* 11(3): 285–289. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i3.7612>
- HARTE, D., HOWELLS, R., & WILLIAMS, A. (2019): *Hyperlocal Journalism: The Decline of Local Newspapers and the Rise of Online Community News*. Routledge <https://doi.org/10.4324/9781315561240>
- HASSAN-MONTERO, Y., De-MOYA-ANEGÓN, F., & GUERRERO-BOTE, V. P. (2022): SCImago Graphica: a new tool for exploring and visually communicating data. *Profesional de La Información*, 31(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.02>
- HEAWOOD, J. (2022): All in, All together? Government subsidy for news. In D. Harte & R. Matthews (Eds.), *Reappraising local and community news in the UK: Media, Practice, and Policy* (pp. 29–41). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003173144-3>
- HERRERO-SOLANA, V., & TRILLO-DOMÍNGUEZ, M. (2014): Twitter Brand-Directors: el efecto marca en las redes sociales de los directores de medios españoles. *Estudios*

- Sobre El Mensaje Periodístico*, 20(1), 131–146.
https://doi.org/10.5209/rev_esmp.2014.v20.n1.45223
- HESS, K., & WALLER, L. (2017): *Local Journalism in a digital world* (1st ed.). Palgrave Macmillan.
- IPYS. (2023): *Atlas del Silencio*. Instituto Prensa y Sociedad. <https://bit.ly/47UKc7F>
- JENSEN, K. B. (2014): El proceso de investigación cualitativa. In K. B. JENSEN (Ed.), *La comunicación y los medios: metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa* (pp. 425–454). Fondo de Cultura Económica.
- KARLSSON, M., & ROWE, E. H. (2019): Local Journalism when the Journalists Leave Town: Probing the news gap that hyperlocal media are supposed to fill. *Nordicom Review*, 40(S2): 15–29
- KIZILKAYA, E. (2021): *News Deserts Spread in Turkey's Inner Aegean, Central Anatolian and Eastern Regions*. Journo. <https://bit.ly/3SiIc3o>
- LABRÍN, J. M. (2023): Por un periodismo que retorne a sus comunidades. *Comunicación y Medios*, 32(48): 120–122. <http://dx.doi.org/10.5354/0719-1529.2023.73010>
- LINS DA SILVA, CE., & PIMENTA, A. (2020): Local news deserts in Brazil: Historical and contemporary perspectives. In Gulyas, A. and Baines, D. (eds) *The Routledge Companion to Local Media and Journalism*. Taylor and Francis, pp. 44–53. <https://doi.org/10.4324/9781351239943-5>
- MELLADO, C., & SCHERMAN, A. (2020): Mapping source diversity across chilean news platforms and mediums. *Journalism Practice*, 15(7): 974–993. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1759125>
- MELLADO, C., & CRUZ, A. (2024): *Consumo de noticias y evaluación del periodismo en Chile: informe 2024*. Pontificia Universidad Católica de Valparaíso <https://bit.ly/43Grkc2>
- MIDÕES, M. (2021): Community radios in Portugal: Mapping an overlooked alternative media. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 11(3), 1–12. <https://doi.org/10.30935/ojcm/11086>
- NAH, S., AND CHUNG, D. S. (2020): *Understanding citizen journalism as civic participation*. Routledge.
- NAPOLI, P. M., STONBELY, S., MCCOLLOUGH, K., & RENNINGER, B. (2019): Local Journalism and the Information Needs of Local Communities: Toward a Scalable Assessment Approach. *Journalism Practice*, 13(8), 1024–1028. <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1647110>
- NEGREIRA-REY, M. C., LÓPEZ-GARCÍA, X., & VÁZQUEZ-HERRERO, J. (2020): Mapa y características de los cibermedios locales e hiperlocales en España. *Revista de Comunicación*, 19(2), 193–214. <https://doi.org/10.26441/rc19.2-2020-a11>
- NEGREIRA-REY, M. C., VÁZQUEZ-HERRERO, J., & LÓPEZ-GARCÍA, X. (2023): No People, No News: News Deserts and Areas at Risk in Spain. *Media and Communication*, 11(3), 293–303. <https://doi.org/10.17645/MAC.V11I3.6727>
- NEWMAN, N., FLETCHER, R., EDDY, K., ROBERTSON, C. & NIELSEN, R. K. (2023): Reuters Institute Digital News Report 2023. <https://bit.ly/3xdjLXK>
- NIELSEN, R. K. (2015): Introduction: The uncertain future of local journalism. In R. K. NIELSEN (Ed.), *Local journalism: The decline of newspapers and the rise of digital media* (pp. 1–25). I.B Tauris.
- NÚÑEZ-GONZÁLEZ, A., & ALISTE-ALMUNA, E. (2014): Patagonia-Aysén en la construcción del imaginario geográfico de la nación. *Iztapalapa. Revista de Ciencias Sociales y*

- Humanidades*, 76, 165–188.
<https://doi.org/10.28928/ri/762014/aot2/nunezgonzaleza/alistealumnae/bellomaldonadaoa>
- NYGREN, G. (2019): Local Media Ecologies: Social media taking the lead. *Nordicom Review*, 40(S2), 51–67. <https://doi.org/10.2478/nor-2019-0026>
- OSORIO, M. (2020): El padre Antonio Ronchi Berra, "misionero relacionador de comunidades". Servicio Nacional del Patrimonio Cultural. <https://bit.ly/3PL5lec>
- RODRÍGUEZ-URRA, C. (2024): *Dataset Región de Aysén medios (septiembre 2022)*. Zenodo. <https://zenodo.org/records/13766069>
- RODRÍGUEZ-URRA, C., TRILLO-DOMÍNGUEZ, M., & HERRERO-SOLANA, V. (2023a): Mapa mediático hispanoamericano: una aproximación desde la academia = Hispano-American Media Map: An approach from the academy. *Revista de Comunicación*, 22, 435–452. <https://doi.org/10.26441/RC22.2-2023-3105>
- RODRÍGUEZ-URRA, C., TRILLO-DOMÍNGUEZ, M., & HERRERO-SOLANA, V. (2023b): The irruption of digital natives on the chilean media landscape: analysis of the academic impact in front of web and social networks (2004-2022). *Brazilian Journalism Research*, 19(1). <https://doi.org/10.25200/BJR.v19n1.2023.1572>
- SALAVERRÍA, R., HARLOW, S., & Felipe-DE-LIMA, M. (2022): *Medios Nativos Digitales de Latinoamérica: Un panel de expertos*. In K. ALEXIS-GARCÍA (ed.). Universitat Pompeu Fabra. <https://bit.ly/484HL2E>
- SMETHERS, J. S., MWANGI, S. C., & BRESSERS, B. (2021): Signal interruption in Baldwin City: Filling a communication vacuum in a small town «news desert.» *Newspaper Research Journal*, 42(3), 379–396. <https://doi.org/10.1177/07395329211030687>
- SUENZO, F., BOCZKOWSKI, P., & MITCHELSTEIN, E. (2020): La crisis de la prensa escrita: una revisión bibliográfica para repensarla desde Latinoamérica. *Cuadernos.Info*, 47, 1–25. <https://doi.org/10.7764/cdi.47.1867>
- TAYLOR, S. J., & BOGDAN, R. J. (2009): *Introducción a los métodos cualitativos de investigación: la búsqueda de significados*. Paidós.
- TENOR, C. (2018): Hyperlocal News And Media Accountability. *Digital Journalism*, 6(8), 1064–1077. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1503059>
- TRILLO-DOMÍNGUEZ, M. (2023, November 29): Desiertos Informativos. *Granadahoy.Com*. <https://bit.ly/3vWtZ4y>
- WAHL-JORGENSEN, K., GARCIA-BLANCO, I., & BOELLE, J. (2022): British community journalism's response to the COVID-19 pandemic. In Harte, D & Matthews, R. *Reappraising Local and Community News in the UK: Media, Practice, and Policy* (pp. 42–54). Taylor and Francis. <https://doi.org/10.4324/9781003173144-4>

6. CONCLUSIONES

En esta sección se presentan las principales conclusiones de la investigación doctoral en cuanto a los objetivos propuestos. Por un lado, se presenta una visión general de lo realizado durante la investigación, dando cuenta de consideraciones pertinentes sobre los estudios en medios nativos digitales en la región y su imbricación con los ámbitos de proximidad y desiertos informativos. Seguidamente, se recogen las conclusiones que están contenidas en los objetivos específicos.

6.1 Conclusiones generales

La investigación presentada en la tesis doctoral ha permitido conocer las características de la conformación mediática de territorios macro y micro, junto a sus antecedentes, tanto de los países que componen Hispanoamérica como en el caso específico de Chile y la Región de Aysén.

Este recorrido, de forma común a los tres objetos de estudio, ha permitido conocer tanto el grado de irrupción de los medios nativos digitales frente a la presencia de medios convencionales junto al conocimiento de los tamaños de los sistemas. A grandes rasgos obtenemos que, en el caso latinoamericano, los medios nativos digitales son una nueva fuerza que emerge como alternativa informacional a los grandes grupos periodísticos aunque aún carecen de visibilidad por parte de la academia.

No obstante, la realidad entre los países difiere en medida que los índices socioeconómicos están más desarrollados o no, habiendo mayor cantidad de espacios informativos digitales en países con mayor desarrollo tecnológico frente al resto que tiende a poseer sistemas mediáticos convencionales. Estimamos que hay una representación insuficiente de los medios nativos digitales en los estudios sobre Hispanoamérica, al tiempo que sólo 1 de cada 10 medios registrados corresponden a dicha tipología. Los medios convencionales siguen siendo piezas fundamentales de los tableros mediáticos nacionales, habiendo países con un predominio de la prensa y la radio.

En el caso de Chile, obtenemos un acercamiento profundo combinando métricas de audiencia web e impacto social con la acumulación de veces que los medios de comunicación han sido objeto de estudio. En el país logramos apreciar que los medios nativos digitales están adquiriendo mayor relevancia, y son capaces de competir por la atención de los cibernautas si se compara la prensa referente del duopolio mediático.

