



Comuni@cción

ISSN: 2219-7168

ISSN: 2226-1478

Universidad Nacional del Altiplano de Puno

Rodríguez Malebrán, Carolina; Fuente-Alba Cariola, Fernando; Ortloff Núñez, Karin
Los desafíos de la televisión de proximidad en el norte de Chile: El caso de la región de Coquimbo
Comuni@cción, vol. 11, núm. 2, 2020, Julio-Diciembre, pp. 107-118
Universidad Nacional del Altiplano de Puno

DOI: <https://doi.org/10.7440/res64.2018.03>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=449870438002>

- ▶ [Cómo citar el artículo](#)
- ▶ [Número completo](#)
- ▶ [Más información del artículo](#)
- ▶ [Página de la revista en redalyc.org](#)

UNAM 

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Los desafíos de la televisión de proximidad en el norte de Chile: El caso de la región de Coquimbo

The challenges of proximity television in northern Chile: The case of the Coquimbo region

Carolina Rodríguez Malebrán ^{1,a}

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

Fernando Fuente-Alba Cariola ^{1,b}

<https://orcid.org/0000-0002-4316-5097>

Karin Ortloff Núñez ^{2,c}

<https://orcid.org/0000-0003-3914-2981>

¹ Universidad de La Serena, Chile

² Universidad Católica de la Santísima Concepción, Chile.

^a crodriguez@userena.cl

^b kortloff@userena.cl

^c ffuentealba@ucsc.cl

Recibido: 22/04/2020

Aceptado: 31/08/2020

Resumen

La televisión de proximidad son medios de comunicación llamados a apoyar el acceso a la información y puesta en valor de los territorios, buscan representar en sus contenidos a un público local, rescatar su identidad y contrarrestar el monopolio informativo que ejercen las cadenas nacionales. El presente trabajo tiene por objetivo analizar los desafíos de la televisión de proximidad en la Región de Coquimbo, norte de Chile. Analizar su estructura, funcionamiento y sistema de producción de contenidos, en un contexto particular de transición tecnológica por el que atraviesa el país. Después de un catastro que permitió saber el número de canales que estaban al aire a la fecha de la investigación, se utilizó una metodología mixta compuesta por un análisis documental y entrevistas a los productores y encargados de contenido de cada canal -seis medios que corresponden al cien por ciento del universo- para luego aplicar un cuestionario al personal de producción de las televisoras. Entre los resultados destaca que las televisoras de proximidad operan con un mínimo de recursos humanos y económicos. Que cuentan con un apoyo nulo o derechamente inalcanzable para la mayoría de los canales. Su escaso financiamiento publicitario impide mejorar la calidad de los contenidos, como también su periodicidad y cantidad. Pese a estas dificultades y al escaso apoyo desde las políticas públicas gubernamentales, estos medios son indispensables para cautelar la cultura e identidad local y colocar en la agenda temas y problemas que de otra manera no serían atendidos por las autoridades centrales.

Palabras clave: Televisión de proximidad, contenidos locales, medios, Chile.

Abstract

Television Proximity are broadcast media called to support the access of information and enhancement to territories, which seeks to represent to the local audience in their contents, rescue their identity and offsetting information dependency exercised by national networks. The present work aims, to analyze the challenges of television proximity, in the Region of Coquimbo, northern part of Chile. Analyze its structure, operation and content production system, especially in a particular context of technological transition that the country is going through. After a survey revealed, the number of channels were on air at the time of the investigation, a mixed methodology was used, consisting of a documentary analysis and interviews with the producers and content managers of each channel, six media belonging to the one hundred percent of the universe - and then a questionnaire was applied to the production staff television channels. Among the results, it stands out the television proximity stations operate with a minimum of human and financial resources. They have no a totally support or is unattainable for most channels. The lack off advertising funding prevents improving the quality of the content, as well as its frequency. Despite of these difficulties and the limited support of government public policies, these media are essential to protect the culture, local identity and put on the agenda issues and problems that would otherwise not be addressed by central authorities.

Keywords: Proximity television, local content, media, Chile.

Introducción

La televisión de proximidad se ha ganado un importante espacio entre los gustos y consumo de las más variadas audiencias, entendiendo que este tipo de medios de comunicación busca acercar sus contenidos al público local, contrarrestando la presión y el monopolio informativo que ejercen las cadenas nacionales, más aún si se trata de informaciones que le interesan a un grupo determinado de personas, en palabras de Rincón (2011) “hoy se busca estar al día en lo local como territorio y perspectiva” (p.46). La televisión de proximidad, según varios autores (De Moragas, 2003; Martori, 2016; Fuente-Alba, 2018) es el término más adecuado para abordar televisoras insertas en un territorio que despliega contenidos desde y para las personas que viven en ese territorio, de esta forma el término alude a una realidad diversa que permite dar respuesta a la naturaleza múltiple de los prestadores de este servicio en el marco de la era digital.

Los medios de proximidad deben promover y producir contenidos para sus audiencias locales, que pongan en valor temáticas propias de su entorno, varios autores han definido que en materia de noticias, lo más cercano cobra mayor interés (López-Sanz & Medina-Laverón, 2016; Ordóñez, 2014). Al respecto Martori (2019) señala que uno de los retos ante la globalización mediática es contar con medios de proximidad que satisfagan las demandas ciudadanas y/o sociales de acuerdo a sus intereses, identidad y entorno cotidiano. “Es aquí donde radica la importancia de los prestadores de proximidad, para mantener y reproducir los rasgos identitarios y culturales y evitar, así, que se diluyan ante los flujos globales” (Martori, 2019, p. 148), cuestión que también ha sido refrendada por Fuente-Alba (2017, 2018) respecto a Chile y a Latinoamérica. La cuestión es cómo los medios de proximidad logran satisfacer las necesidades informativas, culturales y educativas de sus audiencias, en un contexto local o también llamado de proximidad, según Torres (2017):

El concepto de proximidad aplicado a los contenidos audiovisuales en un sentido amplio tiene que ver con la idea de que entre emisor y el receptor existe un escenario de experiencias compartidas que se reflejan en los contenidos de la programación. (p.69)

En ese sentido, esta investigación tiene como objetivo analizar el estado de la televisión de proximidad en la Región de Coquimbo, su estructura, funcionamiento y sistema de producción de contenidos, en un contexto particular de transición tecnológica. Para lograr aquello, se describe la estructura y funcionamiento técnico de cada medio de proximidad, se distinguen sus sistemas de producción y tipos de contenidos emitidos y se analizan los desafíos, oportunidades y estrategias que deben sortear como medios de proximidad.

