

Transformaciones, desafíos y fortalezas del ecosistema periodístico: catastro de medios en Chile¹

Transformations, Challenges, and Strengths of the Journalism Ecosystem: Media Mapping in Chile



William Porath. Doctor en Ciencia Política de la Universidad Johannes Gutenberg de Mainz, Alemania. Se tituló de Periodista en la Pontificia Universidad Católica de Chile. Actualmente es profesor titular de la Facultad de Comunicaciones de dicha universidad. Sus líneas de investigación son la comunicación política y los estudios del periodismo. Ha sido profesor de Comunicación Política, Teoría de las Comunicaciones, Metodología de Investigación y ha dirigido múltiples Seminarios de Investigación. Es miembro del Claustro doctoral de la Facultad de Comunicaciones. También ha sido Director del Departamento de Comunicación Aplicada y Director de Investigación en la misma facultad. Inicio su carrera como asistente de investigación del Profesor Carlos Huneeus en el Centro de Estudios de la Realidad Contemporánea CERC, entonces dependiente de la Academia de Humanismo Cristiano. También trabajó con Marta Lagos en el Latinobarómetro. Sus últimas publicaciones son sobre la presencia de las mujeres en las noticias y en la publicidad, y trabajos sobre la resiliencia de los periodistas chilenos.

Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile 

wporath@uc.cl

ORCID: 0000-0003-0677-2928



Constanza Ortega-Gunckel es Cientista Política y candidata a Ph.D. en Ciencias de la Comunicación en la Pontificia Universidad Católica de Chile (UC). Es investigadora afiliada del Millennium Institute for Foundational Research on Data (IMFD). Sus líneas de investigación se enfocan en la comunicación de desastres, el periodismo y la comunicación política. Desde 2019 ha trabajado como asistente de investigación en una línea de proyectos asociados a la comunicación en contextos de crisis. Su tesis doctoral busca responder a la pregunta: ¿cuáles son los tipos de mensajes y sus características que pueden satisfacer de mejor manera las necesidades específicas de contenido de los distintos perfiles actanciales que pueden actuar durante situaciones de desastre? Para ello, trabaja en establecer y caracterizar los perfiles actanciales de los sujetos que pueden actuar ante situaciones de desastre en Chile, así como en identificar sus necesidades específicas en términos de contenido. A partir de esto, busca desarrollar una tipología de mensajes coherente con cada uno de dichos perfiles.

Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile 

Cortega1@uc.cl

ORCID: 0000-0001-9182-3827

- ¹ Este artículo es resultado del trabajo realizado en el marco de dos proyectos con financiamiento de la Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo de Chile (ANID): proyecto del Fondo de Estudios sobre el Pluralismo en el Sistema Informativo Nacional PLU190009 “La crisis de la industria de los medios y la precarización del empleo de periodista: consecuencias para la independencia y la calidad de su trabajo”; proyecto Fondecyt Regular #1210423 “Periodismo chileno en crisis: consecuencias en la concepción de la profesión y su ejercicio post estallido social y pandemia en perspectiva comparada” (2021-2024). Además, se enmarca en la tercera ola del *Worlds of Journalism Study* (2021-2024) (Lauerer et al. 2025).

Cómo citar este artículo:

Porath, W.; Ortega-Gunckel, C.; Arriagada, E. y Grassau, D. (2027). Transformaciones, desafíos y fortalezas del ecosistema periodístico: catastro de medios en Chile. *Doxa Comunicación*, 44.

<https://doi.org/10.31921/doxacom.2901>



Este contenido se publica bajo licencia Creative Commons Reconocimiento - Licencia no comercial. Licencia internacional CC BY-NC 4.0



Eduardo Arriagada es periodista titulado por la Pontificia Universidad Católica de Chile y MBA por el IE Business School. Es profesor asociado de la Facultad de Comunicaciones de la UC, donde fue decano entre el 2016 y el 2020. Su área de investigación se centra en la industria informativa y la gestión empresarial de los medios de comunicación masivos. Además de su labor docente, se desempeña como consultor, conferencista y columnista, donde aborda temas relacionados con el futuro de las redacciones periodísticas y el uso de dispositivos móviles y redes sociales en la comunicación. Entre 1993 y 2000, fue director del Centro de Estudios de la Prensa, entidad de la UC dedicada a la investigación aplicada y consultoría para empresas periodísticas. Posteriormente, entre 2000 y 2003, se desempeñó como director general de Comunicaciones de la universidad, período en el que editaba semanalmente la carta confidencial Monitor de Medios, dirigida a ejecutivos de diarios latinoamericanos. Entre 2002 y 2004, fue gerente de Comunicaciones del Banco Central de Chile. Es Vicerrector de Comunicaciones desde el año 2025.

Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile [ROR](#)

earriagada@uc.cl

ORCID: 0000-0002-5069-3605



Daniela Grassau es Doctora en Sociología por la Pontificia Universidad Católica de Chile (UC-Chile). Periodista titulada de la misma universidad y Magíster en Comunicación Social por la Universidad de Chile, y realizó su pasantía doctoral en la University of Wisconsin-Madison. Actualmente es Profesora Asociada en la Escuela de Comunicaciones de la UC-Chile, donde imparte cursos de pregrado y doctorado en metodología y teoría de la comunicación. Desde 2010, su investigación se ha centrado en el ejercicio del periodismo y la opinión pública, con especial énfasis en contextos de crisis y desastres. Su trabajo examina los desafíos de ejercer el periodismo durante terremotos, pandemias y períodos de agitación social. Se desempeñó como editora de la revista Cuadernos.info (indexada en SCOPUS y ESCI) durante ocho años y actualmente es Subdirectora de Programas de Magíster y Diplomados en la misma Escuela. Es Investigadora Responsable del proyecto Fondecyt Regular “Diseño del proceso de acción informativa durante un desastre: el rol del periodismo como agente de recuperación espontánea de la población a partir de la perspectiva de las audiencias” (#1251724), y es Investigadora Adjunta del Núcleo Milenio para el Estudio de la Política, Opinión Pública y Medios en Chile (MEPOP) (NCS2024_007).

Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile [ROR](#)

dgrassau@uc.cl

ORCID: 0000-0001-7846-8322

Recibido: 17/01/2025 - Aceptado: 10/02/2026 - En edición: 10/09/2026 - Publicado:

Received: 17/01/2025 - Accepted: 10/02/2026 - Early access: 10/09/2026 - Published:

Resumen:

Este estudio analiza la estructura del sistema de medios en Chile en el contexto de transformaciones recientes, a partir de un catastro de medios (2019-2020) y con datos del proyecto *Worlds of Journalism Study* (WJS, 2021-2023). Los resultados muestran un crecimiento en la diversidad mediática impulsado por la expansión de medios regionales y digitales. No obstante, persisten desigualdades estructurales significativas: por ejemplo, la Región Metropolitana agrupa al 58,4% del empleo en el rubro, lo que refleja una marcada concentración geográfica. Asimismo, los conglomerados mediáticos, que representan solo el 17,5%, concentran el 44,4% del empleo periodístico, lo que da cuenta de su peso en el sector. El estudio también identifica cambios en el perfil profesional de los periodistas: la representación femenina ha disminuido de 43,2% a 32,2%, hay un envejecimiento de la fuerza

Abstract:

This study examines the structure of the media system in Chile amid recent transformations, using a media mapping (2019-2020) with data from the Worlds of Journalism Study (WJS, 2021-2024). The results show an increase in media diversity, driven by the growth of regional and digital outlets. However, significant structural inequalities remain: for example, the Metropolitan Region accounts for 58.4% of sector employment, reflecting strong geographic concentration. Similarly, media conglomerates, which make up only 17.5% of outlets, account for 44.4% of journalistic employment, underscoring their weight in the sector. The study also notes changes in the professional profile of journalists: female representation has decreased from 43.2% to 32.2%, workforce has aged, with the average rising from 33 to 41.1 years, and there has been an increase in professional specialization, reaching

laboral –con un aumento de la edad promedio de 33 a 41,1 años– y ha habido un incremento en la especialización profesional, que alcanza al 91,5% de los periodistas. El análisis concluye que, aunque Chile ha sido históricamente identificado como un país con una alta concentración mediática, los recientes cambios muestran una evolución hacia una mayor diversidad en el ecosistema informativo.

Palabras clave:

Catastros, medios de comunicación, Chile, periodismo, periodistas.

91.5% of journalists. Overall, the analysis concludes that, although Chile has historically been identified as a country with high media concentration, recent changes indicate a shift toward greater diversity in the information ecosystem.

Keywords:

Mapping, media, Chile, journalism, journalists.

1. Introducción

Durante los últimos años hemos sido testigos y protagonistas de la crisis que la profesión periodística sufre, tanto en Chile, como en el mundo. Desórdenes informativos, falta de confianza, precarización laboral y amenazas tecnológicas, entre otros, son algunos de los desafíos que deben enfrentar quienes son parte del sistema de medios (García Ramírez et al., 2025).

Los resultados para Chile del informe *The Media for Democracy Monitor* (Núñez-Mussa, 2021) muestran cómo el estallido social de fines de 2019 puso en la discusión pública el rol de la prensa y los procesos de producción de noticias. Por un lado, desde la prensa se expresó un testimonio que da cuenta de largas jornadas laborales, alto estrés, pocas oportunidades de especialización y bajos sueldos. A eso se suman brechas de género y mínima reflexión sobre el pluralismo interno en las salas de redacción. Por el otro lado, durante este hito, manifestantes y a miembros de la academia criticaron la cobertura de las protestas, lo que derivó en un cuestionamiento institucional sobre cómo se ejerce la función periodística en el país y la estructura de propiedad de los medios.