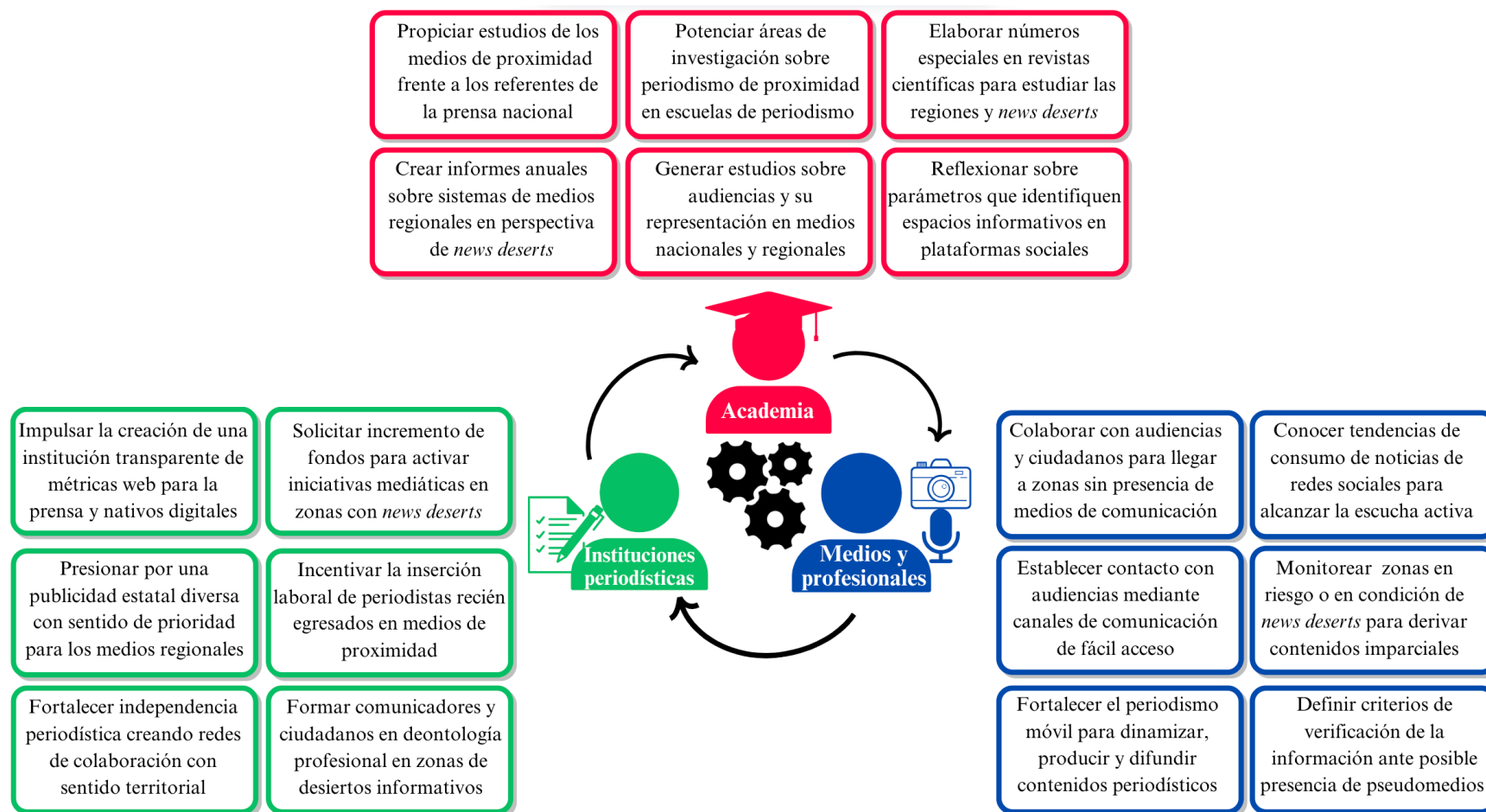
De todos modos, se percibe que hay un sesgo en la medida que hay nativos digitales que merecen una mayor atención de academia al tener un desempeño destacado en la esfera digital, si se considera el ámbito web y métricas sociales. Lo mismo ocurre con ciertos rotativos que son ajenos al duopolio, los que no reciben una atención adecuada al igual que los medios de comunicación emplazados afuera de la capital Santiago. Esto también es sinónimo no sólo de una concentración mediática exacerbada en la Región Metropolitana, sino que ello es perpetuado por los mismos investigadores a la hora de estudiar el dominio prensa chilena.

En particular, intensificar el estudio de los sistemas mediáticos con índices imparciales ante la no disponibilidad de organizaciones o mediciones públicas, como ha sido en la aproximación efectuada a Chile, permite también un análisis exhaustivo de los sistemas de proximidad regionales y locales, como ha sido el caso de la Región de Aysén. En este territorio, el empleo de la métrica de impacto social nos ha permitido dirigir nuestra atención hacia los esfuerzos que emplean los medios de comunicación de referencia local para enfrentar la problemática de los desiertos informativos.

Como paso previo a dicha experiencia, estudiamos la relevancia entre el periodismo hiperlocal y los desiertos informativos. Esta incursión nos ha permitido confirmar que la imbricación de ambos campos de estudio se corresponde a ejes temáticos que cobran cada día más importancia, debido al acercamiento que tienen las audiencias con los medios de proximidad y la actual crisis que atraviesan los medios de comunicación. Esta acción ha permitido anticiparnos en aquellos elementos que componen el periodismo de proximidad, tales como la necesidad de un periodismo que de forma efectiva represente a sus audiencias y la pluralidad informativa en los sistemas de información locales.

Como ha sido el caso de Chile, y en específico el estudio de caso de Aysén, permite traducir el grado de irrupción de los nuevos medios digitales y establecer relaciones estimativas con su consumo informativo respecto a los medios convencionales así como su impacto entre la población. Este ejercicio es esencial para conocer también las causas y consecuencias de los desiertos informativos, con un estudio de caso pionero en el ámbito chileno que presenta una combinatoria de todos los índices y consideraciones con un estudio de caso como el del sistema mediático local de la Región de Aysén. Este escenario se reitera en el caso de Chile con una proliferación de medios de comunicación tradicionales, aunque con un mayor grado de irrupción por parte de nuevos medios nativos digitales pero no suficientes como para ser actores protagónicos del tablero mediático digital.

Figura 1. Recomendaciones para acciones futuras en el sistema mediático chileno ante el desafío digital



Fuente: elaboración propia

6.2 Conclusiones específicas

El desarrollo de las publicaciones científicas en esta tesis doctoral responde a los objetivos específicos planteados. En relación al primero que busca *identificar la irrupción y presencia de los medios nativos digitales en el contexto de los países hispanoamericanos*, se constata con la investigación llevada a cabo que estos medios presentan diferentes grados de desarrollo según el país.

La irrupción y presencia de medios nativos digitales en Hispanoamérica, aunque creciente, todavía enfrenta desafíos significativos en su desarrollo. Este fenómeno varía considerablemente entre países, y está estrechamente vinculado a indicadores socioeconómicos como el PIB y la cantidad de habitantes, que determinan la cantidad de medios y el nivel de avance tecnológico. La consolidación histórica de empresas periodísticas tradicionales, con intensificación en regímenes autoritarios, en Latinoamérica ha generado un entorno donde los medios nativos digitales surgen como contrapoder, pero su penetración y estabilidad siguen siendo limitadas.

Algunos países perpetuaron un modelo de concentración empresarial en las comunicaciones, consolidando grandes grupos mediáticos, mientras que otros, con tendencias progresistas, implementaron leyes de comunicación para aumentar la pluralidad y fundar medios públicos. De este modo, hay países con una mayor cantidad de medios convencionales gracias a la apertura hacia la ciudadanía, como también obedece a factores históricos en el caso de países que han tenido una organización territorial mucho más descentralizada. Esto repercute al alza, por ejemplo, en la cantidad de periódicos o estaciones de radio.

Una de las principales aportaciones de nuestra investigación es la creación de un primer mapa de medios de comunicación en Hispanoamérica, que abarca tanto tipologías mediáticas tradicionales como televisión, radio y prensa, así como los nuevos medios nativos digitales. Este mapeo revela una predominancia aún significativa de medios convencionales, con un 90% de los 2.403 medios identificados perteneciendo a este tipo. La limitada irrupción de los medios digitales consignada va en relación con la falta de atención académica suficiente, lo que contribuye a una visibilidad opaca en un territorio vasto y diverso.

En este contexto, la construcción de mapas mediáticos a nivel hispanoamericano es un ejercicio complejo que enfrenta diversas limitaciones. La dispersión de la información y la falta de transparencia por parte de organismos públicos son obstáculos recurrentes. Ejemplos como los casos ecuatoriano, argentino y mexicano ilustran la dificultad para obtener datos precisos y actualizados sobre la propiedad y distribución de los medios.

Las limitaciones de nuestra investigación están intrínsecamente ligadas a la visión y enfoque de los científicos en cada país, lo que puede resultar en la invisibilización de ciertos medios de comunicación según los criterios de los investigadores. Además, la naturaleza volátil de los medios nativos digitales, caracterizada por su corta pervivencia, añade una capa adicional de complejidad al estudio de estos medios. La creación de estos mapas mediáticos no solo es un ejercicio académico, sino una herramienta esencial para comprender y enfrentar las dinámicas de poder y diversidad informativa en la región.

En relación al segundo objetivo específico, que buscaba *distinguir la presencia de medios nativos digitales frente a la prensa tradicional en el sistema mediático chileno, analizando tanto el cometido científico como el consumo mediático*, en nuestro trabajo hemos dado cuenta que existe una efectiva irrupción de los medios nativos digitales.