Es importante investigar sobre esta temática, dado que en Chile los estudios referidos a este tipo de televisoras son escasos, salvo por lo que realiza el Consejo Nacional de Televisión, “CNTV”, que principalmente centra sus investigaciones en audiencias y medios de carácter nacional, que en gran medida acogen métodos cuantitativos. Sin embargo, el Departamento de Estudios del CNTV, ha develado algunas estadísticas que merecen nuestra atención y que inciden en el presente estudio. Un 57% de la población se siente poco o nada satisfecha con la TV abierta nacional. En cambio, el mismo estudio arroja un aumento de satisfacción con la televisión local/regional de un 40% en el año 2014 a un 60% en el 2017 (CNTV, 2017), hecho que justifica profundizar en estos medios de proximidad y su funcionamiento.

Cabe señalar que el descontento con los medios nacionales y en especial con los canales chilenos, quedó al descubierto en los días posteriores al estallido social iniciado el 18 de octubre del año 2019. La ciudadanía salió a las calles y entre sus demandas manifestó un total malestar hacia las estaciones de índole nacional. Se les acusó de desinformación y de no estar en sintonía con las demandas sociales (Saleh, 2019), situación que hipotéticamente dejaría a la TV de proximidad en un buen escenario para fortalecerse ante las audiencias locales. En esta misma línea, el cambio tecnológico que está enfrentando Chile rumbo a la era digital, también ha generado discusiones en torno a proyectar una televisión de calidad, educativa, cultural e informativa (Rodríguez, Núñez y Astudillo, 2017). En ese sentido, la Ley N° 20.750 (2014), que en teoría debiera garantizar una televisión pluralista no ha estado ajena de polémicas y desavenencias entre los principales actores de la industria televisiva. Principalmente ante el desafío de ampliar el número de canales en

un mercado que ya está alicaído y centralizado en sólo algunos grupos económicos, de ahí que sea importante contar con nuevo conocimiento sobre los desafíos, estrategias y oportunidades de unas televisoras llamadas a asumir importantes roles en la comunicación de proximidad.

La estructura del artículo se inicia con la justificación de la relevancia de la televisión de proximidad, su desarrollo y experiencias internacionales, para posteriormente presentar la metodología y los resultados agrupados en dos categorías A) Estructura y Funcionamiento y B) producción de contenidos. Finalmente la investigación reflexiona y concluye respecto a los desafíos y estrategias de las televisoras de proximidad de la Región de Coquimbo en el norte de Chile.

Marco teórico

Televisoras de Proximidad

Las investigaciones sobre la televisión de proximidad tuvieron su mayor auge en los años noventa, con las expectativas tendientes a dar a conocer la diversidad cultural de las regiones europeas y poner en valor su identidad y tradiciones. Concepto utilizado principalmente en Europa para denominar a las televisoras autonómicas que contribuyen en la construcción de identidad local de su entorno y/o región (De Moragas, 2003; Ortega, 2009; Guimerà, 2016; García, 2016).

Según Martori (2019) “las televisiones de proximidad engloban a las televisiones supralocales, locales y las de barrio o distrito. Permite incluir, por tanto, el fenómeno de los prestadores hiperlocales” (p.159). En el sentido amplio de su rol, los medios de proximidad, que abarcan otros tradicionales como la radio y la televisión, están llamados según Miguel de Bustos y Zallo (2015, p.11) a “desarrollar un papel clave como vertebradores sociales, difusores de información y cultura y garantes del pluralismo”. Pérez (2008) concluye y refuerza la importancia de la información de proximidad como un valor social “que aumenta la participación y reduce la uniformidad televisiva generalista” (p.363), a su vez señala que en el actual escenario social, donde corren paralelamente la descentralización y la concentración, es necesario proteger la supervivencia de los medios locales. Asimismo, y en relación a las audiencias, Martori (2019) indica que si bien hay un permanente interés por

consumir contenidos globales y transnacionales, también hay necesidad por acceder a información proveniente de su entorno o espacios en donde la ciudadanía se desenvuelve en el día a día. En la misma línea de discusión, López García (2004) indica que “en una sociedad mundializada vive gente que desea mantener contacto con sus raíces, con un lugar, con una cultura, es decir con todo aquello que reafirma la personalidad propia frente a los demás” (p.8).

Este desafío no es fácil, Chaparro (2015, p.177) ya vislumbró dificultades hace un lustro atrás al referirse a:

Un mundo donde los medios son instrumentalizados al servicio del poder económico-político, contra medios de proximidad, contruidos y gestionados desde una relación horizontal. El antagonismo existente entre medios de comunicación no es natural, está generado por la desregulación y la consecuente privatización encubierta del espacio radioeléctrico.

Ya frente al desafío del cambio tecnológico hacia la TV digital. Las crisis financieras y la baja rentabilidad de este tipo de medios se condice con la necesidad de adquirir equipamiento para transitar hacia la Televisión Digital Terrestre (Casado, Guimerà, De Bustos, 2016). A ello se suma que en algunos países, como España y Francia, tras el apagón analógico se han dividido las señales de la TDT con un criterio geográfico/técnico, por lo tanto, lugares sin ningún vínculo (salvo el geográfico) han debido compartir contenidos. Este escenario ha generado que varios medios de televisión de proximidad, han debido terminar sus transmisiones, principalmente por la baja de audiencias debido a la pérdida de esa misma proximidad con su entorno (Guimerà, Monedero, Martori, 2017).

En varios países de América Latina, la realidad de los medios de proximidad desde su origen es desventajosa frente a otros medios privados, primero por un no reconocimiento desde la normativa legal, y luego por las escasas políticas de fomento hacia estos medios, tal es el caso de Argentina (Linares, Segura, Hidalgo, Kejval, Longo, Traversaro & Vinelli, 2017) que a pesar de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual promulgada el 2009, logró un mayor reconocimiento y apoyo económico estatal, con el

paso de los años y con la gobernanza de turno que se preocupó de sepultar los avances logrados por el gobierno antecesor, estos apoyos quedaron en cero y la transición se ha interrumpido.