La crítica hacia la función de los medios informativos, junto con la narración que evidencia la precariedad del ejercicio periodístico, colindan en una tensión latente entre audiencias y periodistas, un fenómeno que se ve reflejado en estudios como *The Digital News Report* coordinado por *The Reuters Institute* de la Universidad de Oxford, donde los datos locales dan cuenta de una tendencia de escasa confianza por parte del público hacia las noticias de medios de comunicación tradicionales. Desde 2019, esta confianza se ha mantenido bajo el 50%, y los datos de 2022 revelan una confirmación de la tendencia con un 38% (Fernández y Núñez-Mussa, 2022).

Por esta razón, para hacer frente a estas amenazas, hoy más que nunca, se ha vuelto una necesidad comprender de qué manera se configura este ecosistema mediático y cuáles son las condiciones en las que se articulan las relaciones de quienes lo componen. Para abordar estos problemas, es requisito comprender los contextos de producción y distribución de noticias en Chile. Para eso, es necesario tener una idea respecto de cuántos medios de noticias operan en el país, comprender su distribución a nivel nacional y la diversidad de plataformas en las que se hacen accesibles a la población, junto con determinar cuántos periodistas trabajan en el país y cómo se distribuyen.

Por esto, el objetivo de este trabajo es examinar la distribución de los medios de comunicación en Chile, incluidas las plataformas en las que se hacen accesibles, la distribución geográfica y demográfica de los periodistas, y la relación con la estructura de propiedad de los medios. Para ello, se realizó un catastro durante 2019-2020 que mapea las principales características de los

medios en el país, y proporciona una base empírica que espera contribuir al análisis de posibles transformaciones y fortalezas del ecosistema mediático nacional.

2. Marco teórico

2.1. Estudios sobre medios en Chile

La investigación sobre periodismo en Chile ha abordado el fenómeno desde múltiples perspectivas. Una línea consolidada es la que examina los contenidos producidos por los medios, centrándose en la manera en que estos construyen informativamente determinados temas, actores o problemáticas. Estos trabajos han aportado evidencia para comprender, por ejemplo, la configuración de las agendas mediáticas, los encuadres noticiosos predominantes y los roles profesionales que orientan la práctica periodística (véase, Mellado et al., 2018; Saldaña et al., 2025; Valderrama et al., 2025; Etchegaray y Matus, 2015; Cabalin Quejada y Lagos Lira, 2010; Flores-Aguilar et al., 2025; Lagos et al., 2022).

Otra línea de estudios ha puesto atención en la relación entre el periodismo y sus públicos, la que explora cómo las audiencias evalúan el desempeño periodístico y cómo comprenden sus funciones sociales (Puente y Mujica, 2006; Humeres et al., 2023; Gajardo y Mellado, 2024, entre otros). A esto se suman investigaciones que recuperan la tradición de la sociología del periodismo, enfocándose en el funcionamiento interno de las salas de redacción y en las condiciones concretas en que se desarrolla el trabajo informativo (Stange et al., 2018; Dodds, 2019, 2022). Asimismo, se ha examinado el campo formativo, para conocer las expectativas, identidades y representaciones profesionales de estudiantes de periodismo (por ej., Mellado y Scherman, 2017; Avendaño et al., 2021; Lazcano-Peña et al., 2021; Bustamante-Pavez et al., 2024).

En los últimos años, han surgido investigaciones centradas específicamente en periodistas en ejercicio, orientadas a analizar transformaciones estructurales del campo en un contexto marcado por dos crisis consecutivas que redefinieron sus condiciones de producción: el estallido social de 2019 y la pandemia de COVID-19. Para el periodismo, el estallido social implicó la cobertura prolongada de un ciclo de protesta de alta conflictividad, caracterizado por violencia en el espacio público, desinformación, desconfianza hacia los medios y un aumento de los riesgos físicos y psicológicos para los periodistas, quienes debieron trabajar en entornos hostiles y con cuestionamientos a su legitimidad. Posteriormente, la pandemia supuso una crisis sanitaria de larga duración que exigió una cobertura informativa constante en condiciones de restricción de movilidad, reorganización del trabajo en las redacciones y una mayor dependencia de fuentes institucionales, lo que profundizó las transformaciones en las rutinas, la organización del trabajo y la relación con las audiencias (González-Trujillo et al., 2022; Grassau et al., 2023; Porath et al., 2025, entre otros).

En este escenario, parte de la investigación reciente se ha orientado a examinar cómo estas transformaciones se manifiestan en las rutinas profesionales, los modelos organizacionales, los modelos de negocio y las trayectorias laborales de los periodistas. Por ejemplo, Greene et al. (2022) analizaron la evolución de la rutina de pauta en diez medios digitales a partir de entrevistas en profundidad a editores y directores, cuyos resultados evidencian una diferenciación entre medios matriciales y medios nativos digitales en la organización del trabajo y la toma de decisiones editoriales. Jara Reyes et al. (2023) examinaron seis medios nativos digitales con el objetivo de comprender los cambios que atraviesa el sistema informativo chileno, e identifica tensiones

en cinco dimensiones del modelo de negocio: sostenibilidad, innovación, asociatividad, construcción de comunidad y valor añadido periodístico.

Lazcano-Peña et al. (2024), por su parte, muestran, a partir de entrevistas a periodistas emprendedores, que este tipo de trayectoria profesional responde con frecuencia a condiciones contextuales más que a decisiones vocacionales deliberadas, en procesos de reconversión forzada más que producto de estrategias planificadas de desarrollo profesional. En una línea complementaria, Gajardo y Mellado (2024), tras realizar 30 entrevistas a periodistas de medios nacionales y a miembros de la audiencia, identifican una interacción compleja entre valores profesionales tradicionales y expectativas cambiantes del público: mientras los periodistas enfatizan la objetividad y la independencia como pilares normativos, las audiencias priorizan atributos como la cercanía, la empatía y la accesibilidad. Por su parte, Faure et al. (2025b), al examinar seis medios digitales regionales, concluyen que la dimensión territorial adquiere un peso significativo en la sostenibilidad económica, el desarrollo de comunidades y la construcción del valor periodístico.

A partir de 91 entrevistas en profundidad a periodistas y editores de diversos medios chilenos, Grassau et al. (2023, 2024) analizan cómo el estallido social y la pandemia de COVID-19 actuaron como catalizadores de transformaciones en las dinámicas de las salas de redacción y en la concepción del rol profesional en contextos de alta incertidumbre. Sus resultados indican que el periodismo atravesó un proceso de *duelo* profesional, caracterizado por tensiones, resistencias y posteriores ajustes en las rutinas y formas de organización del trabajo. Asimismo, identifican un aumento de las presiones organizacionales, vinculadas a métricas de audiencia y lógicas de visibilidad, y el despliegue de estrategias de autoprotección frente a entornos hostiles.

Finalmente, otra línea de investigación en el estudio del periodismo en Chile se ha centrado en los desafíos de la profesión a partir de las propias percepciones de quienes la ejercen (Puente et al., 2013). A diferencia de la mayor parte de los estudios mencionados previamente, basados principalmente en entrevistas y análisis de contenido, este corpus se apoya en diseños predominantemente cuantitativos, especialmente encuestas. Estos trabajos han permitido caracterizar de manera sistemática las identidades profesionales, las expectativas laborales y las concepciones sobre el rol social del periodismo, así como los criterios de verdad y los marcos éticos que orientan la práctica informativa (véase Mellado et al., 2010; Mellado y Lagos, 2011; Mellado y Humanes, 2012; Mellado y Van Dalen, 2014; Oller et al., 2017).

2.2. Importancia de conocer cifras

El periodismo se enfrenta a numerosos desafíos en la actualidad, derivados de transformaciones tecnológicas, económicas y sociales que han reconfigurado el ecosistema mediático global (Hanitzsch et al., 2019). Entre estos problemas destacan la concentración de propiedad, las brechas de acceso, la precarización laboral y la proliferación de desinformación (Waisbord, 2022; Opdahl et al., 2023). Para abordar estas problemáticas, el mapeo y el análisis de los medios de comunicación emergen como herramientas que no solo permiten examinar su distribución geográfica, demográfica y de plataformas, sino que además ayudan a comprender las dinámicas dentro de estos ecosistemas (Rodríguez-Urrea et al., 2023). Por ejemplo, un análisis de la concentración de propiedad puede revelar cómo unas pocas corporaciones o grupos controlan la mayor parte de la información que consume la población, lo que limita la diversidad de voces y perspectivas (Trappel y Meier, 2022).

El mapeo también facilita reconocer las plataformas a través de las cuales los medios se vuelven accesibles, así como las brechas tecnológicas que afectan a distintas regiones y grupos demográficos. De acuerdo con Vassilakopoulou y Hustad (2023), este tipo de estudios contribuye a detectar desigualdades en accesos y disponibilidad de información local, un aspecto crítico para promover una sociedad informada y participativa. Finalmente, Rodríguez-Urrea et al. (2023) sostienen que la sistematización de estos datos ayuda a caracterizar la presencia geográfica y demográfica de los periodistas; es decir, comprender dónde y cómo ejercen su labor, además de evaluar las inequidades tanto en el ámbito laboral como en la cobertura informativa.