En el análisis del sistema mediático chileno, se observamos que la prensa tradicional, liderada por *El Mercurio* y *La Tercera*, continúa dominando tanto en términos de impacto académico como de consumo mediático. Estos medios, junto con otros del mismo grupo como *Las Últimas Noticias* y *La Cuarta*, son los más frecuentemente estudiados en la literatura científica. Sin embargo, la presencia de medios nativos digitales como *El Mostrador* y el convencional *The Clinic* es menos prominente en los estudios académicos, a pesar de su creciente influencia en el ecosistema digital.

Entre los medios nativos digitales es *El Mostrador* el que logra destacarse por su significativa presencia en redes sociales, comparándose incluso con los gigantes del duopolio, aunque su impacto académico sigue siendo limitado. Esto indica un desajuste en el enfoque de los investigadores, que tienden a priorizar medios convencionales con trascendencia histórica en el sistema mediático chileno y podrían estar pasando por alto la importancia emergente de estos nuevos actores digitales, los que cada vez más están logrando acaparar una mayor atención por parte de los internautas y usuarios de redes sociales con niveles de influencia cada vez más significativos. En particular, entre los medios digitales catalogamos a *CIPER*, *Terra* junto a *El Mostrador* como parte de este grupo. En tanto, entre los convencionales tenemos a *The Clinic* y *Publimetro*.

Evidenciamos además falta de criterios claros de selección en la investigación académica chilena puede contribuir a la invisibilización de medios independientes y regionales, que, aunque con menor presencia en la literatura. Estos medios, que a menudo operan fuera del duopolio mediático tradicional, están desempeñando un papel crucial en diversificar el paisaje informativo de Chile, ofreciendo alternativas a las narrativas dominantes establecidas por los grandes grupos mediáticos.

Este desafío es mayor si consideramos los periódicos pertenecientes al duopolio en regiones, en donde en este caso la poca atención académica también se relaciona a un menor grado de consumo mediático. Este fenómeno es una demostración de la centralización informacional que tiene Chile respecto a la capital, como parte de su dependencia incluso en contenidos editoriales y presencia de empresas informativas poco diversas en otros territorios nacionales.

La antigüedad de los medios en el país no es un factor determinante en su impacto en la web o en redes sociales, como se evidencia en el éxito de medios nativos digitales relativamente nuevos ya destacados anteriormente. Estos medios han logrado crear un impacto significativo en línea, superando en algunos casos a los medios tradicionales, lo que subraya la importancia de considerar nuevas métricas, como en nuestro caso hemos propuesto en cuanto al tráfico web y los seguidores en redes sociales, para entender plenamente el panorama mediático chileno. Estas mediciones fueron adoptadas, recordemos, debido a la carencia de índices y métricas del desempeño de la prensa tradicional y de medios digitales en Chile al no haber reportes ni entidades especializadas que transparenten cifras.

Respecto al tercer objetivo específico, que consiste en *analizar el desarrollo e importancia del periodismo hiperlocal y la problemática de los desiertos informativos como frentes de investigación emergentes a nivel mundial*, encontramos el desarrollo de dos áreas que logran interceptarse por su relevancia para comprender los sistemas mediáticos de proximidad.

El concepto de periodismo hiperlocal ha evolucionado significativamente, pasando de enfoques exploratorios sobre comunidades virtuales y de nicho con contenido generado por usuarios, a convertirse en un campo de estudio sólido que examina tanto impactos técnicos como sociales en contextos comunitarios específicos. Este tipo de periodismo, caracterizado por su enfoque de nicho, ha suscitado interés por entender cómo se relaciona con los individuos y cómo puede servir como estrategia efectiva en la generación de contenido periodístico para una mayor imbricación con los medios de comunicación, asociados a dimensiones sensibles como la identidad o cohesión comunitaria.

En paralelo, el concepto de desiertos informativos ha ganado una notable atención académica al abordar las consecuencias de la crisis mediática en los contextos nacionales y de proximidad, como la retirada de la prensa y la pérdida de pluralidad informativa. Estas carencias afectan negativamente la solidez de los sistemas democráticos locales y la identidad comunitaria. La preocupación creciente por estos desiertos ha impulsado nuevas fórmulas y enfoques para contrarrestar su proliferación, generando una discusión académica relevante y propuestas de solución.

A nivel global, el estudio de los desiertos informativos ha sido liderado principalmente por la academia estadounidense, que ha influido en debates científicos y publicaciones con un impacto internacional. Además, se ha observado un interés significativo en Europa Occidental, Escandinavia y Oceanía, donde se han desarrollado estudios e informes técnicos desde diversas organizaciones. Sin embargo, en los países en desarrollo, los estudios sobre periodismo hiperlocal y desiertos informativos son limitados, y aunque existen algunas iniciativas, la discusión académica no ha alcanzado un desarrollo pleno.

Las líneas de investigación actuales incluyen el análisis de medios hiperlocales, propuestas metodológicas innovadoras, estudios de audiencia y su compromiso, periodismo ciudadano, la expansión de los desiertos informativos y modelos de negocio sostenibles. Estas áreas de estudio representan un enfoque diversificado y complejo para abordar el futuro del periodismo, permitiendo una mayor proximidad a la realidad de los ciudadanos y sus dinámicas sociales. Este enfoque promueve un periodismo que fortalece la democracia al combatir la propagación de brechas informativas y asegurar que la representación de las comunidades se mantenga en un contexto geográfico de nicho.

La intersección entre el periodismo hiperlocal y los desiertos informativos destaca el desafío común de preservar la democracia a través de la diversidad de información. Aunque difícil de definir de manera uniforme debido a la diversidad de enfoques, el periodismo hiperlocal se ha posicionado como una solución potencial al deterioro de la confianza en los medios tradicionales y al crecimiento de los desiertos informativos. Para salvaguardar la democracia, es crucial promover un periodismo comprometido con las comunidades que garantice un acceso equitativo a diversas perspectivas informativas, asegurando que las voces de todas las comunidades sean escuchadas y representadas.

En cuanto al cuarto objetivo específico, que consiste en *examinar los desiertos informativos en la Región de Aysén como estudio de caso, para reconocer los factores desencadenantes y ámbitos de acción para superarlos*, desarrollamos una serie de aproximaciones mediante consulta de *datasets* públicos y búsquedas sistematizadas, para abordar en una perspectiva completa las dimensiones a través de un método innovador que combina elementos cuantitativos y cualitativos.

Se identifica que al menos un 40% del área es un desierto informativo por la nula pluralidad informativa o un historial endeble, mientras otro 20% está en riesgo de serlo al haber una pluralidad basada en la disponibilidad de escasos medios junto a la ausencia de otras tipologías que no sean la radio. Las características rurales, críticas hacia el centralismo chileno junto a un marcado pasado de movimientos sociales junto a una fuerte cohesión comunitaria por la lejanía del territorio y un bajo desarrollo de la conectividad digital, hacen de la Región de Aysén un estudio de caso esencial para ser abordado mediante la perspectiva de los desiertos informativo.

Las prácticas colaborativas entre medios de comunicación es una estrategia fundamental en contextos con recursos limitados. La pequeña dimensión de los equipos periodísticos en la Región de Aysén ha incentivado la creación de redes de colaboración, siendo de distinta naturaleza ya sea entre medios de comunicación y estos con sus públicos, así como en el marco de alianzas con radios comunitarias y presencia de personas confiables puntuales para las empresas informativas. Estas alianzas no solo permiten un acceso más eficaz a la información, sino que también refuerzan la cobertura periodística en zonas en riesgo o declaradas como desiertos informativos. La colaboración se genera en el marco de un espíritu de cooperación que fortalece el ecosistema informativo local.

El periodismo móvil es otra estrategia y es una herramienta vital en la práctica periodística contemporánea, permitiendo la hibridación de perfiles profesionales y mejorando la conexión con las audiencias. En un contexto donde las limitaciones geográficas y de conectividad dificultan el acceso a la información, el uso de tecnologías móviles se presenta como una solución efectiva para superar estas barreras, facilitando la producción y distribución de contenido en tiempo real. Esto ha permitido a los medios locales adaptarse a las exigencias de un entorno mediático en constante evolución, aspecto que se registra en la zona.

Vía Austral es un caso notable en el territorio por sus altas métricas e imbricación, pero debido a su limitado equipo humano y consolidación como referente la labor periodística es relegada para imperar una lógica comercial, un estado de cambio de un medio de comunicación que ha aprovechado sacar réditos de su posicionamiento aunque con una falta de madurez para consolidarse aún más en lo informacional. Hay que recordar que quien lleva este emprendimiento, ha empleado una estrategia basada en métricas sociales y videos virales junto a *livestreamings* en constante diálogo con los ciudadanos y contenidos sobre la vida patagónica, mediante un reporterismo *amateur* en el que no se atiende del todo la agenda informativa que se gesta en la capital regional en comparación a los medios convencionales que poseen profesionales formados en universidades.

Precisamente, la pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto significativo en los medios de comunicación, impulsándolos a fortalecer sus relaciones con las audiencias y a crecer

mediante transmisiones en vivo en plataformas como Facebook. Medios como *El Divisadero* han reorientado su agenda para centrarse en historias de interés humano y en la exploración de nuevos formatos, lo que ha permitido una mayor interacción con el público. Este enfoque ha sido clave para mantener la relevancia y la conexión con las comunidades locales durante un período de crisis global, demostrando la importancia de adaptarse a las nuevas dinámicas digitales. Otros medios de tipología nativo digital como *Panorámica Informativa* han logrado aumentar sus métricas y presencia gracias a su apuesta por su presencia en redes sociales en el marco de esta emergencia mundial.

A pesar de estas adaptaciones, el avance de los desiertos informativos en la región de Aysén sigue siendo un desafío importante. Las observaciones y entrevistas realizadas revelan que la escasez de noticias en áreas remotas se debe a limitaciones geográficas y de conectividad, así como a la concentración de la actividad informativa en zonas urbanas dominadas por instituciones y corporaciones. Además, la debilidad económica de las empresas mediáticas locales impide el desarrollo de una cobertura geográfica integral y la diversificación de formatos y conexiones con la audiencia, lo que agrava la situación.