Por otro lado, el reconocimiento legal ha significado sin duda cuestiones positivas para los canales de proximidad, pero también muchas obligaciones técnicas, administrativas y hasta jurídicas que deben cumplir como medios que operan en un sistema formal y controlado (Herrera, 2017). En ese sentido Chaparro, Gabilondo y Espinar (2019, p.115), reflexionan en torno a la importancia de la transición ecosocial que debe afectar a los medios y a la solidaridad de los medios más poderosos en pro de los menos rentables (regionales y locales) :

Donde los medios están llamados a situar el concepto de rentabilidad social- en equilibrio con la rentabilidad comercial- en el centro de su trabajo y en motor de sus dinámicas empresariales. El sistema de medios no logrará este objetivo sin otorgar a las plataformas de comunicación de la ciudadanía, medios de proximidad, igualdad de condiciones con los otros actores de la información.

Televisión de Proximidad: panorama chileno

En Chile existen según los últimos catastros oficiales del CNTV, 99 canales de televisión regionales, locales y comunitarios (CNTV, 2015; 2018) que entrarían en la clasificación de medios de proximidad. En el caso de los canales regionales clasificados según la ley 20.750, pueden transmitir en una o más regiones pero no en más del 50% de las regiones del país. En cambio, los canales locales pueden transmitir en una región, pero con un alcance efectivo menor al 25% de su población y con una cobertura inferior al 50% de las comunas de esa región, mientras que los comunitarios cuya cobertura es comunal deben operar sin fines de lucro.

La TV de proximidad opera en desiguales condiciones en comparación con los canales nacionales que transmiten en todo el país. El escaso apoyo estatal y los vaivenes del mercado, han afectado a estos medios, que más que existir, subsisten. Por otra parte, las audiencias locales, pese al sitio que poseen la TV pública y privada, también tiene interés en los contenidos locales, y así lo demuestran diversos estudios del Consejo

Nacional de Televisión de Chile (CNTV, 2015; CNTV, 2016, CNTV, 2017). A ello se suma una fuerte concentración de medios, donde el oligopolio dominante acapara gran parte de los recursos de inversión publicitaria al hacerse con el control mayoritario de las audiencias a nivel nacional, aquello se acrecienta ante un centralismo informativo que deja de lado al resto del país (Galindo, 2014). El resultado es un mercado con un número reducido de empresas que no dan lugar a un desarrollo de los medios regionales y locales a través de la torta publicitaria. Más aún si se considera que muchas de las empresas dueñas de medios a nivel nacional también tienen inversiones en sectores industriales del país, como el retail, transporte u operadores de comunicaciones (Chaparro et al., 2019).

Respecto a su estructura y funcionamiento un 44% de la televisión local en Chile transmite por aire y un 28% a través del cable, en tanto un 27% transmite paralelamente por aire y cable. La mayoría de los medios cuenta con un equipo de trabajo no superior a las 15 personas, entre comunicadores profesionales, personal sin formación profesional y medios que operan en conjunto con funcionarios profesionales y autodidactas (CNTV, 2015). La Ley de TDT en Chile, promulgada el 2014, reserva un 40% del espectro radioeléctrico para medios televisivos regionales, locales y comunitarios y dos señales para contenido cultural y educativo. La puesta en marcha de esta normativa sobre televisión digital, podría ser un factor que incida positivamente en el desarrollo futuro de los canales de proximidad chilenos, al menos en el papel, pues no existe actualmente ninguna garantía para estos medios, tanto en el acceso a tecnologías que permitan las transmisiones, como a resguardar parte del espectro de las televisoras que actualmente están operando en Chile. El apagón analógico ha sido postergado varias veces y al igual que en Argentina el tema pasa por la voluntad del gobierno de turno, dejando el proyecto inconcluso y sin ninguna definición (Fuente-Alba, 2018). La última fecha informada por el Gobierno de Chile para su apagón analógico es en abril del 2024. Según Benítez et al. (2019, p.134) “al menos a nivel normativo, la implementación de la TDT tiene un carácter social relacionado con la democratización de la comunicación” (2019, p.134), lo que reviste un especial interés para Chile y para la mayoría de los países en América Latina que transitan a paso lento hacia la TDT.

Villarrubia-Martínez, Aguaded-Gómez y Delgado-Ponce (2019), indican que con la nueva normativa que crea la TDT en Chile, se avanza en el reconocimiento de la televisión comunitaria y de proximidad, dado que fueron décadas en que este tipo de medios operó desde la ilegalidad sin un marco normativo, por lo tanto, no tenían ningún acceso a fondos públicos (Fuente-Alba, 2017).

Fuente-Alba (2018) señala que la TV local chilena no está preparada para la transición hacia la TDT, persistiendo dudas principalmente sobre cómo se financiará este paso tecnológico (adquisición de tecnología digital), cuál será el impacto de la llegada de nuevos actores en el espectro radio eléctrico, entendiéndose que ya con el actual número de emisoras locales es muy complejo acceder al financiamiento publicitario. Al respecto, cabe señalar que en Chile la subsistencia de la televisión de proximidad privada es a través de la publicidad y en caso de medios que son dependientes de las municipalidades es mediante sus propios presupuestos, por ende, el financiamiento o la falta de él, es un tema relevante para poder producir sus contenidos de proximidad. En el caso de los medios municipales su continuidad está dada por la voluntad del alcalde de turno, es muy común que al renovarse las autoridades todos los contenidos de este tipo de emisoras vuelven a cero, lo que afecta directamente la continuidad y la audiencia de estas televisoras (Fuente-Alba, 2018). Al respecto es importante destacar que a partir de la puesta en marcha de la Ley de TDT, las municipalidades no podrán tener a su cargo medios de comunicación locales, por tanto canales como el Canal ATV de Andacollo, deberán traspasar su propiedad, no obstante hay gestiones que la Asociación de Municipalidades de Chile realiza ante el Congreso Nacional para modificar ese artículo de la ley.

