



METAINVESTIGACION DE LA COMUNICACION EN CHILE

TENDENCIAS Y CRÍTICA

CARLOS DEL VALLE ROJAS

EDICIONES UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA



METAINVESTIGACION DE LA COMUNICACION EN CHILE

Tendencias y Crítica

CARLOS DEL VALLE ROJAS

EDICIONES UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA

Carlos del Valle Rojas

Metainvestigación de la Comunicación en Chile.

Tendencias y Crítica

Ediciones Universidad de La Frontera

Inscripción N° 139.607

ISBN 956-236-155-1

Universidad de La Frontera

Avda. Francisco Salazar 01145, Casilla 54-D

Temuco (Chile)

300 ejemplares

Comité Editor

Eddie Perich Toledo

Myriam Balboa M. (Secretaria)

Impresor

Imprenta Páginas

Santa Teresa 1040

Fono/Fax 736900

Temuco

2004

AGRADECIMIENTOS

A Ester y Elías

AGRADECIMIENTOS

El autor agradece a la Universidad de La Frontera y al Ministerio de Educación de Chile, a través del Proyecto "Desarrollo Humano Local y Regional: Magíster Interdisciplinario y Potenciación de Capacidades Académicas", MECE SUP FRO 9906, desarrollado por la Universidad de La Frontera, el cual financió su perfeccionamiento doctoral. Agradece, especialmente, al Departamento de Lenguas, Literatura y Comunicación y la Facultad de Educación y Humanidades de la Universidad de La Frontera, por su permanente apoyo.

Asimismo, el autor agradece al Instituto Europeo de Comunicación y Desarrollo, IECD, de Sevilla y al Grupo de Investigación en Comunicación y Cultura, del Plan Andaluz de Investigación, de la Universidad de Sevilla, por su generosa acogida durante la estancia doctoral; a los programas de Magíster en Desarrollo Humano a Escala Local y Regional y al de Ciencias de la Comunicación, ambos de la Universidad de La Frontera, por los espacios ofrecidos para la reflexión y el debate; al Núcleo de Investigación Sociedad del Conocimiento y Desarrollo Local, del programa de Magíster en Desarrollo Humano a Escala Local y Regional; y a CENECA, Comunicación y Cultura, por inspirar esta tarea.

DEL AUTOR

El autor es Académico del Departamento de Lenguas, Literatura y Comunicación, de la Facultad de Educación y Humanidades en la Universidad de La Frontera (Chile). Es periodista y tiene los grados de Licenciatura en Comunicación Social (1998), Magíster en Ciencias de la Comunicación (2001) y es Candidato a Doctor por el Departamento de Periodismo 1 de la Facultad de Comunicación en la Universidad de Sevilla, España. En esta misma universidad obtuvo su Diploma de Estudios Avanzados (2004), en el área de Periodismo. Ha publicado diversos artículos en revistas nacionales e internacionales, especialmente en España: Ámbitos, Discurso y Redes.Com, de la Universidad de Sevilla; Zer, de la Universidad del País Vasco; y Diálogos de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, FELAFACS. El primer libro del autor, titulado "Comunicar la Salud: entre la equidad y la diferencia", fue publicado por Ediciones Universidad de La Frontera (2002); y mantiene en proyecto la coedición de un libro en Sevilla, España, titulado "Comunicación intercultural: genealogía, crítica y experiencias".

Su trabajo académico lo desarrolla principalmente en la Universidad de La Frontera, en Pre y Post Grado, y es docente de Post Grado en el Departamento de Periodismo 1, de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla. Es miembro del Instituto de Desarrollo Local y Regional, IDER, y del Núcleo de Investigación Sociedad del Conocimiento y Desarrollo Local, del programa de Magíster Desarrollo Humano a Escala Local y Regional, ambos de la Universidad de La Frontera. Es miembro del Instituto Europeo de Comunicación y Desarrollo de Sevilla, y del Grupo de Investigación en Comunicación y Cultura del Plan Andaluz de Investigación de la Universidad de Sevilla.

El libro constituye el resultado de la tesina pre doctoral del autor, aprobada (2004) por el Departamento de Periodismo 1, de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, España.

ÍNDICE

Prólogo	9
I. INTRODUCCIÓN	17
II. ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN: INVESTIGACIÓN Y ESTRUCTURA <i>MASSMEDIÁTICA</i> .	21
2.1. Investigación de la economía política de la información, la comunicación, la cultura y el conocimiento.	21
2.2. El <i>mercado massmediático</i> : aproximaciones desde la economía política de la información, la comunicación, la cultura y el conocimiento.	31
2.2.1. De la <i>industria cultural</i> al <i>mercado massmediático</i> .	32
2.2.2. Producción en el <i>mercado massmediático</i> : organización (empresa), producción (forma, valor y trabajo) y propiedad (concentración).	36
2.2.3. Discurso <i>massmediático</i> : factualización, construcción y representación e ideologización de la "realidad".	43
III. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	49
IV. ESTRUCTURA <i>MASSMEDIÁTICA</i> , ESTADO, POLÍTICAS Y AGENDAS DE INVESTIGACIÓN.	55
4.1. Período 1970 - 1973	69
4.2. Período 1973 - 1983(-84)	73
4.3. Período 1983(-84) - 1988(-90)	79
4.4. Período 1990 - 1994	83
4.5. Período 1994 - 2003	89
V. CONSIDERACIONES FINALES	101
BIBLIOGRAFÍA	109

1	I	INTRODUCCIÓN	17
21	II	ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMPARACIÓN	21
21	2.1	INTRODUCCIÓN DE LA ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMPARACIÓN	21
21	2.2	CONCEPTOS DE LA ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMPARACIÓN	21
32	2.2.1	La economía política de la comparación	32
36	2.2.2	La economía política de la comparación	36
42	2.2.3	La economía política de la comparación	42
49	III	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	49
52	IV	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS, ESTADO, POLÍTICAS Y AGENCIAS DE INVESTIGACIÓN	52
60	4.1	Período 1970 - 1975	60
73	4.2	Período 1975 - 1982 (a)	73
79	4.3	Período 1982 (a) - 1991 (a)	79
83	4.4	Período 1991 - 1994	83
89	4.5	Período 1994 - 2003	89
101	V	CONSIDERACIONES FINALES	101
109	BIBLIOGRAFÍA		109

PRÓLOGO

POLÍTICA DE LA MEMORIA.

Del trabajo y la comunicación

Dr. Francisco SIERRA CABALLERO

Departamento de Periodismo 1

Facultad de Comunicación

Universidad de Sevilla

España

Dejó escrito José Carlos MARIÁTEGUI que, por lo general, quien no puede imaginar el futuro tampoco puede imaginar el pasado. Y, por lo mismo, quien no cultiva la memoria poco o nada puede proyectar en el horizonte histórico como vemos que sucede actualmente.

Nuestro tiempo, si por algo se distingue es, justamente, por la preeminencia de una cultura pragmática y una percepción del presente perpetuo, marcada, incluso teóricamente, por el olvido de la historia, y la negación de toda lectura crítica sobre las cenizas del pasado. La complejidad y velocidad de los cambios informativos han penetrado tan profundamente en las estructuras y formas de sociabilidad que la naturalización, a nivel del discurso público, de las lógicas dominantes de mediación se han revestido de tal consistencia y opacidad, que, bajo la apariencia de una falsa transparencia, parecen irreductibles a la crítica científica, mientras el proceso de estructuración y organización de la comunicación y la cultura públicas incide en las lógicas de dominación y desigualdad material y simbólica características del modo de producción capitalista. La naturalización de las formas desvertebradas y alienantes de la cultura contemporánea ha reafirmado, como consecuencia, una concepción individualizada de la vida social que debe ser objeto de crítica para hacer visible las causas sociales de fenómenos desconcertantes de la “modernidad líquida” que fragmentan y descomponen los marcos axiológicos y de convivencia. En este sentido, dos obstáculos fundamentales para la teoría crítica son, por un lado, el poder dominante de la metafísica burguesa, en especial la ilusión extensamente propagada de que el mercado capitalista y el régimen capitalista de producción son eternos e insuperables y, por otro lado, el imperio de una teoría miope que no es capaz de pensar más allá de los límites formales que determina el proceso o la lógica de acumulación. Esta miopía intelectual sobre los dispositivos de control y subsunción social de los mundos de vida por el capital es la clave de la renuncia a una idea de sociedad de la información crítica y comprometida con los espacios próximos de reproducción cultural y con la articulación dialógica de las complejas relaciones a distancia que median los sistemas desterritorializados del poder

basado en flujos de información, que hoy también colonizan el pensamiento y la producción teórica condicionando una nueva concepción del intelectual y de los trabajadores de la cultura.

Proliferan en los medios e industrias culturales lo que Jacques BOUVERESSE califica como “nuevo intelectual deferente”, “un tipo de intelectual que evita cuidadosamente dar la impresión de saber más o de tener mayor conciencia que otros y que no pierde ocasión de manifestar su respeto por todas las formas de poder, económicas, políticas y mediáticas, las autoridades morales y religiosas, las creencias populares e incluso, llegado el caso, los prejuicios” renunciando a la idea Adorniana del pensamiento como pura negatividad, por una idea-coartada de falsa humildad que no puede ser sino reconocible como la prueba de la acomodación a las formas realmente solidificadas de reiniciación y *dominación simbólica* (BOUVERESSE, 2004). Por poder simbólico debemos entender aquí la capacidad de dominio e inducción de representaciones reificantes que determinan la percepción, descripción y conocimiento-acción de los grupos subalternos, de acuerdo al sesgo ideológico y a la racionalidad de las clases y grupos socialmente dominantes.

La renuncia del pensamiento social a las utopías materialistas coincide en esta dirección, no casualmente, con el desplazamiento del campo de trabajo hacia el más sofisticado pancomunicacionismo, desde un discurso idealista que anula el potencial conflictivo y contradictorio del proceso de integración global del capitalismo. Esta misma debilidad política se observa en la movilización altermundialista. Cada día parece más urgente comenzar a organizar un “consenso de Porto Alegre” que debe ser articulado políticamente en lo global y en lo local: tanto programáticamente como desde el punto de vista de las alianzas partidarias y político-sociales. Para ello es necesario – como advierte Bernard CASSEN – constituir “una memoria reflexiva y autocrítica” de los foros y espacios de articulación mundial de las voces disidentes para asegurar su continuidad en el espacio público y las redes ciudadanas, así como ampliar y difundir tales logros y síntesis programáticas más allá de Europa y América, hacia regiones como África u Oriente Medio, donde tradicionalmente debates como el NOMIC tuvieron o siguen hallando escaso eco o influencia político-social.

Volvemos pues a la centralidad de la memoria. En la filosofía escolástica, la memoria es una de las potencias fundamentales del espíritu. “Ahora bien, no toda memoria es igual: hay una memoria sensible y una memoria inteligible, así como hay una memoria negativa y una memoria positiva” (FERRATER MORA, 2001: 2357). Quisiéramos hablar aquí de la memoria crítica y reflexiva. De la necesaria objetivación dialógica del sujeto observador y de la práctica científica de análisis de la comunicación, que diría BOURDIEU. Y ello, fundamentalmente por la dimensión política y el potencial transformador que anticipa, principal virtud – por otra parte – del

contenido del estudio que tengo el honor, con estas breves notas, de prologar.

Los problemas metacientíficos – escribió Manuel SACRISTÁN – son siempre filosóficos. Y la política una actividad reflexiva, la valoración de ideas, propósitos y programas de ideación y acción social. La memoria crítica y comprometida contribuye a esta mediación entre la experiencia y la construcción colectiva de lo social. El trabajo académico del profesor DEL VALLE representa, en este sentido, una oportuna invitación a pensar el cambio en Chile, a conquistar el futuro, a proyectar nuevas luces, desde la ciencia de la comunicación, en el campo de lo social, iluminando nuevos horizontes de intervención y crítica teórica, en la medida que, lejos de limitarse al estudio y disertación escrita de la producción científica comunicológica chilena en los últimos treinta años, trata de apuntar tendencias, lagunas y contradicciones del campo académico a nivel regional y general, a partir de una premisa fundamental del pensamiento crítico: Todo producto de la historia como todo conocimiento debe ser considerado históricamente y, más allá aún, ilustrado económica y políticamente.

Si algún valor ha de tener la re-construcción de lo pasado es la de cumplir una función vicaria de mediación sobre los mundos de vida dirimiendo la proyección de lo real desde lo potencial. Este y no otro es el sentido de la utopía y de la libertad informativa como autorrealización cultural en el ejercicio de autodeterminación sociopolítica. Como un ejercicio de *palingenesia*, como la construcción, en otras palabras, de lo social desde lo colectivo, como un pensamiento y una acción transformadora, la utopía es una forma de determinación de nuestro presente y posibilidades de acción, instituyendo una norma con la que medir la realidad desde nuestras aspiraciones colectivas. Toda mediación política emancipadora exige la capacidad de articulación social, de transformación sociopolítica de las formas de organización y desarrollo cultural. Arriesgada apuesta esta compartida por el autor, en un tiempo difícil, marcado por los oasis utópicos secos que abre el paso – como denuncia HABERMAS - a un proceso de desertización marcado por la trivialidad y el desconcierto.

En este escenario, del que especialmente Chile no ha podido escapar, el profesor DEL VALLE reivindica lo que recientemente MATTELART ha calificado como los vestigios de la memoria de la experiencia chilena (MATTELART, 2004), la apuesta por una *episteme* generativa que, esperémoslo, debe hacer replantear la lógica de investigación comunicológica en el país desde una nueva científicidad religada a la acción crítica emancipadora. Esta revisión teórica exige una nueva filosofía de la historia que incorpore las experiencias sociales marginadas u omitidas incluso por la teoría crítica – como es el caso de la cultura mapuche -, desde una ética y una política del conocimiento consciente de las derivas

etnocéntricas y de las formas de colonización del saber/poder a ellas asociadas.

Estamos seguros que el libro que tiene el lector en sus manos contribuirá a tal propósito, al sentar las bases sociohistóricas de emergencia de un "saber otro" y al debate público y, como resultado, apuntar hacia un debate público y académico sobre la nueva Sociedad Global de la Información, lo que, en efecto, confirma que en Chile y los países de América Latina no se ha renunciado a la "imaginación comunicológica"; que es posible, en fin, imaginar otra comunicación posible, que podemos, una vez más, imaginar el futuro, porque, entre otras razones, no hemos perdido nuestra memoria histórica.

Y sabemos, como el maestro Neruda, que "no hay soledad inexpugnable. Todos los caminos llevan al mismo punto: la comunicación de lo que somos. Y es preciso atravesar la soledad y la esperanza, la incomunicación y el silencio para llegar al recinto mágico en que podemos danzar torpemente o cantar con melancolía; mas en esa danza o en esa canción están consumados los más antiguos ritos de la conciencia; la conciencia de ser hombres y creer en un destino común".

Sevilla, 14 de abril de 2004

REFERENCIAS

- BOURDIEU, Pierre (2003): *El oficio de científico Ciencia de la ciencia y reflexividad*, Barcelona: Anagrama.
- BOUVERESSE, Jacques (2004): "Los medios de comunicación, los intelectuales y Pierre Bourdieu", en *Le Monde Diplomatique*, febrero de 2004, p.26.
- CASSEN, Bernard (2004): "De los Foros Sociales al acto político", en *Le Monde Diplomatique*, febrero de 2004, p.2.
- FERRATER MORA, J. (2001): *Diccionario de Filosofía*, Barcelona: Círculo de Lectores.
- MATTELART, A. (2004) : "Vestigios da memoria da experiencia chilena" en BRITOS, Valerio et al. : *Otra comunicação es posible. Foro de Porto Alegre*, Brasil (en prensa).
- SIERRA, Francisco/MORENO, Javier (Eds.) : *Comunicación y desarrollo en la sociedad global de la información. Actas del III Encuentro Iberoamericano de Economía Política de la Comunicación*, Sevilla: Instituto Europeo de Comunicación y Desarrollo.

PREFACIO

HACIA LA RECUPERACIÓN DE LA TRADICIÓN CRÍTICA

Guillermo MASTRINI

Universidad de Buenos Aires

Argentina

"La idea de mercado es seductora: invita al goce y a la libertad sin transgredir reglas. Los académicos e investigadores, descubierta la verdad del mercado, podían abandonar el fastidioso ejercicio de la "denuncia". Corregir. Proponer. Formular reparos no es oponerse, sino buscar formas de incluirse dignamente. La investigación entendida como know how prescinde de opciones sustanciales y el mercado, como paradigma en el que se puede y se debe pensar todo, sólo exige abandonar cualquier rastro de esencialismo. El hombre interconectado, convertido en el ideal de la comunicación, no se diferencia del ideal mercado, que aspira a una transacción incesante". Héctor SCHMUCLER¹

En su muy interesante artículo, suerte de estado del arte de la investigación en comunicación en América Latina, el investigador argentino Héctor SCHMUCLER señalaba la importancia de optar por las excepciones ante el predominio de la ideología del mercado. Luego de muchos años donde las principales investigaciones latinoamericanas del campo comunicacional dejaron de lado la tradición crítica que le había dado un sello distintivo, en los últimos años parecen recobrar fuerza las perspectivas que no encuentran en la recepción y en el mercado sus fundamentos.

El libro de Carlos DEL VALLE aborda con rigor académico una tarea escasamente asumida por los investigadores, como lo es la investigación del recorrido del propio campo comunicacional. Lo hace desde una perspectiva escasamente transitada como lo es la economía política de la comunicación. De manera sumamente interesante, el autor aplica la metodología escogida tanto al propio campo comunicacional como a la investigación del sistema de medios.

De esta manera salen a la luz, no sólo las profundas transformaciones del sistema de medios en Chile, sino también los cambios y limitaciones materiales y conceptuales de importantes zonas del campo académico, para registrar dichas transformaciones. Claro que el trabajo se

¹ Héctor SCHMUCLER, "Lo que va de ayer a hoy. De la política al mercado", en Revista *Telos*, N° 47, Madrid, septiembre-noviembre 1996.

inspira en la importante tradición crítica existente en Chile desde los celebres trabajos de MATTELART y DORFMAN, pero con continuidad en los primeros trabajos de Diego PORTALES y las investigaciones de Giselle MUNIZAGA y en recientes aportes de Guillermo SUNKEL. Sin embargo, mientras las Escuelas y Facultades de Comunicación sumaban cada vez más inscriptos, y los propietarios de los principales medios de comunicación pasaban a dominar franjas más importantes del mercado, no fueron muchos los trabajos que se involucraron en la ardua tarea de registrar e investigar estas transformaciones. Sin dudas una de las mayores limitaciones, como bien refleja el libro, radica en la larga y trabajosa transición de la dictadura a la democracia, especialmente en el terreno de las políticas culturales y de la agenda de investigación.

En este sentido, el libro de Carlos DEL VALLE resulta relevante al advertir cómo aquellas líneas de investigación que resultan funcionales al mercado son promovidas, en detrimento de las corrientes críticas. Este hecho se complementa con la escasa participación de la investigación en comunicación en los programas de apoyo a la investigación, fenómeno generalizado en Latinoamérica.

Otra cuestión sumamente interesante que se refleja en las páginas del libro es la falta de transparencia en los datos sobre medios de comunicación. De esta forma se verifica que hay un tema que no es abordado por los medios de comunicación, que es precisamente la información política y económica sobre los propios medios de comunicación. Además de dificultar la tarea del investigador, cabe preguntarse hasta que punto esta limitación constituye un déficit importante en el devenir de los sistemas democráticos que se ven impedidos de conocer la situación de las empresas encargadas de producir y distribuir los contenidos simbólicos de mayor trascendencia social.

El aporte principal del libro radica, sin lugar a dudas en el cruce de las agendas de investigación de la academia comunicacional chilena con las transformaciones en el sistema de medios. El análisis de los distintos periodos políticos, desde ALLENDE a LAGOS, pasando por la dictadura y los gobiernos de AYLWIN y FREI, permiten comprender tanto las fuertes limitaciones generadas por el poder político a partir de 1973 para el desarrollo de la investigación crítica; la tolerancia, cuando no complicidad, del sistema político, con el proceso de concentración de la propiedad; y las dificultades que encontró la transición democrática para proponer una nueva agenda que implicara una ruptura con las políticas culturales de la dictadura y volviera a instaurar una línea de investigación crítica.

Del análisis de la situación de la estructura de medios se destaca un hecho que a primera vista podría resultar contradictorio pero que no lo es: la fuerte intervención del Estado, acompañada de la inexistencia de políticas de comunicación. La aplicación de medidas coyunturales ha sido, de forma

generalizada en Latinoamérica, una manera de sostener acuerdos tácitos y explícitos entre el Estado, el poder político y el poder comunicacional. Una característica que diferencia a Chile del marco económico regional es el retraso en la aparición de estructuras multimedia.

Sólo desde la recuperación de la tradición crítica de la Escuela Comunicacional Latinoamericana, podrá realizarse un aporte significativo para la construcción de políticas culturales y de comunicación democráticas. El libro de Carlos DEL VALLE constituye un aporte esperanzador en este sentido.

Buenos Aires, Argentina.

generalmente en la medicina, una persona se considera sana si no
presenta síntomas de enfermedad. Sin embargo, la medicina moderna
se centra en la prevención de enfermedades. La medicina preventiva
busca identificar a las personas que están en riesgo de desarrollar
una enfermedad y tomar medidas para evitarla. Esto puede incluir
exámenes de rutina, cambios en el estilo de vida y tratamientos
preventivos. La medicina preventiva es una parte importante de la
atención médica moderna y puede ayudar a reducir la carga de
enfermedades crónicas y mejorar la calidad de vida de las personas.

La medicina preventiva es una rama de la medicina que se centra en
evitar enfermedades y lesiones antes de que ocurran. Esto se logra
mediante la identificación de factores de riesgo y la implementación
de estrategias para reducirlos. La medicina preventiva puede incluir
exámenes de rutina, cambios en el estilo de vida y tratamientos
preventivos. La medicina preventiva es una parte importante de la
atención médica moderna y puede ayudar a reducir la carga de
enfermedades crónicas y mejorar la calidad de vida de las personas.

La medicina preventiva es una rama de la medicina que se centra en
evitar enfermedades y lesiones antes de que ocurran. Esto se logra
mediante la identificación de factores de riesgo y la implementación
de estrategias para reducirlos. La medicina preventiva puede incluir
exámenes de rutina, cambios en el estilo de vida y tratamientos
preventivos. La medicina preventiva es una parte importante de la
atención médica moderna y puede ayudar a reducir la carga de
enfermedades crónicas y mejorar la calidad de vida de las personas.

La medicina preventiva es una rama de la medicina que se centra en
evitar enfermedades y lesiones antes de que ocurran. Esto se logra
mediante la identificación de factores de riesgo y la implementación
de estrategias para reducirlos. La medicina preventiva puede incluir
exámenes de rutina, cambios en el estilo de vida y tratamientos
preventivos. La medicina preventiva es una parte importante de la
atención médica moderna y puede ayudar a reducir la carga de
enfermedades crónicas y mejorar la calidad de vida de las personas.

La medicina preventiva es una rama de la medicina que se centra en
evitar enfermedades y lesiones antes de que ocurran. Esto se logra
mediante la identificación de factores de riesgo y la implementación
de estrategias para reducirlos. La medicina preventiva puede incluir
exámenes de rutina, cambios en el estilo de vida y tratamientos
preventivos. La medicina preventiva es una parte importante de la
atención médica moderna y puede ayudar a reducir la carga de
enfermedades crónicas y mejorar la calidad de vida de las personas.

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como objetivo fundamental describir y evaluar críticamente la investigación de la comunicación en Chile durante los últimos 30 años; considerando para ello variables sociopolíticas, económicas, ideológicas, administrativas, etc.

Los estudios formales realizados en Chile sobre la comunicación, por lo general se centran, como objeto de estudio, en:

- a. Los medios de comunicación de masas, especialmente la televisión.
- b. Las lógicas de consumo.

En tanto, las estrategias metodológicas más recurrentes son:

- a) Análisis de tipo discursivo-textual, referidos a las representaciones de determinados grupos sociales.
- b) Análisis sociológicos e historiográficos.

De los dieciocho (18) proyectos de investigación del Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico, FONDECYT¹, relacionados con las Ciencias de la Información y la Comunicación en alguna de sus formas y dimensiones, desde 1982 a la fecha, los temas abordados son los siguientes:

- **La televisión y el cine:** aspectos históricos, lógicas de consumo, medición de calidad y estructura dramática. Cinco proyectos: PUENTE (2003); AVENDAÑO (1996); OYARZÚN (1996); PUENTE (1991); HURTADO (1987).
- **Historia de la prensa y del libro.** Tres proyectos: COUYOUMDJIAN (1996); SUBERCASEAUX (1989); JIRKAL (1987).
- **Prensa, sociedad, popularización y cultura de masas.** Tres proyectos: SALINAS (2003); OSSANDÓN (2001); GONZÁLEZ (1993).
- **Nuevas tecnologías de la información y la comunicación:** usos y aplicaciones. Dos proyectos: RIVERA (1988); GODOY (2003).

¹ Se trata del Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico, creado por el Estado de Chile en 1981, el cual evalúa anualmente entre 1100 y 1300 proyectos, de las diferentes disciplinas. Ver www.fondecyt.cl

- **Lógicas de consumo** de medios de comunicación. Un proyecto: CATALÁN (1998).
- **Comunicación y política**. Un proyecto: MUNIZAGA (1992).
- **Construcción de la noticia** (deportiva). Un proyecto: BLUTHENTHAL (1994).
- **Ética de la información**. Un proyecto: GONZÁLEZ PINO (1995).
- **Políticas culturales en Chile**. Un proyecto: RIQUELME (1985).

A estos proyectos se suman otros, vinculados a disciplinas diferentes a las Ciencias de la Comunicación y la Información: Filología (Relatos de la tradición popular y relatos orales en la Región de Atacama, HAVERBECK, 1994); Lingüística (Fonética del español público de Chile en la pronunciación de noticieros de televisión, PÉREZ, 2000; Oralidad y escritura como actos comunicativos, ARAOS, 1997); Literatura (discurso público mapuche, CARRASCO, 2003; narraciones orales en La Araucanía, DE LA BARRA, 2001; Historia del pensamiento en Chile, 1970-1993, PINEDO, 1994); Historia de Chile (fotografía mapuche como factor de identidad y los pueblos originarios en el cine ficción y documental chileno, ALVARADO; La expansión de la cultura y escritura en Chile, SERRANO; y la correspondencia femenina en Chile, siglo XVII a 1891, VERGARA, 1985); Retórica (fundamentos lógicos y retóricos de la persuasión pública, BARCELO); Cultura (Sensibilidad y sociabilidad en prácticas, creaciones y espacios culturales en Chile, 1541-1820, CRUZ); Tecnologías (telemática bajo el paradigma de la racionalidad comunicativa de Habermas, SABROVSKY);

Este trabajo aborda dos tipos de variables para el análisis, especialmente para la explicación de los datos sobre la investigación comunicacional.

1. Variables Generales

- 1.1. Estructura** de la información, la comunicación, la cultura y el conocimiento: análisis de la configuración de agendas y centros de investigación, redes de cooperación, y lógicas; durante los procesos de investigación y producción de conocimiento comunicacional en Chile.
- 1.2. Economía** de la información, la comunicación, la cultura y el conocimiento: análisis de la propiedad y concentración de los flujos económicos y financiamiento durante los procesos de

investigación y producción de conocimiento comunicacional en Chile.

- 1.3. **Política** de la información, la comunicación, la cultura y el conocimiento: análisis de la ausencia/presencia de políticas públicas sectoriales y su alcance, durante los procesos de investigación y producción de conocimiento comunicacional en Chile.

2. Variables específicas

- 2.1. Configuración de **agendas** de investigación, considerando las variables anteriores.
- 2.2. **Rol y crisis del Estado**, durante cada período analizado.

Como una forma de abordar los análisis, y considerando el carácter de las variables señaladas, se establecerá una periodización que considera, precisamente, las condiciones sociohistóricas, políticas y económicas en Chile:

- i. **Período 1970 - 1973,**
- ii. **Período 1973 - 1983(84),**
- iii. **Período 1983(84) - 1988(90),**
- iv. **Período 1988(90) - 1994,**
- v. **Período 1994 - 2003.**

Finalmente, se considera una entrevista a algunos de los principales investigadores de la comunicación en Chile, durante el período analizado.

El presente trabajo se propone analizar el desarrollo de la comunicación en Chile.

El primer capítulo se refiere a la historia de la comunicación en Chile, desde sus orígenes hasta la actualidad.

El segundo capítulo se refiere a la situación actual de la comunicación en Chile.

El tercer capítulo se refiere a los problemas de la comunicación en Chile.

El cuarto capítulo se refiere a las perspectivas de la comunicación en Chile.

El quinto capítulo se refiere a las conclusiones de la investigación.

El sexto capítulo se refiere a las recomendaciones de la investigación.

El séptimo capítulo se refiere a las referencias bibliográficas.

El octavo capítulo se refiere a los apéndices.

El noveno capítulo se refiere a los índices.

El décimo capítulo se refiere a los anexos.

El undécimo capítulo se refiere a los agradecimientos.