En el marco de las anotaciones enmarcadas en este estudio de caso, se propone en mayor medida enfrentar la amenaza de los desiertos informativos mediante la promoción políticas públicas que apoyen a los medios locales e hiperlocales, especialmente en regiones con baja densidad poblacional como Aysén. La creación de alianzas entre medios tradicionales y nativos digitales, así como el fortalecimiento de la presencia de medios en áreas menos pobladas, son estrategias necesarias para asegurar la pluralidad informativa y el acceso a noticias relevantes en todo el territorio. Además, la colaboración entre profesionales de los medios y comunicadores locales puede desempeñar un papel fundamental en la revitalización del periodismo independiente, fomentando una mayor participación cívica y representación democrática en las comunidades.

7. FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Las futuras líneas de investigación se orientan hacia varias áreas clave para comprender y abordar la problemática de los desiertos informativos en Chile y América Latina, así como incentivar el estudio de los ámbitos de proximidad hiperlocal, local y regional en los distintos países latinoamericanos. Estas áreas surgen de las profundizaciones y proyecciones derivadas de las publicaciones científicas desarrolladas durante el periodo de estudio doctoral.

Consideramos que es preciso, y una oportunidad, seguir elaborando mapas mediáticos complejos a partir de publicaciones científicas, noticias, redes sociales e impacto web, tanto a escala de país como por regiones. Estos métodos aplicados a Chile resultó un adecuado acercamiento para conocer si hay correlación entre la atención de los investigadores y el de las audiencias. Junto a esta aproximación, resultaría oportuno desarrollar un apartado que segmente los niveles de proximidad del origen de los medios como el hiperlocal, local, regional y nacional para evaluar el nivel de atención de los medios que se imbrican directamente con sus ciudadanos en áreas geográficas de nicho. Esta dinámica también permitiría identificar posibles sesgos en los investigadores latinoamericanos, como ha sido en el caso chileno.

Nuestro trabajo, como estación intermedia, ha explorado la intersección entre dos temáticas emergentes a nivel global: el periodismo de proximidad hiperlocal y la proliferación de los desiertos informativos. A partir de esta exploración, es posible sugerir la actualización de este campo de estudio, considerando el avance que ha tenido la academia en el último año. Las nuevas publicaciones y números especiales surgidos en el último año han evidenciado que ambos temas siguen expandiéndose, lo que justifica una revisión constante de la literatura y la exploración de nuevos métodos de investigación. Como mencionamos, las áreas detectadas que son temas recurrentes son el periodismo ciudadano, la búsqueda de nuevos modelos de sostenibilidad e investigación de las audiencias. Es preciso profundizar estos hallazgos.

En cuanto a nuestra experiencia con el estudio de caso en la Región de Aysén, se presentan diversas consideraciones para futuras investigaciones. Es pertinente la elaboración de un mapa mediático chileno y la identificación de sus desiertos informativos. Además, se sugiere la comparación entre regiones donde exista o no la presencia del duopolio de la prensa, con el objetivo de establecer similitudes y diferencias en cuanto a número de medios disponibles y percepciones ciudadanas en cuanto a la calidad y disponibilidad de la información periodística. Esta comparación permitirá una comprensión más detallada de cómo se manifiestan las carencias informativas en niveles de proximidad.

Una cuestión que hemos logrado reconocer en nuestra exploración del estudio de caso de Aysén es la presencia de dinámicas de colaboración entre medios y de los medios con la ciudadanía. La colaboración es un tema que poco a poco ha estado estudiándose en la academia, y es preciso hacer un estudio sobre la naturaleza de estas en el ámbito chileno. Este ejercicio puede ser interesante, considerando la prolongada percepción de la presencia de un periodismo centralista en base a la capital Santiago para conocer cómo las dinámicas colaborativas buscan efectuar una representación adecuada de sus territorios. Este enfoque

contribuirá a comprender mejor la representatividad de los medios y los grados de compromiso ciudadano, además de proponer la creación de grupos de trabajo en ámbitos comunitarios para fomentar la participación local.

Explorar los espacios informativos presentes en las redes sociales también es una tarea a futuro, al tiempo que en el contexto de los desiertos informativos es una línea de investigación desafiante pero necesaria. Dado que los usuarios se vuelcan a estos espacios digitales, es crucial establecer criterios que permitan distinguir entre aquellos que cumplen con una finalidad informativa y aquellos que no. Este aspecto es particularmente relevante para clasificar de manera más precisa los territorios afectados por los desiertos informativos, prestando atención no solo a los medios convencionales, sino también a las plataformas digitales con un acercamiento que permita reconocer a los medios de comunicación que tienen transparencia en su directorio y formas de contacto. Establecer parámetros que puedan verificar la integridad de los medios a estudiar y contabilizar es primordial, atendiendo a asuntos como medios que dependen de administraciones partidistas o bien por la presencia de pseudomedios incluso en los ámbitos de proximidad.

A su vez, ya es una necesidad el estudio de los desiertos informativos en América Latina. Finalmente, se propone la creación de un volumen especial en revistas científicas dedicado al impacto y la cuantificación de los desiertos informativos en el ámbito latinoamericano para conocer las puntuales situaciones o factores que desencadenan su proliferación. Esta publicación serviría como plataforma para consolidar el conocimiento existente y fomentar nuevas investigaciones en esta área crítica, alineándose con los avances realizados en el Norte Global.

8. REFERENCIAS³

- Abernathy, P. M. (2016). *The rise of a new media baron and the emerging threat of news deserts*. Center for Innovation and Sustainability in Local Media, University of North Carolina at Chapel Hill. <https://www.usnewsdeserts.com/reports/rise-new-media-baron/>
- Abernathy, P. M., & Sciarrino, J. (2019). *The strategic digital media entrepreneur*. Wiley Blackwell.
- Abernathy, P.M. (2020). *News Deserts and Ghost Newspapers: Will Local News Survive?* The University of North Carolina Press.
- Abernathy, P. M. (2023). *The State of Local News: the 2023 Report*. The State of Local News 2023 Local News Initiative, Medill School of Journalism Northwestern University. <https://localnews.knilab.com/projects/state-of-local-news/2023/report/>
- Ahva, L., & Pantti, M. (2014). Proximity As A Journalistic Keyword In The Digital Era: A study on the “closeness” of amateur news images. *Digital Journalism*, 2(3), 322–333. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.895505>
- Albertos, J. L. M. (1992). La Tesis del “perro-guardián”: revisión de una teoría clásica. *Periodística*, 5, 99–110. <https://raco.cat/index.php/Periodistica/article/view/17934>
- Aldunate-Balestra, C. (2022). *Crónicas de medios digitales: 25 años de periodismo online en Chile*. Uqbar editores.
- Araya, R. (2014). The Global Notion of Journalism: a Hindrance to the Democratization of the Public Space in Chile. En M. A. Guerrero & M. Márquez-Ramírez (Eds.), *Media Systems and Communication Policies in Latin America* (pp. 254–271). Palgrave Global Media Policy and Business Series
- Arrieta-Majul, J., & Velez-Ocampo, J. (2021). Analysis of Business and Sustainability Models of Native Digital Media in Latin America. En S. H. Park, M. A. Gonzalez-Perez, & D. E. Floriani (Eds.), *The Palgrave Handbook of Corporate Sustainability in the Digital Era* (pp. 91–107). Springer International Publishing
- Artz, L. (2017). The Ebbs and Flows of Revolution: Public Access Media and Political Power in Process. En L. Artz (Ed.), *The Pink Tide : Media Access and Political Power in Latin America* (pp. 185–202). Rowman & Littlefield Publishers.
- Astete-Erazo, M. (2009). *Auge y caída de los medios de prensa escrita “concertacionistas” en la transición a la democracia en Chile. Caso: diario La Época (1990-1998)* [Tesis de magister, Universidad de Chile]. Repositorio institucional - <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/144815/Hora-de-cierre-Auge-y-caida-de-los-medios-de-prensa-escrita.pdf>
- Bachmann, I., & Labarca, C. (2023). The Local and the Global in Organizational Listening Amid an Evolving Media Landscape. En K. R. Place (Ed.). *Organizational Listening for Strategic Communication: Building Theory and Practice* (pp. 253–268). Routledge
- Banco Central de Chile. (2024). Producto Interno Bruto Regional Primer Trimestre 2024. <https://www.bcentral.cl/contenido/-/detalle/pib-regional-primer-trimestre-2024>

³ Este marco bibliográfico se considera las referencias utilizadas de forma exclusiva en la primera parte de esta presente tesis doctoral, ya que da artículo presentado que compone el cuerpo del texto como es el compendio de publicaciones tienen su propia bibliografía asociada