Los estudios previos han demostrado el potencial del mapeo para analizar las dinámicas mediáticas. Ejemplo de ello es el proyecto The Media Pluralism Monitor (MPM), el cual utiliza metodologías que combinan datos cuantitativos y cualitativos para examinar el pluralismo mediático en Europa, así como detectar riesgos relacionados con la concentración de medios, la independencia editorial y la inclusión de minorías en los sistemas informativos (Brogi, 2020). Asimismo, en Latinoamérica, el Mapa de Medios FOPEA de Argentina (en Rodríguez-Urrea et al., 2023) o la Cartografía de Medios de Comunicación en Chile de la Universidad Alberto Hurtado han permitido conocer una aproximación de la realidad mediática de dichos países.

2.3. Contexto mediático en Chile, una mirada desde las cifras

El sistema de medios en Chile muestra características comunes con el resto de los países latinoamericanos (Mastrini y Becerra, 2011; Guerrero y Marquez-Ramirez, 2014; Hallin y Echeverría 2024). Se trata de un modelo comercial, fundado en la propiedad privada, financiado fundamentalmente por venta de publicidad, fuertemente centralizado en la capital del país y económicamente concentrado. Por lo mismo, se aprecian desigualdades en el acceso a la información y una creciente precarización del trabajo periodístico (Núñez-Mussa, 2021; Grassau et al., 2021). Aunque han surgido plataformas independientes y se han producido algunos avances tecnológicos, según el Consejo Nacional de Televisión (Breull, 2015), el panorama sigue dominado por unos pocos conglomerados que controlan la mayoría de los canales de difusión. Esto no solo centraliza la información en la capital y deja a las regiones subrepresentadas, sino que también limita la diversidad de voces y la capacidad de que las problemáticas locales lleguen a un público más amplio (Del Valle y Carreño, 2020).

La concentración de propiedad es un factor que moldea la estructura del ecosistema mediático chileno (Godoy, 2016; Mastrini et al., 2023). Según el informe de la Biblioteca del Congreso (2019) *Concentración de medios de comunicación*, parte de los medios impresos nacionales está bajo el control de dos grandes conglomerados (Guerra, 2019): El Mercurio y Copesa. En el ámbito televisivo, se observa un fenómeno similar con el predominio de ciertos canales. En la televisión abierta, el 95% de la audiencia se concentra en solo cuatro canales: TVN, MEGA, CHV y Canal 13 (Consejo Nacional de Televisión [CNTV], 2025). En el caso de las radios, según el informe del Consejo Nacional de Televisión (Breull, 2015), los conglomerados mediáticos: Ibero Americana Radio Chile (Grupo Prisa, España); Grupo Dial (Copesa); Radios Andrónico Luksic; RBR Radios (Grupo Bezanilla) y Bío-Bío Comunicaciones (Grupo Familiar Mosciatti), son los que dominan este sector.

Este escenario se ve reforzado por la debilidad del sistema público de medios y por las restricciones estructurales que enfrentan los medios comunitarios para desarrollarse y autofinanciarse (Godoy, 2016; Sáez y García, 2022; Sáez et al., 2022). Distintos estudios demuestran, además, poca diversidad ideológica-valórica entre los principales propietarios de medios y los más grandes anunciantes (Mastrini et al., 2024, Mönckeberg, 2009). No obstante, en la última década ha florecido un ecosistema de medios

nativos digitales, especialmente en ciudades-capitales, pero que aún no consiguen estabilizar sus modelos y sustentabilidad editorial y de negocios (Faure et al., 2025a; Jara Reyes et al., 2023).

Las dinámicas de la inversión publicitaria profundizan las asimetrías estructurales del ecosistema mediático chileno. Si bien la inversión total en medios creció un 3,5% en 2023, y alcanzó los \$975.554 millones de pesos chilenos, este aumento se concentró principalmente en plataformas digitales y medios de gran alcance, sin traducirse en un fortalecimiento de los medios locales (Badal, 2024). La publicidad digital, que representó el 51,1% de la inversión total, absorbió recursos que anteriormente sostenían a medios tradicionales como la televisión abierta y la radio, los cuales registraron caídas en su participación, con una variación de -2,4% en la inversión durante el primer trimestre de 2024 (Badal, 2024; Publimark, 2024).

Esta concentración de la inversión en medios nacionales y plataformas digitales ha tenido efectos diferenciados tanto a nivel nacional como territorial. En los medios de alcance nacional, refuerza dinámicas de concentración, estandarización de contenidos y presión sobre los modelos de negocio, lo que se ha traducido, por ejemplo, en la adopción de estrategias como la implementación de muros de pago o la reducción y, en algunos casos, la desaparición del formato impreso. En el ámbito regional, en cambio, ha limitado la sostenibilidad de los medios locales, lo que restringe su capacidad de producción informativa y profundiza las desigualdades en la cobertura de temas de interés público. Sobre esta estructura, a su vez, se configuran y reconfiguran nuevas condiciones laborales y formas de ejercicio del periodismo en Chile, cuya caracterización se aborda en la sección siguiente.

2.4. Condiciones laborales y ejercicio del periodismo en Chile

La crisis del modelo de negocios genera procesos de reconfiguración del ejercicio del periodismo que se expresan en un ecosistema marcado por la inestabilidad laboral, la fragmentación del espacio informativo y la creciente mediación tecnológica de las prácticas profesionales (González-Trujillo et al., 2022, Grassau et al., 2023). Esto ha generado la fusión de las salas de redacción, recortes presupuestarios, despidos masivos y externalización de servicios que tradicionalmente habían operado al alero de los medios (camarógrafos, fotógrafos, sonido o archivos, por ejemplo) y la agudización de la polifuncionalidad de periodistas que hoy son reporteros, editores web, *community managers* y camarógrafos. También han desaparecido medios, particularmente revistas de circulación nacional y de interés general, o se han jibarizado y digitalizado, en el mejor de los casos.

Estas transformaciones se expresan también en los espacios laborales del periodismo. Si bien una parte importante de los periodistas continúa trabajando en medios tradicionales, en el último tiempo se ha observado un aumento de profesionales que se han volcado a las redes sociales y a la creación de contenido independiente, sacando ventaja de plataformas como YouTube, *blogs*, o *podcasts* para llegar a audiencias que buscan información más diversificada y cercana a sus intereses (Lazcano-Peña et al., 2024). Estos nuevos tipos de periodistas están redefiniendo la manera en que se produce y consume la información, y si bien tienen más independencia en cuanto a la elección de los temas, también enfrentan desafíos como la monetización de sus contenidos y la competencia en un entorno digital saturado (Lazcano-Peña et al., 2024).

La distribución desigual de los recursos mediáticos también se refleja en las condiciones laborales de los periodistas. La segunda ola del *Worlds of Journalism Study* (WJS2, 2012–2016), un estudio comparativo internacional basado en encuestas representativas a periodistas en más de 60 países, permite dimensionar estas condiciones. En el caso chileno, cuyos resultados fueron reportados por Mellado et al. (2017), los periodistas se desempeñaban principalmente en medios nacionales (67,6%), seguidos por medios

regionales (23%) y locales (1%). En cuanto al tipo de medio, el 35,2% trabajaba en periódicos, el 25,9% en televisión, el 14,2% en radio y el 6,1% en medios nativos digitales, con baja representación en revistas (0,3%) y agencias de noticias (2,2%). Respecto de la situación contractual, el 80,4% contaba con empleo de tiempo completo, el 10% trabajaba a tiempo parcial y el 9,6% se desempeñaba como *freelancer*. Finalmente, la experiencia profesional promedio era de 8,46 años, con una edad media de 33 años, y el 43,2% de la muestra correspondía a mujeres.

En cuanto a la distribución de género en las diferentes áreas de la industria periodística en Chile, persisten importantes desigualdades. A pesar de un incremento en la participación de mujeres en el campo del periodismo, los puestos de liderazgo siguen predominantemente ocupados por hombres. Según Mensa et al. (2021), la proporción de hombres en las salas de redacción supera ampliamente a la de mujeres, con un 63% de hombres frente a un 37% de mujeres en las redacciones analizadas. Este desequilibrio no solo afecta las oportunidades de desarrollo profesional para las mujeres, sino que también perpetúa sesgos en la cobertura informativa, limitando el poder y la visibilidad de las voces femeninas tanto en las noticias como en la selección de fuentes (Hudson-Frías et al., 2022).

En conjunto, los estudios revisados muestran que las condiciones laborales y las formas de ejercicio del periodismo en Chile se encuentran atravesadas por desafíos estructurales que afectan la estabilidad, equidad y sostenibilidad del trabajo periodístico. No obstante, son escasos los estudios que ofrecen una visión nacional completa de la infraestructura del ecosistema mediático.