El duodécimo capítulo se refiere a los datos estadísticos.

El treceavo capítulo se refiere a los cuadros estadísticos.

El catorceavo capítulo se refiere a los gráficos estadísticos.

El quinceavo capítulo se refiere a los mapas estadísticos.

El dieciséavo capítulo se refiere a los dibujos estadísticos.

El dieciséavo capítulo se refiere a los esquemas estadísticos.

El diecisieteavo capítulo se refiere a los diagramas estadísticos.

El dieciochoavo capítulo se refiere a los modelos estadísticos.

El diecinueavo capítulo se refiere a los sistemas estadísticos.

El veinteavo capítulo se refiere a los métodos estadísticos.

II. ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN: INVESTIGACIÓN Y ESTRUCTURA MASSMEDIÁTICA.

2.1. La investigación de la economía política de la información, la comunicación, la cultura y el conocimiento.

El sistema de pensamiento, que podríamos llamar **económico y político de la información, la comunicación, la cultura y el conocimiento**, comienza a configurarse a partir de una visión crítica sobre la presencia de los llamados “medios de comunicación de masas” y, en general, de las distintas manifestaciones de “industrias culturales”. Este fenómeno será, por cierto, paralelo a la conformación de un sistema particular de relaciones económicas y políticas en nuestras sociedades, el cual tenderá a la hegemonía, el control y la reducción de las relaciones sociales a formas de intercambio de mercancías: el capitalismo. Por lo cual, es preciso observar este sistema de pensamiento vinculado a una dimensión subjetiva: las representaciones más o menos demonizadoras que habrá sobre los *massmedia* y, una dimensión más “objetivada” y “objetivable”: la presencia funcional de los “medios de comunicación de masas” en este sistema de relaciones hegemónico. En efecto, no podemos separar: (a) la presencia “real” de los “medios de comunicación de masas” en la sociedad, (b) las representaciones teórico-conceptuales que surgirán de esta “presencia”, y (b) las circunstancias socio-históricas propias del contexto de observación y análisis. A continuación, observemos las principales dimensiones del capitalismo y, particularmente, las relaciones entre medios, economía y política que se dan en él:

- a) La **producción**: el surgimiento “real” de los “medios de comunicación de masas” forma parte del sistema capitalista, el cual reduce los objetos (productos) en mercancías y sus relaciones (productores y consumidores) en relaciones de (en) un sistema particular de mercado, que detallaremos más adelante.
- b) La **propiedad**: las condiciones socioculturales definen, en este sistema capitalista, la(s) forma(s) de apropiación (propiedad) de los medios.
- c) La **estructura política y administrativa**: el Estado será el ordenador y regulador del sistema de relaciones ya señalado.
- d) La **agenda de investigación**: en este escenario, el análisis del emisor/productor de este complejo sistema de los “medios de comunicación de masas” no será fácil, pues habrá, y aún permanecen, ciertas dificultades para conocer a las organizaciones empresariales y personas que producen y distribuyen los productos informativos, comunicacionales y culturales. Efectivamente, “por razones evidentes, no siempre

encuentran [estos estudios] la mejor acogida en los medios en que tendrían que llevarse a cabo" (CAZENEUVE, J., 1978: 50); y sólo paulatinamente, no sin fuertes debates políticos, administrativos y legislativos, se contará con cierta transparencia para estas investigaciones, especialmente las referidas al financiamiento y la propiedad.

2.1.1. Teorías, modelos y conceptos. Definición del campo y objeto de estudio.

Nuestro recorrido teórico y conceptual se inicia con los planteamientos de MARX, para quien los medios y el periodismo son instrumentos y canales de difusión de las ideas, cuyo fin es elevar el nivel cultural y la conciencia del pueblo.

Según ZALLO, los trabajos que se desprenden directamente de estos planteamientos, y en una primera etapa de investigación, situarán a la información, la comunicación, la cultura y el conocimiento como parte de la superestructura, como producción inclasificable o como trabajo improductivo (1992). Como sabemos, esta tradición crítica a partir de MARX y ENGELS influye fuertemente los trabajos de los años '60 y '70, y sigue presente en líneas de investigación actuales.

La tradición de pensamiento crítico sobre la comunicación en contextos *massmediáticos*² transitará por varias perspectivas, escuelas o corrientes, que van desde las estructuralistas a las liberales y a las críticas; y dentro de estas últimas, naturalmente, habrá matices en torno a los fundamentos del trabajo crítico y sus revisiones, donde los planteamientos específicos de las industrias culturales serán una parte muy significativa.

MILLAN, nos ofrece el siguiente panorama al respecto (1993: 20, 21):

- i. Escuela matemática y estadística (SHANNON y WEAVER; FISCHER, 1925, 1934 y 1950; NEYMAN).
- ii. Escuela cibernética (WIENER, 1948).
- iii. Teoría económica de la información (KNIGHT, 1921; HAYEK, 1937 y 1945; BOULDING, 1966).
- iv. Economía de los sistemas cerrados de comunicación (LEE THAYER, 1982).
- v. Macroeconomía de la información (MACHLUP, 1962, 1975; VOGEL, 1991).
- vi. Enfoque sociopolítico (ALTHUSSER, 1970; HALL, 1979; WILLIAMS, 1974).

² Neologismo que incluye la noción de massmedia (media=medios; mass=masivos).

- vii. Economía de procesos de comunicación y organización social de la comunicación (MATTELART, A. 1994, 1998, 2000 y 2002; SCHILLER, 1986 y 1993).
- viii. Economía política de las industrias culturales (ZALLO, 1987, 1988, 1989, 1990, 1991 y 1992; MIEGE, 1986, 1990 y 1992).
- ix. Perspectiva institucional (NEWMAN, 1976; MELODY, 1985 y 1987).

En este mismo sentido, ZALLO (1992: 24-26) nos ofrece una síntesis muy interesante sobre la perspectiva económica y política:

i. Los estudios desde la *economía convencional* (1960-1970).

Constituidos por:

- a. Un enfoque macro, caracterizado por los intentos de evaluar el impacto de la información, como industria, en la macroeconomía (PIB) de los países.
- b. Un enfoque micro, centrado en las lógicas propias de la relación entre la información y la economía; por ejemplo, la información como factor en la asignación de recursos.

ii. Los estudios desde el *pensamiento crítico*.

Enfoque centrado en las relaciones de desigualdad en los flujos de información y comunicación en el plano internacional, esto es, la desigualdad provocada a raíz de la distribución y organización internacional de la información y la comunicación. Por ejemplo, se aplicará el esquema de la teoría de la dependencia a estos estudios.

Un tema interesante, que muestra la reflexión y sus complejidades, es cómo a partir de la noción de "industrias culturales" se generan dos enfoques distintos: uno liberal y otro más crítico. La UNESCO (1981) intentará unificar eclécticamente esta noción, con un matiz de objetivación y medición.

iii. Los estudios desde la *economía neoclásica* (1970-1980).

Incluye trabajos sobre el impacto económico de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, como *conditio sine qua non* de la "modernización". Habrá dos enfoques:

- a. La cuantificación de los flujos comunicativos.
- b. La productividad en el sistema.

iv. Los estudios desde la **economía crítica (1970-1980).**

Con dos enfoques:

- a. La aplicación de la reflexión internacional a los casos de los diferentes países, en el ámbito de las industrias y las políticas culturales.
- b. El retorno a las bases del análisis económico y político crítico.

En los últimos años asistimos a un reordenamiento de los trabajos, en los cuales observamos un retorno a los fundamentos del análisis político y económico crítico de origen marxista, en cuyo caso podemos señalar las siguientes perspectivas:

- i. Análisis del **proceso productivo cultural** en sí. Se caracteriza por las perspectivas de la industria cultural y la teoría crítica marxista en las descripciones y los análisis.
- ii. Incluyendo en los análisis un énfasis en la **visión sociopolítica global**. Si bien se comparten los elementos anteriores y estos trabajos podrían ser perfectamente integrados en el punto anterior, hay un énfasis sociológico más explícito.
- iii. Redefiniendo el concepto de **información desde un punto de vista económico y con una metodología de la teoría económica**. Se caracteriza por su énfasis en los aspectos de medición informacional, por ejemplo, a través de las nociones de "industria informativa", "flujos informativos", etc.; o bien,
- iv. Integrando en los análisis un **énfasis en los grupos de poder político y económico**, pero desde la perspectiva específica del periodismo como actividad, más que de la comunicación como sistema. Se caracteriza por su énfasis en las áreas periodísticas tradicionales: prensa, radio, televisión y, recientemente, internet.

Lo anterior, señala ZALLO (1992: 26), con trabajos muy específicos en:

- a. Estudios sobre las nuevas tecnologías.
- b. Experimentación social.
- c. Desreglamentación y espacios comunicativos.
- d. Concentración en grupos multimedia y el rol del Estado.
- e. La economía de la televisión.
- f. Las inter-relaciones entre comunicación y telecomunicaciones.

En el caso chileno, los trabajos de investigación entre los años 1970 y 2003, se caracterizan por ciertos énfasis, si seguimos las perspectivas ya señaladas:

- a. El análisis del **proceso productivo cultural (1970-1973)**.
- b. La descripción de los **grupos de poder político y económico (1973-1990)**.

Una de las reflexiones que merece una aproximación especial es la integración a estos estudios de la lógica de producción discursiva en un análisis de la estructura mediática interna, no sólo desde el contexto social, cultural, político y económico del macrosistema; puesto que también es la estructura interna de la organización empresarial la que explica la producción discursiva que en ella se genera y dicha producción discursiva contiene los discursos económicos y políticos que, a su vez, legitiman el sistema que los genera y los contiene. He aquí la complejidad, puesto que la estructura la constituyen elementos y relaciones institucionalizadas y formalizadas. Y desde aquí se realiza el proceso productivo y se lleva a cabo la circulación y el consumo:

“Aunque los factores macroeconómicos, como la propiedad y el control, y los políticos, como la relación de la clase hegemónica con el gobierno, explican mucho del contenido final de los medios, no dicen toda la historia [pues]: ¿Aceptan incondicionalmente los comunicadores [reporteros, productores, guionistas, directores, jefes de sección, etcétera] las políticas y los intereses económicos, políticos e ideológicos de sus jefes y de los propietarios de los medios en los que trabajan?; ¿hasta qué punto tienen los comunicadores ciertos grados de autonomía para realizar sus actividades?; ¿ayudan las rutinas de trabajo a satisfacer esos intereses económico-políticos e ideológicos de los dueños?; ¿cómo?; y ¿coinciden los valores profesionales de los comunicadores con los valores ideológicos de los dueños de los medios? Los condicionantes económicos y políticos no explican, por sí solos, los procedimientos concretos mediante los cuales las políticas generales de los dueños se llevan a la práctica en la recopilación y producción de mensajes, y cómo se internalizan en los valores profesionales de los comunicadores que trabajan ahí”.

(LOZANO, 1996: 91, 92).

Si bien coincido con el planteamiento global de LOZANO, resulta muy útil agregar algunas preguntas más a las suyas: ¿en qué

medida las propias prácticas y rutinas productivas de los **comunicadores**, en su participación de la instancia emisora/productora, obedecen a comportamientos aprehendidos del sistema económico y político en el cual realizan sus operaciones de distinción y su construcción o representación de la realidad?; asimismo, ¿en qué medida, como observadores y productores, (y los comunicadores lo son) utilizan construcciones o representaciones generadas por el propio sistema económico y político y, en muchas ocasiones, con las cuales “espiritualmente” coinciden?. A nadie puede extrañar el hecho que, incluso, muchas de nuestras reflexiones son modeladas por el sistema en que nos situamos; porque resulta particularmente complejo “pensar de una manera distinta” el actual sistema y si agregamos grados de “complicidad sistémica” a los evidentes procesos de “aprendizaje sistémico”, la discusión es aún más compleja.

Con estas reflexiones previas, de carácter global, postulamos los dos aspectos centrales de nuestra investigación:

- a. El **objeto de estudio**: las industrias culturales y el proceso de producción industrializada de la cultura, entendida como bien de capital.
- b. El **campo de estudio**: la economía política de la información, la comunicación, la cultura y el conocimiento.

Sobre el **campo de estudio**, como lo hemos señalado ya, las primeras referencias corresponden a los trabajos de MARX y ENGELS, pues, efectivamente, se reconoce como punto de partida: *El Capital. Crítica de la economía política*, Tomo I, *Pueblo y Educación*; y *Prólogo a la Contribución a la Crítica de la Economía Política* (1859); y *Contribución a la Crítica de la Economía Política* (1859).

Sin duda que un buen punto de partida para el **objeto de estudio** lo constituye la Escuela de Frankfurt³, pues allí, precisamente, surge la noción de **industria cultural**, categoría de enorme utilidad analítica e interpretativa, que daba cuenta de los profundos cambios en el proceso de producción y el estatus social de la cultura. Se trata, fundamentalmente, de un riquísimo análisis de los medios de comunicación como contraparte de los estudios excesivamente funcionalistas de la Escuela Administrativa, especialmente en Estados Unidos (WOLF, 1987).

No obstante, los trabajos de la Escuela de Frankfurt desatienden algunos fenómenos, como:

³ Cfr. Los diversos trabajos de ADORNO, Th. y HORKHEIMER, M., 1969 y 1974; BENJAMIN, W., 1973.

- a. La compleja e híbrida relación entre la cultura industrializada y la cultura popular y tradicional, en el sentido, por ejemplo, que la cultura industrializada mantuvo y mantiene aún algunas expresiones de la cultura popular y tradicional como la creatividad, renovación, unicidad y autonomía; aunque estas expresiones son genéricas y no se cumplen en cada producto cultural (ZALLO, 1992: 10-12).
- b. Que las industrias culturales serían capaces no sólo de producciones "desechables y execrables" -que sí las hay, bastantes y con gran profusión en la actualidad-, sino que también generarían las condiciones de posibilidad para nuevas expresiones artísticas (ZALLO, 1992: 11).
- c. Que la relación entre cultura e industria o arte y mercado, tendrían síntesis complejas y contradictorias, y que, por lo tanto, la síntesis no sería necesariamente perversa; aunque, nuevamente, tengamos a la vista innumerables ejemplos de esta perversión. En tal sentido, la susceptibilidad de reproducción durante la recepción y consumo y la presencia directa de capital en la producción y creación cultural, permitirán dichas síntesis complejas y contradictorias; son ejemplos de lo anterior la convivencia de la generación del cine como expresión artística y la, simultánea, aparición de una estructura de acumulación del capital como Hollywood; la democratización del acceso a la cultura y la aparición de una estratificación social en torno a ello (grupos socioeconómicos: A, B, C1, C2, C3, D y E); la aparición de una nueva estética más diferenciada como valor agregado a la cultura y el culto a la moda, etc. (ZALLO, 1992: 11).

Esta incompreensión o comprensión parcial desde la Escuela de Frankfurt se puede explicar por una idealización que se hizo de la "alta cultura"⁴ y una demonización de la cultura industrializada. De hecho, debemos comprender la relación entre la cultura y la industria como parte de un complejo y desigual sistema social en el cual se dan dichas relaciones. Ello situaría nuestra reflexión más en la relación que en los productos (cosas o mercancías), como sugieren MARX y ENGELS:

⁴ Un debate interesante realiza Umberto ECO sobre aspectos como: el mundo de la televisión, la banalización mediática, la cultura popular, etc. En ECO, Umberto (1969): *Apocalípticos e Integrados ante la cultura de masas*, Barcelona, Lumen; y ECO, Umberto (1995): *El superhombre de masas*, Barcelona, Lumen.

“La Economía Política no trata de cosas, sino de relaciones entre personas y, en última instancia, entre clases”.

(ENGELS, F. y MARX, C. (1859): *Contribución a la crítica de la economía política*, primer fascículo, Berlín, Franz Dunker).

Muy claros también, al respecto, son los planteamientos de TORRES LÓPEZ:

“el desarrollo de los medios de comunicación de masas está unido a la conformación de complejas unidades productivas ajustadas a las leyes de la producción industrial y de la actividad comercial [donde] los medios de comunicación de masas se convierten en empresas y la comunicación misma en producto cuya venta permita recobrar la inversión que la hizo posible [y] la conversión de los medios en empresas significa, desde el punto de vista económico-financiero, que serán estas organizaciones las que asumirán la inversión que requiere el inicio del proceso de comunicación, así como el gasto que implique su desarrollo. Lo que en el contexto mercantil lleva consigo, en primer lugar, que el control y la gestión de la actividad de los medios (de la vida de la empresa) pertenezca a quienes soportan dicha carga financiera”.

(TORRES LÓPEZ, 1985: 70, 71 y 83).

ZALLO, por su parte, nos advierte sobre el doble estándar productivo:

“El hecho es aún más patente en los dos polos que tensionan la esencia misma de la industria cultural -‘industria’ y ‘cultura’-: actividad productiva valorizadora de un capital como condición misma de producción y, al mismo tiempo y al margen de calidades, producción que para diferenciarse y legitimarse necesariamente ha de ser o parecer cultural, creativa, renovadora”.

(ZALLO, 1992: 11).

El innegable legado que se reconoce a la Escuela de Frankfurt (ZALLO 1992: 11) se centra, entre otros aspectos, en:

- a. Su preocupación por el análisis social de los contenidos culturales.
- b. La interpretación de que el cambio social es inseparable del cambio cultural.

Asimismo, ZALLO (2000: 513-515) nos plantea algunas reflexiones críticas muy útiles sobre la investigación de la economía política de la información, la comunicación, y la cultura:

- i. La tendencia, en los estudios, a **sustituir la cultura por la comunicación**, esto es, cuantitativamente, se tiende a hablar mayoritariamente más de comunicación que de cultura. Mientras la comunicación hace referencia al cómo de las variables y condiciones productivas, de distribución, usos y prácticas sociales, con categorías como: acceso, red, tecnología, conectividad, interactividad, inmediatez, virtualidad, segmentación, incluso el sujeto (quién) es sustituido por categorías estadísticas y cuantitativas como usuario, audiencia, rating, etc.; la cultura, hace referencia al qué, quién, para qué y los efectos sociales, ella nos habla, entonces de: sentido, contenido, relaciones humanas, valores agregados y valores inmateriales.

No obstante, no cabe una distinción dicotómica absoluta entre comunicación y cultura.

- ii. La incapacidad para los análisis de una economía de lo inmaterial, esto es, la **tendencia a derivar el amplio campo de la comunicación y la cultura sólo al denominado sector terciario** (de los servicios); sin embargo, la industria de la cultura y la comunicación constituye, en algunos casos, una mercancía material. Cabe agregar, no obstante, que dados los actuales comportamientos del mercado, el sector servicios es uno de los más desarrollados y, sin duda, en él observaremos buena parte de los procesos productivos de industrialización cultural y comunicacional. Salvo internet y, en general, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC's), que constituyen casi exclusivamente servicios, a menos que sólo den valor agregado a otros productos, la producción industrializada de la cultura y la comunicación se mantiene entre la mercancía material y los servicios, pues requieren una producción previa a la forma en que habitualmente se las encuentra. Lo anterior se debe también a la reducción que se hace de la comunicación, por ejemplo, a meras tecnologías de la difusión, sin considerar que son productos autónomos e independientes que, en sí mismos, generan un complejo sistema de mercado. Pensemos en las interrelaciones

entre el mercado de la publicidad y el mercado de las audiencias que se construye a partir/en torno al *complejo mercado massmediático* o, aún más, la complejidad que hay tras los proyectos multimedia, orientados al control completo de los ámbitos de la comunicación. En estos casos, sin duda, la comunicación, particularmente *massmediática*, no supone un mero servicio asociado a otras mercancías, sino más bien los diferentes *massmedia* y ciertos productos como contenidos de ellos (telenovelas, telediaris, radioteatros, reportajes, etc.), son capaces de constituir mercancías complejas que requieren, incluso, los servicios adicionales de otros medios que funcionen como servicios asociados. En este último caso, pensemos en cómo la industria de las telenovelas se nutre de diferentes medios (prensa, radio, televisión, internet) para su difusión y la, consiguiente, captación del mercado, tanto de audiencias como de publicidad. Asimismo,

“La economía de la mercancía cultural -sea en soporte o como servicio- es una economía de la oferta múltiple, diferenciada, fragmentada, identificable (firma y obra) y tan renovable que es volátil, hasta el punto de que la producción es generalmente efímera. Por eso mismo, es de difícil financiación, siendo bastante habitual el empaquetado (producto complejo). Por ejemplo el periódico para la multinformación; la programación para la radio, la televisión y el espectáculo; las modas en disco y cine; los best-sellers, las colecciones o los kits de libro-audio-vídeo en el sector editorial”.

(ZALLO, 2000: 519).

- iii. La resistencia a asumir un amplio, autónomo y dinámico concepto de cultura y comunicación, y reconocer el actual estatus social de ambas. Si bien, ambas han pasado por un período en que han estado muy vinculadas a las variables políticas y económicas, especialmente a través del Estado nación, la actual crisis de éste, más el desarrollo particular que han tenido, las ha transformado en variables independientes y activas, y emergen como fundamento de comportamientos, decisiones y conflictos. Pensemos, por ejemplo, en la necesidad que existe en los mercados actuales de disminuir los desequilibrios de información, pues:

“la incertidumbre es una característica esencial de los cambios estructurales. El conocimiento mutuo de visiones y planes de las empresas establecidas y del sector público es, bajo esas condiciones, un factor que no se puede omitir en las decisiones sobre inversiones e innovaciones empresariales. Las deficiencias en materia de información se pueden reducir a través de las instituciones, por ejemplo, mediante bancos de datos o estándares de calidad, los que hacen más transparentes las ofertas existentes y su calidad”.
(von HALDENWANG, CASPARI, KNILL, et al., 2001: 8)

2.2. Estructura y comportamiento del *mercado massmediático*, desde la economía política de la información, la comunicación, la cultura y el conocimiento.

El propósito de esta sección es presentar los principales componentes teórico-conceptuales, a fin de comprender y elaborar con/desde ellos categorías pertinentes para el análisis de la estructura y contenido del *mercado massmediático*. Por lo tanto, se trata de una revisión teórico-conceptual pertinente para nuestro campo y objeto de estudio, desde las distintas tradiciones existentes.

En este apartado se establece tres secciones, referidas al:

- i. **Sistema *massmediático* en tanto mercado** propiamente tal; esto es, la caracterización de la producción de información, comunicación, cultura y conocimiento como producción industrial, que se integra a la lógica y racionalidad del mercado.
- ii. **Discurso**, en tanto el sistema *massmediático* no supone sólo un hecho de mercado, sino también un hecho de discurso. Aquí se conjugarán los ámbitos de la estructura de mercado y la ideología presente, pues, efectivamente, el mercado no es neutro, como pretende presentarlo el discurso habitualmente asociado a sus intereses. En tal sentido, veremos la producción de información, comunicación, cultura y conocimiento, como producción de discursos “sobre la realidad”.
- iii. **Productivo propiamente tal**, que forma parte del *mercado massmediático*, en cuyo caso interesa observar ciertos procesos, como: la organización (empresa), la producción en si (forma, valor y trabajo) y la propiedad (concentración).

2.2.1. De la industria cultural al mercado massmediático.

Resulta importante precisar que, como señala MILLÁN (1993), sobre la noción de industria cultural encontraremos diferentes representaciones. Por un lado estarán los trabajos influidos directamente por las reflexiones de la Escuela de Frankfurt, los cuales asumirán una representación más "subjetivista" de la industria cultural. Y por otro lado, estarán las orientaciones más liberales de la industrialización cultural, las cuales tenderán a centrarse en los aspectos "medibles" y aparentemente "neutrales" de los procesos de producción del capital cultural, abordando estos aspectos más como hechos de un sistema de mercado desde el propio sistema; esto es, pensando con categorías del propio sistema. Pertenecen a esta orientación los estudios de recepción de las audiencias de determinados productos *massmediáticos*, con una vinculación a las empresas (al menos de un financiamiento comprobable de parte de estas), o la funcionalización excesiva que se hace de los estudios educacionales (por ejemplo, prensa en la escuela), con el propósito, no siempre explícito, de preparar lectores ante los intermitentes y cada vez más paulatinos episodios de disminución del mercado de lectores de la prensa diaria.

Lo anterior debemos interpretarlo también en el contexto de la reflexión en torno a los estudios de la economía política, que diferencian la economía política liberal, en la cual se considera que los receptores de comunicación masiva participan en un mercado, seleccionando entre diferentes productos según la utilidad y la satisfacción que les proporcionen (hipótesis de los *usos y gratificaciones* y de la *agenda setting*); y la economía política crítica, en la cual lo más importante no es analizar las características del consumo, sino la organización de la propiedad y producción, ya que ésta necesariamente condiciona la oferta que tendrán los receptores para seleccionar los medios y contenidos (LOZANO, 1996: 81).

La UNESCO intentará romper estas divergencias -con la tradicional lógica de la configuración de "pensamientos integrados y únicos"-, proponiendo una definición ecléctica del concepto de industria cultural:

"Existe una industria cultural cuando los bienes y servicios culturales se producen, reproducen, conservan y difunden según criterios industriales, es decir, en serie y aplicando una estrategia de tipo económico en vez de perseguir una finalidad de desarrollo cultural".

(En ZALLO, 1988: 25).

Las implicancias de esta visión ecléctica de la industria cultural dada por UNESCO, se observa en los trabajos que le siguen, los cuales se

centran en los efectos positivos de la intervención del Estado como regulador del *mercado massmediático*. En lo político, habrá intentos de nacionalización de las industrias culturales. Como superación del criterio subjetivista de la Escuela de Frankfurt, la UNESCO intentará adoptar un criterio "objetivo", definiendo operativamente una industria cultural como una experiencia de "producción en serie" y con énfasis más en lo económico que en el desarrollo cultural. La dificultad es precisamente lo que aparece como su aporte: la definición de criterios de observación aparentemente "neutrales, objetivos y/o externos" de un fenómeno que, en primer lugar tiene un fuerte componente ideológico, con lo cual los contenidos también forman parte de un modelo "industrial" y no sólo la "producción en serie", principalmente si nos preguntamos: entenderemos por una producción en serie; ¿una producción a gran escala?, y más específicamente, ¿a qué escala?. Si bien, la "objetivación" del enfoque aporta en la medición del fenómeno de la "industria cultural", impide observar aquellos elementos cualitativos, ideológicos y de la lógica de un mercado que no se rige sólo por una relación entre costos y beneficios económicos, sino que obedece también a un sistema ideológico de mercado, una manera de pensar y construir una "realidad". Notemos, por ejemplo, las dificultades actuales para pensar al margen del sistema de mercado y con categorías al margen de este sistema. Este efecto también forma parte de un proceso de "industrialización de la cultura" del conocimiento y de la vida. Un ejemplo muy específico en el caso chileno lo constituye el reciente (2003) y comentado proceso de crisis económica del diario El Mercurio —principal órgano de la derecha en Chile—, el cual se transformó, finalmente, en un proceso de fortalecimiento del periódico, con la compra de diversos periódicos locales y la implementación de cadenas de radio y televisión, a nivel nacional.

Ahora bien, ZALLO nos plantea una definición muy pertinente y operativa de la industria cultural, explicándola como:

"un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares industriales productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social".

(ZALLO, 1988: 26).

Sobre algunas categorías específicas de las industrias culturales, tendremos la oportunidad de profundizar más adelante.

Para ZALLO (1992: 10), las particularidades de las industrias culturales que conocemos actualmente no están en la "mercantilización de la cultura" o la aplicación de procedimientos industriales en la producción cultural, o la estratificación económica en el acceso a la cultura -

fenómenos ya presentes en las culturas más tradicionales (con las producciones artísticas semiartesanales), la aparición de la industria editorial y del audiovisual y con la intervención del Estado de Bienestar - sino que en dos variables que subyacen a los aspectos señalados:

- i. **La emancipación del mercado cultural**, a través de la cultura de masas como proceso de producción cultural.
- ii. **La aplicación a la producción cultural** de los principios tayloristas y neotayloristas de organización del trabajo.