- Barthel, M., Holcomb, J., Mahone, J., & Mitchell, A. (2016). Civic Engagement Strongly Tied to Local News Habits: Local Voters and Those Who Feel Attached to Their Communities Stand Out. Pew Research Center. <http://www.journalism.org/2016/11/03/civic-engagement-strongly-tied-to-local-news-habits/>
- Becerra, M., & Mastrini, G. (2009). *Los dueños de la palabra: acceso, estructura y concentración de los medios en la América Latina del siglo XXI*. Prometeo Libros.
- Becerra, M. & Waisbord, S. (2015). *Principios y buenas prácticas para los medios públicos en América Latina*. Cuadernos de discusión de comunicación e información (UNESCO). <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000234746>
- Bjørnskov, C., & Schröder, P. J. H. (2023). Press freedom, market information, and international trade. *European Journal of Political Economy*, 76. (August 2021). <https://doi.org/10.1016/j.ejpoleco.2022.102236>
- Bolter, D. J., & Gruisin R. (2011). Inmediatez, hipermediación, remediación. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 16(), 29-57.
- Bonifaz, M. (2016). Reforma estructural a las comunicaciones en Chile: el rol de los periodistas en regiones (libro electrónico). En J. Olivares-Mardones & P. Segura-Ortiz (Eds.), *Voces del periodismo: reflexiones sobre un quehacer en permanente construcción*. LOM
- Booth, A., Sutton, A., & Papaioannou, D. (2016). *Systematic Approaches to a Successful Literature Review*. Sage Publications Ltd.
- Botero, C. (2009). *Informe anual de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos 2008: volumen III*. Organización de los Estados Americanos. [https://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/informes/anuales/Informe Anual 2008 1 ESP.pdf](https://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/informes/anuales/Informe%20Anual%202008%20ESP.pdf)
- Bunge, M. (1984, 17 de abril). La información, ¿bien cultural o mercancía? *El País*, 11–12
- Cadena, C., & Zoeller, C. (2021). Periodismo en tiempos de Covid-19: Autoritarismo, Desinformación y Precariedad en América. ONU. <https://ipysvenezuela.org/wp-content/uploads/2021/08/Reporte-Sombra-2020-ESPAN%CC%83OL.pdf>
- Campos-Freire, F. (2015). Adaptación de los medios tradicionales a la innovación de los metamedios. *El Profesional de La Información*, 24(4), 441–450. <https://doi.org/10.3145/epi.2015.jul.11>
- Campos y Covarrubias, G., & Lule Martínez, N. E. (2013). La Observación, Un Método Para El Estudio De La Realidad. *Xihmai*, 7(13). <https://doi.org/10.37646/xihmai.v7i13.202>
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Castells-Fos, L., Pont-Sorribes, C., & Codina, L. (2022). La sostenibilidad de los medios a través de los conceptos de engagement y relevancia: scoping review. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, 35, 19–38. <https://doi.org/https://doi.org/10.31921/doxacom.n35a1627>
- Cheverton, S. (2022). Supporting hyperlocal reporting: global funding, local voices. En D. Harte & R. Matthews (Eds.), *Reappraising local and community news in the UK: Media, Practice, and Policy* (pp. 55–67). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003173144-5>
- Codina, L. (2018). *Revisiones sistematizadas para trabajos académicos I: Conceptos, fases y bibliografía*. Lluiscodina.com. Recuperado de <https://www.lluiscodina.com/revisiones-sistematizadas-fundamentos/>

- Codina, L. (2020). Cómo hacer revisiones bibliográficas tradicionales o sistemáticas utilizando bases de datos académicas. *Revista ORL*, 11(2), 139–153. <https://doi.org/10.14201/orl.22977>
- Codina, L. (2024). *Tesis por compendio de publicaciones: características, ventajas e inconvenientes y significado estratégico*. Lluiscodina.com. <https://www.lluiscodina.com/tesis-por-compendio-de-publicaciones/>
- Conte, A. (2022). *Death of the daily news: How citizen gatekeepers can save local journalism*. University of Pittsburgh Press.
- Craft, S., & Davis, C. N. (2021). *Principles of American journalism: an introduction* (3ra. edición). Routledge.
- Crittenden, L., & Haywood, A. (2020). Revising Legacy Media Practices to Serve Hyperlocal Information Needs of Marginalized Populations. *Journalism Practice*, 14(5), 608–625. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1759124>
- De-Lima-Santos, M. F., & Mesquita, L. (2021). A Challenging Future for the Latin American News Media Industry. En R. Salaverría & M. F. de-Lima-Santos (Eds.), *Journalism, Data and Technology in Latin America* (pp. 229–262). Palgrave Macmillan.
- De Moraes, D. (2011). La cruzada de los medios en América Latina: gobiernos progresistas y políticas de comunicación. Paidós.
- Dérmota, K. (2002). *Chile inédito, el periodismo bajo democracia*. Ediciones B.
- Deuze, M. (2014). Journalism, media life and the entrepreneurial society. *Australian Journalism Review*, 36(2), 119–130. <https://doi.org/10.13140/2.1.2549.7604>
- Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M., & Varela-Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en Educación Médica*, 2(7), 162–167.
- Downman, S., & Murray, R. (2020). The hyperlocal “Renaissance” in Australia and New Zealand. En A. Gulyas y D. Baines (eds) *The Routledge Companion to Local Media and Journalism* (pp. 255–264). Routledge. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85102319446&partnerID=40&md5=ca4120433abf5a7dc23e27fd795fb9a1>
- Fernández, F., & Núñez-Mussa, E. (2023). Chile. En N. Newman, R. Fletcher, K. Eddy, C. T. Robertson, & R. K. Nielsen (Eds.), *Reuters Institute Digital News Report 2023*. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf
- Fernández, F., & Núñez-Mussa, E. (2024). Chile. En N. Newman, R. Fletcher, C. T. Robertson, A. R. Arguedas & R. K. Nielsen (Eds.), *Reuters Institute Digital News Report 2024*. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf
- Ferrier, M., Sinha, G., & Outrich, M. (2016) Media deserts: Monitoring the changing Media ecosystem. En M. Lloyd y L.A. Friedland (eds) *The Communication Crisis in America, and How to Fix It* (pp. 215–232). Palgrave Macmillan US.
- Finneman, T., Heckman, M., & E. Walck, P. (2022). Reimagining Journalistic Roles: How Student Journalists Are Taking On the U.S. News Desert Crisis. *Journalism Studies*, 23(3), 338–355. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.2023323>
- FOPEA. (2021). *Desiertos informativos en Argentina*. <https://desiertosinformativos.fopea.org/>

- Fundación Gabo. (2022). *La Fundación Gabo publica 'El hormiguero': la investigación más completa sobre medios nativos digitales latinoamericanos*. <https://mailchi.mp/fundaciongabo/informe-el-hormiguero>
- Galletero-Campos, B. (2017). *Del periódico impreso al diario digital: Estudio de una transición en Castilla-La Mancha* [Tesis doctoral, Universidad de Castilla-La Mancha]. Teseo - <https://www.educacion.gob.es/teseo/imprimirFicheroTesis.do?idFichero=WVLWa57Dlok%3D>
- Galletero-Campos, B. (2021). *Ciudades sin periódico: auge y declive de la prensa provincial de Castilla la Mancha*. Fragua.
- Galletero-Campos, B., & Saiz-Echezarreta, V. (2022). Despoblación y comunicación: propuestas para abordar un objeto de estudio emergente. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, 35, 39–57. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n35a1507>
- Galletero-Campos, B., Saiz-Echezarreta, V., & Rodríguez-Amat, J. R. (2024). Pensar la reforma mediática desde las zonas despobladas: análisis de las percepciones sociales sobre el periodismo local. *Revista Latina De Comunicación Social*, (82), 1–22. <https://doi.org/10.4185/rlds-2024-2055>
- García-Avilés, J.-A. (2021). Artículo de revisión: La investigación sobre innovación en periodismo, un campo diverso y pujante (2000-2020). *Profesional de La Información*, 30(1), e300110-undefined. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.10>
- Garde-Eransas, E., & Salaverría, R. (2024). Patrones discursivos de la desinformación en España. En J. Rúas Araújo, L. Alonso-Muñoz, & F. J. Paniagua Rojano (Eds.), *El impacto de la desinformación en el ámbito local* (pp. 111–128). Fragua
- Giovani-Vieira, M. (2021). *Desafiando a desertificação da mídia: o jornalismo hiperlocal como instrumento de aproximação informativa em contraste aos desertos de notícia na Região Administrativa de Bauru, interior de São Paulo*. [Tesis doctoral, Universidade Estadual Paulista]. Repositorio institucional - <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/204810>
- Grant, M. J., & Booth, A. (2009). A typology of reviews: An analysis of 14 review types and associated methodologies. *Health Information and Libraries Journal*, 26(2), 91–108. <https://doi.org/10.1111/j.1471-1842.2009.00848.x>
- Greene, M. F., Lecaros, M. J., & Cerda-Díez, M. F. (2022). Medios de prensa digitales en Chile: influencia del editor y de la audiencia en la reunión de pauta. *Cuadernos.Info*, 51, 93–113. <https://doi.org/10.7764/cdi.51.29645>
- Gronemeyer, M. E., del Pino, M., & Porath, W. (2019). The Use of Generic Frames in Elite Press: Between Conflict, Neutrality, and an Empowered Journalist. *Journalism Practice*, 0(0), 1–17. <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1665473>
- Gronemeyer, M. E., & Porath, W. (2017). Tendencias de la posición editorial en diarios de referencia en Chile. El arte de dosificar la crítica frente a la actuación de los actores políticos. *Revista de ciencia política*, 37(1), 177–202. <https://doi.org/10.4067/S0718-090X2017000100008>
- Guerra, P. (2019). *Concentración de medios de comunicación. Conceptos fundamentales y casos de estudio*. Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. https://www.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/27513/1/BCN_pga_Concentracio_n_de_la_propiedad_de_medios_de_comunicacion_Final.pdf