3. Metodología

El presente estudio tiene como objetivo examinar la distribución de los medios de comunicación en Chile, las plataformas donde operan, la distribución geográfica y demográfica de los periodistas, y la estructura de propiedad existentes en este sistema. Este trabajo se enmarca en dos proyectos financiados por el Estado, que hicieron posible el desarrollo de una cartografía en dos fases², y en la tercera ola del proyecto internacional *Worlds of Journalism Study* (WJS) (Lauerer et al., 2025), guiados por criterios de inclusión claramente definidos. En primer lugar, se consideraron todos los productos editoriales originales que tuviesen como objetivo principal la provisión de noticias a una audiencia, tales como canales de televisión, diarios y estaciones de radio. Este criterio permitió incluir medios de distintos tipos y tamaños, desde aquellos con alcance vecinal y comunal hasta los de carácter regional y nacional. La definición fue deliberadamente amplia, de modo que también se incluyeron medios no tradicionales, como los religiosos, ciudadanos o municipales, siempre que fueran relevantes para un segmento específico de la población.

El levantamiento de datos fue llevado a cabo por estudiantes de periodismo, quienes trabajaron bajo la supervisión del equipo de investigación. A cada asistente se le asignó una región administrativa del país para identificar los medios presentes, y los datos fueron posteriormente verificados mediante un proceso de chequeo cruzado. En caso de duda sobre la inclusión de un medio, se adoptó un enfoque inclusivo, y se incorporó el medio en cuestión a la base de datos.

2 Proyecto 1: proyecto del Fondo de Estudios sobre el Pluralismo en el Sistema Informativo Nacional PLU190009 “La crisis de la industria de los medios y la precarización del empleo de periodista: consecuencias para la independencia y la calidad de su trabajo”; Proyecto 2: Fondecyt Regular #1210423 “Periodismo chileno en crisis: consecuencias en la concepción de la profesión y su ejercicio post estallido social y pandemia en perspectiva comparada” (2021-2024).

La información se recopiló entre septiembre de 2021 y diciembre de 2022, a partir de diversas fuentes públicas, como las listas de medios que presentaron tarifas al Servicio Electoral en la elección más reciente al período de estudio, las bases de datos de la Asociación de Radiodifusores de Chile (ARCHI) y los registros de radios y televisiones proporcionados por la Subsecretaría de Telecomunicaciones. Además, se llevaron a cabo consultas con expertos regionales y comunales, directivos del Colegio de Periodistas, periodistas en organismos públicos y profesionales de medios relevantes en cada región. Estas consultas se complementaron con búsquedas en páginas web de medios, redes sociales, el Diario Oficial y el registro de medios de la Biblioteca Nacional. Como resultado, se identificaron 1.906 medios.

Para estimar el número total de personas que trabajan como periodistas en Chile, se envió una encuesta a todos los medios identificados, que respondieron de 793 de ellos, lo que corresponde a una tasa de respuesta del 41,6% (ver tabla 1). La distribución de la no respuesta presentó variaciones regionales que pueden explicarse por factores contextuales y estructurales del ecosistema mediático. En el caso de la Región Metropolitana, la menor tasa de respuesta se asocia, por una parte, al alto número de medios catastrados que probablemente dejaron de existir tras el estallido social y la pandemia, y, por otra, a la presencia de medios alternativos o de muy pequeña escala, en los que no necesariamente trabajan periodistas profesionales o cuyos responsables pueden mostrar reticencia a declarar dicha situación. En regiones como La Araucanía, la menor respuesta puede vincularse a un contexto de conflictividad territorial que dificulta el contacto y la participación en estudios de este tipo. En el caso de Arica y Parinacota y de Magallanes, ambas regiones extremas del norte y sur del país, respectivamente, la baja tasa de respuesta se relaciona principalmente con dificultades logísticas y la ausencia de redes de contacto directo en dichas zonas.

En términos generales, la tasa de respuesta obtenida resulta consistente con el amplio universo de medios catastrados, que incluyó no solo medios informativos, sino también iniciativas sin producción periodística regular o sin periodistas en ejercicio, así como proyectos que dejaron de operar tras las crisis recientes. Esta información permitió calcular una primera estimación de 4.705 periodistas que trabajan en medios informativos. A partir de estos datos, se proyectó el promedio de periodistas por medio en cada región para estimar los casos de los medios sin respuesta. No obstante, al considerar que los principales medios de cada región sí respondieron y que se identificó una alta presencia de medios muy pequeños (muchos sin contenido informativo o sin periodistas), se optó por una estimación conservadora, aplicando a los medios sin respuesta el promedio regional menos uno.

Este procedimiento no se consideró válido en la Región Metropolitana pues aquí era notorio que los medios más importantes desproporcionaban la muestra. De hecho, ocho medios de la RM concentraron 1.688 periodistas, los que representaba el 35,9% del total nacional. Al descontar dichos medios se puede estimar un promedio de 8,02 periodistas por medio. Pero aún puede ser desproporcionado proyectar ese valor a los medios de la RM que no contestaron la encuesta, por lo que se usó el valor de 3 para estimar la población de periodistas en los medios que no respondieron la encuesta. Esta calculo arrojó un total de 7.364 profesionales que trabajan como periodistas en medios a nivel nacional.

Tabla 1. Porcentaje de medios que respondieron la encuesta por región

Región	No	Sí
Antofagasta	48,9%	51,1%
Araucanía	73,4%	26,6%
Arica y Parinacota	66,0%	34,0%
Atacama	37,0%	63,0%
Aysén	58,1%	41,9%
Bíobío	52,0%	48,0%
Coquimbo	50,4%	49,6%
Los Lagos	48,6%	51,4%
Los Ríos	43,4%	56,6%
Magallanes	66,7%	33,3%
Maule	45,5%	54,5%
Metropolitana	74,0%	26,0%
Ñuble	47,4%	52,6%
O'Higgins	50,4%	49,6%
Tarapacá	52,5%	47,5%
Valparaíso	51,2%	48,8%
Total	58,4%	41,6%

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, se destaca que una gran parte de los medios catastrados pueden ser definidos como pequeños o incluso micromedios, en función del tamaño de sus salas de redacción. De los medios que respondieron la encuesta, 144 (18,2%) reportaron tener solo un periodista, y 173 (21,8%) cuentan con dos. En total, 613 medios (77,3%) tienen salas de redacción con cinco o menos periodistas. En el extremo opuesto, solo 22 medios (2,8%) cuentan con redacciones de 20 o más periodistas, todos ellos localizados en la RM.

Además, la cartografía fue complementada con datos de la tercera ola del proyecto internacional *Worlds of Journalism Study* (WJS3), una investigación comparada que, mediante encuestas representativas aplicadas a 32,350 periodistas en 75 países, analizó percepciones sobre riesgo, autonomía editorial, influencias, roles profesionales, ética, seguridad y condiciones laborales. El estudio se basa en un marco conceptual y metodológico común, por lo mismo, se aplicó el mismo cuestionario estandarizado en todos los países participantes. Esta integración permitió contextualizar los hallazgos en un marco más amplio y analizar con mayor profundidad las dinámicas del ejercicio periodístico en el país.

El proceso de muestreo para la tercera ola del WJS buscó capturar la diversidad del periodismo en Chile, para ello se recurrió a la información identificada durante el catastro previamente descrito. La muestra estuvo compuesta por 398 periodistas, seleccionados mediante un muestreo estratificado que consideró variables como tipo de medio (nacional, regional, local, digital y comunitario), y criterios de representatividad geográfica y sectorial. La recolección de datos se realizó durante el periodo comprendido entre 2021 y 2024, y utilizó encuestas realizadas por teléfono.

Para la recolección de datos, con la aprobación ética correspondiente otorgada el comité de Ciencias Sociales de la Pontificia Universidad Católica de Chile, se empleó un cuestionario estandarizado proporcionado por el equipo internacional de WJS. Este instrumento se adaptó al contexto chileno mediante un proceso de traducción y validación cultural, para garantizar la relevancia de las preguntas para los participantes locales. Las preguntas exploraron dimensiones clave como la percepción de autonomía editorial, los roles profesionales, las influencias externas, la ética periodística, y las condiciones de seguridad y resiliencia frente a riesgos.

Finalmente, los datos recolectados fueron analizados de manera descriptiva, lo que permitió identificar la distribución regional de los medios y las plataformas que los hacen accesibles, así como la distribución geográfica y demográfica de los periodistas en el país. Asimismo, este análisis facilitó la identificación de la estructura de propiedad dentro del sistema de medios en Chile.

4. Resultados

4.1. Distribución regional de los medios y plataformas que los hacen accesibles

De los 1.906 medios informativos catastrados, la mayor concentración se encuentra en la Región Metropolitana (RM) con 538 casos, el 28,2% del total, aunque su proporción relativa por cada 10 mil habitantes es baja, con un valor de 0,7 (Tabla 2). Esto refleja una alta concentración de casos en términos absolutos, pero una densidad menor debido a su elevada población. En contraste, Ñuble, con 190 casos (9,9% del total), destaca como la región con la mayor densidad relativa, lo que significa 3,7 medios por cada 10 mil habitantes. Valparaíso, con 207 casos (10,8%), presenta una proporción intermedia de 1,0 por cada 10 mil habitantes.

En el extremo opuesto, Aysén, con solo 31 casos (1,6% del total), tiene una proporción alta de 2,9 casos por cada 10 mil habitantes, lo que es interesante en relación a su baja población. Regiones como Atacama y Arica y Parinacota, con 46 y 47 casos respectivamente, muestran densidades de 1,5 y 1,8, también valores relativos considerables. Por otro lado, regiones como BíoBío (98 casos, 5,1%) y Los Lagos (72 casos, 3,8%) presentan frecuencias bajas en términos absolutos, y bajas densidades que oscilan entre 0,6 y 0,8 casos por cada 10 mil habitantes.