Metodología

Para cumplir con los objetivos trazados, esta investigación se basa en una metodología mixta cuantitativa/cualitativa (Canales, 2006; Hernández, Fernández, Baptista, 2014; Pole, 2009), con un diseño exploratorio y descriptivo (Hernández et al., 2014; Salinas & Cárdenas, 2009) compuesta desde lo cualitativo, por los siguientes elementos, análisis documental sobre la TV de proximidad en Chile y en la Región de Coquimbo en particular, revisión de datos oficiales y estudios del CNTV, marco legal y normativo de la televisión de proximidad en Chile. Asimismo, para establecer al universo

de medios de proximidad que formaron parte de la investigación, se tuvo en consideración un catastro de medios previo, instrumento basado en datos del Gobierno Regional y de la Subsecretaría de Desarrollo Regional contrastados con trabajo de campo que incluyó a todas las televisoras de cobertura regional existentes en las provincias. En una segunda etapa se realizaron seis entrevistas semiestructuradas basada en una pauta de diez preguntas de acuerdo a las dos categorías de análisis, a cada jefe o encargado de contenidos del universo total de canales de televisión: Canal Vive Chile Elqui de La Serena y Coquimbo, Canal municipal ATV de Andacollo, Canal municipal de Monte Patria, Canal 2 de Illapel, Canal 4 de Salamanca y Canal 5 de Los Vilos, cuyos criterios de selección fueron los siguientes, medios de televisión de proximidad que transmitan por aire o cable desde alguna provincia de la Región de Coquimbo y que tengan al menos tres años de estar operativos en el norte de Chile, a la fecha de realizado el trabajo de campo, entre el segundo semestre 2017 y el primer semestre 2018. Las entrevistas fueron realizadas de manera presencial en cada una de las ciudades donde tienen sus oficinas y/o canales de televisión. Durante la recolección de los datos, en una tercera etapa, se aplicó un cuestionario a todo el personal técnico y de producción de contenidos de los canales de proximidad de la Región de Coquimbo, basada en un cuestionario de 14 preguntas cerradas y abiertas.

Cabe señalar que todos los participantes de este estudio firmaron un consentimiento informado, en el que se establece el anonimato de las fuentes, cumpliendo con las exigencias de la Comisión de Bioética de la Universidad de La Serena, Chile.

Por último, el análisis de los resultados se efectuó triangulando los datos recogidos (Blanco & Pirela, 2015; Forni & Grande, 2020) en el campo de estudio, junto con la revisión documental, teniendo presente las siguientes categorías: A) Estructura y funcionamiento y B) producción de contenidos de proximidad. La primera categoría se refiere a la propiedad del medio, financiamiento, recursos humanos y técnicos con que operan, eventual asociatividad y dificultades que deben enfrentar como medio de comunicación local; la segunda categoría, hace mención a las rutinas de producción, tipos y origen de los contenidos emitidos y a las dificultades en la elaboración de contenidos de proximidad, haciendo hincapié en las noticias locales.

Resultados y discusión

De acuerdo a las categorías de análisis se desprenden los siguientes resultados.

A) Estructura y funcionamiento

La televisión de proximidad de la Región de Coquimbo, es preferentemente privada y en un menor porcentaje son iniciativas de los gobiernos municipales. Tal como lo muestra el Gráfico N°1, un 67% por ciento de los medios son de propiedad privada y un 33% corresponden a propiedad municipal, estos últimos son Canal ATV de Andacollo que depende de la Ilustre Municipalidad de Andacollo y el Canal 3 de la Ilustre Municipalidad de Monte Patria. Cabe indicar que este último medio de proximidad ha transmitido de manera intermitente, por diversas dificultades técnicas y financieras. A esto se suma el año 2018 Canal Elquina TV (este medio no fue parte de la muestra porque a la fecha del estudio llevaba poco tiempo en operación) que depende de la Ilustre Municipalidad de Vicuña. Este hallazgo es de interés debido a que las iniciativas de televisión de proximidad en un porcentaje importante, nacen en los gobiernos locales.

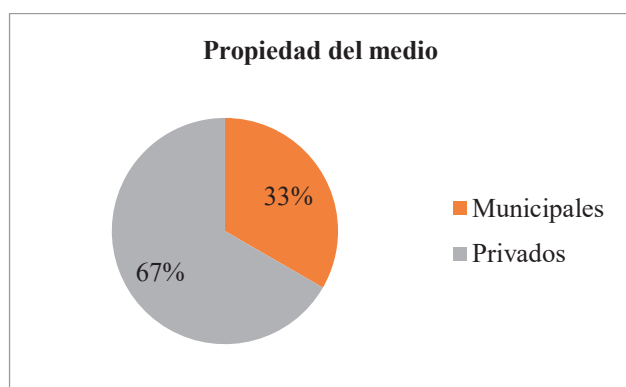


Gráfico 1. Tipo de medios de proximidad.

Fuente: Elaboración propia

Del análisis de los datos se desprende que los medios locales adscritos a los municipios, tienen algunas ventajas por sobre el medio privado. Financieramente tienen un apoyo presupuestario que proviene íntegramente del propio gobierno local, en segundo lugar cuentan con un departamento de prensa que está integrado por un periodista jefe y por dos o tres personas en el área técnica (audiovisual, gráfica) que prestan funciones en ambos ámbitos de acción (departamento de prensa institucional y canal de televisión local);

no obstante, deben ajustar su presupuesto, ya que, existen otras prioridades en las municipalidades. A pesar de contar con un presupuesto fijo, algunos de los entrevistados que tenían relación con los canales municipales, se clasifican como un pequeño departamento de prensa rural que hace lo que puede con los recursos que tiene.

En lo que respecta a los medios privados (67%) que fueron parte de este estudio, todos los encargados de contenidos declararon ser los mismos propietarios del medio. En algunos de ellos se dan situaciones poco profesionales, como por ejemplo el que operan con personal externo pero también con familiares. Destaca por ejemplo un canal de televisión de Salamanca, Provincia del Choapa, cuyo dueño y encargado de contenidos era también camarógrafo y editor, su hijo compaginador y camarógrafo y la esposa estaba encargada de aspectos comerciales.

Respecto al financiamiento de las televisoras privadas, el gráfico N°2 muestra que los principales aportes provienen de la publicidad (50%) y fondos concursables públicos (30%), aportes directos de empresas 20%. En el caso de los medios pertenecientes a municipalidades, el presupuesto proviene principalmente de la misma entidad y en menor medida fondos concursables, ya que por ley operan sin fines de lucro. Sobre este aspecto, en las entrevistas realizadas a los jefes de producción y/o dueños de los medios, se pudo detectar que los medios de TV local de la Provincia del Choapa (de propiedad privada) reconocen obtener aportes directos de la empresa privada, concretamente de una empresa minera cuyas faenas se encuentran en esa misma zona.