- Guerrero, M. A. (2017). ¿Por qué definir como «liberal capturado» el modelo de sistemas mediáticos en América Latina? *Infoamérica*, 11(11). https://www.infoamerica.org/icr/icr_11.html
- Guerrero, M. A., & Márquez-Ramírez, M. (2014). El modelo “liberal capturado” de sistemas mediáticos, periodismo y comunicación en América Latina. *Temas de Comunicación*, 29, 135–170. <https://doi.org/10.62876/tc.v0i29.2242>
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems: Three models of Media*. Cambridge University Press. <https://doi.org/9780521543088>
- Harlow, S. (2017). Quality, Innovation, and Financial Sustainability: Central American entrepreneurial journalism through the lens of its audience. *Journalism Practice*, 12(5), 543–564. <https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1330663>
- Harte, D. (2024). Unravelling the discourses of hyperlocal journalism. En R. Matthews & G. Hodgson (Eds.), *Local journalism: Critical perspectives on the Provincial Newspapers* (pp. 32–45). Routledge.
- Harte, D, Howells, R., & Williams, A. (2019). *Hyperlocal journalism: The decline of local newspapers and the rise of online community news*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315561240>
- Herrero-Solana, V, & Ramos-Ruiz, Á. (2022). *The Spanish press as an object of study for communication researchers = La prensa española como objeto de estudio para los investigadores en comunicación*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6569376>
- Hess, K, & Waller, L. (2017). *Local Journalism in a digital world*. Palgrave Macmillan.
- Higgins-Joyce, V. de M., & Harlow, S. (2020). Seeking Transnational, Digital-native News From Latin America: An Audience Analysis Through the Lens of Social Capital. *Journalism Studies*, 21(9), 1200–1219. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1734858>
- Higgins-Joyce, V. de M., Harlow, S., Weiss, A., & Alves, R. C. (2023). Spatial dimensions within hierarchy of influences: How re-conceived notions of space in networked societies impact Latin American journalists. *International Communication Gazette*, 85(6), 498–519. <https://doi.org/10.1177/17480485221130908>
- Howells, R. (2015). *Journey to the centre of a news black hole: examining the democratic deficit in a town with no newspaper* [Tesis doctoral, University of Cardiff]. Repositorio institucional - <https://orca.cardiff.ac.uk/id/eprint/87313/1/2016howellsrphd.pdf>
- Karlsson, M., & Rowe, E.H. (2019). Local journalism when the journalists leave town: probing the news gap that hyperlocal media are supposed to fill. *Nordicom Review*, 40(S2), 15–29. <https://doi.org/10.2478/nor-2019-0025>
- Kitzberger, P. (2012). The Media Politics of Latin America’s Leftist Governments. *Journal of Politics in Latin America*, 4(3), 123–139. <https://doi.org/10.1177/1866802X1200400305>
- León Gross, T. (2024). *La muerte del periodismo: cómo una política sin contrapoder degrada la democracia*. Editorial Deusto
- Lessa, M. L., & Fontes, P. V. (2020). Limits and paradox of Telesur: The media as a political agent of regional (dis)integration. *Revista Brasileira de Política Internacional*, 63(1). <https://doi.org/10.1590/0034-7329202000102>
- Lima-Junior, W. T., Da Silva, A. M., De-Souza-Carneiro, J., & Eduardo, T. (2024). Lupa NH Project: Experimental strategy to combat the scarcity of local coverage in Brazil. In *Local Journalism Global Challenges: News deserts, infodemic and the vastness in between* (pp. 83–100). LABCOM Communication & Arts

- López-García, X., González-Arias, C., & Rodríguez-Vázquez, A. I. (2024). Nuevos tiempos para la verificación periodística: oportunidades y desafíos para los medios locales. En J. Rúas Araújo, L. Alonso-Muñoz, & F. J. Paniagua Rojano (Eds.), *El impacto de la desinformación en el ámbito local* (pp. 129–144). Fragua
- Luna, J. P., Toro, S., & Valenzuela, S. (2022). Amplifying Counter-Public Spheres on Social Media: News Sharing of Alternative Versus Traditional Media After the 2019 Chilean Uprising. *Social Media and Society*, 8(1), 1–11. <https://doi.org/10.1177/20563051221077308>
- Marcus, H. S., Salinas-Muñoz, C., Yáñez Duamante, C., & Santa Cruz Achurra, 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>
- Marsden, P. (2017). *Entrepreneurial Journalism: How to go it alone and launch your dream digital project*. Routledge.
- Martín-Neira, J. I. (2023). *El periodismo científico en el ecosistema digital: nuevo perfil profesional, narrativas y estrategias de comunicación desde la realidad chilena*. [Tesis doctoral, Universidad de Granada]. Repositorio institucional - <https://hdl.handle.net/10481/85680>
- Mathews, N. (2022). Life in a news desert: The perceived impact of a newspaper closure on community members. *Journalism*, 23(6), 1250–1265. <https://doi.org/10.1177/1464884920957885>
- Mellado, C. (2009). Periodismo en Latinoamérica: revisión histórica y propuesta de un modelo de análisis. *Comunicar*, 16(33), 193–201. <https://doi.org/10.3916/c33-2009-01-011>
- Mellado, C., & Cruz, A. (2024): Consumo de noticias y evaluación del periodismo en Chile: informe 2024. Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. <https://bit.ly/43Grkc2>
- Mellado, C., & Lagos-Lira, C. (2013). Redefining comparative analyses of media systems from the perspective of new democracies. *Communication and Society*, 26(4), 1–24. <https://doi.org/10.15581/003.26.36058>
- Mellado, C., López-Rabadán, P., & Elortegui, C. (2017). (For) citizens or spectators? Chilean political journalism and its professional models for approaching the audience. *Palabra Clave*, 20(1), 14–46. <https://doi.org/10.5294/pacla.2017.20.1.2>
- Mellado, C., Salinas, P., Del Valle, C., & González, G. (2010). Estudio comparativo de cuatro regiones: mercado laboral y perfil del periodista. *Cuadernos.Info*, (26), 45–64. <https://doi.org/10.7764/cdi.26.11>
- Mellado, C., & Scherman, A. (2020). Mapping Source Diversity Across Chilean News Platforms and Mediums. *Journalism Practice*, 15(7), 974–993. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1759125>
- Mesquita, L. (2023). Collaborative Journalism and Normative Journalism: Lessons from Latin American Journalism. *Anàlisi*, 68(765140), 27–44. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3541>
- Metzgar, E. T., Kurpius, D. D., & Rowley, K. M. (2011). Defining hyperlocal media: Proposing a framework for discussion. *New Media and Society*, 13(5), 772–787. <https://doi.org/10.1177/1461444810385095>
- Mönckeberg, M. O. (2011). *Los magnates de la prensa: concentración de los medios de comunicación en Chile* (libro electrónico). Debate.

- Negreira-Rey, M. C., López-García, X., & Vázquez-Herrero, J. (2020). Mapa y características de los cibermedios locales e hiperlocales en España. *Revista de Comunicación*, 19(2), 193–214. <https://doi.org/10.26441/rc19.2-2020-a11>
- Nonkes, M. (2020). “When a small market newspaper closes: A literature review”. *Emerging Library & Information Perspectives* (3) 157–183. <https://doi.org/10.5206/elip.v3i1.8596>
- Olsen, R. K., & Mathisen, B. R. (2023). Deserted Local News: Exploring News Deserts From a Journalistic Recruitment Perspective. *Media and Communication*, 11(3), 390–400. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i3.6738>
- Orchard, X., & Correa, S. (2022). El estallido social como incidente crítico para la autoridad epistémica del periodismo. En A. Faure & C. Lagos-Lira (Eds.), *Campo en obras: postales y apuntes sobre los estudios de periodismo en Chile* (pp. 47–62). Editorial USACH
- Ortega-Parada, H., & Brüning-Lalut, A. (2004). *Aisén: Panorama histórico y cultural de la XI Región*. Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y Las Artes del Gobierno de Chile. <https://sohigeo.wordpress.com/wp-content/uploads/2017/05/historiadeaisen-ortega.pdf>
- Panchana-Macay, A. & Barrera, C. (2022). Uso de cadenas nacionales para imponer el discurso oficial en Ecuador (2007-2021). *Cuadernos.info*. 53 (sep. 2022), 162–183. <https://doi.org/10.7764/cdi.53.40623>
- Panchana-Macay, A., Muñoz-Pico, H. P., & Barrera, C. (2023). La incautación de medios privados en Ecuador en la era Correa y sus consecuencias. *Revista de Comunicación*, 22(2 SE-Artículos), 457–473. <https://doi.org/10.26441/RC22.2-2023-3234>
- Pérez-Gallego, M. Á. (2019). El hiperlocalismo en la evolución de los medios. En J. M. Flores Vivar (Ed.), *Experimentaciones periodísticas: news apps, docuwebs e hiperlocalismo en los nuevos medios* (pp. 115–128). Fragua
- Pickard, V. (2020). *Democracy without journalism?: confronting the misinformation society*. Oxford University Press.
- Pinto, J., Vigón, M., Chavez, M., & Takahashi, B. (2018). The Future of Environmental Communication and Journalism in Latin America and the Caribbean. En A. Hansen & S. Depoe (Eds.). *Palgrave Studies in Media and Environmental Communication* (Issue September 2018, pp. 177–185). https://doi.org/10.1007/978-3-319-70509-5_9
- Poindexter, P. M., Heider, D., & McCombs, M. (2006). Watchdog or Good Neighbor?: The Public’s Expectations of Local News. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 11(1), 77-88. <https://doi.org/10.1177/1081180X05283795>
- Protzel, J. (2014). Media Systems and Political Action in Peru. En M. A. Guerrero & M. Márquez-Ramírez (Eds.), *Media systems and communication policies in Latin America* (pp. 82–99). Palgrave Global Media Policy and Business Series.
- Puente, S., & Grassau, D. (2011). Periodismo ciudadano: dos términos contradictorios . La experiencia chilena según sus protagonistas. *Palabra Clave*, 14(1), 137–156. <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/viewArticle/1877%5Cnhttp://www.redalyc.org/articulo.oa?id=6492073200>
- Rackaway, C. (2024). *Communicating Politics Online : Disruption and Democracy* (Second Edition). Palgrave Macmillan.
- Ramos, G., Torre, L., & Jerónimo, P. (2023). No Media, No Voters? The Relationship between News Deserts and Voting Abstention. *Social Sciences*, 12(6), 345. <https://doi.org/10.3390/socsci12060345>