En general, los datos muestran una distribución desigual de los casos a nivel nacional, con una concentración notable en la Región Metropolitana, aunque esta no presenta altos índices de densidad relativa. Las regiones Ñuble y Aysén, a pesar de sus menores frecuencias absolutas, destacan por sus densidades más altas. Las demás regiones muestran densidades más homogéneas, con valores cercanos a 1 caso por cada 10 mil habitantes. Este panorama evidencia la necesidad de enfoques diferenciados según las características demográficas de cada región.

Tabla 2. Medios por región administrativa

Región	Frecuencia	Porcentaje	Cada 10 mil habitantes
Metropolitana	538	28,2	0,7
Valparaíso	207	10,8	1
Ñuble	190	9,9	3,7
Coquimbo	141	7,4	1,7
O'Higgins	113	5,9	1,1
Araucanía	109	5,7	1,1
Bíobío	98	5,1	0,6
Antofagasta	88	4,6	1,3
Los Lagos	72	3,8	0,8
Maule	66	3,5	0,6
Tarapacá	59	3,1	0,6
Los Ríos	53	2,8	1,3
Magallanes	48	2,5	2,7
Arica y Parinacota	47	2,5	1,8
Atacama	46	2,4	1,5
Aysén	31	1,6	2,9
Total	1.906	100	1

Fuente: Elaboración propia

En cuanto al tipo de medios, según los datos –recabados antes del estallido social–, la radio con dial AM o FM constituye el soporte principal más representado, con 697 casos, lo que equivale al 36,6% del total (Tabla 3). Esto destaca a la radio tradicional como el medio más frecuente en este catastro, probablemente debido a su presencia histórica y su accesibilidad.

Tabla 3. Tipo de medios según soporte principal

Tipo de soporte principal	Frecuencia	Porcentaje
Radio (con dial AM o FM)	697	36,6
Portal web (diario exclusivamente digital, sin ejemplar diario en pdf diagramado).	499	26,2
Radio web/podcast (sin dial).	212	11,1
TV (abierta y de pago)	147	7,7
No hay información	120	6,3
Redes Sociales/YouTube	111	5,8
Diario impreso en papel y/o papel digital (incluyendo los de lunes a viernes)	66	3,5
Revista/semanario u otro impreso no diario	54	2,8
Total	1.906	100,0

Fuente: Elaboración propia

En segundo lugar, se encuentran los portales web, definidos como diarios exclusivamente digitales sin versiones en PDF diagramado, con 499 casos, correspondientes al 26,2%. Este resultado subraya el papel destacado que tienen los medios digitales en el ecosistema actual, posiblemente impulsados por la creciente conectividad y la preferencia por plataformas en línea. Otro formato digital es el de radio web o podcasts sin dial, que reúne 212 casos, el 11,1% del total, lo que resalta la expansión de formatos más recientes y orientados a un público digital.

Por otro lado, la televisión (abierta y de pago) aparece en el cuarto lugar, con 147 casos (7,7%), lo que indica una presencia menor en comparación con otros medios. Este posicionamiento puede reflejar cambios en la estructura y diversidad de medios disponibles, con la televisión en competencia con plataformas digitales y otros formatos emergentes.

En cuanto a las redes sociales y plataformas, como YouTube, estas ocupan el 5,8% (111 casos), lo que revela su relevancia como soporte alternativo en el ecosistema de medios, aunque todavía no alcanzan la representatividad de los medios tradicionales o los portales web. Por último, en las posiciones más bajas se encuentran los diarios impresos en papel y/o su versión digital (66 casos, 3,5%) y las revistas, semanarios u otros impresos no diarios (54 casos, 2,8%).

En síntesis, el catastro refleja un ecosistema de medios diversificado, donde la radio tradicional sigue predominando, aunque los formatos digitales como portales web y radio web/podcast ganan terreno. Los datos también evidencian una menor presencia de

medios impresos y un protagonismo relativo menor de la televisión en comparación con otros soportes. Este panorama subraya la necesidad de considerar la transición hacia formatos digitales y su impacto en la configuración del sistema de medios.

Otra forma de distribuir los contenidos (que además se usa para generar participación de la audiencia) es usar alguna red social (Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, X, WhatsApp, entre otras), más allá del soporte principal. De los 1.906 casos registrados, el grupo más representado corresponde a aquellos que utilizan tres redes sociales, con 508 casos (26,7%), lo que evidencia un enfoque estratégico para maximizar su visibilidad en plataformas digitales (Tabla 4).

Tabla 4. Medios según cantidad de redes sociales en que tienen presencia

Nº de redes	Frecuencia	Porcentaje
4 redes	321	16,8
3 redes	508	26,7
2 redes	414	21,7
1 red	391	20,5
Ningún uso de redes sociales	272	14,3
Total	1.906	100

Fuente: Elaboración propia

Le siguen quienes emplean dos redes sociales, con 414 casos (21,7%), y quienes utilizan una red social, con 391 casos (20,5%). Un porcentaje menor, pero relevante, utiliza cuatro redes sociales, con 321 casos (16,8%). Por otro lado, 272 casos (14,3%) corresponden a medios que no utilizan redes sociales, lo cual es relevante en el contexto de un panorama mediático cada vez más digitalizado. La ausencia de redes sociales puede ser indicativa de modelos tradicionales de operación o de limitaciones en recursos para implementar estrategias digitales.

Este panorama refleja una transición en curso hacia una mayor digitalización, pero también pone de manifiesto la coexistencia de estrategias mediáticas tradicionales y modernas. La creciente presencia en redes sociales, particularmente entre aquellos que utilizan varias plataformas, puede indicar una búsqueda activa de adaptarse a las tendencias actuales del consumo de información. Sin embargo, el grupo que no utiliza redes sugiere que aún hay medios que permanecen al margen de esta dinámica, probablemente debido a factores estructurales o estratégicos. Este contraste subraya la necesidad de entender las diferentes capacidades y objetivos de los medios incluidos en el catastro.

4.2. Distribución de los periodistas en términos geográficos y demográficos a lo largo del país

En cuanto al número de periodistas reportados por los medios catastrados (Tabla 5), se observa una distribución desigual entre las regiones del país. Según los datos recopilados, el número total de periodistas asciende a 4.705, distribuidos entre 793 medios

que respondieron a la encuesta, con un promedio nacional de 5,93 periodistas por medio. Sin embargo, esta cifra global oculta diferencias regionales, que reflejan una centralización en la Región Metropolitana (RM).

Tabla 5. Porcentaje de participación en la encuesta según región

Región	Promedio periodistas por medio	Total de medios que respondieron	Total de Periodistas estimados por región	% del total
Tarapacá	3,86	28	108	2,3%
Arica y Parina-cota	2,44	16	39	0,8%
Antofagasta	2,84	45	128	2,7%
Atacama	3,34	29	97	2,1%
Coquimbo	2,57	70	180	3,8%
Valparaíso	3,09	101	312	6,6%
O'Higgins	3,70	56	207	4,4%
Maule	3,58	36	129	2,7%
Ñuble	2,28	100	228	4,8%
Bíobío	3,51	47	165	3,5%
Araucanía	3,45	29	100	2,1%
Los Ríos	1,60	30	48	1,0%
Los Lagos	3,30	37	122	2,6%
Aysén	3,08	13	40	0,9%
Magallanes	3,44	16	55	1,2%
Total Regiones	2,97	609	1.811	41,6%
Metropolitana	19,62	140	2.747	58,4%
Total	5,93	793	4.705	100,0%

Fuente: Elaboración propia

La Región Metropolitana destaca como el principal centro de empleo para periodistas, con 2.747 reportados, lo que equivale al 58,4% del total nacional. Este número evidencia la alta concentración de medios grandes en esta región, que no solo lidera en términos absolutos, sino también en la densidad de personal por medio. El promedio de periodistas por medio en la RM es de 19,62, una cifra considerablemente superior al promedio nacional y que refuerza su posición central dentro del sistema mediático chileno.

En contraste, las regiones fuera de la RM, que en conjunto suman 1.958 periodistas (equivalentes al 41,6% del total nacional), muestran un panorama muy diferente. Estas regiones agrupan 653 medios, pero con un promedio más bajo de 2,97 periodistas por espacio mediático, lo que refleja estructuras más pequeñas y con menos recursos humanos en comparación con la RM.

Por regiones específicas, las disparidades son evidentes. En el norte, por ejemplo, Antofagasta concentra el 2,7% del total de periodistas estimados, mientras que Atacama representa el 2,1% y Arica y Parinacota apenas el 0,8%, la cifra más baja de la macrozona norte. En la zona centro-sur, Valparaíso destaca con el 6,6%, seguida de Ñuble con el 4,8% y O'Higgins con el 4,4%, posicionándose como las regiones con mayor dotación fuera de la Región Metropolitana. En contraste, Aysén concentra solo el 0,9% del total nacional y Magallanes el 1,2%, lo que evidencia las limitaciones estructurales de sus ecosistemas mediáticos.