Otras particularidades de las industrias culturales (ZALLO, 1988: 23-26; 1992:13), son:

- iii. **La noción de industria**: que se refiere a una forma exclusiva y excluyente de producción, por lo cual se requiere una organización que en el modo de producción capitalista se estructura como empresa, con la consiguiente división del capital y el trabajo, donde el primero genera una relación de dominación.
- iv. **La cualificación de la cultura**: referida a la noción de industria, por lo cual las industrias que son culturales son distintas a otro tipo de industrias, tanto en su forma de producción (en el proceso de trabajo y su valor de uso), como por la particularidad de su producción en relación con la sociedad (relaciones sociales, relaciones de poder, etc.).
- v. **La noción misma de industria**: que se refiere a una parte de la cultura y de la comunicación, cuyos contenidos y formas son: (a) parte de los sistemas de ideas y valores de una sociedad, y (b) generados industrialmente, como producto material o inmaterial (bienes o servicios); y concretamente constituyen mercancías culturales, esto es, productos intercambiables en el mercado, donde se valorizan capitales y se reproducen relaciones sociales. Esta parte de la cultura y de la comunicación es hegemónica y está mediada por instrumentos (soportes y canales) que forman el material básico que sostiene esas producciones y permiten su industrialización.
- vi. **La orientación de estas industrias** a los mercados de consumo, público o privado, colectivo e segmentado.
- vii. **El carácter industrial y capitalista**, que excluye los servicios culturales realizados por el Estado y financiados de forma dominante a través de un impuesto y ejercidas monopólicamente, esto es, sin la presión de una competencia entre productores o capitales; estos servicios interesan por dos razones: (a) metodológica, pues forman parte de un

conjunto de servicios (de los mercados públicos y privados) que no existen aislados, sino que se interrelacionan permanentemente. Pensemos, por ejemplo, cómo el Estado realiza sus campañas públicas utilizando el mercado publicitario y, apoyando con sus elecciones de los medios en que publicitará, a ciertos medios y no a otros (normalmente los grandes consorcios, como en el caso chileno); y (b) práctica, pues el contexto de crisis del Estado nación y el fortalecimiento del mercado, especialmente transnacional, condiciona y posibilita la aparición de servicios mixtos, con un cada vez mayor componente privado. Pensemos en la creciente externalización de algunos servicios que habitualmente el estado asumía y en cuya ejecución actualmente el estado no interviene; pero sí en su financiamiento; por ejemplo, la licitación de ciertos servicios de comunicación para apoyar campañas públicas o, simplemente, la incorporación de dichos servicios de cultura y comunicación en los "paquetes" licitados a consultoras, encargadas, por ejemplo, de la capacitación de servicios públicos.

Siguiendo los trabajos posteriores, especialmente a partir de la segunda mitad de la década del '90 y comienzos del 2000, podemos agregar los siguientes aspectos:

- viii. La crisis del modelo de Estado-nación, y la consecuente ruptura del Estado de Bienestar y su rol a través de las políticas públicas, y los procesos de globalización; esto es, la convivencia de dos modalidades de desarrollo: lo global, como continuación de una lógica de masas con tendencia a la concentración transnacional, y lo local, con una tendencia al surgimiento de un pero aún débil *mercado massmediático* local; con lo cual se transforma directamente la lógica de una cultura de masas como proceso de producción cultural, en la cual se consolida plenamente un modelo económico neoliberal (mercados abiertos y privatización).
- ix. Sin duda, el nuevo escenario caracterizado por la implantación social de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC's), no sólo da lugar a una Sociedad Global de la Información, sino que también genera un modelo educomunicativo centrado en los usos y prácticas de dichos sistemas y tecnologías de procesamiento de datos (SIERRA, 2001: 153). Dicho modelo societal y

dichos usos y prácticas educomunicativas, transforman también el proceso de producción cultural, tanto en su carácter masivo como en la organización del trabajo, pues, efectivamente, plantean nuevas lógicas que van desde la concentración económica a la descentralización político-administrativa.

2.2.2. Procesos productivos en el mercado massmediático: organización (empresa), producción (forma, valor y trabajo) y propiedad (concentración).

En primer lugar, entendemos que en el proceso de producción del *mercado massmediático* intervienen diferentes instancias: estructura y organización, producción, circulación y distribución, y recepción y consumo.

Ahora bien, caracterizaremos lo que hemos denominado operativamente *mercado massmediático*, pues a partir de la noción de industrias culturales, entendemos que lo que observamos actualmente está relacionado con: (a) la crisis del modelo Estado nación, (b) el fortalecimiento del mercado, y, en definitiva, (c) una transformación y complejización de las lógicas de mercado (estructuración y organización, producción, circulación y distribución y recepción y consumo); y forma parte de un sistema más complejo, con una lógica empresarial, donde los productos culturales y comunicacionales constituyen, de hecho, productos también más complejos, independientes y autónomos:

“[De hecho] la Empresa Informativa no sólo ha implantado su realidad económica diferenciadora, sino que, además, ésta es reconocida por la legalidad vigente en cualquiera de las naciones donde la comunicación de masas ha alcanzado un mínimo desarrollo [siendo] en el seno de la Empresa Informativa donde se ‘organiza’ la comunicación de masas y ello gracias a que en ella es viable reproducir las condiciones de producción social del trabajo en que aquel se fundamenta y, por otra parte, porque permite, como figura formal, conjugar el control real con el jurídico que lleva consigo la institución de la propiedad”.

(TORRES LÓPEZ, 1985: 72 y 80)

La revisión de los diferentes trabajos sobre economía política de la información, la comunicación, la cultura y el conocimiento, muestra la necesidad de profundizar en los estudios referidos a la transformación de la mercancía informativa, comunicacional, cultural y del conocimiento generado en/por los medios, particularmente en relación a: (a) su organización (empresa), (b) su producción propiamente tal (forma, valor y

trabajo), y (c) la propiedad (concentración); considerando que este último aspecto ha sido el más estudiado de los tres.

En efecto, los estudios sobre la estructura, la economía y la política del *mercado massmediático*, se centran especialmente en:

- a) La industrialización y producción masiva de la información, la comunicación y la cultura.
- b) La propiedad y la concentración de los medios.
- c) Las lógicas de consumo de los públicos (audiencias) de los medios.

En tal sentido, uno de los aspectos que debemos profundizar en la actualidad, considerando las actuales características del *mercado massmediático*, junto con las lógicas macroeconómicas y macropolíticas (industrialización, propiedad, concentración y consumo), es el complejo proceso de transformación de la información, la comunicación, la cultura y el conocimiento, como forma de mercancía; la valorización de esta mercancía informativa-comunicativa-cultural-cognitiva y el impacto de estos procesos en las lógicas de producción de trabajo, en la cual intervienen las mediaciones y rutinas de los periodistas (trabajadores). Observemos, por ejemplo, la transformación de emisores y receptores (desde una lógica informacional y comunicacional) en productores y consumidores (de una lógica de mercado); donde, en efecto, la información, la comunicación y la cultura son una forma de intercambio, lo que abre inquietudes fundamentales:

“la necesidad del estudio por la Economía política de los procesos de comunicación de masas se pone de manifiesto [...] al detectar y analizar la nota esencial que los cualifica en el contexto de la sociedad capitalista: el carácter mercancía que adquieren los materiales que, en su circulación entre emisores y receptores, dan lugar a la situación comunicacional. Este carácter, que transforma a los emisores y receptores en productores y consumidores, es lo que efectivamente cualifica de forma objetiva -en términos de sistema de producción- al intercambio en que teóricamente ha de manifestarse todo acto comunicacional [donde, concretamente] se pretende que los actos de cambio se resuelvan en la órbita del mercado y, precisamente, aquí radica el núcleo del problema que aborda el libro: ¿qué alcance efectivo posee el intercambio en este contexto?, ¿hasta qué punto es posible que, estableciendo al mercado como marco de los actos comunicativos, estos se efectúen como verdaderos actos de intercambio?, ¿en qué medida, por fin, si se supedita el proceso de comunicación al dominio de

la actividad mercantil, se está garantizando o negando la posibilidad misma de comunicarse?”.

(TORRES LÓPEZ, 1985: 10).

De acuerdo a los enunciados de MARX y ENGELS (1859), el problema de la forma mercantil de la información, la comunicación, y la cultura y conocimiento es una base primordial en cualquier discusión:

“La economía política comienza por la mercancía, por el momento en que se cambian unos productos por otros [donde] lo que las convierte en mercancía es, pura y simplemente, el hecho de que a la cosa, al producto, vaya ligada una relación [pues en definitiva] la economía política no trata de cosas, sino de relaciones entre personas [aunque] estas relaciones van siempre unidas a cosas y aparecen como cosas”.

(MARX y ENGELS, 1859).

Debemos centrar la atención en el proceso de transformación y producción que hemos señalado. UMPIÉRREZ (2003)⁵, podemos establecer una necesaria operación de distinción fenomenológica de la información, la comunicación, la cultura y el conocimiento, como:

- a. Una manifestación.
- b. Una forma de manifestarse.

A partir de esta distinción teórica entre la manifestación y forma de dicha manifestación, en los casos de la información, la comunicación, la cultura y el conocimiento, llegamos a otra distinción, como correlato de la anterior, donde información, comunicación, cultura y conocimiento, en tanto procesos de producción y productos, son a la vez:

- a. Un objeto.
- b. Una cualidad con la cual se presenta dicho objeto.

Donde el objeto-informacional - comunicacional - cultural - cognitivo es la materia prima (insumo) y, al mismo tiempo, producto del proceso productivo de los medios y se presenta en calidad de mercancía; es decir, conlleva cualidades asociadas al sistema de mercado. Y será el sistema de mercado, en un proceso de autoproducción, el que reducirá este objeto-informacional-comunicacional-cultural-cognitivo a mercancía y producirá sólo información, comunicación, cultura y conocimiento en

⁵ Ver UMPIERREZ (2003) [En línea]:

<http://www.antroposmoderno.com/antro-articulo.php?id_articulo=441>;

<<http://www.imagine.com.ar/perspectivas/pdf/umpierrez.PDF>>. [Consulta: 3 de septiembre de 2003]

calidad de mercancía; esto es, con valor en el mercado. En cuyo caso, es fundamental entender el mercado como un "sistema de mercados", en el cual interactúan diversos mercados que otorgan el valor agregado a esa información en los medios: por ejemplo el mercado de la publicidad y el mercado de las audiencias. Ahora observemos:

- a. La expansión que ha tenido en el sistema social y cultural la reducción de toda información y comunicación en mercancía, en este complejo sistema de mercados donde los distintos aspectos de la vida (privacidad, derechos humanos, etc.), son producidos/reducidos a mercancías: la actual cobertura y tratamiento de los contenidos en los medios es prueba de ello.

"[Ahora bien, debemos comprender que] dos son las características que diferencian el bien informativo del resto de los productos industriales. De una parte, la especial relevancia que adquiere el factor tiempo en su elaboración y, de otra, el hecho de ser un producto que es vendido dos veces, una al consumidor y otra a la empresa publicitaria".
(TORRES LÓPEZ, 1985: 62).

- b. La necesaria distinción entre dos problemas fundamentales:

- i. La forma mercantil de la información, la comunicación y la cultura, como formas de intercambio:

"Así los actos de intercambio comunicacionales realizados a través de los 'media' pueden valorarse con referencia a las condiciones generales de todo acto cambiario en el sistema [considerando] el desarrollo histórico de la comunicación de masas como paralelo al del sistema capitalista, y al analizar los determinantes mutuos...".

(TORRES LÓPEZ, 1985: 17).

- ii. La forma capitalista de la propiedad de la información, la comunicación y la cultura, por ejemplo, a través de la concentración de los medios y la conformación de una estructura de producción: la empresa informativa, comunicacional y cultural.

"La producción industrial de estos bienes, en concordancia con el desarrollo general de la economía capitalista, instaura en el dominio de la comunicación la figura de la Empresa como organización en donde se ejecutan las tareas conducentes a la colocación en el mercado del producto [...] La Empresa Informativa [...] adecua sus estructuras

económicas y financieras a los presupuestos de rentabilidad y beneficio que ordenan el sistema económico. Esto lleva implícito la supeditación de la actividad productiva a la consecución de canales de financiación extraños a la misma, lo que hipoteca el uso social de la comunicación como de sus propios contenidos [en efecto] Los procesos generalizados de concentración de la oferta, la interferencia permanente de la publicidad, la internacionalización de la actividad informativa [y] la acción discrecional de los estados, desdibujan notablemente aquella pretensión de concurrencia [donde todos los individuos tienen acceso a todas las fases del proceso informacional-comunicacional-cultural y en iguales condiciones]. Predominan, por el contrario, los monopolios y oligopolios que refuerzan la impresión de una comunicación bloqueada, discriminada y efectuada por y para el interés exclusivo del emisor capitalista [efectivamente] resulta ser que cuando el intercambio comunicacional se somete a la realización mercantil de valores de cambio, aquél no puede darse sino en términos de supeditación, de dependencia. Pues el consumo se convierte en una secuencia predeterminada por la producción, moldeada por ésta y efectuada para su reproducción. La comunicación, de esta forma, constituye un mito. La reciprocidad no existe. La '*communis*' es una imposición de formas y el intercambio una bagatela en las condiciones de producción y distribución capitalistas". (TORRES LÓPEZ, 1985: 11, 12 y 13); y,

- iii. El doble valor de la información, la comunicación, la cultura y el conocimiento, en tanto mercancía en el sistema de mercados:
 - a) Valor de uso.
 - b) Valor de cambio.

El mercado de la publicidad y el mercado de las audiencias, medido este último por el *rating*, a través del sistema *people meter*⁶, reducirá notablemente todo valor a un valor de cambio. La información, la comunicación, la cultura y el conocimiento, pues, se negocia en un mercado definido por la publicidad y los *ratings*, este último sistema es generado para el mercado publicitario y sólo aquí tiene sentido; siendo el *rating* una reducción absoluta de la audiencia y sus manifestaciones.

Así, entramos en la reflexión sobre el valor de la información, la comunicación y la cultura, en tanto intercambio:

⁶ Ver <<http://www.peoplemeter.ci/>>

“si verdaderamente la comunicación de masas institucionalizada como actividad mercantil hace posible que los agentes que intervienen en ella actúen en reciprocidad. Puesto que si no es así, el intercambio comunicacional, la comunicación misma, es imposible en el mercado y, por tanto, en el sistema capitalista”.
(TORRES LÓPEZ, 1985: 13).

Siguiendo la teoría del valor, específicamente el valor de uso, observaremos aspectos asociados al contenido de la información, la comunicación la cultura y el conocimiento como mercancías:

- a) Sus propiedades
- b) Su utilidad.
- c) La satisfacción de necesidades que genera o no.

Así entenderemos, que la carencia de información y comunicación representa la enajenación o concentración de ciertos medios de producción cuya consecuencia directa es que quienes carecen de información y comunicación son aislados, marginados y “desempoderados”.

Como hemos señalado, la condición de valor de cambio es una condición a la cual ha sido reducida la información, la comunicación, la cultura y el conocimiento. Ahora bien, debemos entender que el valor de cambio es un modo de expresión o forma fenoménica de la información, la comunicación, la cultura y el conocimiento en el sistema de mercados, la cual se nos aparece en dos momentos:

- a) Como una pura relación externa entre valores de uso, al margen de propiedades intrínsecas de la información, la comunicación la cultura y el conocimiento:

“No son aceptables cuantos criterios establezcan que los efectos colaterales a la comunicación de masas -degradación de los productos culturales, pérdida de la individualidad, sujeción permanente del receptor a la organización emisora, edificación de estereotipos, etc.- sean consustanciales a la comunicación de masas en cualquier situación social [pues] Cada sistema social actúa como envolvente de los procesos de comunicación, y las relaciones que lo componen, las contradicciones que en él se generan, las estrategias de recambio o los mecanismos de reproducción que configuran su devenir actúan, en todo caso, como determinantes de la posición que los seres humanos ocupan en la comunicación de masas y de ella misma” (TORRES LÓPEZ, 1985: 16).

- b) Como un modo de expresión de un contenido que debemos distinguir de él, esto es, la relación de cambio entre las distintas formas de información, comunicación, cultura y conocimiento.

De lo anterior sigue la importancia de distinguir cuál es el contenido expresado en la relación de cambio entre las distintas formas de información, comunicación, cultura y conocimiento; es decir, volver a la distinción éstas como una manifestación o un objeto y la forma de manifestarse o la calidad en que se presentan. Para ello debemos realizar una operación de relaciones (similitudes y diferencias) entre estos distintos modos de información, comunicación, cultura y conocimiento. Este ejercicio nos lleva a señalar la importancia del proceso de producción y el trabajo asociado a dicho proceso. Así, de la discusión sobre la distintas formas de información, comunicación, cultura y conocimiento que podamos observar en un contexto sociocultural determinado y la discusión sobre el valor que estas distintas formas tienen en un contexto particular: el sistema de mercados, con la interacción entre el mercado de la publicidad y el mercado de las audiencias (*people meter*); pasamos a la reflexión sobre el proceso de producción de estas formas en este contexto determinado y el trabajo realizado. He aquí un tema a investigar: las transformaciones de las lógicas de trabajo en los procesos de producción en el sistema de mercados: ¿qué rol asumen los periodistas?, ¿en qué condiciones producen?, ¿qué valores producen?, etc. Y cómo lo anterior está vinculado con una de las preguntas iniciales sobre las interrelaciones existentes entre: (a) las lógicas industriales y masivas de la producción de información, comunicación, cultura y conocimiento en los medios (estructura y organización), (b) las dinámicas de propiedad y concentración de los medios (oligopolios, monopolios y duopolios), (c) las lógicas de consumo (recepción y consumo), y (d) la participación de periodistas y comunicadores en la producción de los discursos de los medios (producción).

Una pregunta clave sobre las transformaciones sociales, políticas y económicas de producción de la información, comunicación, cultura y conocimiento, y su relación con las necesidades humanas, es desde un punto de vista teórico y ético, la que expresa GERALD:

“En virtud de qué carácter la satisfacción de la necesidad humana de comunicarse y estar informado pasa de la utilización de medios más o menos sofisticados pero extraordinariamente simples, a la de complejos sistemas industriales y poderosas organizaciones que casi monopolizan la posibilidad del conocimiento y la información, al constituirse la tarea intelectual de suministrar

noticias y opiniones en fábricas ajustadas a la producción en masas, que encajan perfectamente en el conjunto del mundo de las finanzas”.

(GERALD, 1965: 259).

2.2.3. Discurso *massmediático*: factualización, construcción y representación e ideologización de la “realidad”.

Los procesos de producción industrializada, industrializadora e industrializante, de la información, la comunicación, la cultura y el conocimiento, suponen procesos de producción de “discursos *massmediáticos* y *massmediatizadores*” de/en la realidad. Ello, a partir de intervenciones no sólo técnicas y tecnológicas, sino también, y especialmente, discursivas:

- A. Uso de factualidades, como formas de describir y objetivar el mundo.
- B. Procesos de construcción (tradición sociológica y sociosemiótica) y representación (tradición psicosociológica) de la realidad.
- C. Vehiculización de ideologemas (formas discursivas de las ideologías).

Lo anterior es particularmente útil para comprender que la producción de información en los “medios de comunicación” es una producción de discursos y, además, una producción ideológica de discursos.

A. El uso de factualidades, como formas de describir y objetivar el mundo.

Para POTTER (1998), el lenguaje, o más ampliamente, el discurso, no es un reflejo de la realidad:

“la realidad se introduce en las prácticas humanas por medio de las categorías y las descripciones que forman parte de esas prácticas. El mundo no está categorizado de antemano por Dios o por la Naturaleza de una manera que todos nos vemos obligados a aceptar. Se constituye de una u otra manera a medida que las personas hablan, escriben y discuten sobre él”.

(POTTER, 1998).

De este modo, “*las descripciones y los relatos construyen el mundo o, por lo menos, versiones del mundo*” (POTTER, 1998). No obstante, no sólo el mundo se construye, sino también los “hechos” que constituyen este mundo. Y son estos hechos los que suelen pasar inadvertidos, especialmente en un tipo de “discursos y prácticas” como

las *massmediáticas*, donde las formas de legitimación y de producción de verdad son muy elocuentes. Pensemos, por ejemplo, en la estructura de un reportaje en un noticiero. En efecto hay, al menos, dos instancias fundamentales para la producción informativa de la "objetividad" y la "verdad" en los medios de comunicación: (a) **los hechos** (que son descritos minuciosamente) en forma de relato "objetivo" y "verdadero", donde la historia es la esencia de la producción discursiva, y (b) **las metáforas y metonimias**, particularmente a través del uso de imágenes y categorías que refuerzan representaciones sociales estereotipadas.

POTTER divide en dos grupos los procesos de construcción de hechos a partir de los recursos que se emplean para elaborar la factualidad:

- a) **Recursos centrados en la identidad del hablante.** Referidos a la manera en que se puede desarrollar la identidad de los agentes que producen descripciones, donde:
 - Quien (persona o sistema) hace la descripción está involucrado, directa o indirectamente, emocional o intelectualmente, en lo que describe y en cómo lo hace.
 - Ciertas categorías de personas, en determinados contextos, se tratan como expertos.
 - Procedimientos que apartan la atención de la naturaleza o identidad del productor (de la descripción).
 - Primacía de datos y hechos.
- b) **Recursos orientados hacia la acción.** Procedimientos para que una descripción esté asociada a la realización de una acción.
 - Uso de categorías para describir y, al mismo tiempo, hacer.
 - Presentación de casos extremos para acreditar y desacreditar.
 - Presentación de lo normal y lo anormal para acreditar y desacreditar.

B. Los procesos de producción y construcción (tradición sociológica y sociosemiótica) y representación (tradición psicosociológica) de la realidad.

Por otra parte, hay, al menos⁷, dos modelos más, que corresponden a tradiciones distintas en el campo de las ciencias sociales, y que nos permiten comprender mejor el discurso *massmediático*:

- i. **El modelo de la construcción social de la realidad.**
- ii. **El modelo de las representaciones sociales⁸.**

i. **El modelo de la construcción social de la realidad**, a partir de los trabajos de BERGER Y LUCKMANN (tradición sociológica) y que, posteriormente, ha recogido gran parte de la tradición de la teoría de la comunicación y teoría del periodismo.

Para BERGER y LUCKMANN (1993), la realidad se construye socialmente. Su análisis, basado en la sociología de la vida cotidiana, se centra en la idea de que el mundo de la vida cotidiana no sólo es establecido como realidad por los miembros comunes de la sociedad en el comportamiento subjetivo y significativo de sus vidas, sino que “es un mundo que se origina en sus pensamientos y acciones y está sustentado como real por estos” (1993: 37).

Si bien, sostienen ambos autores, existen múltiples realidades, sin duda, la de mayor relevancia es la realidad de la vida cotidiana, la cual:

- i. Se presenta ya objetivada, constituida por un orden de objetos designados como tales antes que yo apareciera en escena,
- ii. Se organiza alrededor del ‘aquí’ de un cuerpo y el ‘ahora’ de mi presente,
- iii. Se presenta como un mundo intersubjetivo, un mundo que comparto con otros, y
- iv. Se da por establecida como realidad, del tipo ‘sé que es real’, vinculada a las exigencias de mi existencia rutinaria en la vida cotidiana (1993: 44).

⁷ Al menos dos, pues hay otro que es muy utilizado en los estudios de los medios, que corresponde al de “realidad sistémica” (LUHMANN, 2000).

⁸ Existen diferentes construcciones teóricas empleadas para referirse a las ideas aquí desarrolladas, como: “universos simbólicos” en el modelo de construcción social de la realidad (BERGER y LUCKMANN, 1993); “estructuras de conciencia” (WEBER, 1958; HABERMAS, 1987); “formaciones discursivas” (FOUCAULT, 1978); “representaciones sociales” (IBÁÑEZ, 1988; DELVAL, 1990); “representaciones colectivas” (BERIAIN, 1988; DURKHEIM, 1965); la “teoría constructivista sistémica” y el modelo de “constructivismo operativo” (LUHMANN, 2000).

Y la realidad de la vida cotidiana se estructura conforme a relevancias determinadas, a veces, por nuestros propios intereses prácticos inmediatos y, otras veces, por mi situación general dentro de la sociedad.

Además de los trabajos de BERGER y LUCKMANN, hay otros planteamientos que aportan en esta visión de una realidad construida socialmente:

- i. La idea desarrollada a partir de la concepción de los seres vivos como productores de orden, la cual pretende encontrar lo propio de los seres vivos en una organización ordenante del medio o de sí misma (von BERTALANFFY, 1975).
- ii. La idea desarrollada a partir de la concepción de que los seres vivos son autopoieticos, esto es, son sistemas organizacionales productores de su propia organización. Según la Teoría de la Autopoiésis, desarrollada por la llamada Escuela de Santiago de Chile, sólo podemos ver, escuchar y conocer lo que sólo podemos experimentar desde nuestro cuerpo (MATURANA y VARELA, 1984; VARELA, 1990; MATURANA, 1991 y 1995).
- iii. La idea desarrollada a partir de la concepción de que los seres vivos son anagenéticos, es decir, están generando constantemente nuevas estructuras y organizaciones de sí mismos o del medio (VALENZUELA, 1997).

ii. El **modelo de las representaciones sociales**⁹ (tradición psicosociológica), útil principalmente como enfoque, en la medida que nos sugiere dos cuestiones centrales: la pregunta sobre **la formación de nuestra visión de la realidad** y la pregunta sobre **cómo esta visión influye en nuestras prácticas cotidianas** (IBÁÑEZ, 1988). En efecto, las prácticas cotidianas de los sujetos son influidas por su visión del mundo y, por supuesto, su visión sobre dichas prácticas.

Naturalmente, en este proceso de producción se integran tanto elementos cognitivos como sociales (IBÁÑEZ, 1988). Es decir, el sujeto productor del discurso utiliza tanto elementos individuales como

⁹ Es posible distinguir, al menos, dos posiciones en el marco del modelo de representaciones sociales. La postura de origen estructuralista y de la psicología evolutiva piagetiana o las representaciones como modelos que ilustra muy bien Juan Delval (1990) y la postura de origen psicosocial o las representaciones como (re) producción social y construcción social de la realidad, que nos explica bien I Tomás BÁÑEZ (1988).

En el modelo de las representaciones sociales se nos sugiere, como ya dijimos, que los sujetos construyen representaciones o modelos sobre la realidad basados en distintos aspectos del mundo (natural, psicológico y social); pero que además existen ciertos "aspectos modelares", siendo uno de ellos el **político**, donde se encuentran las leyes y la justicia, el conflicto, etc. (IBÁÑEZ, 1988).

Para IBÁÑEZ (1988), la idea de representación social integra nociones de origen sociológico (cultura e ideología) y de origen psicológico (imagen y pensamiento).

Un elemento relevante del planteamiento de IBÁÑEZ es considerar la representación social como producto y al mismo tiempo proceso de producción. De esta forma, las representaciones sociales tendrían un funcionamiento circular, donde una lleva a otra en una reproducción infinita. La representación social, entonces, constituye en parte el objeto que representa (IBÁÑEZ, 1988).

Para IBÁÑEZ, las representaciones sociales se construyen con elementos de diferente origen: (a) el **fondo cultural** acumulado en la sociedad, como creencias compartidas ampliamente, valores considerados básicos y referencias históricas y culturales que conforman la memoria colectiva y la identidad de la propia sociedad, (b) **mecanismos de objetivación y anclaje** donde los mecanismos de objetivación se relacionan con la forma en que los saberes y las ideas sobre ciertos objetos forman parte de las representaciones sociales de dichos objetos mediante transformaciones específicas. Y el mecanismo de anclaje, explica cómo inciden las estructuras sociales sobre la formación de las representaciones sociales y cómo intervienen los esquemas ya constituidos en la elaboración de nuevas representaciones; (c) el **conjunto de prácticas sociales** relacionadas con las distintas modalidades de la comunicación social. Esta fuente es fundamental, debido a la importancia que tienen los medios de comunicación masiva para transmitir valores, conocimientos, creencias y modelos conductuales; y (d) **la comunicación interpersonal**, a través de las conversaciones, pues permanecemos inmersos en redes conversacionales (IBÁÑEZ, 1988).

C. **La vehiculización de ideologemas (formas discursivas de las ideologías).**

Si bien este modelo está representado por un amplio campo de investigación que gira en torno al concepto de ideología y su presencia en las diferentes estructuras sociales, nos centraremos en un uso amplio del concepto ideologema, en el sentido que utiliza FERNÁNDEZ para analizar el discurso de los medios de comunicación como un problema narrativo:

“Los medios crean prejuicios por acción comunicativa cuando sedimentan en el sentido común modelos discriminatorios contra los pobres, los migrantes, protagonistas mayoritarios de los casos policiales, y también *por omisión cuando por vía de espectacularización atemizan u obturan la reflexión sobre cuestiones trascendentes como el dolor, la muerte, la otredad o sobre problemas políticos estructurales como el sistema carcelario, el modelo económico o los valores dominantes*”.

(FERNÁNDEZ, 2000:14. La cursiva es personal).

III. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

3.1. Material y métodos de análisis

Las características espaciales y temporales, y las limitaciones y posibilidades de una revisión bibliográfica como la emprendida en este trabajo de recolección de datos y su análisis descriptivo, nos exige presentar los criterios de inclusión/exclusión de las referencias bibliográficas utilizadas:

I. Sobre el soporte:

1.1. Sobre los **libros publicados** en Chile y el extranjero durante el período 1970-2003:

- i. **Referencialidad:** pues el primer contacto con los materiales es su referencia (cita), directa o indirecta, completa o parcial. La referencialidad no supone aún que el material sea incluido.
- ii. **Publicabilidad:** porque, entendemos que esta temática, por su carácter político e ideológico, especialmente en algunos períodos, no cuenta con el incentivo para su publicación formal y, habitualmente, sólo permanece como "literatura gris"¹⁰. En general, se incluye el material publicado formalmente, aunque se presta especial atención a la "literatura gris" en ciertos períodos. En cualquier caso, la limitación será la disponibilidad.
- iii. **Disponibilidad y accesibilidad:** Por lo anterior, las publicaciones no están disponibles en su totalidad o su acceso es muy limitado, ya sea por razones temporales, espaciales o idiomáticas¹¹. El criterio de accesibilidad es fundamental, pues en algunos casos hay referencias de publicación, pero no hay acceso completo a ellas.
- iv. **Relación referencialidad y accesibilidad:** no obstante los tres criterios anteriores, hay materiales sobre los cuales se cuenta con las referencias completas, pero el acceso a su contenido no es completo, sino parcial, escaso o casi inexistente. En dichos casos, se mantiene la referencia, pero no se realizan descripciones precisas, sino sólo, para evitar, el olvido de dichas obras.