El financiamiento, es sin duda, una de las razones que los jefes de producción de los medios, señalan como un factor relevante en la generación de contenidos propios, ya que, sin recursos la posibilidad de contar con recurso humano y técnico para generar contenidos, es muy complejo. Recordemos que para algunos autores la TDT ha herido de muerte a la TV local en España, por una serie de factores, entre ellos, el económico (Guimerà, et al., 2017). En el caso de Chile, que aún no ingresa plenamente en la televisión digital, el panorama no es alentador. Si en el sistema actual de televisión analógica hay dificultades de financiamiento, operar en TDT podría ser una verdadera odisea. Esto queda graficado en voces de alarma de los propios directores y dueños de las estaciones de proximidad entrevistados, que

además de los impuestos a este tipo de empresas, deben enfrentar la mantención de costosos equipos ubicados en lugares geográficos muy poco accesibles para tener buena señal. Lo que implica dejar de contar con personal clave por toda una jornada, trabajadores que también desempeñan otras tareas al interior de la televisora. A eso se suma, según los entrevistados de canales privados, el escaso interés de los empresarios y pequeños comerciantes por auspiciar y publicitar en la televisión de proximidad, lo que lleva a que las televisoras de proximidad compitan por los escasos fondos concursables, que les permiten seguir funcionando por un período acotado.

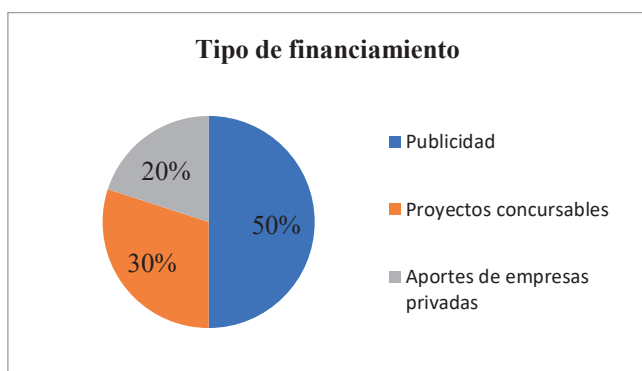


Gráfico 2. Tipo de financiamiento de medios privados de proximidad Región de Coquimbo.

Fuente: Elaboración propia

Respecto al personal técnico y su infraestructura la generalidad es contar con escaso número de operarios del área audiovisual y periodística (Gráfico 3).

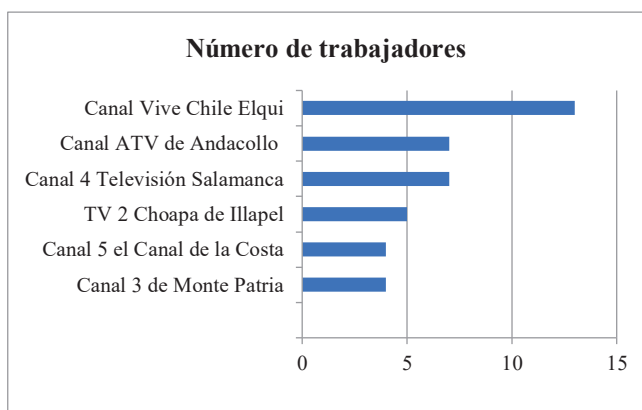


Gráfico 3. Cantidad de trabajadores medios de proximidad privados.

Fuente: Elaboración propia

Se evidencia entonces que existe una multiplicidad de funciones que se deben distribuir entre 4 a 12 personas (Gráfico 4). Es decir una misma persona puede cumplir funciones administrativas, técnicas y periodísticas. Algunos de los entrevistados declararon tener más de cinco actividades dentro del medio, además incluyeron otras funciones que no estaban previstas en el instrumento de recolección de datos, como estar encargado de las ventas de publicidad.

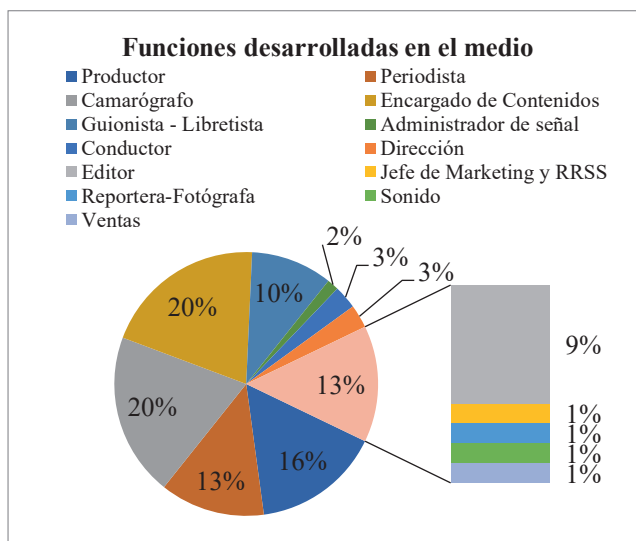


Gráfico 4. Funciones desarrolladas por los integrantes de los medios de proximidad privados y municipales.

Fuente: Elaboración propia.

Respecto a la profesión o nivel de formación del personal, un 50% de los encargados de los medios locales, declararon tener estudios universitarios en el área, el resto se divide entre educación técnica profesional e institutos profesionales (ver Gráfico N°5). En el resto del personal prevalece la formación autodidacta, situación similar al resto de los medios de proximidad del país, según lo expuesto por el CNTV (2015). Hubo encargados de medios que manifestaron trabajar con tres personas estables, más otras dos personas a tiempo parcial, la gran mayoría sin estudios formales en el área audiovisual.