Respecto a las características de quienes trabajan en estos medios, según los datos obtenidos por el WJS 2021-2023 y comparados con la versión anterior de dicha encuesta (Mellado et al., 2017) se puede observar que la edad promedio de estos periodistas es de 41,1 años, lo que evidencia un envejecimiento de la fuerza laboral en comparación con la medición anterior, donde la edad promedio era de 33 años. El promedio de tiempo trabajando como periodista es de 15,8 años, lo que representa un cambio respecto a los 8,5 años de experiencia promedio reportados en la encuesta anterior y nos permite sugerir un predominio de profesionales consolidados en el campo.

En términos de género, el 32,2% de los periodistas son mujeres, lo que da cuenta de una disminución en la representación femenina respecto a la encuesta anterior, que reportaba un 43,2%. Por su parte, la formación de los periodistas también muestra un aumento en cuanto a quienes han logrado algún nivel de especialización o formación en el área, que alcanza el 91,5% en esta edición, en comparación con el 86,5% registrado previamente.

El tipo de medio en el que trabajan también destaca transformaciones relevantes. Los medios nativos digitales han ganado protagonismo, dando cabida al 14,1% de los empleos (antes el 6,1%), mientras que los periódicos impresos, aunque todavía relevantes, han disminuido su participación, de un 35,2% al 28%. La televisión y la radio mantienen cifras estables, con un 23,9% y un 31,2%, respectivamente, lo que refleja la persistencia de estos formatos tradicionales en el ecosistema mediático.

Así, este panorama describe un campo profesional que combina consolidación en la experiencia y formación avanzada, con desigualdades persistentes en términos de género, edad y estabilidad laboral. Las transformaciones hacia medios digitales y el fortalecimiento de la especialización destacan como tendencias interesantes, mientras que los desafíos relacionados con la equidad y la inclusión de nuevas generaciones en el sistema de medios permanecen como aspectos a atender en el futuro del periodismo en Chile.

4.3. Estructura de propiedad en el sistema de medios chileno.

La estructura de propiedad de los medios en Chile evidencia una dualidad interesante entre diversidad y concentración, en función del enfoque analítico empleado. Según los datos del catastro (tabla 6), la mayoría de los medios (72,3%) operan de manera independiente, mientras que un 17,5% pertenece a conglomerados mediáticos. Esto indica, en términos numéricos, que existe una diversidad considerable de opciones mediáticas a disposición del público. Sin embargo, si se analiza en términos de concentración de mercado, los conglomerados acaparan una mayor proporción de participación, especialmente en el sector televisivo y publicitario. Por ejemplo, en televisión abierta, donde cuatro grandes canales dominan la audiencia y concentran la mayor parte de los ingresos publicitarios, el mercado está concentrado (CNTV, 2025).

Tabla 6. Pertenecer a un conglomerado

	Frecuencia	Porcentaje
No	1.378	72,3
Sí	333	17,5
No hay información	195	10,2
Total	1.906	100

Fuente: Elaboración propia

Al desagregar la propiedad, al momento del análisis, observamos que 33 de los medios catastrados pertenecen a El Mercurio SAP. El segundo conglomerado en importancia es la Red de Diarios Comunes (16), y en tercer lugar hay tres conglomerados: Mi Voz, una red de medios ciudadanos, Carivisión y Grupo Diario Sur (13 cada uno). Le siguen Copesa (11), Prisa (10) y Bethia (7). Insistimos que estos son datos públicos y es posible que más medios pertenezcan a estos conglomerados, pero que su pertenencia no sea explícitamente declarada. Además, hay que destacar que los 217 medios restantes pertenecen a un total de 91 conglomerados. La gran mayoría de ellos aparecen en registros públicos con solo dos o incluso un medio (58 conglomerados, 84 medios implicados).

En definitiva, si se trata del número de medios disponibles para la población, la concentración de la propiedad en los grandes conglomerados nacionales no representaría un gran peligro para el pluralismo de voces. Por supuesto, esta es una manera simple de ver el asunto, pues aquí no se ha considerado el impacto de los medios, ni su lectoría, audiencia o *rating*, o la distribución de la *torta publicitaria*, ni el hecho de que desde Santiago se distribuyen nacionalmente diarios de alta lectoría, y que la televisión abierta de Santiago posee grandes cadenas nacionales que cubren a casi toda la población, la que acostumbra a informarse por ellos. Algo similar ocurre con las radios de Santiago que tienen cadenas a lo largo del país. En todo caso, una forma de considerar el tamaño e importancia de los medios es observar el total de personas que ejercen labores de periodista en ellos.

Así, al observar con más detalle a los conglomerados se puede ver que, aunque estos representan solo el 17,6% de los medios catastrados, el 44,4% de los periodistas trabaja para medios que forman parte de estas estructuras. Esto resalta la relevancia de los

conglomerados en la generación de empleo y su influencia en la producción de contenidos. Por otro lado, medios independientes, que constituyen la mayoría, no tienen la misma capacidad de influencia en términos de mercado producción de contenidos, lo que limita su impacto en el ecosistema mediático nacional.

5. Discusión y conclusiones

Los resultados de esta investigación permiten observar que el sistema de medios en Chile atraviesa un proceso de reconfiguración estructural, consistente con lo que la literatura internacional y nacional ha descrito como una crisis múltiple del periodismo, impulsada por transformaciones tecnológicas, económicas y sociales (Hanitzsch et al., 2019; Waisbord, 2022). Tal como plantean los enfoques de la sociología del periodismo y los estudios estructurales del sistema de medios, esta transición no se expresa de manera homogénea, sino que profundiza asimetrías territoriales, organizacionales y laborales existentes.

En primer lugar, el catastro evidencia que, si bien la Región Metropolitana concentra el mayor número absoluto de medios y periodistas, su densidad relativa es inferior a la de varias regiones del país. Regiones como Ñuble, Aysén o Magallanes presentan una mayor proporción de medios por habitante, lo que sugiere una vitalidad mediática territorial que suele quedar invisibilizada en los análisis centrados exclusivamente en la capital.

No obstante, esta mayor densidad regional no implica necesariamente mejores condiciones de producción periodística. Por el contrario, los datos muestran que los medios regionales y locales operan mayoritariamente con salas de redacción muy reducidas, muchas veces compuestas por uno o dos periodistas, lo que los sitúa en escenarios de alta precariedad laboral y limitadas capacidades productivas. En este sentido, las transformaciones del ecosistema han impactado con mayor intensidad a los micro-medios y pequeñas iniciativas, muchas de las cuales no lograron sobrevivir a las crisis encadenadas del estallido social de 2019 y la pandemia de COVID-19, procesos ampliamente documentados por la investigación reciente (Grassau et al., 2023; Gajardo y Mellado, 2024). Esta desaparición se refleja, entre otros aspectos, en la desaparición del formato impreso, aunque no necesariamente en un abandono de las lógicas.

La transición digital aparece como un rasgo transversal del sistema. El uso intensivo de redes sociales por parte de la mayoría de los medios da cuenta de estrategias orientadas a sostener la visibilidad, la distribución de contenidos y la interacción con las audiencias en un contexto de restricción de recursos. Sin embargo, esta adaptación no es homogénea: mientras algunos medios logran articular una presencia multiplataforma, otros permanecen al margen de estas dinámicas, lo que refleja desigualdades estructurales en capacidades tecnológicas, económicas y profesionales.

Otro hallazgo interesante es la resiliencia del medio radial, que se consolida como el soporte más extendido del país. La radio muestra una capacidad de adaptación notable, que combina su histórica inserción territorial con la incorporación de plataformas digitales y redes sociales. Su estructura organizacional, más flexible y menos dependiente de grandes inversiones, parece otorgarle una mayor estabilidad frente a las crisis recientes, lo que refuerza su rol como actor en el pluralismo informativo, especialmente a nivel regional y local.

En cuanto a la estructura de propiedad, los resultados confirman que, si bien la mayoría de los medios opera de manera independiente, los conglomerados concentran una proporción significativa del empleo periodístico y, por extensión, de la capacidad

de producción informativa y de incidencia pública. Esta concentración de recursos humanos refuerza el peso estructural de los grandes grupos mediáticos, particularmente en la Región Metropolitana, y condiciona las trayectorias laborales, las rutinas productivas y las posibilidades de especialización profesional, aspecto ya observado por Mellado et al. en 2010. Al mismo tiempo, resulta significativo que más de la mitad de los periodistas del país trabaje fuera de conglomerados, lo que revela un campo profesional fragmentado y heterogéneo, sostenido en gran medida por estructuras pequeñas y medianas.

Desde una perspectiva del ejercicio profesional, los datos sugieren que la resiliencia del periodismo chileno se articula principalmente en el núcleo central del sistema, es decir, en las salas de redacción y en las rutinas profesionales (Porath et al., 2025). Esta resiliencia, sin embargo, convive con condiciones laborales precarias, una marcada brecha de género y un envejecimiento de la fuerza laboral, elementos que tensionan la sostenibilidad futura del campo, fenómenos descritos por la literatura nacional (Mensa et al., 2021; Hudson-Frías et al., 2022).

En consideración de lo anterior, los datos producidos por este estudio ofrecen una base empírica para repensar las estrategias de fortalecimiento del periodismo en Chile desde una perspectiva sistémica. El catastro permite visibilizar no solo dónde están los medios y los periodistas, sino también las asimetrías en las condiciones de producción de noticias, lo que resulta necesario para orientar una discusión que reconozca la diversidad territorial y organizacional del ecosistema mediático. Tal como plantean los enfoques de mapeo y pluralismo mediático, contar con información sistematizada sobre la infraestructura informativa es un requisito para intervenir el sistema de manera informada y transparente (Rodríguez-Urra et al., 2023; Trappel y Meier, 2022).