¹⁰ También llamada no convencional, corresponde a información que no circula formalmente como el libro. Lo interesante son las relaciones entre la "literatura gris" y el control bibliográfico, y la difusión a través de las nuevas tecnologías.

¹¹ Pensemos en la literatura durante el exilio.

- 1.2. Sobre los **artículos publicados** en revistas periódicas de circulación corriente, vigentes o no, nacionales y extranjeras. Para ello consideramos los mismos cuatro criterios anteriores, e incluimos las posibilidades que en este tipo de publicaciones ofrecen las bases de datos y sistemas de documentación electrónica. En este último soporte resulta bastante más viable la recuperación del material.
- 1.3. Sobre **otras publicaciones** periódicas, que incluyen algunos de los temas de interés no abordados en las publicaciones anteriores, como por ejemplo, cierta prensa especializada.
- 1.4. Sobre **tesis** de pre y post grado, aunque:
 - v. **Por su extensión y dispersión**, resulta difícil no sólo su búsqueda, sino también la obtención del material para su análisis. Lo anterior, debido fundamentalmente a la falta de bases de datos, impresas o electrónicas, actualizadas y completas, en las distintas universidades chilenas. En efecto, es una tarea que se ha emprendido recientemente en Chile, como parte de los procesos de acreditación de los programas de educación superior, tanto de pre como post grado. Este material es fundamental, puesto que sabemos que las líneas de investigación actuales, que constituyen aportes a la investigación de la comunicación en Chile, son abordados precisamente en las tesis de pre y post grado. Por ello, intentaremos acceder a las bases de datos disponibles, pero no será, en modo alguno, un trabajo sistemático ni completo al respecto.

II. Sobre el contenido:

2.1. Sobre los **temas** abordados:

- i. En términos muy generales, para evitar un filtro *a priori*, se incluyen los **trabajos que aborden de manera explícita y directa la estructura, política y economía de la comunicación en Chile**, desde una perspectiva disciplinaria e interdisciplinaria. Se reconoce, en principio, que esta definición temática cruza, directa o indirectamente, un amplio espectro de trabajos; por lo cual se desestima aquellos de abierta y manifiesta diferencia temática, como los amplios trabajos sobre ética y deontología periodística, libertad de expresión, entre otros.

III. Sobre el carácter:

Los materiales incorporados en esta investigación no sólo corresponden a libros, artículos u otras publicaciones periódicas (prensa), aunque éstas constituyen la mayor parte, sino también se incluyen:

i. **Investigaciones o estudios**, que corresponden a trabajos específicos de los temas abordados aquí, desarrollados a través de diferentes fondos públicos nacionales (FONDECYT), fondos de organizaciones no gubernamentales (FLACSO, CENECA, ILET), fondos universitarios (institutos, programas de pre y post grado, direcciones de investigación y desarrollo de las universidades), entre otros. En definitiva, se trata de investigaciones o estudios de los cuales hay referencias, aunque puede o no:

- a. Haber resultados publicados de manera extensa y sistemática.
- b. Haber acceso a dichas publicaciones, esto es, que al contar con las referencias, más o menos extensas, se pueda disponer íntegramente del material para su revisión.

IV. Sobre la periodización:

Con el objetivo de realizar adecuadamente el análisis, se establecerá una periodización que considera las condiciones sociohistóricas, políticas y económicas en Chile:

- i. **Período 1970 - 1973,**
- ii. **Período 1973 - 1983(84),**
- iii. **Período 1983(84) - 1988(90),**
- iv. **Período 1988(90) - 1994,**
- v. **Período 1994 - 2003.**

V. Sobre las agendas de investigación:

Como se ha señalado, el análisis de la investigación comunicacional en Chile no sólo puede ser establecida a partir de la producción bibliográfica, sino que también a través de la investigación formal desarrollada. Lo anterior, se identifica con claridad en los proyectos de investigación aprobados por el Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico, FONDECYT, un programa público del Estado.

La relación de los proyectos FONDECYT permite establecer:

- i. La agenda pública en investigación comunicacional en Chile, promovida directa o indirectamente por el Estado.
- ii. Las líneas de investigación priorizadas por los diferentes grupos en Chile.

3.2. Niveles de análisis

En la presente investigación habrá dos niveles de análisis:

- i. **Descriptivo.** A partir del material bibliográfico recolectado, se hará una descripción de la producción científica y de la agenda de investigación en comunicación en Chile durante cada periodo.
- iii. **Interpretativo.** A partir de las variables planteadas:

3.2.1 Variables Generales:

- 1.1. **Estructura** de la información, la comunicación, la cultura y el conocimiento: análisis de la configuración de agendas y centros de investigación, redes y lógicas de cooperación, durante los procesos de investigación y producción del conocimiento sobre la comunicación en Chile.
- 1.2. **Economía** de la información, la comunicación, la cultura y el conocimiento: análisis de la propiedad, concentración y financiamiento, durante los procesos de investigación y producción del conocimiento sobre la comunicación en Chile.
- 1.3. **Política** de la información, la comunicación, la cultura y el conocimiento: análisis de la ausencia/presencia de políticas públicas sectoriales, su dimensión territorial y su alcance, durante los procesos de investigación y producción del conocimiento sobre la comunicación en Chile.

2. Variables específicas:

- 2.1. Configuración de **agendas** de investigación, considerando las variables anteriores.
- 2.2. **Rol del Estado**, durante cada periodo analizado.

En lo referido a la clasificación de la producción bibliográfica, se utilizará el siguiente cuadro que representa, muy genéricamente, los principales modelos, enfoques, corrientes o teorías incorporados en la experiencia de investigación de la comunicación en Chile, durante los últimos 30 años.

META INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN CHILE

Tendencias y Crítica

Tabla N° 1 Relación de referencias epistemológicas, teóricas, metodológicas y temáticas en la investigación de la comunicación

ENFOQUE, DISCIPLINAS Y METODOLOGÍAS	DESCRIPCIÓN Y APORTES
PERSPECTIVAS GENERALES, DE CARÁCTER METODOLÓGICO	
Enfoque histórico social de la comunicación.	Centrada en los procesos históricos y sociales de los diferentes medios de comunicación masiva.
Enfoque bibliográfico y/o documental.	Trabajos centrados en la recopilación y reflexión sobre los distintos estudios desarrollados en determinados momentos, circunstancias o tópicos.
Estudios de casos descriptivos y comparativos.	Se trata de estudios sobre el caso de algunos medios de comunicación, sin considerar algún enfoque más concreto, sino más bien el objetivo es comprender los medios desde una perspectiva general y según las lógicas de funcionamiento interno.
Modelo actancial.	Enfoque centrado en los actores que participan de los contenidos massmediáticos. Incluye, además, trabajos orientados a los contenidos de los productos massmediáticos, con énfasis más en una metodología de investigación que en una lectura crítica de los fenómenos de producción. Son representativos los trabajos de Greimas.
Teoría semiótica y semiológica.	Orientada hacia los productos massmediáticos, entendidos como complejos textuales de sentido (sintáctica, semántica y pragmática).
Teoría del discurso.	La noción de discurso, especialmente a partir de los primeros trabajos de van DIJK.
Teoría de la recepción, de carácter metodológico y teórico.	Estudios centrados en los procesos de recepción.
Perspectiva metainvestigativa.	En general, se trata de estudios centrados en el análisis de otros estudios.
PERSPECTIVAS ESPECÍFICAS, DE CARÁCTER TEÓRICO Y CONCEPTUAL	
Modelo matemático y estadístico.	Cuantificación informativa y valor económico de la información (estadística), con énfasis en el proceso de transmisión de información (matemática).
Teoría cibernética, teoría de sistemas y enfoque organizacional e institucional.	Los medios de comunicación masiva son entendidos como instituciones y su estudio se centra en los recursos humanos, tecnológicos, de gestión, etc.; siendo la institución vinculada a fenómenos organizacionales y, considerando, en general, a las instituciones como organizaciones y a los medios como sistemas autónomos, autorreferentes y autopoieticos.
Enfoque jurídico.	Estudios centrados en el ámbito legislativo de los medios de comunicación masiva (leyes, disposiciones, acuerdos, etc.).
Estudios de las políticas de información, comunicación y cultura.	Estudios referidos a los diseños y propuestas explícitas en materia de información, comunicación y cultura.

Teoría de la economía política de la información, la comunicación y las industrias culturales: enfoque descriptivo.	Enfoque descriptivo, centrado principalmente en estas variables, habitualmente con énfasis en la economía o la política. Incluye, estudios sobre la existencia/ausencia de políticas de comunicación; y flujos informativos incorporados a modelos económicos convencionales. Se estudia la concentración de la propiedad de los medios.
Teoría de la economía política de la información, la comunicación y las industrias culturales: enfoque crítico.	Enfoque más crítico que, además de la anterior, analiza la incorporación de contenidos inmateriales e informativos a procesos productivos y de intercambio, con una perspectiva de la economía política y una aproximación a la producción, distribución y consumo cultural (industrias culturales).
Modelo de la economía de la empresa informativa.	Estudios sobre la utilización racional de los recursos informativos, desde la óptica del mercado. Se estudia la información vinculada a la organización social, la diferenciación de contenidos y de soportes; siendo la comunicación considerada como intercambio.
PERSPECTIVAS PARTICULARES: LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN EMERGENTES	
Comunicación educativa y comunicación para el desarrollo.	Se trata de una orientación muy particular de los trabajos, hacia la dimensión educativa y pedagógica de los medios. Incluye trabajos centrados en la dimensión del desarrollo, especialmente endógeno y local, de los medios.
Comunicación intercultural.	Estudios de comunicación, centrados en las variables culturales y las relaciones que se producen en contextos interculturales.
Nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC's).	Si bien es un ámbito incluido y/o que incluye los enfoques ya descritos, se trata de un ámbito con cierta autonomía en la actualidad.

Fuente: Elaboración propia, con diferentes referencias: ZALLO, 1992; MILLÁN, 1993; entre otros.

IV. ESTRUCTURA MASSMEDIÁTICA, ESTADO, POLÍTICAS Y AGENDAS DE INVESTIGACIÓN.

Para desarrollar esta investigación, consideramos cinco períodos históricos, de acuerdo a variables principalmente económicas y políticas:

- i. **Período 1970 - 1973,**
- ii. **Período 1973 - 1983(84),**
- iii. **Período 1983(84) - 1988(90),**
- iv. **Período 1988(90) - 1994,**
- v. **Período 1994 - 2003.**

Con el propósito de abordar cada período se seguirá los siguientes cuatro ámbitos de análisis:

- i. **La estructura económica y política de la información, la comunicación, la cultura y el conocimiento.**
- ii. **El rol del Estado nación.**
- iii. **La presencia/ausencia de políticas de información, comunicación y cultura; particularmente esta última, por dos razones:**
 - iii.a. **Las otras tienden a integrarse a ella.**
 - iii.b. **Es posible encontrar en los diferentes períodos, cierta explicitación de ésta, por sobre las otras.**
- iv. **La configuración de agendas de investigación y la producción de conocimiento (bibliografía).**

Antes de los análisis específicos de cada período, observemos algunas situaciones generales:

- i. **Sobre la estructura económica y política de la información, la comunicación, la cultura y el conocimiento.**

Para describir y analizar estos ámbitos en Chile, debemos considerar las siguientes tres dimensiones:

- a. **Política y económica**, referida al control, propiedad, concentración y financiamiento.
- b. **Simbólica y cultural**, relativa a los valores, estereotipos, prejuicios, ideologías, generalizaciones, discriminaciones (de rechazo abierto, negación o invisibilización) que se vehiculan. Por ejemplo: la tradicional cobertura y tratamiento de buenos contra malos; el abuso de conexiones entre hechos ("siguen...", "continúa...", etc.); la circulación (la homogeneización, decir cuantitativamente lo mismo; y la uniformización, decir cualitativamente lo mismo y de la misma manera).

- c. **Participación y democracia comunicacional**, que estudia el nivel de participación de las. La pregunta es: ¿qué formas existen y cómo estas permiten/impiden la participación de las comunidades en el proceso de producción mediática? Dicha participación debería presentarse en los diferentes niveles del proceso productivo, centrándose, especialmente, en el acceso: “esa pretendida concurrencia -todos los individuos tienen acceso a todas las fases del proceso de comunicación y en iguales condiciones [en cuyo caso lo fundamental es] definir en qué términos se evalúa el protagonismo de todos ellos en el intercambio comunicativo [y por lo tanto] preferimos utilizar el término concurrencia en lugar de competencia, pues este último conlleva un sentimiento de rivalidad en la consecución de un mismo objetivo” (TORRES LÓPEZ, 1985: 12, 88, 103)

En este escenario de carencia de concurrencia y de desigualdad generada en la transformación de las relaciones en el mercado (productores y consumidores) y la reducción de los productos, informativos, comunicacionales y culturales a mercancías de intercambio en dicho mercado, surge la necesidad de repensar las relaciones, los medios y las investigaciones.

Ahora bien, para avanzar en nuestro análisis, se considera una distinción operativa de los enfoques utilizados para describir y explicar los estudios desarrollados en Chile durante el período 1970-2003. Para ello, tomaremos como base la producción bibliográfica encontrada y la clasificaremos según su enfoque, objeto y objetivos, a fin de ordenar la producción desde una perspectiva crítica de la economía política.

Dentro de los enfoques predomina, aunque no exclusivamente, una perspectiva histórica social de la comunicación, porque permitió cubrir la necesidad de investigación durante un período sociopolítico que impedía trabajos más críticos o “ideológicos”, como los observados en la primera etapa (1970-1973). No obstante, la presencia de trabajos críticos no desaparece del escenario, sino más bien tiende a localizarse en una lógica de “investigación de trincheras”, desde las diferentes Organizaciones No Gubernamentales que surgirán durante la dictadura militar. Asimismo, predomina una postura ecléctica que se caracteriza por la toma de diversos enfoques en los estudios y publicaciones. Este eclecticismo impide la generación de aportes más significativos en los distintos ámbitos de estudio.

Considerando el último aspecto, resulta pertinente precisar que, por lo general, no es fácil clasificar las investigaciones y publicaciones realizadas en una u otra perspectiva. Las diferentes perspectivas cruzan

los niveles políticos, estructurales y económicos, aunque, naturalmente, habrá énfasis temáticos y predomios metodológicos.

Más que la búsqueda de generalizaciones y síntesis, el propósito es realizar una evaluación crítica y comprensiva global de la situación de los estudios de la comunicación en Chile, desde la perspectiva de la economía política. En tal sentido, la estrategia será revisar la producción considerando una clasificación previa, la cual, a su vez, surge del mismo proceso de revisión; por lo cual, dicha clasificación constituye un producto de la revisión y parte de este mismo proceso.

Si tomamos globalmente el período (1970-2003) y cruzamos de manera general la dimensión de la estructura económica y política con los otros aspectos, observaremos lo siguiente:

A. Los proyectos económicos y sociopolíticos: En el caso de la Unidad Popular con Salvador ALLENDE (1970-1973), se caracteriza, muy en general, por un modelo de estatización; posteriormente, un modelo liberal y luego neoliberal durante la Dictadura Militar (1973-1990) que, con matices y énfasis, se mantiene hasta hoy, cruzando los gobiernos democráticos de la Concertación de Partidos por la Democracia (1990-2003). En efecto, al breve e intervenido intento de ALLENDE, le sigue un proceso extenso que podemos sintetizar en tres momentos: un fuerte proceso de reestructuración y de apertura comercial (1973-1983); otro de regulaciones, principalmente económicas, en mercados considerados estratégicos, como la agricultura, además de devaluaciones de la moneda nacional e incremento de la protección a la industria nacional (1983-1988); y el último, caracterizado por un ciclo de crecimiento sostenido del Producto Interno Bruto (PIB), con importantes proyectos de inversión, especialmente extranjera (1989-1997) (ALARCÓN y STUMPO, 2002:137-139)¹².

Los procesos políticos y económicos son complejos y suponen matices; sin perjuicio de lo anterior, se observa un claro proceso de continuidad, especialmente en el plano político, desde 1985 hasta hoy, pues en general:

“La atención de las autoridades se ha concentrado en el mantenimiento de los equilibrios macroeconómicos y en profundizar la expansión exportadora de la economía chilena”

(ALARCÓN y STUMPO, 2002:139).

¹² Cecilia ALARCÓN, Consultora de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL; y Giovanni STUMPO, Oficial de Asuntos Económicos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL.

Por su parte, el fenómeno de concentración económica, particularmente preocupante en Chile, ha sido motivo de estudios ya a principios de la década del '60¹³. En la actualidad podemos incluso decir que:

“La propiedad del país Chile está compartida entre pocos nacionales y algunos extranjeros [donde] el 10% más pobre accede sólo al 1,3% del ingreso, mientras el 10% más rico logra el 45,6% (y) el 20% chileno más rico posee el 61% del ingreso, contra el 3,3% del más pobre”.
(CARMONA, 2002:65 y 239).

Esta concentración económica, descrita por LAGOS hace más de 40 años se mantiene y agudiza, y se manifestará muy claramente en la concentración de la propiedad de los medios de comunicación masiva, tanto por el control de los propios medios -en el cual figuran varios de los “dueños de Chile”, como titula CARMONA en su libro-, sino también por el control ideológico de los contenidos, por ejemplo, a través del mercado publicitario -mercado que se hace hoy fundamental para la producción *massmediática*. Se agrega a ello las escasas experiencias de investigación sobre el control de la propiedad del *mercado massmediático* y la reciente incorporación de la variable del mercado publicitario en las investigaciones (SUNKEL y GEOFFROY, 2001:25), caracterizado por un bajo perfil en el análisis crítico, pues existe una excesiva preocupación por la incorporación de productos de comunicación mediática y cómo estos influyen en los lectores-consumidores; es decir, estudios de audiencia que responden más a intereses de los propietarios de los medios que a una preocupación de la dimensión económica y política, o a una investigación socialmente orientada (DEL VALLE, 2000:30). De hecho, lo que comenzó como experiencias de comunicación educativa (educación) o pedagogía de la comunicación durante la reforma educacional en Chile, orientada a crear consumidores críticos de medios, se transformó rápidamente en una experiencia funcional al *mercado massmediático*, en la cual participan directamente, como auspiciadores, por ejemplo el Grupo Edwards, con El Mercurio, y universidades privadas. Los alcances críticos de una comunicación educativa o una pedagogía de la comunicación hoy se conocen como “Prensa en la Escuela” o “Periodismo Escolar”, con énfasis en una lógica funcional a los medios (formación de lectores) o de captación de alumnos (en el caso de las universidades privadas, que integran alumnos de Enseñanza Media). (DEL VALLE 2000:30).

¹³ Ver la investigación desarrollada y publicada por Ricardo LAGOS (1961): *La concentración del poder económico*, Santiago de Chile, Editorial del Pacífico.

No se trata de cuestionar, *a priori*, la participación de las empresas en los procesos educativos, sino de discutir cómo esta participación genera una funcionalización en beneficio de las empresas o cómo esta participación afecta el énfasis en los aspectos críticos del consumo *massmediático*, que influye la agenda de investigación.

B. Falta de transparencia del mercado *massmediático*, pues, para desarrollar las investigaciones no se ha contado con el acceso necesario a los datos referidos particularmente a aspectos como: propiedad/ propietarios, tipo de financiamiento/financistas, inversión/inversores y beneficios/gastos, participación del mercado publicitario/empresas que publicitan, audiencia/mediciones, etc. (SUNKEL y GEOFFROY, 2001:11). Lo anterior tendrá dos consecuencias específicas:

- a) Una directa, reflejada en la carencia de estudios que aborden específicamente la estructura política y económica del *mercado massmediático* en Chile.
- b) Una indirecta, evidenciada en un repliegue hacia otros campos de estudio, como el histórico social, semiótico y teoría del discurso, centrados particularmente en los productos *massmediáticos* (textos-noticia) y, en definitiva, los aspectos del producto y no los aspectos relacionados con el proceso de producción (forma, valor y trabajo), la estructura (propiedad, control, concentración, monopolio, oligopolio) y la organización (empresa).

C. Un fuerte componente ideológico, pues efectivamente, como sostienen SUNKEL y GEOFFROY (2001):

“La peculiaridad del caso chileno es que estos procesos económicos [de concentración] van acompañados de un marcado ‘monopolio ideológico’ [y] la presencia de grupos extranjeros que se mueven en la lógica de la ‘industria de la entretención’, van copando los espacios comunicativos y relegando a los márgenes la diversidad cultural y política”
(SUNKEL y GEOFFROY, 2001:114 y 115).

D. Una fuerte intervención del Estado, en el sentido no de desregular, sino de re regular el *mercado massmediático*. Aunque prevalecen discusiones sobre el rol asumido por el Estado, especialmente durante la dictadura militar, parece evidente que, existiendo matices, el rol del Estado tiende a la intervención, siguiendo un modelo neoliberal,

particularmente a partir de 1983-84 (ALARCÓN y STUMPO, 2002:138; MAGGI, 2003).

En efecto, corresponden a este proceso la creación de instancias de intervención económico-productiva como CORFO y PROCHILE (1982) y la eliminación de la "prensa política" al comenzar la dictadura, la cual

"deja a los medios que conformaban el núcleo oligopólico sin competencia posible y, con ello, se va conformando un sistema en el que dos conglomerados lideran el mercado del sector"

(SUNKEL y GEOFFROY, 2001:31).

Y en términos económicos,

"el estado chileno interviene en el mercado de las comunicaciones principalmente a través de la regulación de la propiedad [utilizando] diversas normas relativas a la propiedad de los medios de comunicación que se encuentran diseminadas en la legislación chilena".

(SUNKEL y GEOFFROY, 2001:19).

E. La inexistencia de políticas comunicacionales, especialmente en el incentivo de medios locales. En efecto, las actuaciones del Estado durante este amplio período (1970-2003) corresponden a **medidas políticas** para intervenir determinada estructura *massmediática* y eso es muy distinto a generar **políticas de comunicación**.

Lo que observamos, sin embargo, es un vínculo entre la estructura *massmediática* y las estructuras de poder político y económico.

En síntesis, el panorama del *mercado massmediático* ha estado fuertemente influido por la ausencia de políticas de comunicación. De hecho, se observan:

- a) Fuertes **medidas políticas** para estructurar y reestructurar el *mercado massmediático*, en determinados momentos, como el cierre de medios al inicio de la dictadura militar.
- b) Una serie de **disposiciones legales inorgánicas**, que no responden a una política pública clara

Es decir, medidas políticas y disposiciones legales, pero no políticas de comunicación.

F. Inexistencia de políticas de investigación en comunicación. Por un lado, mediante los fondos públicos de investigación (FONDECYT) se ha generado una tradición, breve, por cierto, basada en una comprensión de ciertos "medios de comunicación de masas". En

tanto, los fondos privados, en la actualidad, están concentrados: (a) **ideológicamente**, a través del Instituto Libertad y Desarrollo, que representa a la derecha más conservadora en Chile; el Centro de Estudios Públicos, CEP, vinculado más a la clase empresarial y, por ende, desarrollando investigaciones para este sector; la Fundación Chile 21, la Fundación Centro de Estudios Sociales, CESOC y Asuntos Públicos.Org, vinculadas, estas tres, a la Concertación de Partidos por la Democracia. Y (b) **corporativamente**, a través del financiamiento que ofrece el Consejo Nacional de Televisión por lo cual, naturalmente, responde a los criterios e intereses de quienes integran los canales de televisión en Chile: pública, pero cada vez más privatizada (TELEVISIÓN NACIONAL DE CHILE); con intereses particulares específicos (CANAL DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO Y DE VALPARAÍSO); y con intereses empresariales nacionales y/o internacionales (MEGAVISIÓN, CHILEVISIÓN, LA RED).

G. El alto nivel de concentración y centralismo económica, política y territorial. Efectivamente, se observa un proceso de centralización, al menos, en dos ámbitos:

- a) **Territorial**, pues la mayor parte de los medios pertenecen a reducidos grupos de carácter oligopólico que, desde la capital del país (Santiago) controlan el *mercado massmediático*: dos consorcios de prensa, dos consorcios y tres empresarios de radio y cinco canales de televisión. De todos ellos, sólo una cadena de radiodifusión ha surgido en una región, aunque su lógica de administración y gestión es similar a las cadenas nacionales. Excepto el caso de algunos diarios regionales, se trata de una estructura político-administrativa, económica y programática centrada cada vez con más fuerza en la capital, en la cual se toman las decisiones significativas. Se insiste en lo de "algunos diarios regionales", pues recientemente la cadena El Mercurio compró varios de los periódicos de regiones, asentando aún más la concentración.
- b) **Económica y política**, aunque existen medios "locales" y "zonales", se observa una centralización económica y política, pues estos se integran plenamente a los grandes grupos señalados (como "cadenas de radiodifusión", "diarios regionales" o "programación envasada"), con una excesiva concentración de las decisiones. Estas lógicas de centralización localizada, responden al fuerte proceso de "satelización"¹⁴.

¹⁴ Noción que se utiliza genéricamente para explicar el proceso gradual de pérdida de la producción local de los medios, mediante su incorporación a los

“Se expresa [la centralización] en el carácter dominante que han adquirido las empresas que se desarrollan desde la Región Metropolitana para expandirse hacia otras regiones del país [y] cada vez es más fuerte la presencia de audiencia en regiones de radios que pertenecen a grandes consorcios”. (SUNKEL y GEOFFROY, 2001: 116).

Y en un sentido más general y complejo,

“[a] las técnicas necesarias para la producción, muy costosa [b] la exigencia de considerables capitales financieros [c] la regularidad de la concentración financiera en el sector [y, c] la influencia de la publicidad, al convertirse los ingresos por este concepto en base de supervivencia de los medios de comunicación de masas [son circunstancias que] provocan los fenómenos de concentración que favorecerán a los medios más fuertes, pues sólo la gran empresa estará en condiciones de rebajar sus costes y aumentar el valor del producto, dificultando, además, la entrada en el mercado de nuevas empresas [asimismo] La conversión de los medios en empresas significa, desde el punto de vista económico-financiero, que serán estas organizaciones las que asumirán la inversión que requiere el inicio del proceso de comunicación, así como el gasto que implique su desarrollo. Lo que en el contexto mercantil lleva consigo, en primer lugar, que el control y la gestión de la actividad de los medios (de la vida de la empresa) pertenezca a quienes soportan dicha carga financiera”. (TORRES LÓPEZ, 1985: 83 y 101).

- G. Finalmente, **en el mercado massmediático no se observan esfuerzos multimedia**, salvo algunos intentos recientes y habitualmente fallidos, como las incursiones de El Mercurio en el ámbito de la televisión por cable; o de la Compañía Chilena de Comunicaciones que contó, en un momento, con una radio, un canal y una revista (de nombre Rock & Pop, todos ellos); o del

grandes conglomerados. La referencia es muy directa al fenómeno de la radiodifusión, por su magnitud. Se inició con la compra y fusión de los medios locales, para luego reducir paulatinamente la programación local, hasta eliminarla por completo. Esta lógica, iniciada a fines de la década de los '90, se fundamenta principalmente en la relación con el mercado publicitario: mayor concentración = mayor cobertura; mayor cobertura = mayor publicidad; mayor publicidad = mayores ingresos.

Grupo Claro con su incursión en la televisión abierta y por cable y la prensa. Por último, tenemos los casos históricos del Consorcio Periodístico S.A., COPESA, que agregó a la prensa, la radio Zero y el canal de televisión La Red; y el caso de un proyecto orientado a la audiencia de rock en Chile y que incluye prensa (revista), radio e internet (Rockaxis).

ii. Sobre el rol del Estado nación

Una de las variables que se incorporará en los análisis periódicos posteriores, es el rol del Estado nación y su evidente proceso de crisis. De esta forma, procede, primero, una caracterización teórica y conceptual de la noción de Estado nación, cuyos orígenes nos aportan aspectos significativos sobre su actual crisis.

Una aproximación genealógica y crítica del modelo de Estado nación se centrará en distintos niveles: (a) político-administrativos, (b) culturales y simbólicos, y (c) socioeconómicos. Consideraremos para ello los siguientes hitos:

- a) Construcción del Estado nación de Chile, a partir del proceso de independencia como colonia de España.
- b) Consolidación del Estado nación de Chile, a través de los diferentes ensayos político-administrativos y proyectos socioeconómicos.
- c) Proceso de crisis, especialmente en los modelos de desarrollo.

La hipótesis es que la crisis del modelo Estado nación en Chile es al mismo tiempo una crisis política y económica y una crisis de las identidades¹, particularmente, pero no exclusivamente, étnica, y de la trayectoria de una etnonación política a partir de una etno-nación cultural. Es decir, resulta pertinente explicar la crisis del Estado nación en Chile como una crisis en un doble sentido: (i) del debilitamiento del diseño político del Estado-nación, en relación al fortalecimiento del mercado (factores exógenos); y (ii) de la frustración de la trayectoria posible del diseño político, a partir de las diferentes identidades.