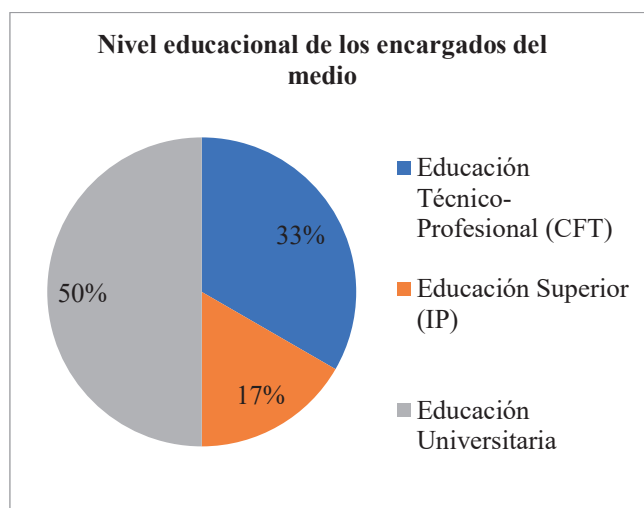


Gráfico 5. Niveles educacionales encargados de medios de proximidad

Fuente: Elaboración propia

B) Producción de contenidos de proximidad

En lo que se refiere directamente a los contenidos, el 100% de los encuestados reconoce que existe planificación en la programación, lo que permitiría fidelizar a las audiencias locales. Respecto al tipo de contenidos que producen (Gráfico 6), los encuestados señalaron que su principal función era emitir contenidos relacionados con su entorno. Un 100% de los encuestados dijo que sus contenidos promovían la cultura y tradiciones de la zona, lo mismo en el caso de la información (noticias). A la pregunta sobre contenidos educativos que promuevan el desarrollo de niños, niñas y adolescentes de la zona, un 60% dijo estar de acuerdo, aunque muy pocos medios logran producir este tipo de contenidos.

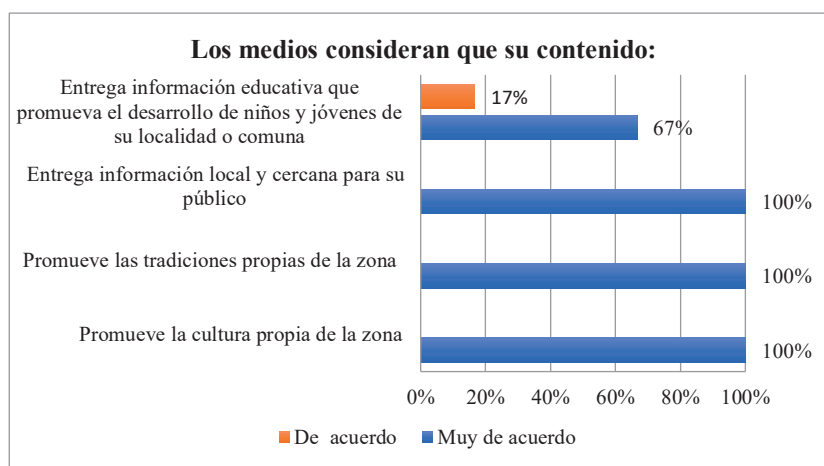


Gráfico 6. Contenido difundido por los medios de proximidad.

Fuente: Elaboración propia.

Entre los contenidos que más se repiten en los medios encuestados destacan el género informativo, cultural, musical y misceláneo. Destacan contenidos dirigidos al servicio público (información de salud, trámites, educación, trabajo) que permiten ayudar a la comunidad en sus trámites personales, como también cobertura al deporte local principalmente la liga de fútbol amateur de su territorio. También existen una serie de contenidos envasados los que en su mayoría son facilitados de manera gratuita por universidades de la región y del país.

Todos los participantes de las entrevistas declaran producir noticias locales que dan cuenta de lo acontecido en su entorno. En el caso de los medios municipales indican evitar cubrir noticias policiales, en tanto, los medios privados

manifiestan que incorporan información de actualidad en sus programas de corte misceláneo. También existen programas misceláneos que integran a la comunidad. Programas de música por ejemplo donde la ciudadanía interactúa pidiendo algunas canciones o incluso cantando desde casa, logrando fusionar los formatos radiales y televisivos en un sólo programa. Estos contenidos abordan actividades ciudadanas, preferencias musicales o deportivas de sus audiencias locales, lo que coincide con la definición de la televisión de proximidad de los autores M-Sanz y Medina-Laverón, 2016, Torres, 2017 o Martori, 2019. También existen casos donde son las propias audiencias que proponen y realizan sus contenidos, modalidad de producción que se asimila al sistema de contenidos de la televisión comunitaria.

Respecto al pluralismo informativo, todos los encargados de los medios privados, declararon ser imparciales en materia de tratamiento de noticias y producción de otros contenidos informativos, no obstante llama la atención que algunas empresas o personas ligadas al mundo político paguen por espacios dentro de la grilla, identificándose contradicciones entre lo que se declara abiertamente en el estudio y lo que se hace. Claramente hay casos donde empresas mineras financian canales locales, de hecho uno de los entrevistados manifiesta abiertamente que la verdad se dice, pero claramente es una verdad moderada en torno a quien está en el conflicto. En el caso de los medios municipales, la directriz en materia de noticias es cubrir siempre la agenda del alcalde, que es quién dirige el municipio local, junto a un Concejo Municipal que también lo integran personas de la comuna elegidas democráticamente. Esto deja en duda el pluralismo informativo de las televisoras de proximidad municipales, situación que se acrecienta en tiempos de campaña para los alcaldes y concejales que buscan la reelección en el sillón edilicio de sus comunas.

Conclusiones

La televisión de proximidad se mantiene vigente como parte del sistema televisivo chileno, pese a las dificultades que deben enfrentar. Cobra valor el hecho de que frente a los obstáculos -escaso presupuesto, decreciente apoyo público-privado y vicisitudes tecnológicas como la implementación de la TDT- estos medios siguen trabajando, con escaso personal técnico, para producir contenidos de proximidad que dan cuenta de aspectos relevantes para su entorno. Siguiendo la línea de los autores Torres (2017); Martori (2019) y Fuente-Alba (2017), estos medios, pese a los obstáculos financieros y al poco personal operativo, cumplen con el rol que debe tener la denominada televisión de proximidad, al potenciar una emisora audiovisual cercana a sus territorios, tradiciones e identidad.

Contrariamente al rol que debiera tener el Estado para garantizar la existencia de este tipo de medios, la televisión de proximidad en Chile no es prioritaria en el sistema de medios de comunicación del país. Los fondos concursables, que forman parte de una política pública establecida, representan un pilar importante para la subsistencia de la televisión de proximidad en este país, pero claramente y a la luz de los resultados de este estudio no son suficientes.