En conclusión, este estudio confirma que el sistema de medios en Chile atraviesa una transición compleja, caracterizada por una mayor diversidad de actores y plataformas, pero también por una persistente concentración de recursos e influencia. Fortalecer el pluralismo informativo requiere avanzar hacia políticas públicas integrales que reconozcan la heterogeneidad del ecosistema, promuevan la sostenibilidad de los medios locales y regionales, y mejoren las condiciones laborales del periodismo. Solo de este modo será posible consolidar un entorno informativo más equitativo, resiliente y acorde con las necesidades democráticas del país.

6. Agradecimientos

Este artículo ha sido traducido al inglés por Laura Palacios, a quien agradecemos su trabajo.

Este artículo es resultado del trabajo realizado en el marco de dos proyectos con financiamiento de la Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo de Chile (ANID): proyecto del Fondo de Estudios sobre el Pluralismo en el Sistema Informativo Nacional PLU190009 “La crisis de la industria de los medios y la precarización del empleo de periodista: consecuencias para la independencia y la calidad de su trabajo”; proyecto Fondecyt Regular #1210423 “Periodismo chileno en crisis: consecuencias en la concepción de la profesión y su ejercicio post estallido social y pandemia en perspectiva comparada” (2021-2024). Además, se enmarca en la tercera ola del *Worlds of Journalism Study* (2021-2024) (Lauerer et al. 2025).

7. Contribuciones específicas de cada autor/a

	Nombre y apellidos
Concepción y diseño del trabajo	William Porath
Metodología	William Porath
Recogida y análisis de datos	William Porath, Constanza Ortega-Gunckel, Daniela Grassau, Eduardo Arriagada
Discusión y conclusiones	Constanza Ortega-Gunckel, Daniela Grassau
Redacción, formato, revisión y aprobación de versiones	William Porath, Constanza Ortega-Gunckel, Daniela Grassau, Eduardo Arriagada

8. Conflicto de intereses

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses

9. Referencias bibliográficas

Asociación de Agencias de Medios. (2024). *Inversión publicitaria en medios | Chile: 1° semestre 2024*. <https://aam.cl/site-media/files/informe-inversion-en-medios-junio-2024-68067ba454164.pdf>

Avendaño, D., Solís, C., Tiemann, R. y Vara, M. (2021). Consumo y uso de información de estudiantes de periodismo en Chile: El triunfo de las redes sociales y la preeminencia de la televisión. *Correspondencias & Análisis*, (14). <https://doi.org/10.24265/cian.2021.n14.03>

Badal, I. (2024, 19 de febrero). Más de US\$1.100 millones se invirtieron en publicidad en Chile en 2023: ¿Cuáles son las marcas que más avisaron? *La Tercera*. <https://www.latercera.com/pulso-pm/noticia/mas-de-us1100-millones-se-invirtieron-en-publicidad-en-chile-en-2023-cuales-son-las-marcas-que-mas-avisaron/XAF46V7RHFDNFLCCY56AAZ6D5M/>

Breull, L. A. (2015). *Estudio de concentración de medios en Chile: Fuentes secundarias*. Consejo Nacional de Televisión. <https://www.doctoradoencomunicacion.cl/wp-content/uploads/2022/06/332672385-CNTVInformeConcentracionMedios-2015.pdf>

Brogi, E. (2020). The Media pluralism monitor: Conceptualizing media pluralism for the online environment. *Profesional de la información*, 29(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.29>

Bustamante-Pavez, G., Espinoza-Bianchini, G., Lazcano-Peña, D. y Pavez, I. (2024). Análisis del consumo y de la credibilidad informativa en estudiantes chilenos de Periodismo. *Cuadernos.Info*, (57), 158-181. <https://doi.org/10.7764/cdi.57.65507>

- Cabalin Quijada, C. y Lagos Lira, C. (2010). Libertad de expresión y periodismo en Chile: presiones y mordazas. *Palabra Clave*, 12(1). <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1451>
- Consejo Nacional de Televisión. (2025). *Anuario estadístico: Oferta & consumo de TV 2024*. <https://cntv.cl/wp-content/uploads/2025/06/Anuario-Estudios-2024.pdf>
- Del Valle, N. y Carreño Donoso, F. (2020). Diversos pero concentrados: percepciones de comunicadores sobre el pluralismo de los medios digitales en Chile. *Comunicación y medios*, 29(42), 30-43. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2020.57636>
- Dodds, T. (2019). Reporting with WhatsApp: Mobile Chat Applications' Impact on Journalistic Practices. *Digital Journalism*, 7(6), 725-745. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1592693>
- Dodds, T. (2022). Etnografía de medios en Chile: estrategias y consideraciones éticas. En A. Faure y C. Lagos (Eds.), *Campo en obras: postales y apuntes sobre los estudios de periodismo en Chile* (pp. 101 - 122). Editorial USACH.
- Etchegaray Thielemann, N. y Matus Acuña, A. (2015). Evolución de la cobertura de la pobreza entre 2005 y 2014: qué ha cambiado y qué no en los noticiarios de televisión abierta en Chile. *Cuadernos.Info*, (36), 53-69. <https://doi.org/10.7764/cdi.36.727>
- Faure, A., Brinck Vergara, S., Lagos Lira, C. y Dodds, T. (2025a). Desconocidos, precarios y multifacéticos: El desmantelamiento del trabajo de corresponsal extranjero en Chile. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 31(1), 155-166. <https://doi.org/10.5209/emp.97846>
- Faure, A., Jofré, D., Jara-Reyes, R. y Lagos Lira, C. (2025b). A territorialized business model? Exploring the objective and subjective conceptualizations of the local digital news media in Chile. *International Journal of Communication*, 19, 22. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/22970/4907>
- Fernández, F. J. y Núñez-Mussa, E. (2022). *Chile: Digital News Report 2022*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2022/chile>
- Flores-Aguilar, P., Sartori, R., Browne, R. y Del Valle Rojas, C. (2025). El mito de las disidencias LGBTQIA+ en medios digitales chilenos. *Revista Estudios Feministas*, 33(2), Artículo e93042. <https://doi.org/10.1590/1806-9584-2025v33n293042>
- Gajardo, C. y Mellado, C. (2024). "Journalists are just employees": Examining journalistic autonomy from an audience perspective. *Journalism Studies*, 26(2), 200-219. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2024.2416062>
- García Ramírez, D., Morales Valencia, P. y Parra Castellanos, O. (2025). Condiciones laborales de los periodistas en Colombia. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinaria de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, 40, 385-407. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n40a2727>
- Godoy, S. E. (2016). Media ownership and concentration in Chile. En *Who owns the world's media? Media concentration and ownership around the world* (Edición en línea). Oxford Academic. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199987238.003.0021>
- González-Trujillo, R., Olate-Hidalgo, C. y Grassau, D. (2022). Impacto del entorno digital en los medios tradicionales chilenos: percepciones y actitudes predominantes de sus protagonistas. *Palabra Clave*, 25(4), Artículo e2547. <https://doi.org/10.5294/pacla.2022.25.4.7>

Grassau, D., Porath, W. y Ortega, C. (2021). *La crisis de la industria de los medios y la precarización del empleo de periodista. Informe final proyecto PLU190009. Resultados trabajo de campo 2020/2021*. Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Grassau, D., Ortega-Gunckel, C. y Puente, S. (2023). Periodismo en duelo: adaptación al entorno digital en Chile a partir de la crisis social y la pandemia de COVID-19. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29(2). <https://doi.org/10.5209/esmp.87262>

Grassau, D., Ortega-Gunckel, C., Puente, S. y Porath, W. (2024). Clickbait, anonimato y “cuña selfie”: el temor como factor de cambio en las prácticas periodísticas. *Comunicación y Sociedad*, 1-30. <https://doi.org/10.32870/cys.v2024.8796>

Greene, M. F., Lecaros, M. J. y 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. <https://doi.org/10.7764/cdi.51.29645>

Guerra, P. S. A. (2019). *Concentración de medios de comunicación: Conceptos fundamentales y casos de estudio*. Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/27513/1/BCN_pga_Concentracio_n_de_la_propiedad_de_medios_de_comunicacion_Final.pdf

Guerrero, M. A. y Márquez-Ramírez, M. (2014). El modelo “liberal capturado” de sistemas mediáticos, periodismo y comunicación en América Latina. *Revista Temas De Comunicación (IDICI-UCAB)*, (29), 135-170. <https://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/index.php/temas/article/view/2242>

Hallin, D. y Echeverría, M. (2024). *Media systems in Latin America*. <https://doi.org/10.4324/9781003388937-4>

Hanitzsch, T., Hanusch, F., Ramaprasad, J. y De Beer, A. S. (2019). *Worlds of journalism: Journalistic cultures around the globe*. Columbia University Press.