Sin embargo, como este trabajo se centra particularmente en aspectos referidos a la investigación de la comunicación en Chile, durante los últimos 30 años, no se profundizará en los aspectos históricos referidos a la crisis del modelo Estado nación en Chile, más allá de lo que ya se ha enunciado. En tal sentido, resultan de interés especialmente los aspectos referidos a los grupos étnicos, pues asiste la convicción de que la dinámica de su inclusión/exclusión de la vida social y política ha estado vinculada también a una cierta dinámica de inclusión/exclusión/reclusión

¹ Aunque prefiero hablar de identificaciones, para asumir el carácter sociocultural flexible y dinámico que predomina en la actualidad

de los ámbitos de investigación, conservando aquellos procesos en que se comportan como "objetos" de estudio.

Sin perjuicio de lo anterior, resulta importante observar la relación que se establece entre el surgimiento y consolidación del modelo Estado nación chileno y la prensa de la época. En efecto, hasta mediados del siglo XIX el Estado nación de Chile había mostrado escaso interés por los territorios de La Araucanía -actual IX región-, pero la grave crisis económica de comienzos de la segunda mitad del siglo XIX (1857) hace centrar la mirada hacia los territorios del sur. De hecho, los analistas de la época coinciden en que el futuro del país está en los "fértiles campos de Arauco". Y para fines de la década del '50 está tomada la decisión de invadir las tierras indígenas. Pero estas acciones no responden sólo a una coyuntura del Estado nación chileno, sino que forman parte de un discurso amplio en latinoamérica, según el cual el progreso está asociado exclusivamente a las formas de vida alcanzadas en Europa Occidental y Estados Unidos; y según dicho discurso, se percibe al indígena como un obstáculo para alcanzar el progreso: "sus tierras se consideraron vacías y se proclamó, como deber de los gobiernos, poblarlas y erradicar la barbarie" (PINTO, 2000:130). El periódico *El Ferrocarril* se refirió en aquella época a La Araucanía como una zona de recursos inagotables, manantial de riqueza que requería de brazos y capitales para consolidar una próspera agricultura (23 de mayo de 1859). Así se construye un discurso sobre una región deseada.

A través del periódico *El Mercurio* la clase dirigente se niega a aceptar algunas razones para la invasión de La Araucanía, y expone las propias:

"No se trata sólo de la adquisición de algún retazo insignificante de terreno, pues no le faltan terrenos a Chile; no se trata de la soberanía nominal sobre una horda de bárbaros[...] se trata de formar de las dos partes separadas de nuestra República un complejo ligado [...]en fin, se trata del triunfo de la civilización sobre la barbarie, de la humanidad sobre la bestialidad". (5 de julio de 1859).

El Mercurio mantendrá ininterrumpidamente este discurso anti-indigenista y pro-bélico. Dicho discurso también es sostenido por historiadores de la época, como testimonian las palabras de VICUÑA MACKENNA en una conferencia pronunciada en Nueva York en 1866:

"encontrar hoy día en Chile un indio o un negro es una cosa poco menos que imposible[...] aunque seamos sólo dos millones de almas, representamos una población casi tan grande como la de Méjico, que tiene seis millones de indios, enteramente inútiles para la civilización, y por

consiguiente, más inclinados a combatirla que a aceptarla" (1867:15).

iii. **Sobre las políticas de información, comunicación y cultura.**

La hipótesis que guía el análisis de esta sección es que durante los tres últimos procesos políticos (que son al mismo tiempo, culturales, sociales y económicos) vividos en Chile: Gobierno Socialista de la Unidad Popular (1970-1973), Dictadura Militar (1973-1990) y Gobiernos de la Concertación: Transición con Patricio AYLWIN, Demócrata Cristiano, (1990-1994); Gobierno de Eduardo FREI, Demócratacristiano, (1994-2000); y Gobierno de Ricardo LAGOS, Socialista (2000-2003), el estatus y condición de la cultura ha atravesado diseños muy diferentes, diferencias que se sustentan en énfasis ideológico-políticos:

- i) Un proceso de popularización, durante el Gobierno Socialista de Salvador ALLENDE (1970-1973).
- ii) Un proceso de invisibilización y anulación, durante la Dictadura Militar (1973-1990); puesto que la cultura era sentida como un riesgo para el régimen. En efecto, cultura fue sinónimo de crítica al sistema, alzamiento de las "masas" o, en el mejor de los casos, sólo un tema para un grupo de intelectuales de sospechosa ligazón al derrocado gobierno de Salvador ALLENDE (las sospechas se mantuvieron durante años y **toda la cultura estuvo bajo sospecha; esto es, las actividades culturales**).
- iii) Finalmente, un paulatino proceso de politización, durante el período de la Concertación de Partidos por la Democracia (1990-2003), en el cual se mantiene la constitución y otras estructuras del diseño militar. Durante el **Gobierno Patricio AYLWIN la cultura es asumida silenciosamente (y silenciada), pues había que evitar cualquier inestabilidad; durante el Gobierno de Eduardo FREI, la cultura era apenas murmurada**, y la creación de un Departamento de Cultura, dirigido por José Joaquín BRÜNNER y Pablo HALPERN, constituye un dispositivo que instrumentaliza la cultura para acercar la política y el político (FREI) a la gente. Se realizan actividades masivas dirigidas por el presidente, en las cuales la cultura (y toda actividad cultural) es confundida en un complejo y estratégico tejido político personalizado en la figura del presidente. El propósito declarado es acercar la imagen del presidente a los electores. Y, finalmente, durante el **Gobierno de Ricardo LAGOS, se sale a las calles**, con una mixtura de batucadas brasileñas y rock juvenil, para acercarse a la gente y **popularizar la agenda política**, que habla y no deja de hablar de

macroeconomía, tratados de libre comercio, cumbres de presidentes, foros internacionales, etc.

El diseño de políticas de comunicación desde el Estado en diferentes países de Latinoamérica durante los últimos veinte años, ha estado vinculado a experiencias autoritarias (como el caso de Argentina y Chile); es decir, ha estado vinculado a la ausencia de debate político y social, con la preponderancia de un núcleo de decisión política sostenido por el autoritarismo, que estableció relaciones a veces contradictorias con los propietarios de medios y se las impuso al resto. Por otra parte, estas experiencias de diseño de políticas de comunicación en Latinoamérica mantienen una estrecha relación entre el Estado, a partir de un oficialismo con mayoría parlamentaria, y los intereses económicos hegemónicos.

En Chile, la situación de las políticas de información y comunicación se caracteriza por:

- a. **La inexistencia de políticas explícitas**, en cuyo caso se asume que "la mejor política es no tener políticas".
- b. **La reducción de las políticas a una intervención legislativa**: Decreto N° 7.030 de 1958; Ley de Televisión N° 17.377, de 1970; y Ley N° 19.132 de 1992; en el caso de la televisión; "Ley PINOCHET de Telecomunicaciones" para las concesiones radiales a partir de 1982 y Ley General de Telecomunicaciones, de 1994.
- c. **La intervención por contingencia**, actuándose normalmente cuando la situación supera la normativa existente, como ocurrió con el caso de la Radios de Mínima Cobertura (radios locales y comunitarias), las cuales debieron permanecer varios años en la ilegalidad, para caer luego en la ilegalidad. En la actualidad el problema tiene nuevos matices, pues la normativa restringe la potencia de estas radios a menos de 1 watt (Art. 3), las cuales han tenido un significativo impacto en las comunidades y han aumentado, "ilegalmente" su potencia.

En el ámbito de la comunicación pública, los distintos gobiernos han pasado de actuaciones motivadas ideológicamente -y, por lo tanto, "legales" y coyunturales-, a la inexistencia de políticas públicas explícitas en esta materia, por lo cual se podría hablar de una política basada en "no tener políticas". Durante los últimos años, encontramos la propuesta del Presidente LAGOS, pero las posibles acciones orientadas a una organización y uso público de la comunicación, se enfrentaron a una férrea estructura política; pues dichos esfuerzos sintieron la oposición no sólo de la clase política, sino también de los poderes del Estado.

Como en el caso de las referencias a la crisis del modelo Estado nación en Chile, la situación de las políticas culturales sólo será descrita

de manera general, para no desviar nuestra atención de los ejes centrales: la investigación de la comunicación en Chile, durante los últimos 30 años.

iv. Sobre la configuración de agendas de investigación.

Como se ha señalado, los estudios formales realizados en Chile sobre la comunicación se centran principalmente en nueve tópicos. De tal forma que, por ejemplo, de los dieciocho (18) proyectos de investigación FONDECYT¹⁵ relacionados con la comunicación en alguna de sus formas y dimensiones, financiados desde el año 1982 a la fecha, los temas abordados, en orden de prioridad, son los siguientes:

- 1) **La televisión y el cine:** aspectos históricos, lógicas de consumo, medición de calidad y estructura dramática. *Cinco proyectos (2003, 1996, 1996, 1991 y 1987).*
- 2) **Historia de la prensa y del libro.** *Tres proyectos (1996, 1989 y 1987)*
- 3) **Prensa, sociedad, popularización y cultura de masas.** *Tres proyectos (2003, 2001 y 1993).*
- 4) **Nuevas tecnologías de la información y la comunicación: usos y aplicaciones.** *Dos proyectos (2003 y 1988).*
- 5) **Lógicas de consumo de medios de comunicación.** *Un proyecto (1998).*
- 6) **Comunicación y política.** *Un proyecto (1992).*
- 7) **Construcción de la noticia (deportiva).** *Un proyecto (1994).*
- 8) **Ética de la información.** *Un proyecto (1995)*
- 9) **Políticas culturales en Chile.** *Un proyecto (1985).*

Ahora bien, si consideramos estos 18 proyectos entre el año 1982 y el 2003, y lo comparamos con el promedio de 1.200 proyectos aprobados anualmente, tenemos una relación desequilibrada entre el área de las Ciencias de la Información y la Comunicación (0, 075%) y otras áreas del conocimiento. Lo anterior no puede ser sólo atribuido a las políticas y la agenda promovida desde el Estado, sino también a la agenda y líneas de investigación priorizadas por los propios centros de Investigación en Chile.

Asimismo, encontramos una serie de proyectos también financiados por FONDECYT a partir del año 1982, correspondientes a ámbitos como: discurso, tradición popular, fonética, oralidad, filología, entre otros, que se vinculan con el amplio campo de la comunicación.

Desde el punto de vista del objeto de estudio, el enfoque y la(s) estrategia(s) metodológica(s) predominantes son:

¹⁵ Ver <www.fondecyt.cl>

- a. **Como objeto de estudio:** investigaciones de los medios de comunicación de masas, especialmente la televisión y las lógicas de consumo.
- b. **Como estrategias metodológicas:** investigaciones a través de la utilización de análisis de tipo discursivo-textual, referidos especialmente a las representaciones de determinados grupos sociales (indígenas, jóvenes, etc.); particularmente análisis semiótico o semiológico, análisis historiográfico, análisis de contenido, entre otros.
- c. **Como enfoques.** Posturas eclécticas, que integran investigaciones de carácter histórico social de la comunicación (historiografía), semiótica o semiología, teoría del discurso, etc.

Esta información es relevante, pues explica en parte importante la comprensión que se tiene de los "medios de comunicación de masas", las aproximaciones teórico-conceptuales realizadas y el rol del Estado nación en la configuración de las agendas, pues en este caso, nos referimos a proyectos concursados a los fondos públicos del Estado.

Con ánimo de justicia, estos datos no sólo indican el apoyo brindado, o no, por el Estado -que, por cierto, carece de políticas respecto de estas temáticas y, en general, la tendencia es a fomentar las "ciencias experimentales", la integración de la investigación y/en el mercado y a buscar la integración en las políticas internacionales, especialmente de Estados Unidos y, recientemente, de Europa-, a través de fondos públicos para "ciertos temas" (es el caso de los estudios financiados por la Unión Europea o la Sociedad Interamericana de la Prensa, en torno a Libertad de Expresión y Derechos Humanos), frente a otros posibles; sino que también da cuenta, siguiendo el razonamiento anterior, del tipo de propuestas de investigación realizadas desde las Facultades de Comunicación, los Programas de Periodismo, Licenciatura en Comunicación Social y los Centros de Investigación. Por lo tanto, se trata de una co- responsabilidad. Por ahora, la única evidencia que tenemos corresponde a estos datos, especialmente los proyectos financiados por el Estado, que dan cuenta de las tendencias de la investigación en Chile, en el ámbito de la comunicación.

En efecto, a los datos de productividad señalados anteriormente, debemos agregar importantes estudios de la información, la comunicación y los medios de comunicación desde otras disciplinas y perspectivas: **teoría semiótica o semiológica**, por ejemplo, el estudio de los dibujos animados en Chile: sintaxis, circulación y recepción, realizado por Rafael DEL VILLAR y Víctor FAJNZYLBER; **teoría del discurso e interculturalidad**, por ejemplo, la investigación sobre los grupos indígenas, particularmente mapuches, a partir de la noción de "discurso

público", realizado por Hugo CARRASCO, **teoría literaria** por ejemplo, estudios de las formas narrativas de/en los medios; **teoría literaria e interculturalidad**, por ejemplo, estudios sobre las formas interculturales e intraculturales en la literatura, realizado por Iván CARRASCO; **teoría lingüística**, desde las diferentes formas de lenguaje presentes en los medios hasta sus propias particularidades. Todas ellas deben ser incorporadas a la discusión, pues, efectivamente, son generadoras de conocimiento y discusión sobre los "medios de comunicación de masas", en cuyos casos las miradas disciplinarias presentes contribuyen al enriquecimiento de la comprensión del objeto y campo de estudio.

En general, la investigación sobre la estructura, la economía y la política de la información, la comunicación y la cultura en Chile, durante las últimas tres décadas, se caracteriza por ciclos muy irregulares, cruzados fuertemente por las variables políticas e ideológicas, económicas y sociales. En efecto, observamos ciertos momentos significativos, precisamente motivados o reforzados por las circunstancias sociopolíticas y económicas, que han influenciado aspectos fundamentales como las agendas y el financiamiento. Además de esta irregularidad, como se ha visto, notamos una restricción temática de la investigación formal de la comunicación y el predominio de una evasiva mirada ecléctica.

4.1. Período 1970-1973.

Desde el punto de vista de la estructura política y económica de la información y la comunicación y el rol del Estado, existe una estrecha vinculación entre el *mercado massmediático* y la estructura político-ideológica, pues los distintos partidos políticos poseen medios de comunicación, especialmente prensa (diarios o revistas). Este periodismo de trinchera (VERA, 1998), tendrá una fuerte presencia hasta 1973, liderada por una "prensa de izquierda" y una "prensa demócrata cristiana". Por ejemplo, el Partido Comunista edita dos medios (diario El Siglo y revista Principios), el Partido Socialista, también dos medios (revista Arauco y diario Las Noticias de Última Hora) y el Partido Demócrata Cristiano, otros dos medios (diario La tarde y revista Política y Espíritu). Durante el gobierno de Salvador Allende se fortalecerá la oferta *massmediática*, surgiendo otros tres medios de izquierda (revistas Punto Final y Chile Hoy, y diario Puro Chile), y un medio de la Democracia Cristiana (diario La Prensa).

En el mercado radial, los diferentes partidos políticos también adquirirán medios. Así, los sectores más cercanos al presidente ALLENDE tienen Radio Portales; el Partido Socialista, Radio Corporación; el Partido Comunista, Radio Magallanes; el Movimiento de Izquierda Revolucionaria, MIR, Radio Nacional; el MAP, Radio

Candelaria y la Central Unitaria de Trabajadores, CUT, Radio Luis Emilio Recabarren.

Históricamente, la televisión en Chile se inicia de manera centralista, experimental y es asumida por tres universidades:

- Universidad Católica de Santiago.
- Universidad de Chile.
- Universidad Católica de Valparaíso.

Sólo en 1964 logra consolidar su etapa experimental, agregándose en 1968 un cuarto canal, de carácter gubernamental y con vocación estatal y proyección nacional:

- Televisión Nacional de Chile.

Este es el panorama que habrá durante el período 1970-1973, el cual no variará sino hasta última etapa de la dictadura militar, período que no sólo transformará la situación en general, sino que también creará otras condiciones propicias para la privatización.

El proceso de transformaciones de la televisión chilena tiene varios hitos, que abarcan entre 1967 y 1970.

En efecto, la Reforma Universitaria, a partir de 1967, en Chile, producirá un replanteamiento administrativo y programático de la televisión, aunque cada canal tendrá una experiencia muy particular, con énfasis y direcciones distintas.

El plano legislativo constituye la mayor intervención desde el Estado, pues a la Ley Orgánica de 1958 (Decreto N° 7.039) se suma la Ley de Televisión de 1970 (Ley N° 17.377). Esta ley es fundamental, pues dará las bases de un concepto de televisión que defiende los valores del pluralismo, la democracia, la paz, la tolerancia y el respeto de la diversidad de opiniones; protección de la dignidad de las personas, la familia, etc.

La posterior intervención, también legislativa, durante el régimen militar, dará cuenta de dos situaciones en la relación Estado-televisión:

- i. Una relación reducida al ámbito legislativo.
- ii. Una relación contingente y de instrumentalización política.

En relación a las políticas de información, comunicación y cultura, efectivamente, como adelantamos, se observa una referencia a las políticas culturales y una ausencia de las otras, principalmente porque se asume una integración de todas ellas. La condición de las políticas de información, comunicación y cultura durante este período la hemos considerado como "el período de las políticas de popularización", mención que, como se hará con las otras etapas más adelante, se trata, en verdad, de la "cultura como instrumento popular". En efecto, una de las primeras cuarenta medidas del Gobierno de Salvador ALLENDE es:

- La creación del Instituto Nacional del Arte y la Cultura que propone, además, la generación de Escuelas de formación artística en todas las

comunas del país. Como veremos luego, el Gobierno de Ricardo LAGOS retornará a este mismo diseño, con la reciente creación (2003) del Ministerio de Cultura.

Resulta evidente comprender que el gobierno de salvador ALLENDE intervendrá no sólo la concepción de los medios -por ejemplo, la Ley sobre la Televisión y su orientación pública y social-, sino también el incentivo de las investigaciones, como por ejemplo, los trabajos de MATTELART en el ámbito de una emergente comunicación educativa:

“Estos medios de comunicación (radio, editoriales, televisión, prensa, cine), son fundamentales para ayudar a la formación de una nueva cultura y un hombre nuevo. Por eso se deberá imprimirles una orientación educativa y liberarlos de su carácter comercial, adoptando las medidas para que las organizaciones sociales dispongan de estos medios eliminando de ellos la presencia nefasta de los monopolios.

El sistema nacional de cultura popular se preocupará especialmente del desarrollo de la industria cinematográfica y de la preparación de programas especiales para los medios de comunicación masiva” (ALLENDE).

Asimismo, uno de los documentos aparecidos recientemente da cuenta de los alcances de la visión que el gobierno tenía sobre las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, TIC's. Se trata de SYNCO, el cual consistió en un proyecto tecnológico para controlar la producción de las industrias estatadas a través de un sistema de información en tiempo real. El proyecto, elaborado conjuntamente por el psicólogo y filósofo Stafford BEER y un equipo de ingenieros del Instituto Tecnológico de Chile (INTEC), intenta aplicar el “modelo de los Sistemas Viabes”, basado en los principios biológicos: el cerebro toma la mayor parte de las decisiones, pero no controla todo. El Modelo debía tender a aumentar la participación de los trabajadores. Según consta, el sistema funcionó y a él se integraron dos tercios de las empresas controladas por el Estado. Desde un punto de vista estratégico, el sistema fue utilizado para tomar decisiones políticas durante el paro de los camioneros. Así emergen los usos de SYNCO frente a las crisis políticas¹⁶.

¹⁶ Ver el periódico *The Clinic*, publicado en Santiago de Chile, el jueves 10 de julio de 2003, N° 107, año 5; y que corresponde a una entrevista con Eden MILLER, quien realiza su tesis doctoral sobre este proyecto, en el Instituto Tecnológico de Massachussets, MIT. Para más detalles ver BEER, Stafford (1972): *Brain of the firm: a development in management cybernetics*, Herder and Herder.

Por su parte, sobre la investigación y la construcción, o no, de agendas de investigación, este período se caracteriza por el fuerte componente político-ideológico, lo cual favorece especialmente una producción científica y/o bibliográfica desde ciertas perspectivas sociocríticas, tales como: (a) la **semiótica o semiológica**, particularmente la última, por la influencia de la corriente francesa de MATTELART; (b) la **economía política de las industrias culturales**, siendo un ejemplo de este último ámbito los trabajos de MATTELART, DORFMAN, PICCINI, los cuales abordan una discusión crítica de las diferentes formas de "comunicación masiva" (desde los medios tradicionales hasta los cómics) y su relación con la esfera ideológica; (c) la **comunicación educativa**, con las contribuciones del mismo MATTELART, sobre los usos educativos de los diferentes medios. Un ejemplo de este esfuerzo lo constituyen las experiencias de trabajo audiovisual que realizó MATTELART con los obreros de QUIMANTÚ, la empresa más grande de Chile y una de las principales empresas que representa el proceso de estatización del gobierno de la Unidad Popular. Sobre experiencias educomunicativas como ésta hay sólo referencias, pero, lamentablemente, no sistematizaciones ni registros. Es el caso de la producción y análisis de un documental sobre la Reforma Agraria solicitada a la Pontificia Universidad Católica de Santiago de Chile por el gobierno de la Unidad Popular.

Asimismo, corresponde a este período cierta producción de conocimiento formal (bibliografía) desde la **Perspectiva histórico-social de la comunicación**, como el libro de ARIAS (1970), que recopila la experiencia detallada de 300 periódicos obreros, entre los años 1900 y 1930. Este esfuerzo, es una clara muestra del intento de recuperación de la memoria histórica de las experiencias de los "medios de comunicación" y su relación con el ámbito ideológico-político. Los medios, no pretenden ser presentados como neutros, ni a-históricos.

En general, la investigación en comunicación durante este período fue específica y original, con énfasis en las variables ideológicas. Fueron habituales los estudios críticos sobre la producción televisiva estadounidense y sus aspectos ideológicos y sobre las lógicas de consumo, particularmente a partir de la contradicción entre formas de recepción: receptores asiduos y receptores críticos, incluso anti-imperialistas, una problemática no menor que, actualmente, tiende a ser estudiada desde una perspectiva sólo de producción; esto es, desde los intereses de la instancia emisora-productora.

Sobre la producción bibliográfica, corresponde a este período el ya conocido trabajo de MATTELART y DORFMAN¹⁷, texto que surge también desde la relación con los obreros de la empresa estatal QUIMANTÚ. La empresa imprimía diferentes revistas (Vanidades, Chile Hoy y revistas de Walt Disney). Las investigaciones procedían de diversos enfoques. Asimismo, es importante señalar que no existen registros de este período en las bases de datos del Fondo Nacional de la Ciencia y la Tecnología (FONDECYT), pues estos comienzan el año 1982; con lo cual no sólo no podemos proporcionar mayor información sobre los proyectos de investigación financiados a través de los fondos públicos del Estado, sino que no podemos establecer otras conclusiones sobre la situación más específica de la investigación en comunicación en este período.

En síntesis, las circunstancias sociopolíticas e ideológicas explican y definen este período, el cual se destacó por el uso de ciertas estrategias metodológicas: análisis semiológico, análisis de contenido y comunicación educativa (AVENDAÑO, 1999: 46 y 47); a las cuales agregamos las evidencias de esfuerzos desde una economía política de los medios de comunicación masiva. Prevalecen como perspectivas: el enfoque historiográfico (34%), el modelo semiológico (33%) y la integración de la comunicación y educación (33%).

4.2. Período 1973-1983(84)

La distinción que se ha hecho del período de la Dictadura Militar, entre los años 1973 y 1983(84) y 1983(84) y 1988(90), con las evidentes imprecisiones que marcan los paréntesis, obedece principalmente a las características económicas. En efecto, hay diferencias notables entre el primer período de la Dictadura, en el cual se busca un sistema político y económico, tras la completa desestructuración realizada, y que corresponde a un período de búsqueda y ensayo de dicho modelo; para lo cual, incluso, se apuesta por la formación en Estados Unidos (Universidad de Chicago) de quienes deberán luego dirigir las transformaciones (los llamados "*Chicago Boys*"). De tal forma que lo que en un primer período será una apuesta por un modelo económico y político con tendencias a la liberalización, reforzada con la Constitución de 1980 que legitima todas las acciones posteriores, se transformará en el segundo período en una confirmación plena de dicho modelo, ya con tendencias a la neo liberalización, esto es, a la práctica extrema de los postulados de la economía liberal.

¹⁷ Ver MATTELART, Armand y DORFMAN, Ariel (1970): *Para leer al Pato Donald*, Valparaíso, Ediciones Universitarias de Valparaíso.

Aunque los impactos sobre la investigación de la información, la comunicación y la cultura serán menores, si se observará claramente un proceso de concentración económica e ideológica de los "medios de comunicación de masas". Pasando de una postura puramente ideológica, con el cierre de todos los medios de izquierda y la concesión de estos a particulares, a una abierta configuración de monopolios y oligopolios.

A la enajenación y la ruptura de los equilibrios ideológicos en la propiedad de los medios, se sumará la transformación de los productos informativos, comunicacionales y culturales en mercancías y productos de intercambio en un sistema de mercado que emerge violentamente en la sociedad chilena.

Desde el punto de vista de la estructura económica y política de la información, la comunicación y la cultura, la situación anterior cambiará radicalmente con la Dictadura Militar y sólo quedará, hasta hoy, una prensa oligopólica, con dos grandes conglomerados que sobrevivirán a las medidas de cierre (empresa El Mercurio SAP y el Consorcio Periodístico de Chile, COPESA). Lo anterior, da cuenta de la importancia que tendrá la intervención directa del Estado nación durante el régimen militar para el *mercado massmediático*. Estos cambios definirán el panorama actual.

Mención especial merecen los medios de una prensa alternativa que surge durante la primera mitad del régimen militar (1973-1979), caracterizados por:

- i. La ingerencia de la Iglesia Católica, institución que funcionó como vía de asilo para el surgimiento de estos medios, pues el régimen no la intervendrá directamente.
- ii. La escasa información que dan los actores protagonistas, evidentemente por temor. De esta forma, durante este período se cuenta con información parcial, situación que se observará en los estudios realizados sobre ellos¹⁸.

Entre los medios alternativos, encontramos:

- APSI (1975), patrocinado inicialmente por la Iglesia Católica y con apoyo internacional.
- HACIENDO CAMINO (1975), del Instituto Chileno de Educación Cooperativa, ICECOOP.
- SOLIDARIDAD (1976), dependiente de la Vicaría de la Solidaridad, de la Iglesia Católica.

¹⁸ Cfr. RICHARDS, Jorge (1986): "La prensa alternativa en Chile: El testimonio de sus protagonistas", en SIMPSON, Máximo (Comp.): *Comunicación alternativa y cambio social. 1.- América Latina*, México D.F., Premiá Editora de Libros, S.A.

- ANÁLISIS (1977), patrocinado por la Iglesia Católica y financiada por suscripciones.

El caso de la revista MENSAJE (1951), dependiente de la Compañía de Jesús, también adquiere relevancia como medio alternativo durante este período, aunque se inicia veinte años antes; ello particularmente por su abierto pronunciamiento contra lo ocurrido a partir del Golpe Militar de 1973.

En el caso de la radio ocurre lo mismo, una de las primeras medidas del régimen militar es cerrar las radios. La diferencia es que las innovaciones tecnológicas y el fortalecimiento de un mercado liberal, con énfasis en el mercado publicitario en el ámbito *massmediático*, marcarán la tendencia a una explosión de radios de Frecuencia Modulada (FM). Entonces, la oferta radial se ampliará gradualmente, acompañada de un emergente fenómeno de "satelización" que dejará la década del '80.

Desde la perspectiva de las políticas de información, comunicación y cultura, en general durante el período, y sin hacer una marcada distinción sobre este ámbito durante el régimen militar, la noción que grafica mejor el análisis es que la información, la comunicación y la cultura sufren un desplazamiento simbólico y práctico, siendo vinculadas, particularmente la cultura, de manera "estereotipada, prejuiciada y negativa" a la actividad política. Por esta razón fue **puesta bajo sospecha**, como la política y los políticos.

Lo anterior supone una vigilancia especial sobre la cultura, básicamente por lo que podrían manifestar sus exponentes.

Naturalmente, en los medios masivos de la época es difícil encontrar registros que gocen de rigurosidad. Por un lado están los medios que controla el régimen y, por otro lado, los medios de oposición. En el diario La Tercera de 1986, sobre el cineasta Raúl Ruiz, actualmente en Francia, se escribe:

"Como para gran parte de la mejor intelectualidad de nuestro país, el golpe militar de 1973 fue para Raúl Ruiz 'demasiada realidad' de acuerdo a una expresión con que solíamos calificar entre contertulios afines ciertas salidas de madre de nuestro surrealismo chileno de cada día. Voluntariamente exiliado, siguió un extraño periplo que incluyó Honduras, Alemania Federal y finalmente Francia donde se avecindó, sin privarse de incursiones a Portugal y a ciertas costas africanas".