- Reig, R. (2015). *Crisis del sistema, crisis del periodismo: contexto estructural y deseos de cambio*. Gedisa.
- Rincón, O. (2010). ¿Hay que defender a los medios de comunicación del estado o al estado de los medios y los periodistas? En O. Rincón (Ed.), *¿Por qué nos odian tanto? Estado y medios de comunicación en América Latina* (pp. 5–15). Friedrich Ebert Stiftung. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/c3-comunicacion/07475.pdf>
- Rivas-de-Roca, R., García-Gordillo, M. & Caro-González, F. J. (2020). La construcción del periodismo “localizado” en medios digitales europeos. Estudio de casos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 75, 1-26. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1414>
- Rivas-de-Roca, R., García-Gordillo, M., & Caro-González, F. J. (2023). Calidad e información local: propuesta de construcción de indicadores internacionales. En D. Palau-Sampio, J. F. Gutiérrez-Lozano, & M. García-Gordillo (Eds.), *Calidad periodística: Retos en tiempos de desinformación, precariedad y polarización* (pp. 73–85). Comunicación Social, Ediciones y Publicaciones
- Rodgers, S. (2018). Roots and fields: excursions through place, space, and local in hyperlocal media. *Media, Culture and Society*, 40(6), 856–874. <https://doi.org/10.1177/0163443717729213>
- Rodríguez-Ortiz, R. (2016). Las radios comunitarias como motor de cambio desde la sociedad civil. En J. Olivares-Mardones & P. Segura-Ortiz (Eds.), *Voces del periodismo: reflexiones sobre un quehacer en permanente construcción* (pp. 167-173). LOM.
- Rodríguez-Urra, C., Trillo-Domínguez, M., & Herrero-Solana, V. (2023). The Irruption Of Digital Natives On The Chilean Media Landscape: analysis of the academic impact in front of web and social networks (2004-2022). *Brazilian Journalism Research*, 19(1), e1572. <https://doi.org/10.25200/BJR.v19n1.2023.1572>
- Rodríguez-Urra, C., Trillo-Domínguez, M., & Herrero-Solana, V. (2024). Hyperlocal journalism in the face of the advance of news deserts: scoping review. *Media International Australia*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/1329878X241265831>
- Romero-Lizama, P. S. (2020). Discurso, ideología y medios: El periodismo de libre mercado en Chile. *Question*, 1(65), e249. <https://doi.org/10.24215/16696581e249>
- Rosas-Ossa, M. (2016). *Fuentes para la historia cultural de Aysén: cronología de la prensa escrita*. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile.
- Sáenz, J. (2018). *Cultura material del Baker: aportes para una colección histórica (Tomo I)*. Dimacofi.
- Sáez, C. (2024). Sostenibilidad financiera y datos industriales: el caso de la TV regional, local y comunitaria en Chile. En Á. Carrasco-Campos & J. Candón-Msáeena (Eds.), *Sostenibilidad de los medios en la era digital* (pp. 97–120). Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- 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>
- Salaverría, R. (2005). *Cibermedios: el impacto de internet en los medios de comunicación en España*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Salaverría, R. (2016). Ciberperiodismo en Iberoamérica: marco general. En R. Salaverría (Ed.), *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Fundación Telefónica.
- Salaverría, R. (2019). Digital journalism: 25 years of research. Review article. *El Profesional de la Información*, 28(1), e280101. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>

- Salaverría, R. (2022). Veinticinco años de evolución del ecosistema periodístico digital en España. En R. Salaverría & M. P. Martínez-Costa (Eds.) *Medios nativos digitales en España: caracterización y tendencias* (pp. 21–29).
- Salaverría, R., & De-Lima-Santos, M. F. (2020). “Towards ubiquitous journalism: Impacts of IoT on news”. En J. Vázquez-Herrero; S. Direito-Rebollal; A. Silva-Rodríguez; X. López-García (Eds.). *Journalistic metamorphosis. Studies in big data*. Springer
- Salaverría, R., & De-Lima-Santos, M. F. (2021). Transformation of the News Media Industry in the Global South. En R. Salaverría & M. F. de-Lima-Santos (Eds.), *Journalism, Data and Technology in Latin America* (pp. 1–21). Palgrave Macmillan
- Salaverría, R., Sádaba, C., Breiner, J. G., & Warner, J. C. (2019). A Brave New Digital Journalism in Latin America. En M. Túniz-López, V. A. Martínez-Fernández, X. López-García, J. Rúas-Araujo, & F. Campos-Freire (Eds.), *Communication: Innovation & Quality* (pp. 229–247). Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-91860-0_14
- Salazar-Rebolledo, G. (2021). Ejercer el periodismo en entornos violentos: análisis empírico de las zonas de silencio en México. *Perfiles Latinoamericanos*, 29(58), 1–28. <https://doi.org/10.18504/pl2958-001-2021>
- Saldaña, M. (2022). Exponiendo a la presidenta: el enfoque político de un desastre natural en Chile. En A. Faure & C. Lagos-Lira (Eds.), *Campo en obras: postales y apuntes sobre los estudios de periodismo en Chile* (pp. 159–184). Editorial USACH
- Salinas-Muñoz, C., & Marcus, H. S. (2015). Burocratización de las rutinas profesionales de los periodistas en Chile (1975-2005). *Cuadernos.Info*, 37, 121–135. <https://doi.org/10.7764/cdi.37.703>
- Sánchez-Torné, I., Caro-González, F. J., & Pérez-Suárez, M. (2023). Content is key to non-profit digital media strategy. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 0123456789. <https://doi.org/10.1007/s12208-022-00358-y>
- Santander, P. (2013). Leyes de medios de Chile y Argentina: tan cerca tan lejos. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 19(2), 889–905. https://doi.org/10.5209/rev_esmp.2013.v19.n2.43478
- Schudson, M. (2018). *Why Journalism Still Matters*. Polity Press
- Segura, M. S., Linares, A., Espada, A., Longo, V., Hidalgo, A. L., Traversaro, N., & Vinelli, N. (2018). La multiplicación de los medios comunitarios, populares y alternativos en Argentina. Explicaciones, alcances y limitaciones. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo (RICD)*, 2(9), 88. <https://doi.org/10.15304/ricd.2.9.5530>
- Skoknic, F. (2024). Safeguarding independent journalism in Latin America. Journalism Fellowship Paper del Reuters Institute de la Universidad de Oxford. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-08/RISJ%20Fellows%20Paper_Fran%20S_HT24_FINAL.pdf
- Solórzano, R. (2016). Nicaragua. En R. Salaverría (Ed.), *Ciberperiodismo en Iberoamérica* (pp. 255–272). Fundación Telefónica y Editorial Ariel.
- Stites, T. (2011). *Tom Stites: Layoffs and cutbacks lead to a new world of news deserts*. NiemanLab. <https://www.niemanlab.org/2011/12/tom-stites-layoffs-and-cutbacks-lead-to-a-new-world-of-news-deserts/>
- Suenzo, F., Boczkowski, P., & Mitchelstein, E. (2020). La crisis de la prensa escrita: una revisión bibliográfica para repensarla desde Latinoamérica. *Cuadernos.Info*, 47, 1–25. <https://doi.org/10.7764/cdi.47.1867>

- Sullivan, M. (2020). *Ghosting the New: local journalism and the crisis of American democracy*. Columbia Global Reports.
- Sunkel, G., & Geoffroy, E. (2002). Concentración económica de los medios de comunicación. Peculiaridades del caso chileno. *Comunicación y Medios*, 13, 135–150. <https://doi.org/10.5354/0716-3991.2002.12985>
- Taylor, S. J., & Bogdan, R. J. (2009): Introducción a los métodos cualitativos de investigación: la búsqueda de significados. Paidós.
- Treisman, R. (2021). *When this hedge fund buys local newspapers, democracy suffers*. Npr.Org. <https://www.npr.org/2021/10/18/1046952430/the-consequences-of-when-a-hedge-fund-buys-newspapers>
- Tubella, I., & Alberich, J. (2012). *Comprender los media en la sociedad de la información*. Editorial UOC
- Turner, J., & Harte, D. (2022). Where's the fake news in hyperlocal media? Trust amongst citizen journalists and participatory audiences in local Facebook pages. En *Responsible Journalism in Conflicted Societies: Trust and Public Service Across New and Old Divides* (pp. 44–58). <https://doi.org/10.4324/9781003178217-5>
- UNESCO. (2016). *La Convención de 2005 sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales*. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000246264_spa.locale=en
- UNESCO. (2021). *El impacto de la pandemia del COVID-19 en la sostenibilidad de los medios de comunicación en América Latina*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377631>
- Van Dijck, J. (2009). Users like you? Theorizing agency in user-generated content. *Media, Culture and Society*, 31(1), 41–58. <https://doi.org/10.1177/0163443708098245>
- Vázquez-Herrero, J., Negreira-Rey, M.-C., & López-García, X. (2023). Investigación sobre medios nativos digitales: una especialidad emergente en el campo de la comunicación digital. *Profesional de La Información*, 32(2), 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.3145/epi.2023.mar.02>
- Verza, S., Blagojev, T., Borges, D., Kermer, J., Trevisan, M., & Reviglio, U. (2024). Uncovering news deserts in Europe Risks and opportunities for local and community media in the EU. https://cmpf.eui.eu/wp-content/uploads/2024/02/CMPF_Uncovering-news-deserts-in-Europe_LM4D-final-report.pdf
- Wahl-Jorgensen, K., García-Blanco, I., & Boelle, J. (2022): British community journalism's response to the COVID-19 pandemic. En *Reappraising Local and Community News in the UK: Media, Practice, and Policy* (pp. 42–54). Taylor and Francis. <https://doi.org/10.4324/9781003173144-4>
- Waisbord, S. (2000). Media in South America: between the rock of the state and the hard place of the market. En J. Curran & M.-J. Park (Eds.), *De-westernizing media studies* (pp. 50–62). Routledge.
- Wallace, R. (2022). New Reasons for Forced Displacement: A Multimodal Discourse Analysis of the Construction of Refugee Identity. *Journalism Practice*, 16(2), 244–261. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1981153>
- Warner, M. (2019). *Funding Public Media: An Insight Into Contemporary Funding Models*. Public Media Alliance. <https://www.publicmediaalliance.org/insight-funding-public-media>
- Williams, A., Wahl-Jorgensen, K & Wardle, C. (2011). More Real and Less Packaged?: Audience Discourses on Amateur News Content and Their Effects on Journalism

- Practice. En K. Andén-Papadopoulos, and M. Pantti (Eds.). *Amateur Images and Global News*. (pp.193–209). Intellect.
- Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación: una introducción a sus métodos*. Bosch.
- Zhu, H., & Mengyao. (2024). The changing socialized role of Chinese local media in the infodemic: a case study of the Shanghai 2022 pandemic rumours. En P. Jerónimo (Ed.), *Local Journalism Global Challenges: News deserts, infodemic and the vastness in between* (pp. 125–142). LABCOM Communication & Arts.
- Zweig, N. (2018). Rethinking the Venezuelan Media Presidency: Populism/Authoritarianism and “Spectacular Modernity”. *International Journal of Communication*, 12, 3349–3367.