Hudson-Frías, E., Porath, W. y Ortega-Gunckel, C. (2022). Periodismo, fuentes políticas y género en Chile: Una relación desproporcionada. *Cuadernos.info*, (52), 204-225. <https://doi.org/10.7764/cdi.52.37535>

Humeres-Riquelme, M., Jordana-Contreras, C. y Saavedra-Utman, J. (2023). A significant impact on our democracy: Chilean media audiences’ claims for dignity. *International Journal of Communication*, 18, 20. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/21116>

Jara Reyes, R., Faure, A. y Del Valle Orellana, N. (2023). Looking for a media business model: An exploratory study focusing on six native Chilean digital media. *Brazilian Journalism Research*, 19(1), Artículo e1550. <https://doi.org/10.25200/BJR.v19n1.2023.1550>

Lagos Lira, C., Palma, K. y Limonado, F. (2022). Las tres Qs del periodismo en profundidad representando desastres y conflictos socioambientales en la televisión chilena. *Signo y Pensamiento*, 40(79). <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp40-79.twdj>

Lauerer, C., Grünwald, M., Hanitzsch, T., Godole, J., Zguri, R., Godole, B., Amado, A., Bongiovanni, M., Rotelli, N., Luque, F., English, P., Hanusch, F., Löhmann, K., Meier, R., Mitterstainer, R., Preibisch, K. D., Riedl, A., Seethaler, J., Standaert, O., ... Alakooa, A. (2025). *Worlds of Journalism Study Wave 3 (2021-2024) Consolidated Dataset* [Data set]. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15280738>

- Lazcano-Peña, D., Gálvez-Pereira, M. y Zuleta-Cavalli, R. (2021). Imaginarios sobre periodismo en Chile antes y después del estallido social: Una mirada desde futuros profesionales. *Avatares de la Comunicación y la Cultura*, (21). <http://id.caicyt.gov.ar/ark:/s18535925/esxq00r9f>
- Lazcano-Peña, D., Galvez-Pereira, M. P. y Paredes-Flores, C. (2024). Quiero ser mi propio jefe: Luces y sombras del periodismo emprendedor en Chile. *Comunicación y Medios*, 33(49), 65-78. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2024.73997>
- Mastrini, G. y Becerra, M. (2011). Estructura, concentración y transformaciones en los medios del Cono Sur latinoamericano. *Comunicar*, 18(36). <https://doi.org/10.3916/C36-2011-02-05>
- Mastrini, G., Becerra, M., Bizberge, A., Carboni, O. y Espada, A. (2023). Concentración en la industria audiovisual en el Cono Sur: Un estudio de los mercados de streaming de video, TV paga y abierta en Argentina, Brasil y Chile (2018-2020). *Dixit*, 37(2), 29-52. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9275917>
- Mastrini, G., Becerra, M., Bizberge, A., Carboni, A., Espada, A. y Sosa, F. (2024). *Communications, media and internet concentration in Chile, 2019-2021*. Global Media and Internet Concentration Project. <https://doi.org/10.22215/gmicp/2024.6.152>
- Mellado, C., Frost, L. y Hanitzsch, T. (2017). *Journalists in Chile*. Worlds of Journalism Study. https://epub.ub.uni-muenchen.de/34881/1/Country_report_Chile.pdf
- Mellado, C. y Humanes, M. L. (2012). Modeling perceived professional autonomy in Chilean journalism. *Journalism*, 13(8), 985-1003. <https://doi.org/10.1177/1464884912442294>
- Mellado, C., Humanes, M. L. y Márquez-Ramírez, M. (2018). The influence of journalistic role performance on objective reporting: A comparative study of Chilean, Mexican, and Spanish news. *International Communication Gazette*, 80(3), 250-272. <https://doi.org/10.1177/1748048517711673>
- Mellado, C. y Lagos, C. (2011). Organizational and territorial cultures in Chilean journalism. *Innovar*, 21(42), 139-150. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512011000400012
- Mellado, C., Salinas, P., Del Valle, C. y González, G. (2010). Mercado laboral y perfil del periodista: Estudio comparativo de cuatro regiones [A comparative study in four regions: Labor market and profile of the Chilean journalist]. Redalyc. <https://www.redalyc.org/pdf/971/97114962005.pdf>
- Mellado, C. y Scherman, A. (2017). Influences on job expectations among Chilean journalism students. *International Journal of Communication*, 11, Article 18. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/6657>
- Mellado, C. y van Dalen, A. (2014). Between rhetoric and practice. *Journalism Studies*, 15(6), 859-878. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2013.838046>
- Mensa, M., Vernier, M., Cárcamo-Ulloa, L., Ruíz, F. y Sotomayor-Gómez, B. (2021). (In)Equidad de género en la prensa chilena: periodistas y fuentes. *Revista de Comunicación*, 20(2), 259-275. <https://revistadecomunicacion.com/index.php/rcom/en/article/view/2394>
- Mönckeberg, M. O. (2009). *Los magnates de la prensa: Concentración de los medios de comunicación en Chile*. Debate.

- Núñez-Mussa, E. (2021). Chile: Crisis of trust and a precarious industry. En J. Trappel y T. Tales (Eds.), *The media for democracy monitor 2021* (Vol. 2, pp. 85–146). Nordicom. <https://doi.org/10.48335/9789188855428-3>
- Oller Alonso, M., Hughes, S., Amado, A., Arroyave, J., Benítez, J. L., Chavero, P., Garcés, M., Márquez-Ramírez, M., Mellado, C. y Moreira, S. V. (2017). An overview of Latin American journalistic culture(s): The profile, professional situation and perception of journalists in Argentina, Brazil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador and Mexico. En M. Oller Alonso (Ed.), *Cultura(s) periodística(s) iberoamericana(s): La diversidad de un periodismo propio* (pp. 21-60). Cuadernos Artesanos de Comunicación.
- Opdahl, A. L., Tessem, B., Dang-Nguyen, D.-T., Motta, E., Setty, V., Throndsen, E., Tverberg, A. y Trattner, C. (2023). Trustworthy journalism through AI. *Data & Knowledge Engineering*, 146, Article 102182. <https://doi.org/10.1016/j.datak.2023.102182>
- Porath, W., Grassau, D., Puente, S. y Ortega-Gunckel, C. (2025). Repercusiones de la inseguridad en el periodismo chileno: análisis jerárquico del impacto del estallido social y la pandemia de covid-19. *Palabra Clave*, 28(3), Artículo e2832. <https://doi.org/10.5294/pacla.2025.28.3.2>
- Publimark. (2024, 19 de febrero). *Inversión publicitaria en medios online en Chile supera el 50%*. <https://www.publimark.cl/opinion/inversion-publicitaria-en-medios-online-en-chile-supera-el-50-2.html>
- Puente, S. y Mujica, C. (2006). ¿Qué es noticia (en Chile)? [What is news (in Chile?)]. *Cuadernos de Información*, (16), 85-100.
- Puente, S., Pellegrini, S., y Grassau, D. (2013). Journalistic challenges in television coverage of disasters: lessons from the February 27, 2010, earthquake in Chile. *Communication & Society*, 26(4), 103-125. <https://doi.org/10.15581/003.26.36062>
- Rodríguez-Urra, C., Trillo-Domínguez, M. y Herrero-Solana, V. (2023). Mapa mediático hispanoamericano: Una aproximación desde la academia. *Revista de Comunicación*. <https://doi.org/10.26441/RC22.2-2023-3105>
- Sáez, C. y García, J. (2022). Competition, limited resources and human rights in radio spectrum allocation in Chile. *Canadian Journal of Latin American and Caribbean Studies*, 47(2), 280–301. <https://doi.org/10.1080/08263663.2022.2059194>
- Sáez B., C., Peña, P. y García, J. (2022). Challenges for freedom of expression on the internet in social crisis contexts: The case of Chile (2019–2022). *Journal of Digital Media & Policy*. https://doi.org/10.1386/jdmp_00123_1
- Saldaña, M., Proust, V., Cabalin, C. y Fernández, M. B. (2025). Bridging inequality gaps: Sustainable journalism in the news coverage of education policies. *Journalism Practice*, 1–21. <https://doi.org/10.1080/17512786.2025.2481446>
- Stange, M. H., Salinas Muñoz, C., Yáñez Duamante, C. y 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>
- Trappel, J. y Meier, W. A. (2022). Soaring media ownership concentration: Comparing the effects of digitalisation on media pluralism and diversity. En J. Trappel y T. Tomaz (Eds.), *Success and failure in news media performance: Comparative analysis in the Media for Democracy Monitor 2021* (pp. 147–164). Nordicom, University of Gothenburg. <https://doi.org/10.48335/9789188855589-7>
- Universidad Alberto Hurtado. (2017). *Cartografía de medios de comunicación en Chile*. Programa de Investigación de Medios. <https://www.investigaciondemedios.cl/proyectos-cartografia.html>

Valderrama Barragán, M., Tironi, M., Cotoras, D., Correa, T., Humeres, M. y López, C. (2025). From industry hype to emerging criticism: Analysing Chilean news media coverage of artificial intelligence. *Digital Journalism*, 1–23. <https://doi.org/10.1080/21670811.2025.2450624>

Vassilakopoulou, P. y Hustad, E. (2023). Bridging digital divides: A literature review and research agenda for information systems research. *Information Systems Frontiers*, 25(3), 955-969. <https://doi.org/10.1007/s10796-020-10096-3>

Waisbord, S. (2022). Más que infodemia: Pandemia, posverdad y el peligro del irracionalismo. *In Mediaciones de la Comunicación*, 17(1), 31-53. <https://doi.org/10.18861/ic.2022.17.1.3227>