(LA TERCERA, 1986).

Desde el punto de vista de la configuración de una agenda de investigación, y también en términos generales, este período podemos caracterizarlo por:

- i. **Una doble orientación.** Por un lado la tendencia a una investigación más formal hacia ámbitos considerados menos "ideológicos", por lo cual se observará con frecuencia estudios histórico sociales y descriptivos. Y, por otro lado, se observará un fructífero y significativo aporte de los análisis críticos impulsados por Organizaciones No Gubernamentales, ONG'S, e instituciones como FLACSO, CENECA, ILET, CED, entre otros. Lamentablemente, con el tiempo, especialmente a fines de la década de los '80 y, contrariamente a lo presupuestado por los idealistas de la Democracia emergente, se tenderá gradualmente a la medición de los procesos de recepción como parte de una comprensión e interés del mercado de las audiencias y sus comportamientos de consumo; no obstante, en lo que se refiere a este período 1973-1983(84) habrá un significativo desarrollo de estudios críticos desde las instituciones antes señaladas, en cuyo caso ya no se tratará de una promoción desde el Estado, como en el período 1970-1973, sino más bien una nueva institucionalización de la investigación, ONG'S, la cual luego se debilitará para ser retomada sólo recientemente; primero a través de programas de post grado a comienzos de los '90, y luego por Centros de Investigación creados en el seno de las universidades e institutos, particularmente aquellos asociados a Centros de Pensamiento Ideológico en Chile.
- ii. **Una investigación que ya no formará parte de iniciativas públicas de gobierno,** como en el período anterior, sino más bien, se integrará a programas que responden a una lógica institucional: (como institucionalidad alternativa), ONG's, y Centros de Investigación. En efecto, los casos de CENECA, ILET y FLACSO responden a una lógica de ONG que transita paralela al "periodismo de trinchera" (VERA, 1999).

En tal sentido, las ONG's tendrán un rol significativo en todo este período. Y las investigaciones, por lo tanto, serán financiadas por entidades internacionales; en cuyo caso, los objetos de estudio son locales, histórico-sociales pero forman parte de una reflexión epistemológica y teórica internacional.

Tomemos, como ejemplo, algunas de estas entidades. En el caso de FLACSO, los aportes se centran en la relación histórica entre una prensa popular, el desarrollo de los partidos políticos y el rol del Estado; estudios de recuperación de la memoria histórica, referida a la prensa de Santiago durante el gobierno de ALLENDE (1970-1973); estudios de los procesos de transnacionalización de la prensa chilena; incorporación de una lectura crítica desde la economía de la comunicación. Por su parte, CENECA se centrará en los procesos autoritarios en la comunicación; la respuesta desde medios alternativos, como radios no oficialistas, prensa

de base, etc.; y algunos proyectos audiovisuales orientados a la capacitación de la sociedad civil de base. El ILET, en tanto, realizará estudios en el área de la economía y la comunicación, y en el área de la comunicación alternativa.

En síntesis, si bien la estructura, economía y política de la información, la comunicación y la cultura se mantienen como objeto de estudio, la motivación será contestataria (al régimen militar), lo cual generó, por un lado, una mantención de la agenda de la investigación, y, por otro, una orientación estandarizada por pautas internacionales.

Como en el caso del período anterior, es importante reiterar que los registros de las investigaciones formales financiadas a través de los fondos públicos del Estado comienzan el año 1982, y apenas se incluyen dos o tres años de este período; y por lo tanto, no podemos establecer mayores conclusiones sobre la situación más específica de la investigación en comunicación en este período.

Asimismo, la producción científico-bibliográfica durante este período tenderá a la doble orientación que mencionábamos, aunque la presencia de las ONG's será muy importante. Se registran, primero, los estudios desde: (1) la perspectiva histórico-social de la comunicación (historiografía); (2) el enfoque bibliográfico y/o documental; (3) teoría de la economía política de la información, la comunicación y las industrias culturales; y (4) esfuerzos de metainvestigación.

Para la **Perspectiva histórico-social de la comunicación**, están los trabajos de MOREL y ZEGERES, de 1975, titulado *Historia de la radio en Chile*, publicado en Santiago de Chile, por el Centro de Comunicaciones Sociales. El trabajo está centrado en una reconstrucción histórica de la radio en Chile, con énfasis en su dimensión cultural; y el trabajo de SUNKEL, del año 1983, titulado *EL Mercurio: 10 años de educación político-ideológica, 1969-1979*, publicado en Santiago de Chile por ILET.

Para el **Enfoque bibliográfico y/o documental**, tenemos el trabajo de MEDINA, del año 1981, titulado *Bibliografía de la imprenta en Santiago de Chile, desde sus orígenes hasta febrero de 1817*, publicada en Santiago de Chile e impreso por el propio autor. El trabajo está centrado fundamentalmente en los orígenes de la imprenta en Chile.

En la **Teoría de la economía política de la información, la comunicación y las industrias culturales**, tenemos el trabajo de SUNKEL, del año 1983, titulado "la producción de información en la prensa diaria bajo el régimen autoritario (notas exploratorias)", aparecido en una edición de Documentos de Trabajo publicado en Santiago de Chile por CENECA. Y el amplio trabajo de BRUNNER y CATALÁN, publicado por FLACSO el año 1981, titulado *Cinco estudios sobre cultura y sociedad*, especialmente el estudio 1, referido a "Cultura y

crisis de hegemonías", en el cual se analiza la presencia de las élites en Chile, el funcionamiento y transformaciones del mercado cultural (medios de comunicación de masas, literatura, escuela, etc.).

Desde la **Perspectiva metainvestigativa**, tenemos el trabajo de MUNIZAGA y RIVERA, del año 1983, titulado *Investigación en comunicación social en Chile*, publicado por DESCO. El trabajo incluye un completo análisis de la experiencia realizada en Chile durante la década de los '70 y '80, por instituciones como FLACSO, CENECA e ILET.

Y desde la perspectiva de la **Comunicación para el desarrollo**, encontramos dos trabajos de Carlos AMTMANN. Uno publicado el año 1976 por Editorial Universitaria, titulado *Sociología del desarrollo rural: enfoque interdisciplinario de la difusión de tecnología agropecuaria en Chile*. Y el segundo, publicado en 1981 por la Universidad Austral de Chile, titulado *Comunicación y desarrollo rural*.

Asimismo, del registro de libros realizado el año 2001 por AGUIRRE, CHAMORRO y CORREA¹⁹, corresponden a este período trabajos fundamentalmente adscritos a tres ámbitos que se entrecruzan y que es difícil separar, entre otras razones, por la escasa información que poseemos de ellos: el enfoque histórico social, la semiótica y la economía política de la comunicación y de las industrias culturales. Se trata fundamentalmente de trabajos de DORFMAN: *Ensayos quemados en Chile. Inocencia y Neocolonialismo*, del año 1974, publicado por Ediciones de La Flor en Buenos Aires, Argentina; *Culture as democratic resistance in Chile today*, del año 1978, publicado por IDAC en Ginebra; *Kultur und Widerstand in Chile*, del año 1978, publicado en Berlín; *El Estado y la creación intelectual. Reflexiones acerca de la década del '70*, del año 1979, publicado por la Universidad Nacional de México; *Nueva guía turística para un país del Tercer Mundo*, del año 1979; y *The empire's old clothes*, del año 1983, publicado en Nueva York por Pantheon Books. GILBERT y HARALAMBIDIS: *Economics and cultural dependence in latin America*, del año 1979, publicado en Chicago por la Universidad de Illinois. FLORES: *Management and communication in the office of the future*, del año 1982, publicado en San Francisco, Estados Unidos, por Ermenet Inc. Finalmente, el trabajo de SALAZAR, desde la historiografía, titulado *Diferenciación y conflicto en la clase dominante chilena (1820-1973). Un ensayo histórico sobre el*

¹⁹ Se trata de un registro de más de mil libros publicados en 37 países, sobre la producción de intelectuales chilenos de la diáspora, e incluye sólo obras literarias, científicas, técnicas y tesis. Por tratarse sólo de referencias y no contar con acceso a ellas, sólo serán mencionadas y clasificadas.

pasado con una introducción crítica sobre el presente, del año 1983, publicado en Estados Unidos.

Las perspectivas que predominan en las investigaciones son: un enfoque de carácter ecléctico o integrador de las diferentes perspectivas (46%), el análisis desde la economía y la política de los medios (18%), el enfoque historiográfico (12%) y el análisis bibliográfico-documental (6%).

A este período corresponden también las referencias del trabajo de ORELLANA (2001)²⁰. Resulta importante mencionarlas, porque forman parte de la producción cultural. Se trata de 19 revistas, entre las cuales destacan: BOLETÍN ROJO, de interés documental; PENSAMIENTO SOCIALISTA, de carácter teórico y analítico; SOCIALISMO CHILENO, publicada en Bruselas. IZQUIERDA CRISTIANA, publicada en México a comienzos de los '80; BOLETÍN INFORMATIVO EXTERIOR, publicado por el MAPU obrero y campesino, desde la segunda mitad de los años '70. PLURAL, aparecida en 1983 en Róterdam, gozaba de un sólido apoyo internacional a través del Instituto para el Nuevo Chile. CHILE AMÉRICA, publicado en Roma durante diez años; CHILE INFORMATIVO, publicado en La Habana en los '70. BOLETÍN DEL COMITÉ EXTERIOR DE LA CENTRAL UNITARIA DE TRABAJADORES, publicada en Saint-Denis, desde el año 1978, con apoyo de la Conferederación General del Trabajo de Francia. Y finalmente algunas revistas de carácter más cultural que político: CANTO LIBRE, publicado en Francia entre el año 1975 y 1980; EL BARCO DE PAPEL, también publicado en Francia, de orientación poética; TRILCE, continuación de la publicación realizada en Valdivia, Chile en los '70, en Rumania, aparecida en 1982. ARAUCARIA DE CHILE, publicada ininterrumpidamente en París y Madrid desde 1978 hasta 1989; y NUEVA HISTORIA, publicada en Gran Bretaña por la Asociación de Historiadores Chilenos y patrocinada por el Instituto de Estudios Latinoamericanos de la Universidad de Londres, entre los años 1981 y 1989, es una de las más significativas.

4.3. Período 1984 – 1988(90).

Como hemos comentado, y siguiendo los ámbitos de análisis, este período se caracterizará por:

- i. Una **agudización del modelo económico** y las transformaciones tendientes a la plena incorporación en el sistema de mercado, lo cual

²⁰ Se trata de un extenso registro de revistas producidas también durante el exilio. Hay referencias incompletas de ellas, porque no existen colecciones, salvo algunos casos. Los contenidos principales de estas revistas son denuncias políticas y testimonios de las víctimas de la Dictadura Militar.

influirá fuertemente sobre la estructura económica y política de la información, la comunicación y la cultura. En efecto, corresponden a este período el inicio del explosivo aumento de las frecuencias de radiodifusión, que comenzará con una lógica participativa, pero determinará, para el inicio de los periodos siguientes, una lógica de explotación fuertemente comercial y una concentración.

- ii. Una **agudización del rol regulador y ordenador del Estado** en pro del proceso de neo liberalización del sistema de mercado, pasando a una economía abierta, sin reservas.
- iii. Se mantendrá la concepción de la información, la comunicación y, especialmente, la cultura, como instrumento político de izquierda; por lo cual **se sostendrá la sanción por sospecha contra la cultura.**
- iv. Producto de las perspectivas de cambio de gobierno, tarea en la cual se centrará la mayoría de los intelectuales que investigaban desde las ONG's, habrá un relajamiento, el cual se observará fuertemente los últimos años de este período. Ya no habrá tiempo para la investigación, sino para **la acción política.**

Sobre la investigación formal de la comunicación, financiado con fondos del Estado (FONDECYT), se registran cinco proyectos: RIVERA (1988), sobre las nuevas tecnologías de la información y la comunicación; SUBERCASEAUX (1989), sobre la historia del libro en Chile; HURTADO (1987), sobre la televisión; JIRKAL (1987), un estudio de los 5 años de El Diario Ilustrado; RIQUELME (1985), sobre las políticas culturales en Chile entre 1920 y 1950.

Y sobre la producción de conocimiento, observamos un significativo aumento, tanto cuantitativo como cualitativo, aunque siempre siguiendo, de manera especial, la lógica de producción de las ONG'S, como CENECA, ILET, FLACSO, CED, entre otros; lo cual da cuenta de los aportes significativos de las ONG's y Centros de Investigación.

En el ámbito **Perspectiva histórico-social de la comunicación** (historiografía), hay cuatro trabajos relevantes. El primero, de SANTA CRUZ, del año 1988, titulado *Análisis histórico del periodismo chileno*, publicado en Santiago de Chile por Nuestra América Ediciones. El libro entrega una visión interpretativa sobre la historia de la prensa chilena, a partir del trabajo de VALDEBENITO (1956), siendo interesante la descripción que se hace de la prensa de izquierda (1930-1970).

El segundo trabajo es de HURTADO, del año 1989, titulado *Historia de la televisión en Chile (1958-1973)*, publicado en Santiago de Chile por Edición Documentas. Se trata de una revisión completa de la historia de la televisión en Chile, con énfasis en el ámbito político, institucional y legislativo.

Y el tercer trabajo es de FUENZALIDA, del año 1990, titulado *La televisión en los '90*, publicada en Santiago de Chile por el Centro de Promoción Universitaria, CPU. Se trata de un análisis histórico de la televisión en Chile, América Latina y Europa.

Encontramos un trabajo muy completo y que recoge varios elementos, no sólo histórico-sociales, sino también teóricos, económicos y políticos: *La radio en Chile (Historia, modelos, perspectivas)*, publicado el año 1988 por CENECA y dirigido por LASAGNI, EDWARDS y BONNEFOY. En este mismo ámbito, habrá una serie de trabajos, cuyas referencias aparecen registradas, pero sin mayores antecedentes ni acceso: SUNKEL, sobre diarios populares de masas; OSSANDÓN, sobre los diarios La Época y Fortín Mapocho; DONNER, sobre la prensa durante la Unidad Popular; LORENZO, sobre el diario El Mercurio de Valparaíso; ALVARADO, sobre el diario popular La Cuarta; BERNEDO, sobre el diario Valdivia's Deutsche Zeitung; RUIZ, sobre los diarios El Mercurio y la revista Qué Pasa; y DURÁN, MUNIZAGA y RIQUELME sobre la prensa en general. Estos últimos trabajos, como se observa, se restringen principalmente a la prensa, con dos énfasis muy claros: la descripción de la prensa vigente y el intento de recuperación de la memoria histórica a través de cierta prensa durante el Gobierno de ALLENDE.

Otro ámbito es el **Enfoque jurídico**, con el trabajo de HURTADO, del año 1988, titulado *La reforma de la televisión en Chile. 1967-1973*, publicado en Santiago de Chile por CENECA. Se trata de una rigurosa obra sobre los aspectos políticos y jurídicos que explican la reforma de la televisión chilena.

El tercer ámbito es el de la **Economía de la empresa informativa**, con el trabajo de PORTALES, del año 1987, *La dificultad de innovar, un estudio sobre las empresas de televisión en América Latina*, publicado en Santiago de Chile por el ILET.

Otro ámbito es el **Modelo actancial**, de carácter metodológico y teórico, bajo la lógica de análisis de contenido, con los siguientes trabajos. El de REYES, RUIZ, SUNKEL y BRUNNER, del año 1986, *Investigación sobre la prensa en Chile, 1974-1984*, publicado conjuntamente por CERC-ILET-ATKINSON COLLEGE, UNIVERSIDAD DE YORK. Del año siguiente (1987) es el trabajo de LIRA, titulado *Televisión en Chile: un desafío nacional*, publicado en Santiago de Chile por CED y CENECA. Se trata de un análisis de los procesos de producción y programación. El trabajo de SUNKEL, del año 1987, "la representación del pueblo en los diarios de masas", aparecido en *Diálogos de la Comunicación*, N° 17, FELAFACS, Lima. Otro trabajo del año 1987 es el de PORTALES y SUNKEL, *La democracia cristiana como noticia*, publicado en Santiago de Chile por el ILET. Del año 1989

son dos trabajos, el de SUNKEL, "La paz no es noticia", publicado en *Documentos de Trabajo* de la Comisión Sudamericana de Paz; y el trabajo de PORTALES, del año 1989, *La política en pantalla*, publicado en Santiago de Chile por ILET. Es un estudio sobre el tratamiento de la televisión al proceso plebiscitario de 1988, con énfasis en la comunicación política en la televisión.

También está el ámbito de las **Políticas de información**, como el caso del trabajo de PELLEGRINI, del año 1989, *Políticas de información*, publicado en Santiago de Chile, por la Pontificia Universidad Católica. El libro sistematiza conceptualmente las políticas de información, explicando los sistemas informativos como sistemas sociales más complejos.

Registramos en este período el ámbito que hemos definido como **Teoría de la recepción**, con el trabajo de FUENZALIDA y HERMOSILLA, del año 1989, *Visiones y ambiciones del televidente*, publicado en Santiago de Chile por CENECA. Es un estudio que sistematiza las investigaciones realizadas en Chile sobre el proceso de recepción televisiva.

Otro ámbito corresponde a lo que hemos denominado **Teoría cibernética, teoría de sistemas y enfoque organizacional e institucional**, con énfasis en los aspectos organizacionales e institucionales y profesionales, con cuatro trabajos. El primero, es el artículo de RICHARDS, del año 1986, titulado "La prensa alternativa en Chile: el testimonio de sus protagonistas", aparecido en el libro de SIMPSON, titulado *Comunicación alternativa y cambio social*, 1.- América Latina, publicado en México D.F., por Premiá Editora de Libros S.A. El trabajo aborda, desde fuentes directas (entrevistas), la situación de los medios de comunicación alternativos en Chile durante la primera mitad del gobierno militar (1973-1979). El siguiente trabajo es de REYES y RICHARDS, del año 1986, *Periodismo independiente: ¿mito o realidad?*, publicado en Santiago de Chile por el ILET. El libro incluye debates sobre la relación entre militancia, periodismo y democracia, en el contexto de la prohibición y censura de la prensa chilena bajo la Dictadura Militar. El tercer trabajo corresponde a ZEGERS, del año 1988, bajo el título *El diario considerado como institución*, publicado en Santiago de Chile por Editorial Universitaria. Y, por último, el trabajo de DONNER, del año 1989, titulado *Periodismo y política: la prensa de derecha e izquierda*, publicado en Santiago de Chile por Editorial Andante. El trabajo trata las relaciones entre periodismo y política en ambos sectores de la política chilena: izquierda y derecha.

Finalmente, hay un trabajo que corresponde al ámbito de la **Perspectiva metainvestigativa**, de SUNKEL, del año 1989, titulado

"Investigaciones sociológicas sobre la prensa en Chile", publicada en *Pensamiento Iberoamericano*, en Madrid.

Como en el caso del período anterior, tenemos el registro de libros de carácter más político y que no corresponden a ámbitos específicos, realizado el año 2001 por AGUIRRE, CHAMORRO y CORREA, en el cual destacan los siguientes trabajos: DORFMAN: *Hacia la liberación del lector latinoamericano*, del año 1984, publicado por Ediciones del Norte. De HERRERA es el trabajo *La mujer. Objeto y sujeto de la culturización (Jornadas de feminismo socialista)*, del año 1984, publicada en Madrid por Editorial Mariarse. Del mismo DORFMAN es el libro *Verdwijnin. De populier*, del año 1985, publicado en Ámsterdam. De FLORES es el trabajo *Understanding, computers and cognition*, del año 1986, publicado en Nueva Jersey. De RIQUELME son los trabajos *Ensayos psicoculturales*, del año 1987, publicado en Buenos Aires por editorial Búsqueda; y *Ans dem gedachtnis des windes; psychokulturelle studien zu laieinamerika vervuert verlag*, del año 1989, publicado en Frankfurt. Y, finalmente, el trabajo de SULE, titulado *Testimonio de lucha por la democracia*, del año 1987, publicado por ILESCO, en México.

Predominan las investigaciones eclécticas o integradoras de distintas perspectivas (24%), el modelo de análisis actancial o narratológico (24%); el enfoque historiográfico (16%) y el estudio de las organizaciones (16%).

4.4. Período 1990 - 1994.

Este período, en general, se caracteriza por:

- i. Una **continuidad**, en la orientación por los estudios de recepción en tanto mercado de las audiencias, en términos comerciales: para suministrar las necesidades de las crecientes industrias *massmediáticas*. Coincidente con lo anterior, se observa el fortalecimiento del sistema de mercado durante este período.
- ii. Una **discontinuidad**, en los estudios críticos del sistema *massmediático*, ya sea el enmarcado en políticas públicas del período de la Unidad Popular o el que forma parte de la oposición al gobierno militar, liderado por CENECA, ILET, FLACSO, CED, entre otros. Ello fundamentalmente porque estos centros de investigación tienden a desaparecer pues sus investigadores asumen diversos roles políticos durante el nuevo gobierno.
- iii. **Modificación** del espacio académico, con la explosión de licenciaturas en comunicación social y carreras de periodismo, a partir de los primeros años de la década del '90, y post grados, especialmente de magíster. A estos grupos de investigación y docencia dependientes de las universidades, podemos agregar la

Dirección de Estudios del Ministerio Secretaría General de Gobierno, y el Consejo Nacional de Televisión, entre otros.

En general, la consolidación de un sistema de mercado liberal, marcará una tendencia de la estructura *massmediática*, en dos direcciones:

- i. **Una proliferación de la oferta privada**, con la configuración de redes de diferente índole (oligopólicas, monopolísticas, de competencia y de concurrencia; con énfasis en el comportamiento oligopólico y de competencia); y
- ii. **Una desatención del estado**, salvo para re-regular la estructura *massmediática*, en el sentido de ofrecer garantías para la inversión extranjera. En el caso de la prensa, se produce una despreocupación por la estructura oligopólica: no se indemniza a los medios cerrados arbitrariamente por la dictadura y se evita intervenir para mantener la pluralidad (como en el caso de La Época, que cerró por desfinanciamiento), y considerando que el Estado invierte altas sumas de dinero en publicidad, éstas van dirigidas al duopolio existente: El Mercurio y La Tercera.

En definitiva, al menos en el caso de la prensa, el inicio del período de la Concertación de Partidos por la Democracia, con el primer gobierno, llamado transitorio de Patricio AYLWIN, no ocurrió lo que se esperaba en relación a la *estructura massmediática*. En efecto, dicho período se inicia con la desaparición de una parte importante de la prensa alternativa surgida durante el gobierno militar, siendo casos emblemáticos los de CAUCE, que cierra por problemas económicos; FORTÍN, comprado por COPESA; y revista ANÁLISIS, controlada por tres militantes de la Democracia Cristiana.

En el ámbito legislativo, durante este período tenemos dos leyes: la Ley N° 19.131 y Ley N° 19.132, las cuales reformaron algunos aspectos del sistema televisivo chileno, modificaron el Consejo Nacional de Televisión, CNTV, y reformaron profundamente a Televisión Nacional de Chile, TVN:

- i. El establecimiento de la empresa Televisión Nacional de Chile (TVN), como instrumento del pluralismo en la información y el entretenimiento.
- ii. La conversión de TVN en un organismo autofinanciado, sin carga para los presupuestos estatales. Así TVN se transforma en una entidad autónoma e independiente, pero en el terreno financiero.

A nivel de políticas culturales, este período se caracteriza por lo que podemos denominar un proceso de **silenciamiento de la cultura**.

En la práctica, como lo demuestran luego las expresiones públicas del presidente en sus discursos a la ciudadanía, la apuesta por la cultura constituye sólo una "declaración de intenciones" y un claro diseño

infraestructural orientado al control y definición del ámbito cultural, como la creación de Casas de la Cultura, Consejos Locales y Comisiones para los medios masivos que sólo silenciaron la libre expresión cultural, politizaron fuertemente las casi inexistentes fuentes de inversión para la producción cultural (en efecto, no se explicita la forma en que se apoyará la actividad cultural).

La producción de conocimiento durante este período experimenta un importante aumento, tanto en la cantidad de trabajos, como en el ámbito de estos: (a) comunicación educativa, (b) perspectiva epistemológica, (c) teoría de la economía política de la información, la comunicación y las industrias culturales; (d) enfoque histórico social de la comunicación, (e) comunicación para el desarrollo, y (f) teoría de la recepción. Lo anterior se debe a la presencia de Centros de Investigación asociados o no a universidades. Asimismo, se observa en los distintos trabajos una cobertura más específica y un tratamiento más complejo, que incluye diferentes ámbitos al mismo tiempo, por lo cual la distinción, de manera más marcada que en los casos anteriores, será estrictamente analítica.

- a) En el ámbito de la **Comunicación educativa** encontramos el trabajo publicado en Santiago de Chile por CENECA y la UNESCO, el año 1992, titulado *Educación para la comunicación*. El libro registra experiencias que describen y explican hábitos de consumo *massmediático* y sus cambios.
- b) Desde la **Perspectiva metainvestigativa** tenemos dos trabajos. Primero, el de AVENDAÑO, publicado en 1999 por la Universidad Diego Portales "Transformaciones en la investigación en comunicación: el caso de Chile". Se trata de un artículo incluido en el número 11 de la revista *Reflexiones Académicas* y se trata de uno de los escasos esfuerzos por analizar críticamente el estado de la investigación de la comunicación en Chile. Del mismo año es el libro de OSSA: *La pantalla delirante. Los nuevos escenarios de la comunicación en Chile*, publicado en Santiago de Chile por LOM Ediciones y la Universidad Arcis. El libro aborda la relación comunicación-cultura y las transformaciones sociales en Chile durante las últimas décadas.
- c) Desde la **Teoría de la economía política de la información, la comunicación y las industrias culturales**, encontramos dos trabajos: El libro de ESCANDÓN, del año 1990, titulado *Censura y liberalismo en Chile*, cuya versión está en línea y que consiste en un informe sobre la estructura de poder y propiedad de la prensa en Chile, entre los años 1970 y 1990. Y el artículo de PATUELLI, del año 1993, "La prensa hoy en Chile: la libertad de mercado", y publicado en la revista *Canelo*.

- d) Desde el **Enfoque histórico social de la comunicación**, encontramos el libro de BRUNNER, publicado en Santiago de Chile por Editorial Planeta de Chile S.A. el año 1994, *Bienvenidos a la modernidad*. Consiste en un conjunto de ensayos de orientación principalmente sociológica, que recoge algunas aproximaciones y aportaciones a la reflexión sobre los procesos productivos de bienes simbólicos en las industrias culturales. Estos trabajos, salvo algunos matices, corresponden a un análisis descriptivo. El libro de SUNKEL, publicado el año 1992 por FLACSO en Santiago de Chile, : *La prensa en la transición chilena*. El trabajo de FILIPPI, "Informe sobre la situación del periodismo en Chile", publicado el año 1991 por la *Sociedad Interamericana de la Prensa* (SIP) en Miami. El libro de SEGOVIA, del año 1990, publicado en Santiago de Chile por Pehuén Editores: *La historia secreta de Cauce*. El trabajo fue encargado por los ex propietarios de la revista Cauce.
- e) Desde la **Comunicación para el desarrollo** encontramos el libro de FUENZALIDA, publicado el año 1991 en Santiago de Chile por la Corporación Pública Universitaria (CPU), *Televisión, pobreza y desarrollo*.
- f) Desde la **Teoría de la recepción** tenemos dos trabajos. El de OTERO y LÓPEZ, publicado por ediciones Bravo y Allende el año 1993 en Santiago de Chile y *Televisión y violencia*. Y el trabajo del CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN (CNTV), del año 1993, *Encuesta sobre la televisión chilena*.

Predominan, en este período, investigaciones de carácter historiográfico (33%), estudios de recepción (17%), análisis con énfasis en la economía y la política (17%) y estudios reflexivos (17%). Asoman tímidamente dos ámbitos: la comunicación educativa (8%) y la comunicación y el desarrollo (8%).

Como adelantamos, sobre la investigación que actualmente se realiza en Chile en torno al *mercado massmediático*, podemos destacar los trabajos desarrollados desde distintos Centros de Investigación surgidos a partir de este período (el orden no es cronológico):

- I. El **Instituto de Estudios Mediales** de la Escuela de Periodismo de la Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Su objetivo es:

"constituirse en un espacio pluridisciplinario, que sirva como nexo entre la investigación y la docencia en materias de comunicación, y la sociedad representada por sus diversos medios de comunicación, por las personas que trabajan en ellos, sus usuarios y las organizaciones que utilizan y desarrollan elementos y estrategias

comunicacionales para alcanzar sus objetivos, v.gr: organismos públicos, de Iglesia, empresas, organizaciones gremiales, etc.”.

En el plano de la investigación, destacan tres proyectos, los cuales dan cuenta de la agenda:

- i) Dos proyectos FONDECYT. Uno sobre “Consumo de Medios de Comunicación, Tecnologías de Información y Usos del Tiempo”, y el segundo sobre “Historia de las Estrategias periodísticas del Valdivia's Deutsche Zeitung, entre 1886- 1912”.
- ii) Un proyecto financiado por El Mercurio, titulado “Agustín Edwards Mac- Clure, 1878- 1941”.
- iii) Un proyecto financiado con fondos propios, sobre “La triple agenda y las elecciones presidenciales de 1999”.