Es evidente que el fomento estatal actual no logra socorrer del todo a estos medios. Se requiere de manera urgente aumentar y optimizar los subsidios hacia los medios de proximidad, dado que existe una gran riqueza cultural en los territorios que se debe poner en valor desde la comunicación de proximidad. Si bien, no se vislumbra que estos medios desarrollen en la actualidad estrategias concretas y planificadas para lograr subsistir y avanzar, estos medios han logrado permanecer al aire, tienen auspicios y son parte del mercado. El desafío es captar nuevas oportunidades en materia publicitaria, incluso utilizando estrategias que permitan captar a eventuales auspicios de su competencia (medios nacionales), apostando por contenidos de proximidad que aporten en la educación de sus audiencias en un particular momento de demandas sociales. Para ello, es necesario además apostar por un pluralismo informativo real, que se sustente en los derechos de quienes son fundamentales para que la televisión de proximidad exista: sus propios ciudadanos.

En materia de estructura y funcionamiento, la polivalencia y precariedad laboral de su personal técnico/humano son importantes, denotando la falta de profesionalización de quienes forman parte de este sistema de comunicación. He aquí un desafío importante, herramientas estatales de calificación y capacitación profesional podrían ser una buena herramienta. El otro camino es ventas de publicidad, para ello es necesario conseguir la confianza de las audiencias y fidelizar a ese mismo público que no se encuentra satisfecho con su televisión nacional. En este sentido habría que diseñar una sistema que midiera la fidelidad de este tipo de emisoras audiovisuales, pues claramente las existentes como el People Meter están ubicados en las cabeceras regionales y no consideran este tipo de canales, sólo las emisoras nacionales. En la misma línea otro desafío importante es diseñar un sistema que por un lado obligue a los operadores de cable y satélite a portar las televisoras de proximidad en zonas geográficas determinadas, tal y como ocurre con el Must Carry en Canadá (Fuente-Alba, 2018). Esto ayudaría a las emisoras a mejorar su cobertura pues podrían emitir por aire y cable a la vez. Otro desafío es reconocer las debilidades en materia de producción de contenido e invertir en la creación de contenidos en conjunto con instituciones educacionales de la zona, los que podrían mejorar en calidad si logran acceder a nuevas fuentes de financiamiento.

Por otro lado, la industria televisiva aboga por la introducción de fórmulas que avancen hacia el consumo multiplataforma en streaming y la personalización de contenidos. Las principales desafíos son la adaptación y la capacidad de monetización que tienen las cadenas que emplean este tipo de transmisión (Pereira, Vaca y Culqui, 2020), sin duda será uno de los desafíos futuros que deberá enfrentar la TV chilena de proximidad. Todos estos, son desafíos importantes para un sistema televisivo alicaído y poco pluralista. Será rol del Estado garantizar el fomento que promueva la existencia y permanencia de los medios de proximidad, para que entonces comience a gestarse la consolidación de un sistema más democrático de televisión.

Agradecimientos

Los autores agradecen el apoyo financiero de DIDULS/ULS a través del Proyecto PEQ194338.

Referencias bibliográficas

Benítez, A., Villena, B., Rivera, L., Laguna-Tapia, A., & Siles, G. (2019). Análisis comparativo: el marco normativo de la TDT y su aplicación por los gobiernos de Argentina, Bolivia, Brasil y Ecuador. *Revista Investigación & Desarrollo*, 19(2), 127-135. Recuperado de: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2518-44312019000200008&lng=es&tlng=es.

Blanco, Neligia, & Pirela, Johann (2016). La complementariedad metodológica: Estrategia de integración de enfoques en la investigación social. *Espacios Públicos*, 19(45), 97-111. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/676/67646966005/html/index.html>

Canales, M. (2006). *Metodologías de investigación social*. Introducción a los oficios. Santiago de Chile: Lom Ediciones.

Casado Del Río, M.A., Guimerà i Orts, J.A., & Miguel De Bustos, J.C. (2016). Impacto de los recortes en las televisiones autonómicas en la industria audiovisual: los casos de Euskadi y Cataluña (2007-2014). *Communication & Society*, 29(4), 9-28. doi: 10.15581/003.29.4.sp.9-28

Chaparro M. (2015). *Claves para repensar los medios y el mundo que habitamos. La distopía del desarrollo*. 1ª edición Bogotá Colombia. Ediciones desde abajo.

Chaparro M., Gabilondo V. & Espinar L. (2019). *Transparencia mediática, oligopolios y democracia*. 1ª edición Salamanca España. Comunicación Social, ediciones y publicaciones.

Consejo Nacional de Televisión. (2015). Catastro de canales regionales, locales y comunitarios. Recuperado de <https://www.cntv.cl/catastro-de-canales-regionales-locales-y-comunitarios-2015/cntv/2015-06-11/110650.html>

Consejo Nacional de Televisión. (2016). La Televisión regional y local. Opinión de las audiencias. Recuperado de https://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20161223/asocfile/20161223113246/la_televisio_n_regional_y_local_docx.pdf

Consejo Nacional de Televisión. (2017). IX Encuesta Nacional de Televisión. Recuperado de: https://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20180502/asocfile/20180502113330/ix_entv_final.pdf

De Moragas Spà, M. (2003). La televisión de proximidad en Europa. En *Radio y televisión en el ámbito local* 27-46. R. López, F. Fernández & F. Vilar (Eds.). España. Universitat Jaume I.

Forni, P, & Grande, Pablo De. (2020). Triangulación y métodos mixtos en las ciencias sociales contemporáneas. *Revista mexicana de sociología*, 82(1), 159-189. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-25032020000100159

Fuente-Alba Cariola, F. (2017). Los desafíos de la televisión de proximidad chilena en el entorno transmedia. En *La televisión de proximidad en el entorno transmedia*. M. Francés i Domènec (Coord). Madrid: Síntesis.