9. ANEXOS

Anexo 1: Modelo de autorización de participación de profesionales y medios de comunicación en dinámica de entrevista semiestructurada y observación no participante, en el marco de la investigación asociada a la publicación científica sobre desiertos informativos de la Región de Aysén



UNIVERSIDAD
DE GRANADA



Facultad de
Comunicación y Documentación

AUTORIZACIÓN

En el marco del desarrollo de la tesis doctoral “EI ECOSISTEMA MEDIÁTICO LATINOAMERICANO ANTE EL DESAFÍO DIGITAL: LOS DESIERTOS INFORMATIVOS EN CHILE Y LA REGIÓN DE AYSÉN” (título provisional) del doctorando por la Universidad de Granada, Carlos Andrés Rodríguez Urra, autorizo mi participación de las dinámicas de entrevista y/o observación no participante. Esta disponibilidad contempla el registro sonoro de las entrevistas y/o tomas de fotografías y/o anotación de observaciones de campo, como insumos anexos para el avance y publicación de la investigación del interesado.

Saluda cordialmente,

Firma:

Nombre:
Cargo:

Fuente: elaboración propia, disponible en <https://bit.ly/4cFqT4s>

9.1 Material complementario

1. Publicación en revista

Rodríguez-Urra, C., Trillo-Domínguez, M., & Herrero-Solana, V. (2023). Mapa mediático hispanoamericano: una aproximación desde la academia. *Revista De Comunicación*, 22(1), 435–452. <https://doi.org/10.26441/RC22.2-2023-3105>

- Base de datos de cartografía mediática de Hispanoamérica

<https://zenodo.org/record/7107274#.Yy1yauxBxrQ>

2. Publicación en revista

Rodríguez-Urra, C., Trillo-Domínguez, M., & Herrero-Solana, V. (2023). The Irruption Of Digital Natives On The Chilean Media Landscape: analysis of the academic impact in front of web and social networks (2004-2022). *Brazilian Journalism Research*, 19(1), e1572. <https://doi.org/10.25200/BJR.v19n1.2023.1572>

- Base de datos de medios nativos digitales frente a prensa chilena en estudios mediáticos, impacto social y web y uso de fuentes de métricas empleadas

<https://zenodo.org/records/7352488>

- Gráfico interactivo de frecuencia de aparición de prensa y medios nativos digitales chilenos en publicaciones científicas

<https://public.tableau.com/app/profile/carlos2725/viz/Fig1eng/fig1>

- Gráfico interactivo de frecuencia acumulada de medios organizados en grupos de propiedad

<https://public.tableau.com/app/profile/carlos2725/viz/Fig2eng/Fig22>

3. Publicación en revista

Rodríguez-Urra, C., Trillo-Domínguez, M., & Herrero-Solana, V. (2024). The spread of news deserts in Chile: The case of the Aysén region. *KOME*. 0(0). URL: <https://hdl.handle.net/10481/95201>

- Dataset de medios identificados en la Región de Aysén junto a índices de impacto social, clasificación tipo de administración municipal/no municipal y distribución por comunas (Septiembre 2022)

<https://zenodo.org/records/13766069>

- Rango temporal de desarrollo de dinámicas de entrevistas y observación por medio de comunicación

<https://zenodo.org/records/13843427>

4. Material complementario asociado a la Región de Aysén

Tabla 2. Marco temporal de presencia de diarios y periódicos locales en la historia de la Región de Aysén⁴

	1920	1930	1940	1950	1960	1970	1980	1990	2000	2010	2020
El Aysén											
La Luz											
El Esfuerzo											
La Razón											
El Boletín											
El Progreso											
Liceo											
La Voz de Aysén *											
El Colono**											
Suraysén											
Las Noticias											
El Regional											
La Prensa											
La Voz de Coyhaique***											
La Zona											
El Farellón											
Tribuna Popular											
La Nueva Provincia											
Trinchera											
El Diario de Aysén											
La Fuerza de la Verdad											
El Divisadero											
Buenas Nuevas											
Sin Fronteras											

Fuente: elaboración propia a partir de Ortega-Parada y Brüing-Lalut (2004) e investigación en terreno

⁴ Títulos de Puerto Aysén en color azul y de Coyhaique en verde. De todos los medios impresos, *El Divisadero* es el único que permanece funcionando en la actualidad, aunque con una versión en digital. * = No se consigna fecha., ** = Según precisa la web del Censo-Guía de Archivos de España y de Iberoamérica del Ministerio de Cultura de España, 'El Colono' su fecha de inicio es 1937 <http://censoarchivos.mcu.es/CensoGuia/archivodetail.htm?id=48700>, *** = Considerado como 'desaparecido' por Rosas-Ossa (2016)

Figura 2. Detalle del mapa de cobertura de red móvil 2G, 3G, 4G y 5G en todo Chile comparado a la Región de Aysén



Fuente: elaboración propia a través de Nperf de septiembre de 2023

- Entrevistas a académicas de Universidad de Aysén, gestora cultural y representante Colegio de Periodistas de la región

<https://bit.ly/3z1iWsV>

9.2 Aceptación por escrito de los coautores de los trabajos

Publicación 1:

Artículo: **Mapa mediático hispanoamericano: una aproximación desde la academia**

Los coautores:

D/D ^a .	Magdalena Trillo Domínguez
D/D ^a .	Víctor Herrero Solana

declaran que:

ACEPTAN y AUTORIZAN la utilización de dicho artículo como parte de la documentación de depósito y defensa de la tesis doctoral de D./D^a. **Carlos Andrés Rodríguez Urrea** titulada **“El ecosistema mediático en Latinoamérica ante el desafío digital: el caso de Chile y la amenaza de los desiertos informativos en la Región de Aysén”**.

NO HAN UTILIZADO dicho artículo como parte de la documentación de depósito y defensa de otra tesis doctoral y / o RENUNCIAN a utilizarlo en una futura tesis doctoral.

En Granada, a 29 de septiembre de 2024

Fdo.: Carlos Andrés Rodríguez Urrea Pasaporte: P19109249 NIE: Y5636349Y	Fdo.: Magdalena Trillo Domínguez DNI 52489353H	Fdo.: Víctor Herrero Solana DNI: 76654967S
---	---	---

Publicación 2:

Artículo: **The Irruption Of Digital Natives On The Chilean Media Landscape: analysis of the academic impact in front of web and social networks (2004-2022)**

Los coautores:

D/D ^a .	Magdalena Trillo Domínguez
D/D ^a .	Víctor Herrero Solana

declaran que:

ACEPTAN y AUTORIZAN la utilización de dicho artículo como parte de la documentación de depósito y defensa de la tesis doctoral de D./D^a. **Carlos Andrés Rodríguez Urrea** titulada **“El ecosistema mediático en Latinoamérica ante el desafío digital: el caso de Chile y la amenaza de los desiertos informativos en la Región de Aysén”**.

NO HAN UTILIZADO dicho artículo como parte de la documentación de depósito y defensa de otra tesis doctoral y / o RENUNCIAN a utilizarlo en una futura tesis doctoral

En Granada, a 29 de septiembre de 2024

Fdo.: Carlos Andrés Rodríguez Urrea Pasaporte: P19109249 NIE: Y5636349Y	Fdo.: Magdalena Trillo Domínguez DNI 52489353H	Fdo.: Víctor Herrero Solana DNI: 76654967S
---	---	---

Publicación 3:

Artículo: **Hyperlocal journalism in the face of the advance of news deserts: scoping review**

Los coautores:

D/D ^a .	Magdalena Trillo Domínguez
D/D ^a .	Víctor Herrero Solana

declaran que:

ACEPTAN y AUTORIZAN la utilización de dicho artículo como parte de la documentación de depósito y defensa de la tesis doctoral de D./D^a. **Carlos Andrés Rodríguez Urrea** titulada **“El ecosistema mediático en Latinoamérica ante el desafío digital: el caso de Chile y la amenaza de los desiertos informativos en la Región de Aysén”**.

NO HAN UTILIZADO dicho artículo como parte de la documentación de depósito y defensa de otra tesis doctoral y / o RENUNCIAN a utilizarlo en una futura tesis doctoral.

En Granada, a 29 de septiembre de 2024

Fdo.: Carlos Andrés Rodríguez Urrea Pasaporte: P19109249 NIE: Y5636349Y	Fdo.: Magdalena Trillo Domínguez DNI 52489353H	Fdo.: Víctor Herrero Solana DNI: 76654967S
---	---	---

Publicación 4:

Artículo: **The spread of news deserts in Chile: The case of the Aysén region**

Los coautores:

D/D ^a .	Magdalena Trillo Domínguez
D/D ^a .	Víctor Herrero Solana

declaran que:

ACEPTAN y AUTORIZAN la utilización de dicho artículo como parte de la documentación de depósito y defensa de la tesis doctoral de D./D^a. **Carlos Andrés Rodríguez Urrea** titulada **“El ecosistema mediático en Latinoamérica ante el desafío digital: el caso de Chile y la amenaza de los desiertos informativos en la Región de Aysén”**.

NO HAN UTILIZADO dicho artículo como parte de la documentación de depósito y defensa de otra tesis doctoral y / o RENUNCIAN a utilizarlo en una futura tesis doctoral.

En Granada, a 29 de septiembre de 2024

Fdo.: Carlos Andrés Rodríguez Urrea Pasaporte: P19109249 NIE: Y5636349Y	Fdo.: Magdalena Trillo Domínguez DNI 52489353H	Fdo.: Víctor Herrero Solana DNI: 76654967S
--	--	--



UNIVERSIDAD DE GRANADA