En el ámbito de las asesorías técnicas aparecen dos actividades:

- i) Una asesoría para el Diseño de un Plan de Comunicaciones para la Conferencia Episcopal de Chile.
- ii) Un programa de difusión de contenidos educacionales a través de internet.

II. El Centro de Estudios Mediales de la Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información de la Universidad Diego Portales (<http://facom.udp-cl/CEM>). Fundado el año 1994, su objetivo es:

“la investigación y reflexión sobre los procesos y fenómenos comunicacionales de la Facultad. Sobre esta base produce, coordina y difunde el pensamiento comunicacional de nuestra comunidad académica en virtud de cinco líneas de desarrollo: Comunicación y Educación; Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs); Comunicación y Ética; Gestión Comunicacional e Industria Mediática”.

En el plano de la investigación, destacan las siguientes áreas temáticas (aunque en su mayoría corresponden a investigaciones entre los años 1995 y 2002):

- i) **Comunicación educativa:** “Evaluación Programa de Televisión Educativa ‘Novasur’”, financiado por el Consejo Nacional de Televisión; “Estudio de Caso: El Impacto de Internet en las Escuelas de Enseñanza Básica y Media en Chile”; “Nuevas Tecnologías y Educación: Oportunidad, no un problema”; “Estrategias Comunicacionales: Proyectos de Ciencia y Educación”; “¿Qué dicen los niños aprender del TV-Cable?”; “Los Medios de Comunicación como Agentes Educativos: El

- Caso del Diario”; y “Aplicación del Método Kidder para el Programa Prensa y Educación”.
- ii) **Nuevas tecnologías de la información y la comunicación y sistemas de información:** “Los Portales: Las Puertas del Cielo Al Mundo de Internet”; “Proyecto Bases de Datos de Prensa Escrita: Informe Area Municipal”;
 - iii) **Ética, medios y cultura:** “El Rol de la Etica en la Toma de Decisión Organizacional”; “Tratamiento Periodístico del Tema Cultural en la Prensa Escrita Chilena”; “Libertad de Expresión: percepciones en Estudiantes de Periodismo”; “La televisión en América Latina: El caso chileno”; y “Medios de Comunicación e Identidad Cultural: Una reflexión desde la prensa escrita”.
- III. Departamento de Investigaciones Mediáticas y de la Comunicación** de la Universidad de Chile. Perteneciente a la Escuela de Periodismo de la Universidad de Chile. Actualmente existe el Instituto de Comunicación e Imagen, que reemplazó a la Escuela de Periodismo. Posee dos investigaciones fundamentales (y que corresponden al período 1998-2001):
- i) **Programa Libertad de Expresión**, que surge en 1998. Programa de investigaciones orientado al estudio de la libertad de expresión en Chile y el ejercicio periodístico en los medios de comunicación.
 - ii) **Dibujos animados en Chile:** Sintaxis, circulación y recepción. Proyecto financiado por FONDECYT. Su objetivo es la descripción de las formas de transmisión de la información contenida en los dibujos animados que se exhiben en nuestro país.
Este Centro cuenta con dos publicaciones periódicas: (a) la revista *Comunicación y Medios*, y (b) la *Revista Chilena de Semiótica*.
- IV Programa de Comunicación y Cultura del Centro de Investigaciones Sociales de la Universidad Arcis.** El cual se concentra principalmente en la publicación de libros, en conjunto con Editorial LOM. Entre los proyectos, destacan: (a) liderazgo juvenil femenino y promoción de la participación de la mujer (financiado por el Servicio Nacional de la Mujer, SERNAM); (b) participación de mujeres en estructuras de poder y las instancias de toma de decisiones; (c) nuevos modos de decir y de identidad en Chile (fines del siglo xix e inicios del xx), financiado por FONDECYT; y (d) ejes y formatos de la naciente cultura de masas en Chile.

4.5. Período 1994 – 2003.

En general, durante este período, se observa la consolidación de los aspectos iniciados en el período anterior: incremento de las investigaciones, particularmente tesis y reflexiones de los cuerpos docentes y estudiantes formados en torno a los 41 programas de periodismo y comunicación social, distribuidos en 35 universidades de Chile. Un ejemplo de este aumento está representado en el hecho que las investigaciones de los Centros señalados anteriormente corresponden a este período, aunque dichos centros surgen en el período anterior.

La estructura del *mercado massmediático* a partir de este período es la siguiente (SUNKEL, 2001):

La oferta de **prensa** se concentra fundamentalmente en:

- El Mercurio SAP, con El Mercurio, Las Últimas Noticias, La Segunda y 17 diarios regionales.
- Consorcio Periodístico de Chile, COPESA, con La Tercera, La Cuarta, La Hora y revista Qué Pasa, más otros diarios regionales.
- Empresa periodística La Nación (perteneciente al estado), con La Nación y el Diario Oficial.

La oferta de **radiodifusión**, en tanto, se concentra fundamentalmente en:

Dos consorcios extranjeros:

- Consorcio Iberoamerican Radio Chile, con capitales estadounidenses y venezolanos.
- Consorcio Radial de Chile, con capitales colombianos.

Tres empresarios nacionales:

- Ricardo Bezanilla.
- César Molfino.
- Urus Domic.

Radios institucionales:

- Cooperativa, vinculada a la Democracia Cristiana.
- Chilena, vinculada a la Iglesia Católica.
- Agricultura, vinculada a la Sociedad Nacional de Agricultura.
- Armonía, vinculada a la Iglesia Evangélica.
- Tierra, vinculada al movimiento feminista de la Corporación La Morada.
- El Canelo, vinculada a la Corporación El Canelo de Nos, del movimiento ecológico.
- Nuevo Mundo, vinculada al Partido Comunista.

Una empresa regional:

- Sociedad Bío-Bío Comunicaciones, con radio Bío-Bío, que desde la VIII Región se difunde a nivel nacional.

Según las estadísticas de la Asociación de Radiodifusores de Chile (ARCHI), en Chile hay 1.264 radios comerciales, de ellas 1.094 en Frecuencia Modulada (FM) y 170 en Amplitud Modulada (AM).

La oferta **televisiva** se concentra fundamentalmente en:

Seis canales de difusión nacional:

- Canal 2, Rock & Pop, de la Compañía Chilena de Comunicaciones (100%).
- Canal 4, La Red, vinculada primero a COPESA, luego a una compañía canadiense y actualmente es propiedad extranjera de Ángel González (100%).
- Canal 9, Megavisión, del grupo nacional Claro Sociedad de Comunicación, Información, Entretenimiento y Cultura, S.A., SCIESA, (62,6%) y Televisa (37,4%).
- Canal 11, Chilevisión, primero Canal de la Universidad de Chile (1959), ahora es propiedad de Venevisión, del grupo Cisneros (100%).
- Canal 13, Universidad Católica de Chile (1959), de la Pontificia Universidad Católica de Santiago de Chile (100%).
- TVN (1968), propiedad del Estado (100%).

Dos canales zonales, de cobertura inter-regional, vinculados programáticamente a canal 13:

- Universidad Católica de Valparaíso Televisión (1959).
- Telenorte.

Nueve canales locales, con cobertura que va del núcleo urbano al resto de la región:

- Canal Universidad de Concepción.
- Canal 9 de Concepción.
- Canal 9 de Lonquimay.
- Canal 3 de Temuco.
- Canal 8 de Villarrica.
- Canal 4 de Punta Arenas.
- Canal ITV de Punta Arenas.
- Canal Rock & Pop de Santiago.
- Gran Santiago de Santiago.

Dos canales de cable:

- VTR Telecable, propiedad de VTR y cablexpress.
- Metrópolis Intercom, propiedad de CTC, El Mercurio, TCI y otros.

La oferta de la televisión por cable comenzó con un gran número de canales (en 1995 se contaban tres grandes y 21 pequeños), pero se concentró a fines de los '90, consolidándose sólo las dos ya señaladas.

En términos generales, y considerando especialmente los trabajos de: DERMOTA (2002), CARMONA (2002) y SUNKEL (2001), tenemos

un sencillo, pero útil, cuadro que representa la propiedad de los "medios de comunicación en Chile" y de los mercados relacionados a ellos:

Tabla N° 2. Relación de la propiedad de los medios en Chile.

GRUPO Y/O FAMILIA	PROPIEDAD DE MEDIOS
GRUPO EDWARDS	• El Mercurio • La Segunda • Las Últimas Noticias • 17 Periódicos Regionales • Distribuidora DE Publicaciones ATM S.A. • Distribuidora de Publicaciones CLC S.A. • Publicaciones Lo Castillo • Revista Paula
GRUPO COPESA	• La Cuarta • La Tercera • Revista Qué Pasa • El Diario Financiero • Ediciones Chiloé • Distribución y Servicios Meta S.A., que distribuye Estrategia • Publicaciones Digitales S.A.
GRUPO TELEVISA CHILE S.A	• Buen Hogar • Caras • Condorito • Conozca Más • Cosmopolitan • Elle • Geomundo • Ideas • Marie-Claire • Mecánica Popular • Men's Health • National Geographic • PC Magazine • TV Novelas • Vanidades
GRUPO LA NACIÓN	• La Nación • Diario Oficial • Distribuidora Vía Directa, con El Metropolitano • Ediciones Financieras S.A., que publica El Diario Financiero
SCIESA	• Megavisión
CARACOL (CARACOL, de Colombia y SER de España)	• Radio Caracol • Radio Activa • Los 40 Principales
INTERNET HOLDINGS	• El Área • Primera Página

HOLANDA COMUNICACIONES S.A.	• Editorial Ercilla • Revista Ercilla • TV Grama • Vea • Publimark • Miss 17 • Deporte Total • Archi, de la Asociación de Radiodifusores de Chile.
FAMILIA COMANDARI	• Revista Cosas
FAMILIA LUKSIC	• Revista Capital
FAMILIA HITES	• El Metropolitano • Ediciones la Moneda S.A.
FAMILIA OJEDA	• Estrategia y Gestión • Editorial Gestión S.A.
FAMILIA PIÑERA	• Revista VM • Revista Masterclub • Editorial Los Andes
FAMILIA BEZANILLA	• Radio Infinita • Radio Romántica • Radio Tiempo • Comunicaciones Puerto de Navacerrada • Comunicaciones Continental • Sociedad Radiodifusora Los Alerces

Fuente: Elaboración propia, con diferentes referencias.

En el ámbito de las políticas culturales, distinguiremos, primero, el gobierno de Eduardo FREI (1994-2000), que se caracteriza por lo que denominaremos una **murmuración de la cultura**.

De hecho, en las bases programáticas para este segundo gobierno de la Concertación, el sexto compromiso del Presidente Eduardo Frei señala "Educación, ciencia y cultura: claves del futuro" (1993:88).

Aquí se observa una apuesta más concreta con iniciativas y los fondos disponibles para su concreción. Nótese la relación de la propuesta cultural con el diseño de una imagen interna y externa del país, y los vínculos entre el sector público y el privado.

En segundo lugar, está el gobierno de Ricardo LAGOS (2000-2003), en el cual observamos, en general, lo que denominaremos **politización de la cultura**.

De hecho, en su programa de gobierno "para crecer con igualdad" (1999) el Presidente LAGOS habla de la necesidad de "una cultura libre y al alcance de todos".

Observemos que las iniciativas culturales enunciadas siguen la lógica de los programas anteriores, pero se articulan más al diseño

político ("crecer con igualdad" es el eslogan de la campaña). Asimismo, la secuencia apunta a una mayor popularización: "libertad e igualdad".

Naturalmente la apertura cultural es clara, el diseño político-cultural está ya más decidido y respaldado por inversiones; pero efectivamente es una **fiesta de la cultura, un carnaval cultural, una popularización de la cultura**. De nuevo, para el análisis debemos recurrir a elementos extratextuales y señalar la necesidad de Lagos de acercarse a la gente, quien al concluir la primera vuelta electoral en que no logró derrotar al líder de la derecha dijo: "he escuchado al pueblo". Y esta **fiesta de la cultura** es una de sus respuestas. Tampoco podemos desvincular estas acciones de la precaria popularidad de los políticos en Chile; LAVÍN (líder de la derecha, Alcalde de Santiago y candidato a la Presidencia de la República) había intentado terminar con la escasa simpatía hacia la clase política, pues había dicho: "la gente ya no cree en los políticos... yo no soy político". Y, al parecer, la gente creyó.

Aquí la **fiesta cultural** es un canal de movilización popular para acercar al mundo político. Escritores, actores, cantantes salen a las calles, resurgen grupos de rock (como Los Prisioneros, re-unidos, a propósito de una segunda vuelta electoral LAGOS-LAVÍN) para integrarse a esta **fiesta cultural**. Pronto, actores, escritores y cantantes serán agregados culturales en algún país de Europa.

Otro de los aspectos centrales del discurso de LAGOS está referido a la nueva institucionalidad cultural en Chile. De hecho, en la actualidad, luego de una prolongada discusión en el Parlamento, existe un Ministerio de Cultura, con un Consejo Nacional de Cultura y un Fondo Nacional de Desarrollo Cultural. El trámite parlamentario se inició en noviembre de 2000, tras la presentación realizada por el Ejecutivo el año 1998; siguiendo así una lenta procesión, como pagando las culpas del pasado. El proyecto, que se sustenta en la creación de una nueva institucionalidad cultural en Chile, constituye un interesante reencuentro con el diseño de ALLENDE, que revisamos con anterioridad.

Por su parte, la producción científico-bibliográfica se centra principalmente en siete ámbitos: (a) teoría de la economía política de la información, la comunicación y las industrias culturales; (b) modelo de la economía de la empresa informativa, (c) enfoque histórico social de la comunicación; (d) teoría de la recepción, (e) políticas de información, comunicación y cultura; (f) perspectiva epistemológica, (g) nuevas tecnologías de la información y la comunicación, y (i) comunicación para el desarrollo.

Desde la a) **Teoría de la economía política de la información, la comunicación y las industrias culturales**, tenemos los trabajos de:

GALLEGO, publicado el año 1999 en el número 56 de *Diálogos de la Comunicación*, editado por FELAFACS y titulado "Reflexiones sobre comunicación global y local e identidad cultural en Chile". El trabajo constituye una aproximación a la situación de los medios de comunicación, en relación a los contextos culturales de dichos medios. También está el artículo publicado en 1997 por la SECRETARÍA DE ESTADO PARA LA COMUNICACIÓN: "El futuro de la televisión en Chile", el cual se integra en *Cuadernos para debate*. Se trata de un informe sobre la estructura de poder y propiedad de la televisión (abierta y cerrada) en Chile, entre los años 1970 y 1995. El libro de SUNKEL y GEOFFROY, publicado el año 2001 en Santiago de Chile por LOM Ediciones, titulado: *Concentración económica de los medios de comunicación*. Este trabajo tiene dos características significativas: actualidad y completitud; es decir, es uno de los más recientes, completos e importantes trabajos. Constituye una referencia fundamental del presente trabajo. Su énfasis, no obstante, es más económico que político, lo que significa que está muy fortalecida la dimensión económica y desfavorecida, en ciertos momentos del análisis, la dimensión política. Finalmente, encontramos el libro de VERA, publicado en 1998 en Santiago de Chile por la Editorial Universidad de Santiago de Chile, titulado: *Desafíos democráticos del periodismo chileno*. Estos trabajos asumen una perspectiva descriptiva en sus análisis, centrándose en fenómenos como la propiedad y concentración de los medios, o bien en aspectos jurídicos o políticos como variables del desarrollo de los medios de comunicación en Chile.

Desde el b) **Modelo de la economía de la empresa informativa**, está el libro de CARMONA, publicado el año 2002 en Santiago de Chile por Ediciones La Huella, titulado: *Los dueños de Chile*. El libro constituye un aporte significativo a la comprensión de la estructura de poder y propiedad económica de los medios de comunicación en Chile.

Desde el c) **Enfoque histórico social de la comunicación**, encontramos el libro de CARMONA, publicado en 1997 por el propio autor en Santiago de Chile, titulado: *Morir es la noticia*. El libro es una completa relación de los casos de periodistas asesinados y / o desaparecidos durante la dictadura militar. El trabajo de OSSANDÓN y SANTA CRUZ, publicado el año 2001 en Santiago de Chile por LOM Ediciones y la Universidad Arcis: *Entre las alas y el plomo. La gestación de la prensa moderna en Chile*. Junto al seguimiento historiográfico de la prensa moderna chilena, hay un esfuerzo, aunque poco crítico desde el punto de vista teórico, por clasificar los estudios sobre los medios de comunicación masiva en Chile. El libro de DURÁN, publicado el año 1995 en Santiago de Chile por la Academia de Humanismo Cristiano, titulado: *El Mercurio: ideología y propaganda 1954-1994*. Encontramos

cinco trabajos de BERNEDO: "Estrategias periodísticas y entorno social: el caso del periódico chileno-alemán "Valdivia's Deutsche Zeitung, 1886-1912" (2001); "Historia de la Prensa en Iberoamérica" (2000); "Los inicios de la modernización de la prensa chilena. Agustín Edwards McClure y la fundación de El Mercurio de Santiago" (2000); "El Mercurio de Santiago: los orígenes de su línea editorial" (2000); e "Historiografía de los medios de comunicación en Chile: apuntes para un balance" (1999). Y finalmente tenemos la tesis de OLIVARES y VENEGAS, del año 2002 en la Universidad de La Frontera, titulada: El rol del periodista como referente histórico y mediador durante los gobiernos de ALLENDE, MILITAR, AYLWIN, FREI Y LAGOS.

Desde la d) **Teoría de la recepción**, tenemos los trabajos del CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN (CNTV), del año 1995, titulado: *Consumo televisivo infantil. El caso del cable. Un estudio cualitativo de observación participante*; y del año 2003, *Barómetro de violencia: dibujos animados y películas, e Informe 8/13. Tweens chilenos*. El trabajo de la DIRECCIÓN DE ESTUDIOS SOCIOLÓGICOS UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE, del año 1996, titulado: *Estudio: usos y costumbres en la audiencia de radio*. Estudio descriptivo y cuantitativo orientado al proceso de recepción radial, publicado por la Asociación de Radiodifusores de Chile (ARCHI).

Desde las e) **Políticas de información, comunicación y cultura**, encontramos el trabajo de AMAYA, del año 2002, "La 'Ley Pinochet de Telecomunicaciones': disputa por el dial en Chile", publicado en el número 80 de la *Revista Latinoamericana de Comunicación, Chasqui*.

Desde la f) **Perspectiva metainvestigativa** encontramos el trabajo de COLLE, del año 2002, titulado: *Teoría Cognitiva Sistémica de la Comunicación*, publicado en Santiago de Chile por Editorial San Pablo.

Desde las g) **Nuevas tecnologías de la información y la comunicación**, tenemos los trabajos de: GODOY, del año 2001, titulado: "Tiempo, medios de comunicación y Sociedad de la Información"; el libro de COLLE, del año 2001: *Para Informar en la WWW: Principios y fundamentos de construcción de sitios web*, publicado en Santiago de Chile por el Centro de Estudios Mediales (CEM); y el texto de CUMMINGS y SOUZA, del año 2002, publicado por el Centro de Estudios Mediales, CEM, y el Consejo Nacional de Televisión, CNTV, titulado: *Estudio de Caso: El Impacto de Internet en las Escuelas de Enseñanza Básica y Media en Chile*. Este trabajo se cruza con la perspectiva de la comunicación educativa.

Por otro lado, en el ámbito de la i) **Comunicación intercultural**, durante este período, serán importantes los trabajos, especialmente de tesis, asociados a dos programas de pre grado (periodismo y licenciatura

en comunicación social) y post grado (magíster en ciencias de la comunicación) de universidades del sur de Chile: Universidad de La Frontera y Universidad Austral de Chile.

Finalmente, en el ámbito de la **Comunicación para el desarrollo** está el trabajo de DEL VALLE, publicado por la Universidad de La Frontera el año 2003, titulado *Comunicar la salud. Entre la equidad y la diferencia*.

Las perspectivas que predominan son: la comunicación intercultural, como fenómeno objeto de estudio reciente (29%), superando al enfoque historiográfico (26%), los estudios de recepción (12%) y los análisis económicos y políticos (12%). Lo anterior está asociado a la emergencia de los procesos de demanda y reivindicación étnica en el contexto del llamado "conflicto mapuche".

Como en el periodo anterior, y no necesariamente en una secuencia cronológica, surgirán Centros de Investigación que aportan en la investigación desde la comunicación. Se trata, al menos, de dos entidades que representan, a su vez, dos perspectivas ideológicas en Chile: la derecha (como oposición) y la concertación (como gobierno). Lo que no deja de sorprender y preocupar, es la excesiva concentración de los Centros de Investigación y Pensamiento en dos ámbitos: (a) el económico, asociado especialmente a lo privado, y (b) el ideológico, asociado particularmente a la derecha, y sus consorcios mediáticos, y el oficialismo, y sus instituciones de investigación.

V. El Instituto Libertad y Desarrollo. Este Centro de Investigación recoge el pensamiento de la derecha en Chile. Se ha posicionado fundamentalmente de dos temas:

- i. El "conflicto mapuche".
- ii. La "seguridad ciudadana".

Ambos tópicos, desde la lógica del riesgo empresarial; y pasará de estudios antropológicos, sociológicos y jurídicos, a estudios de estrategia comunicacional.

Tomemos, a modo de ejemplo, cuatro de los estudios recientes, a fin de observar la orientación y tópicos de las investigaciones:

- i. En el ámbito de los medios de comunicación de masas, el Instituto ha realizado el estudio: "La seguridad ciudadana en los noticieros de televisión" (GAELE, 2003). A continuación, algunos extractos del documento, que dan cuenta de la lógica y orientación del estudio:

"El objetivo de este trabajo consiste en mostrar el comportamiento de los noticieros de televisión, en el tema seguridad ciudadana, el que se encuentra siempre dentro de los primeros lugares de cobertura nacional...se constata que

el subsecretario del interior, Jorge Correa Sutil es quien más opina, seguido del director general de carabineros, Alberto Cienfuegos”.

(GAELE, 2003: 2 y 11)

- ii. “A 10 años de la Ley Indígena: ¿Qué piensan las comunidades mapuches rurales?” (2003). Se trata de un estudio que pretende recoger las apreciaciones sobre la Ley Indígena, en particular, y sobre la situación indígena, en general, de parte de los sujetos mapuches del sector rural de la IX Región.
- iii. “Políticas públicas para el desarrollo” (LARROULET, 2003). Este trabajo da cuenta de la visión de la derecha sobre los procesos económicos y políticos en Chile:
“Chile experimentó un fuerte crecimiento de su economía entre 1984 y 1997[...] la experiencia de Chile ratifica la importancia de la acumulación y calidad de los factores de producción, como también el buen uso de ellos recogido en la productividad total de factores[...] ¿qué políticas llevaron a esos resultados? [...] tener un mercado de capitales profundo; una economía abierta; un tamaño limitado del gobierno...no debe ser un Estado activista o intervencionista, sino uno que a través de las políticas públicas crea un ambiente que estimula los aumentos de productividad”.
(LARROULET, 2003).
- iv. “Las conexiones políticas en el conflicto mapuche” (BENAVENTE y JARAQUEMADA, 2001). Las propias palabras de los autores dan cuenta de la orientación y lógica de esta investigación:

“De lo que se trata es que los actores radicalizados del conflicto mapuche [...] son protagonistas de un proceso rupturista que tiene su propia lógica de desarrollo y que apuntan, como objetivo no explícito, a producir situaciones de ingobernabilidad. Más allá del discurso de reclamación de ‘tierras ancestrales’ hay un fuerte componente ideológico que cuestiona la institucionalidad política y el modelo de desarrollo. En tal sentido el radicalismo étnico chileno no es ajeno a la fisonomía que el indigenismo radical tiene en América Latina con posterioridad a la insurrección zapatista [...] Los actores del radicalismo étnico en Chile buscan instrumentalizar las carencias, problemas y demandas del pueblo mapuche en función de crear escenarios de confrontación y violencia que, más allá de sus objetivos inmediatos, atentan contra el sistema político y económico

[...] De tal manera que el germen insurreccional [...] no hay que entenderlo como la resurrección de los actores subversivos clásicos que han derivado de la izquierda chilena, sino como la conformación, bajo la inspiración zapatista y reforzado con los esquemas movilизadores del indigenismo ecuatoriano, de un movimiento social armado". (BENAVENTE y JARAQUEMADA, 2001: 1 y 19).

VI. La Fundación Chile 21. Este Centro recoge el pensamiento de la concertación, esto es, el conglomerado de partidos políticos que gobierna desde el año 1990.

Tomemos, como ejemplo, una investigación:

- i. "Televisión chilena y calidad de programación" (TREJO, 2003). Se trata de un estudio crítico sobre la programación televisiva en Chile:

"Dado que el modelo de televisión abierta existente en Chile es de tipo comercial, ésta debe autofinanciarse y buscar audiencias cada vez mayores para captar financiamiento (avisaje) que permita su propia operación [...] También, el análisis del conjunto de la parrilla de programación de la TV abierta chilena nos permite concluir que del total de horas emitidas anualmente, un 20,4% de ellas son destinadas a la emisión de mensajes o piezas publicitarias. Y, dado el modelo de organización comercial de la TV chilena, afirmamos que esas horas de publicidad permiten financiar el restante 79,6% de horas/programación [...] Es evidente, entonces, que el problema de fondo de la televisión abierta es que son presas de un reducido y concentrado mercado publicitario, donde un grupo de 80 empresas concentran más del 75% del avisaje. Esto nos indica que la televisión chilena está exhibiendo programas que son del gusto principalmente de los empresarios que la financian y no necesariamente de los gustos de la ciudadanía" (TREJO, 2003).

META INVESTIGACION DE LA COMUNICACION EN CHILE
Tendencias y Crítica.

Tabla N° 3. Relación Principales Centros de Investigación y Producción del Conocimiento en el ámbito de la Comunicación en Chile.

Centro de pensamiento	Temas
Centro de Estudios Mediales-Universidad Diego Portales.	Comunicación educativa; nuevas tecnologías de la información y la comunicación; ética, medios y cultura.
Instituto de Estudios Mediales—Pontificia Universidad Católica de Chile.	Consumo de medios; historia de los medios; comunicación y política.
Departamento de Investigaciones Mediáticas y de la Comunicación-Universidad de Chile.	Libertad de expresión; cómics.
Programa de Comunicación y Cultura del Centro de Investigaciones Sociales-Universidad Arcis.	Participación de la mujer; identidad; cultura de masas.
Instituto Libertad y Desarrollo-Derecha(Oposición).	Conflicto mapuche y conexiones políticas; seguridad ciudadana; políticas públicas para el desarrollo; ley indígena.
Centro de Estudios Públicos, CEP.	Reformas del Estado, economía y desarrollo.
Fundación Chile 21-Concertación (Gobierno).	Televisión y calidad de la programación.
Fundación Centro de Estudios Sociales, CESOC.	Estudios de percepción pública.
Asuntos Públicos.Org.	Información política y económica de actualidad.
Instituto Latinoamericano de Salud Mental y Derechos Humanos, ILAS.	Psicología y derechos humanos; política y derechos humanos.
Consejo Nacional de Televisión.	Lógicas de consumo.
Asociación de Escuelas de Periodismo y Comunicación Social de Chile, ASEPECS.	Formación periodística en Chile; calidad de la formación; seguimiento a la investigación.

Fuente: Elaboración propia, con diferentes referencias.

V. CONSIDERACIONES FINALES

i. Sobre la estructura económica y política de la información, la comunicación, la cultura y el conocimiento.

Considerando el período completo que hemos estudiado (1970-2003), podemos señalar algunas situaciones generales sobre las características de la estructura económica y política de la información, la comunicación, la cultura y el conocimiento, especialmente en su relación con la investigación comunicacional:

- a) Falta de transparencia del *mercado massmediático*.
- b) La fuerte presencia del componente ideológico.
- c) El bajo nivel de descentralización económica, política y territorial.
- d) Carencia de sólidas experiencias en proyectos multimedia.