Fuente-Alba Cariola, F. (2018). Desarrollo e identidad: rol de los medios en zonas aisladas. *Revista Observatório*, 4(6), 668-703. Doi: 10.20873/uft.2447-4266.2018v4n6p668

Galindo, C. U. (2014). Genealogía de la concentración económica de los medios de comunicación en Chile: un análisis desde la historia social y la comunicación. *Perspectivas de la Comunicación*, 7(2), 96-106. Recuperado de <http://publicacionescienciasociales.ufro.cl/index.php/perspectivas/article/view/363>

García, A. (2016). Radio y televisión local. Ciudad y ciudadanía en los medios audiovisuales. *Revista Internacional de Comunicación y*

- Desarrollo*. 1(4), 119-132. Doi: 10.15304/ricd.1.4.3478
- Guimerà i Orts, J.À., Monedero Morales, M., Martori Muntsant, A. (2017): Digitalización, crisis económica y televisión pública local en España. Los casos de Andalucía y Cataluña (2010-2015). *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 574-589. Recuperado de <http://www.revistalatinacs.org/072paper/1180/30es.html>
- Guimerà, J.À. (2016). La reformulación del modelo de televisión de proximidad en el contexto de la crisis económica en Cataluña (2008-2014). *Observatorio (OBS*)*, 10(2), 129-149. Recuperado de http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1646-59542016000200006&lng=pt&tlng=es.
- Herrera Barreda, D. (2017). Latinoamérica y su televisión local: propuestas para la práctica cubana. Conversación con Gabriel Kaplún. *Alcance*, 6(12), 161-175. Recuperado en http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2411-99702017000100008&lng=es&tlng=es.
- Ley N° 20150. (2014). Diario Oficial de la República de Chile, Santiago de Chile. Recuperado de <https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=1060307>
- Linares, A., Segura, M. S., Hidalgo, A. L., Kejval, L., Longo, V., Traversaro, N., & Vinelli, N. (2017). Brechas: La desigualdad en las políticas de fomento de medios comunitarios, otros medios e industrias culturales. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 13(25), 84-95. Recuperado de <https://www.alaic.org/revista/index.php/alaic/article/view/847/444>
- López García, X. (2004). *Desafíos de la comunicación local. Guía para la práctica de la información en los ámbitos de proximidad*. Sevilla: Editorial Comunicación Social.
- López-Sanz, M. E., & Medina-Laverón, M. (2016). El índice de afinidad como medida de la calidad en los informativos de televisión. Estudio empírico de Antena 3 y Telecinco. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 7(2), 141-158. Doi: 10.14198/MEDCOM2016.7.2.14
- Martori, A. (2016). Televisión de proximidad en naciones sin Estado. Comparación del caso catalán y escocés. *AdComunica*, 11, 43-59. Recuperado de: <http://www.e-revistas.uji.es/index.php/adcomunica/article/view/4888>
- Martori, A. (2019). ¿Televisión de proximidad o televisión local? El impacto de la proximidad cultural en los estudios de televisión en la era digital. *Zer*, 25(47), 147-163. Doi: 10.1387/zer.21073
- Miguel de Bustos, J.C &, Zallo, R. (2015). Prólogo. *En Comunicación de proximidad: Cada vez más lejos. Marco, experiencias y regulación*. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatearen Argitalpen Zerbitzua. Recuperado de <https://addi.ehu.es/handle/10810/26204>
- Ordóñez González, K. (2014). Los géneros informativos en la televisión local: uso de la proximidad como valor noticia. *ComHumanitas: Revista Científica De Comunicación*, 4(1), 49-58. Recuperado de <http://www.comhumanitas.org/index.php/comhumanitas/article/view/41>
- Ortega, F. (2009). La televisión de proximidad en España. Procesos concesionales, análisis de la población y PIB. *Revista Latina de Comunicación Social*, 12(64), 585-601. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=819/81911786048>
- Pereira, V. C., Tapia, A. C. V., & Medina, A. M. C. (2020). La integración de los nuevos sistemas de ingresos de la televisión por internet: fundamentación teórica para el desarrollo de un Sistema Basado en Conocimiento. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, (E26), 96-108. Recuperado de <https://search.proquest.com/openview/0798ffec15493b90cb19d55566cb7b8e/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>
- Pérez, P. (2008). *La evolución de la televisión local en el sistema audiovisual, hacia la desaparición de las televisoras independientes en Galicia. El caso televigo 1995-2007* (Tesis doctoral). Universidad de Vigo. España. Recuperado de: <http://forohistorico.coit.es/index.php/sendas/senda-academica/tesis-doctorales/item/la-evolucion-de-la-television-local-en-el-sistema-audiovisual-hacia-la-desaparicion-de-las-emisoras-independientes-en-galicia-el-caso-televigo-1995-2007>
- Pole, K. (2009). Diseño de metodologías mixtas. Una revisión de las estrategias para combinar metodologías cuantitativas y cualitativas. *Renglones* 60(03), 37-42
- Rincón, O. (2011). Nuevas narrativas televisivas: Relajar, entretener, contar, ciudadanizar, experimentar. *Comunicar*, 36, 43-50. Doi: 10.3916/C36-2011-02-04
- Rodríguez, C., Núñez, V., & Astudillo, E. (2017). Consumo televisivo de audiencias infantiles:

- un estudio cualitativo con estudiantes chilenos - Chile. *Comuni@cción: Revista De Investigación En Comunicación Y Desarrollo*, 8(2), 105 - 115. Recuperado de <https://www.comunicacionunap.com/index.php/rev/article/view/204>
- Saleh, F. (23 de octubre de 2019). El día en que el público se aburrió de la tele: la criticada cobertura de los canales abiertos al estallido social en Chile. *El Mostrador*. Recuperado de <https://www.elmostrador.cl/destacado/2019/10/23/el-dia-en-que-el-publico-se-aburrio-de-la-tele-la-criticada-cobertura-de-los-canales-abiertos-al-estallido-social-en-chile/>
- Salinas, P & Cárdenas, M. (2009). *Métodos de investigación social*. Quito: Ediciones Ciespal.
- Sierra-Bravo, R. (1994). *Técnicas de Investigación Social. Teoría y ejercicios*. Recuperado de: <https://abcproyecto.files.wordpress.com/2018/11/sierra-bravo-tecnicas-de-investigacion-social.pdf>
- Souza, M.D., Montenegro, S., Oyanedel, R., García, M.E., & Del Carril, J. (2010). Chile. *En Libro blanco sobre la Televisión. Educativa y Cultural en Iberoamérica*. J. Pérez Tornero & L. Vilches (Coord). Barcelona: Gedisa.
- Torres, G. (2017). Gestión de contenidos, formas de consumo y proximidad. En *La televisión de proximidad en el entorno transmedia*. M. Francés i Domènec (Coord). Madrid: Síntesis.
- Villarrubia-Martínez, A., Aguaded-Gómez, I., & Delgado-Ponce, Á. (2019). Implementación de la Televisión digital en Chile: ¿una oportunidad real para la TV Comunitaria?. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (140), 279-296. Doi: 10.16921/chasqui.v0i140.3878