Por otra parte, podemos señalar algunas características generales de las tres áreas mediáticas analizadas:

- a) En el caso de la **prensa**, nuestro "medianálisis" da cuenta de una concentración mediática que se ha acentuado durante los últimos 30 años. En efecto, la prensa chilena ha pasado del control de no más de diez consorcios empresariales ligados a la agricultura, la minería, la industria y la banca (durante los años 70): (1) El Mercurio/Lord Cochrane; (2) Empresa Editora Zigzag; (3) Radio Minería; (4) Radio Portales; (5) Consorcio Periodístico de Chile – COPESA; (6) Compañía Chilena de Comunicaciones; (7) Emisora Presidente Balmaceda; (8) Sociedad Periodística del Sur, SOPESUR; (9) Sociedad Nacional de Agricultura; y (10) Radioemisoras Unidas (URIBE, <<http://www.derechos.org/nizkor/chile/libros/reporter/cap102.html>> [Consulta: 28 nov. 2002]); a dos consorcios periodísticos; el grupo COPESA y EL MERCURIO.
- b) En el caso de la **radio**, "la creciente concentración de las señales y la irrupción en Chile -donde la radio ha estado tradicionalmente repartida en muchas manos- de importantes grupos comunicacionales extranjeros. Sin mencionar al empresario nacional Ricardo Bezanilla, dueño de las radios Infinita, Tiempo, Classica y Romántica, los casos más notorios de adquisición radial han estado a cargo de Radio Caracol, de Colombia, y del consorcio venezolano-estadounidense Iberoamerican Media Partners. Este último, con la compra de Andrés Bello, suma siete emisoras en la FM santiaguina, entre ellas las dos que lideran las encuestas: Rock&Pop y Corazón" (REVISTA QUÉ PASA, <<http://www.quepasa.cl/revista/1461/27.html>> [Consulta: 28 nov. 2002]).
- c) En el caso de la **televisión**, las transformaciones durante el gobierno militar (intervención, ocupación y cambios jurídicos), no sólo afectan al canal estatal, sino también a toda una lógica de una televisión

participativa, nacional y de servicio público, profundizando, por el contrario, una excesiva, pero coherente, dependencia comercial externa (mercado publicitario y mercado de las audiencias, People Meter y Rating) (SUNKEL y GEOFFROY, 2001: 18, 19; 29-32; 57-59; 68-70; 84-86; INFORME DE CUADERNOS PARA DEBATE, 1997: 63-75; HURTADO, 1988: 13 y 14).

En la actualidad, el consorcio de prensa El Mercurio, con sus diarios regionales, ha iniciado dos acciones fundamentales para el nuevo escenario multimediático en Chile: la compra de diarios locales en las distintas regiones del país y la adquisición de canales de radio y televisión, para crear cadenas a nivel nacional. Ambas iniciativas transforman el escenario *multimediático* en Chile, al agudizar la concentración económica e ideológica.

El escenario de falta de concurrencia, que ya hemos descrito, sumado a las profundas desigualdades en el acceso de la información, la comunicación y la cultura, con la consiguiente distribución del poder y control social, hacen necesario pensar la información y la comunicación, en términos de nuevas formas de mediación que:

- a) Se basan en las características locales para emplazar su diseño informativo y comunicacional, superando las actuales reproducciones comerciales a las cuales se han visto reducidas las experiencias locales.
- b) Se sustentan en la participación de las comunidades locales para su diseño mediático, en cambio los actuales medios locales responden a diseños nacionales y, con mayor frecuencia, transnacionales. En estos últimos la participación de las comunidades es baja.

Estas nuevas formas favorecen la participación y el ejercicio de una democracia comunicacional y se materializan en alternativas como las radios comunitarias y los periódicos de barrios, en un intento por perfilar las claves culturales locales frente a la globalización. Para obtener logros a largo plazo es necesario trabajar en entidades intermedias, como escuelas y municipalidades con una concepción integral de la comunicación, reconociéndola como un derecho de todos y no exclusivo de algunas instancias.

Como hay argumentos que señalan que cualquier medida de protección de las producciones mediáticas locales o nacionales constituye una limitación a la libertad de elección, es necesario precisar que se trata justamente de lo contrario: frente a la imposibilidad de elegir el acceso a imágenes locales o de imágenes que reflejen las problemáticas culturales propias, es conveniente que el Estado -a través de canales públicos, comunitarios y/o mediante el establecimiento de cuotas de pantalla para la producción local o regional-, garantice esta posibilidad; es decir, que exista una regulación que permita un flujo multidireccional de imágenes y una verdadera, plural y variada oferta de señales, no la falsa "libertad" de

elección entre imágenes, diálogos e información provenientes de una misma cultura.

Un alcance importante, como antecedente contextual, es que, en general, la situación a nivel latinoamericano no es diferente al caso que observamos en Chile, donde el mercado *massmediático* se caracteriza por su excesiva apertura a los capitales extranjeros, favoreciendo aún más la concentración:

“En América Latina los medios son cada vez más receptivos a la inversión extranjera, experimentan alianzas y fusiones que los concentran en cada vez menos consorcios, en algunos casos se renuevan los marcos legislativos. Los medios han adquirido un papel protagónico en los cambios políticos en casi toda la región y en algunos casos sus contenidos son motivo de preocupación y debate en la sociedad”.

(INFORME ANUAL DE LA COMUNICACIÓN 2000-2001 (España). [en línea]: INFORME ANUAL DE LA COMUNICACIÓN 2000-2001

<<http://raultrejo.tripod.com/ensayosmedios/MediosenAmericaLatina2001.htm>> [Consulta: 28 nov. 2002]. [En DÍAZ NOSTY, B. : Informe Anual de la Comunicación 2000-2001, Madrid, Zeta, 2001, pp. 181-188).

ii. Sobre el rol del Estado nación y las políticas de información, comunicación y cultura.

Sobre el rol del Estado nación en la investigación de la comunicación en Chile, es significativo destacar:

- a) Las distintas formas de intervención estatal, de acuerdo a los proyectos sociopolíticos y económicos subyacentes.
- b) La inexistencia de políticas públicas de comunicación y de investigación en comunicación.
- c) La crisis general del modelo de Estado nación y sus particularidades en el caso chileno, manifestada en una relación doble vincular hacia las comunidades: paternalismo y represión.
- d) Las distintas formas de funcionalización de la cultura en los proyectos políticos durante los últimos años.
- e) La intervención del Estado es reducida a la aplicación contingente de medidas legislativas.

En particular, la actividad cultural y el diseño de políticas culturales, sigue en Chile, durante los últimos treinta años, una lógica muy atípica. Durante el Régimen Militar es desplazada simbólica y pragmáticamente hacia la actividad política, en un sentido negativo; vale decir, es concebida como acción política y, por lo tanto proscrita del quehacer nacional, como

había sido proscrita la actividad política (cierre del parlamento, abolición de las expresiones eleccionarias, pues las autoridades eran designadas).

Luego sufrirá un proceso de popularización y promoción también atípico y siempre dependiente del escenario político-social. En el Gobierno de Patricio AYLWIN (1990-1993) será silenciada en el sentido práctico, pero proyectada en las declaraciones y el programa de gobierno. Se crea una serie de estructuras para contenerla, pero sin difundirla masivamente aún, pues la inestabilidad es latente. El "boinazo" y "tanquetazo" -acciones que amenazan con quedarse para siempre en Latinoamérica-, además del desprecio público hacia AYLWIN por parte de los militares durante una actividad oficial del país ("Parada Militar") daban cuenta de que este temor no era infundado. Había una apertura cultural más pretendida que lograda, más en el discurso que en la práctica. Las percepciones del antiguo régimen se mantienen y es conveniente apaciguar las aguas. Durante el gobierno de Eduardo FREI la apuesta por una política cultural se hace más explícita, con mayor decisión, pero enmarcada en el contexto de la imagen-país y su internacionalización. Y, finalmente, durante el gobierno de Ricardo LAGOS también hay un desplazamiento -aunque positivo- hacia la política. Surge la **fiesta de la cultura**. Y el diseño político-cultural responde hoy a dichas coordenadas. Observamos, en síntesis, un retorno a la lógica planteada por el gobierno de la Unidad Popular de Salvador ALLENDE. En efecto, el gobierno de Ricardo LAGOS crea el Ministerio de Cultura.

iii. Sobre la configuración de agendas de investigación.

La investigación de la comunicación en Chile, desde una perspectiva sociopolítica y económica, durante los últimos 30 años, se ha caracterizado por:

- a) El predominio de enfoques eclécticos, que, por un lado, contribuyen a la apertura de los espacios de investigación, y, por otro lado, impiden el desarrollo de aportes significativos al campo de la comunicación.
- b) La ausencia, como línea de investigación sólida y permanente, de perspectivas críticas, excepto los trabajos realizados por un equipo durante el Gobierno de la Unidad Popular, por algunas Organizaciones No Gubernamentales, ONG's, e Institutos durante el Régimen Militar; y por algunos autores que, desvinculados de los grandes Centros de Producción del Conocimiento, mantienen posturas críticas.
- c) La escasa proporción de la investigación formal en el campo de las Ciencias de la Información y la Comunicación durante los últimos 20 años, la cual representa sólo el 0,027% de la investigación promedio en Chile; además de la falta de incentivo por parte del Estado, el cual carece de políticas públicas en esta materia.
- d) La alta concentración de la estructura económica y política de los medios de comunicación, lo cual, por una parte, no ofrece la

transparencia necesaria de la información para su estudio, y, por otra parte, interviene directamente los ámbitos de investigación, al facilitar la incorporación significativa de capitales privados (Centros de Estudio) o corporativos (Consejo Nacional de Televisión).

- e) La participación emergente, y cada vez más predominante, de centros de producción de conocimiento, vinculados a estructuras de poder político y económico, los cuales representan a la derecha política y económica (Instituto Libertad y Desarrollo), el empresariado (Centro de Estudios Públicos), corporativismo (Consejo Nacional de Televisión, CNTV, y Asociación de Radiodifusión de Chile, ARCHI) y el gobierno de la Concertación de Partidos por la Democracia (Fundación Chile 21, Asuntos Públicos. Org) y otros organismos internacionales.

Finalmente, resulta pertinente señalar los resultados del cuestionario aplicado a algunos de los principales investigadores de la comunicación en Chile.

- a) ¿Qué áreas de estudio relacionadas con la información y la comunicación ha desarrollado?
- b) ¿Cómo evaluaría de manera crítica y global, la investigación de la comunicación en Chile, durante los últimos 30 años (1970-2003), pensando en aspectos como: enfoques, teorías, construcción de agendas, políticas de investigación, fortalezas y debilidades, y rol del Estado?
- c) Según su experiencia como investigador y lector crítico, ¿qué áreas de la comunicación destacaría por su desarrollo y/o aportes en Chile?
- d) Finalmente, ¿en qué áreas de la comunicación observa proyecciones y perspectivas para la investigación en Chile?

Las preguntas fueron planteadas de diferentes formas (conversación telefónica y correo electrónico), participando tres investigadores: Guillermo SUNKEL (Universidad de Chile), Sergio GODOY (Pontificia Universidad Católica de Chile) y María Eugenia FONTECILLA (Universidad de La Frontera, Universidad Austral).

En conclusión, podemos destacar:

- a) El reconocimiento de la tendencia en los estudios centrados en la televisión, ya sea a nivel de contenidos y lógicas de consumo. Además, se señalan estudios del discurso, análisis de contenido, análisis desde la *agenda setting*, entre otros.
- b) En general, la investigación es considerada pobre:
"Restricciones políticas y desconfianza institucional hacia las ciencias sociales entre 1973 y 1990, casi nada de investigación en regiones, universidades que no investigan, académicos orientados a enseñar en aulas pero no a investigar, financiamiento de investigación escaso y sesgado hacia las llamadas "ciencias exactas". Después de 1990, varios organismos de Estado, aunque de manera un tanto descoordinada

entre sí, han tratado de aliviar algunos de estos problemas: por ejemplo, el FONDECYT ha aumentado sus fondos; TVN y el CNTV han investigado a la TV. Aunque antes de 1973 la agenda de investigación estaba bastante ideologizada, al menos habían agendas originales generadas en el país: pienso específicamente en el CEREN dirigido por Armand Mattelart. Destaco además el esfuerzo de estudiar la recepción activa de TV por parte de Hermosilla & Fuenzalida desde CENECA en los años 80, durante un período nada fácil". (sic).

(Sergio GODOY, Pontificia Universidad Católica de Chile).

"Las grandes empresas que realizan investigaciones "masivas", suelen valerse de los datos ya almacenados para sus proyecciones, me atrevo (con conocimiento de causa) a señalar que muchas investigaciones son realizadas en "el escritorio" utilizando tendencias. En lo que respecta a los estudios de medios, el *people meter* tiene muy poco valor (algunas manzanas, en un solo estrato socio económico, etc..) [...] cuesta que proyectos netamente investigativos encuentren financiamiento en FONDECYT, si se refieren a áreas de las ciencias sociales. La Fundación Andes ha venido abriéndose más. Pero el Estado propiamente tal, no considera esta actividad entre sus intereses prioritarios. Como resultado se inician acciones que fallan definitivamente a cuas - no cabe duda - de un mal manejo de la información y la comunicación-". (sic). (María Eugenia FONTECILLA, Universidad de La Frontera, Universidad Austral)

- c) No obstante, existe optimismo sobre las posibilidades que ofrece el actual panorama intelectual:

"[...] hay núcleos de investigadores y centros de estudios lo suficientemente buenos como para generar una agenda de investigación de nivel mundial a partir de allí. Además del prestigio y solidez de las universidades tradicionales". (sic).

(Sergio GODOY, Pontificia Universidad Católica de Chile).

"En donde las cosas marchan mejor (en mi experiencia) es en las investigaciones cualitativas encargadas especialmente por empresas, u otras organizaciones". (sic).

(María Eugenia FONTECILLA, Universidad de La Frontera, Universidad Austral).

- d) Existe un nivel de complacencia muy marcado, el cual es coherente con el eclecticismo que mencionamos, al que se agrega un carácter muy práctico y funcional:

"Me gusta el enfoque desideologizado de la investigación que se hace en Chile [...] Hay investigación aplicada, sobre todo en el ámbito publicitario-medial y usualmente financiado por el sector privado, que es de muy buen nivel además". (sic).

(Sergio GODOY, Pontificia Universidad Católica de Chile).

"[...] los esfuerzos por el desarrollo de áreas de interés y para el beneficio común, no están claros, y se requiere una enorme cantidad de esfuerzo para concretar proyectos orientados al Bien Común, a un mejor conocimiento de lo que somos, etc. Hay esfuerzos en las Universidades (más bien las universidades regionales no privadas), pero -claro está-, dado los problemas presupuestarios, estas investigaciones se circunscriben a los intereses de los diferentes programas". (sic).

(María Eugenia FONTECILLA, Universidad de La Frontera, Universidad Austral).

- e) Sobre las perspectivas de la investigación en Chile, se mezcla el escepticismo con propuestas tendientes a ampliar los ámbitos de investigación:

"Dado el desarrollo y competitividad de las comunicaciones en Chile, es probable que se mantenga y enriquezca la actual veta de estudios aplicados en tecnología, usos y consumo -bastante ligado a intereses comerciales. La TV, que es un medio rico y glamoroso, seguirá atrayendo a muy buenos investigadores, que irán mejorando las metodologías y propuestas de instancias como el Consejo Nacional de TV. La hiperabundancia de periodistas quizás desemboque en análisis críticos sobre las evidentes falencias del periodismo nacional, sobre todo porque hay varias universidades con serias pretensiones de ser más que una fábrica de graduados. La publicidad mueve mucho dinero y produce fuertes efectos sociales, y como es manejada con criterios poco académicos allí existe una veta de desarrollo para la investigación social. El cambio digital en los medios electrónicos también ofrece una oportunidad para estudiar qué va a pasar, y ya hay algunas cosas al respecto. Pero temo que los pobres y los excluidos van a seguir siéndolo desde un punto de vista académico al menos: poco se va a seguir sabiendo de lo que pasa en regiones, sobre lo que ocurre con los marginados de la brecha digital, con las minorías étnicas". (sic).

(Sergio GODOY, Pontificia Universidad Católica de Chile).

"En lo que respecta al área en que creo URGENTE avanzar, invertir, difundir, aterrizar en los programas de formación, etc., esta es la de la BIOÉTICA. Es una vergüenza que mientras en otros países esta área, cuyo desarrollo le debe mucho a la

Escuela de Santiago [trabajos de Humberto MATURANA y Francisco VARELA], esté en muchísimo mejor pie que en nuestro país. Otro ítem de urgente desarrollo tiene que ver con el fenómeno medial, en especial la televisión y la supremacía de la farándula, tanto en dichos medios, como en la prensa escrita, que se defiende mal, abocada como está a más de lo mismo (dimes y diretes de la clase política) y se aleja así de sus lectores". (sic).

(María Eugenia FONTECILLA, Universidad de La Frontera, Universidad Austral).

Bibliografía Utilizada

- ALARCÓN, Cecilia; STUMPO, Giovanni (2002): "Las pequeñas y medianas empresas industriales en Chile", en PERES, Wilson; STUMPO, Giovanni (Coord.): *Pequeñas y medianas empresas industriales en América Latina y el Caribe*, México, Siglo XXI / CEPAL.
- AMAYA, Marcela (2002): "La 'Ley Pinochet de Telecomunicaciones': disputa por el dial en Chile", en *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, N° 80.
- AMTMANN, Carlos (1997): "Identidad regional y articulación de los actores sociales en procesos de desarrollo regional", en *Revista Austral de Ciencias Sociales*, Valdivia, Universidad Austral de Chile.
- (1994): "Descentralización y participación comunitaria: potencialidades, limitaciones y desafíos para el desarrollo rural", en MACHADO, A. (Ed.): *El desarrollo rural en América Latina hacia el siglo XXI*, Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, pp. 181-203.
- AMTMANN, Carlos y FERNÁNDEZ, Francisco (Editores) (1981): *Comunicación y desarrollo rural*, Valdivia, Instituto de Ciencias Históricas y Sociales de la Universidad Austral de Chile.
- (1978): "Estudio evaluativo: uso de la técnica de la radiovisión en la capacitación campesina", en *BOLETÍN CLAE*, N° 3.
- (1977): "Fuentes de información tecnológica y conducta innovativa: el caso de los productores de leche de la comuna de Los Angeles, Chile", en *Agricultura Técnica*, N° 17, pp. 82-88.
- (1976): "Difusión de tecnología agropecuaria en Chile: antecedentes empíricos", en AMTMANN, C. (Ed.): *Sociología del desarrollo rural: enfoque interdisciplinario de la difusión de tecnología agropecuaria en Chile*, Santiago de Chile, Editorial Universitaria.
- AMTMANN, Carlos y BARRIL, A. (1975): "Fuentes de comunicación y conocimiento tecnológico en pequeños agricultores de la provincia de Valdivia, Chile", en *Agricultura Técnica*, N° 35, pp. 114-119.
- AMTMANN, Carlos y FIRMANI, A. (1972): *Factores sociales que condicionan la acción del campesinado en las nuevas estructuras agrarias*, Valdivia, ODEPA.
- APARICI, Roberto; JEREZ, Ariel; PUERTAS, Lidia; SIERRA, Francisco; SAEZ, Victor Y TUCHO, Fernando (Comps.) (1999): *Medios de Comunicación y manipulación*, Madrid, UNED.
- ARGUMEDO, Alcira (1987): *Los laberintos de la crisis. América Latina: poder transnacional y comunicaciones*, Montevideo, Puntosur.
- ARIAS, Osvaldo (1970): *La prensa obrera en Chile, 1900-1930*, Santiago de Chile, Editorial Prensa Latinoamericana.
- ARRESE, Ángel (2000): "Economía y medios de comunicación en la década de los setenta", en *Comunicación y Sociedad*, Vol. XIII, N° 2, pp. 9-52, Pamplona, Universidad de Navarra.

- AVENDAÑO, Claudio (1999): "Transformaciones en la investigación en comunicación: el caso de Chile", en *Reflexiones Académicas*, N° 11, pp. 45-55, Santiago de Chile, Universidad Diego Portales.
- AYLWIN, Patricio (1993): *Mensaje Presidencial*, Santiago de Chile, Ministerio Secretaría General de Gobierno.
- (1992): *Mensaje Presidencial*, Santiago de Chile, Ministerio Secretaría General de Gobierno.
- (1991): *Mensaje Presidencial*, Santiago de Chile, Ministerio Secretaría General de Gobierno.
- (1990): *Mensaje Presidencial 1990*, Santiago de Chile, Ministerio Secretaría General de Gobierno.
- BENAVENTE, Andrés y JARAQUEMADA, Jorge (2001): *Las conexiones políticas en el conflicto mapuche*, Santiago de Chile, Instituto Libertad y Desarrollo.
- BERNEDO, Patricio (1999): "Historiografía de las comunicaciones en Chile. Apuntes para un balance", en *Comunicación y Sociedad*, N° 35, pp. 79-97, Guadalajara, Universidad de Guadalajara.
- BONET, Lluís (2000): "La producción y el mercado audiovisual iberoamericano frente a los retos de la mundialización", en *Diálogos de la Comunicación*, Lima, FELAFACS.
- BRUNNER, José (1994): *Comunicación y democracia. Discursos*, Santiago de Chile, Secretaría de Comunicación y Cultura, SECC, Ministerio Secretaría General de Gobierno.
- BRUNNER, José; CATALÁN, Carlos; BARRIOS, Alicia (1989): *Chile: transformaciones culturales y modernidad*, FLACSO.
- BRUNNER, José; CATALÁN, Carlos (1995): *Televisión. Libertad, mercado y moral*, Santiago de Chile, Editorial Los Andes.
- (1994): *Bienvenidos a la modernidad*, Santiago de Chile, Editorial Planeta Chilena S.A.
- BUSTAMANTE, Enrique (1986): "Políticas de comunicación: un reto actual", en DE MORAGAS, Miguel (Ed.): *Sociología de la comunicación de masas. Nuevos problemas y transformación tecnológica*, Barcelona, Gustavo Gili.
- CALVELO, Manuel (1998): *Los dos lados de la moneda. El valor de uso del conocimiento para la práctica empresarial*, Lima, Konrad Adenauer.
- (Sin Fecha): *Investigación y comunicación*, Santiago de Chile, Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, INIA.
- (Sin Fecha): *Manual de pedagogía masiva audiovisual*, Roma, FAO.
- CAPPA, Josmar (2002): "A política económica dos anos 90: estagnacao com vulnerabilidade no mercado financeiro internacional", en *Impulso*, Vol. 13, N° 30, pp. 75-92, Sao Paulo, Universidade Metodista de Piracicaba.
- CARMONA, Ernesto (2002): *Los dueños de Chile*, Santiago de Chile, Ediciones La Huella.
- (1997): *Morir es la noticia*, Santiago de Chile, Ernesto Carmona Editor.

- CASTRO-GÓMEZ, Santiago (2001): "Teoría tradicional y teoría crítica de la cultura", en *Impulso*, N° 29, pp. 113-124, Sao Paulo, Universidade Metodista de Piracicaba.
- CAVALLO, Ascanio; DÉLANO, Manuel; SALAZAR, Manuel (1990). *La historia oculta del régimen militar*, Santiago de Chile, Ediciones Antártica.
- CAZENEUVE, J. (1978): *La sociedad de la ubicuidad*, Barcelona, Gustavo Gili.
- CENECA (1992): *Educación para la comunicación*, Santiago de Chile, CENECA/UNESCO.
- CEPAL (1999): *Gestión de la información y de la tecnología de la información en el gobierno central y local*, Santiago de Chile, CEPAL.
- COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES (2001): El mercado de las telecomunicaciones, audiovisual e internet en Andalucía, Madrid, COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES.
- CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN (2000): *Propuesta de un marco normativo para la introducción de la televisión digital terrestre en Chile*.
- (1995): *Consumo televisivo infantil. El caso del cable. Un estudio cualitativo de observación participante*.
- (1993): *Encuesta sobre la televisión chilena*.
- CORTÉS, Flavio (1998): "Modernización y concentración: los medios de comunicación en Chile", en TOLOZA C. y LAHERA, E. (Ed.): *Chile en los noventa*, Santiago de Chile, Dolmen Ediciones.
- COUYOUMDJIAN, Ricardo (1996): "La Hora: cambios radicales", en *Cuadernos de Información*, Santiago de Chile, Escuela de Periodismo Universidad Católica de Chile.
- COVERT. ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA. SENADO (1975): *Select committee to study governmental operations with respect to intelligence activities. Covert action in Chile: 1963-1973*, Washington, 94th Congress, 1st Session.
- CULTURA (2002-2003): *Cartas informativas*, Santiago de Chile, Secretaría de Comunicación y Cultura, Ministerio Secretaría General de Gobierno, Gobierno de Chile.
- CHAPARRO, Manuel (2002): *Sorprendiendo al futuro. Comunicación para el desarrollo e información audiovisual*, Barcelona, Los Libros de La Frontera.
- DEL VALLE, Carlos y MORENO, Javier (2004) (Eds.). *Comunicación intercultural. Genealogía, crítica y perspectivas*. Instituto Europeo de Comunicación y Desarrollo, Sevilla, España.
- "Conflicto y síntesis en un sistema de salud público inserto en comunidades mapuches. Hospital Makewe". Sociedad Española de Literatura y Cultura Popular, SELICUP, Sevilla.
- (2004). "La representación de los indígenas mapuches (Araucanos) de Chile en las *Relaciones de Sucesos* publicadas en España: recuperación de la memoria histórica y aproximaciones

- al debate intracultural e intercultural", en revista *Zer*, Universidad del País Vasco, España.
- (2004). "Genealogía crítica de la comunicación intercultural: Mediocentrismo e invisibilización de lo étnico en los estudios interculturales", en *Sphera Pública*, Universidad San Antonio de Murcia, España.
- (2004). "Discurso, oralidad e interculturalidad en el sistema procesal penal chileno: economía procedimental, simulación y poder", en *Discurso*, Universidad de Sevilla, España.
- (2004). "Los desafíos de la interculturalidad en la transición de la justicia penal en Chile: discursos y prácticas pendientes", en revista *Lengua y Literatura Mapuche*, Universidad de La Frontera.
- (2004). "Comunicación, espacios y migración intraregional: Rito y oralidad como formas de contra poder e intertextualidad", en *Global Media Journal en español*, Centro de Investigación en Comunicación e Información (CINCO), del Instituto Tecnológico de Monterrey, México/Departamento de Comunicación y Artes Creativas de la Universidad de Purdue-Calumet, Hammond, Indiana, Estados Unidos.
- (2003). "Pertinencia y énfasis de la formación en comunicación para el desarrollo", en *Redes.Com*, Instituto Europeo de Comunicación y Desarrollo, Sevilla. ISSN 1696-2079.
- (2003). "Comunicación intercultural y desarrollo endógeno", en ENCINA, Javier (Ed.). *Democracias participativas e intervención social comunitaria desde Andalucía*, Editorial Atrapasueños/Universidad Pablo de Olavide, Sevilla, España. ISBN 84-607-8469-X.
- "Políticas culturales en Chile durante los últimos 30 años", en SIERRA, Francisco; MORENO, Javier (2003) *Comunicación y desarrollo en la sociedad global de la información: economía, política y lógicas culturales*, Unión Latina de Economía política de la Información, la Comunicación y la Cultura, Sevilla.
- (2003a): *Comunicar la salud. Entre la equidad y la diferencia*. Ediciones Universidad de La Frontera, Temuco, Chile. ISBN 956-236-144-6.
- (2003b): "La identidad en un doble juego: resistencia y apertura...o el aprendizaje del cinismo. La construcción social del llamado "conflicto mapuche" en Chile, en publicaciones electrónicas realizadas por los propios mapuches". En *Diálogos de la comunicación*, N° 66, Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, FELAFACS, Lima. Pp. 90-97.
- (2003c): "Interculturalidad y justicia. De la violencia de la escritura a la economía procedimental de la oralidad". En *Ambitos.Revista Andaluza de Comunicación*, Universidad de Sevilla, España. N°s 9 y 10, Sevilla. Pp. 87-101.

- (2003d): "Hacia una pedagogía de la comunicación intercultural: bases desde la producción oral, radial y mediática". En *Comuniquiatras, Revista Internacional*, Doctorado Interdisciplinar en Estudios Culturales: Literatura y Comunicación, del Departamento de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, España.
- (2003e): La construcción social del llamado 'conflicto mapuche' en Chile, en publicaciones periódicas electrónicas realizadas por los propios mapuches...", en revista electrónica *Orígenes*, Ministerio de Educación /Ministerio de Planificación, Chile.
- (2002a): "La estructura argumentativa de un tipo particular de discurso jurídico. El caso de cuatro demandas de reivindicación territorial mapuche (IX Región - Chile)". En *Revista de la Facultad*, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Universidad Nacional del Comahue/PubliFadecs, Argentina. Año 7, N° 7. Pp. 41-50.
- (2002b): "La estructura argumentativa de un tipo particular de discurso jurídico. El caso de cuatro demandas de reivindicación territorial mapuche (IX Región - Chile) y sus implicancias identitarias". En *Ambitos. Revista Andaluza de Comunicación*, Universidad de Sevilla, España. Nos 7 y 8. Pp. 181-196.
- (2002c): "Los desafíos interculturales de la justicia en Chile: De la violencia y el racismo del lenguaje a la tecnologización y economía del lenguaje y los procedimientos". En revista electrónica *Orígenes*, del Ministerio de Educación y del Ministerio de Planificación, Chile.
- (2002d): "El proceso judicial de 12 mapuches en Chile: entre el racismo de Estado y la violencia del lenguaje". En *Razón y Palabra, Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Tópicos de Comunicación*, N° 26.
- (2001a): "El uso de descripciones factuales como estrategias comunicativas de legitimación discursiva: el recurso de Ley de Seguridad del estado en el proceso judicial de 12 mapuches en la IX Región (Dic. 1997-Abril 1999)". En *Estudios Criminológicos y Penitenciarios*, Gendarmería de Chile y Ministerio de Justicia de Chile. N° 3, pp. 117-130.
- (2001b): "La estructura argumentativa de un tipo particular de discurso jurídico. El caso de cuatro demandas de reivindicación territorial mapuche (IX Región - Chile) y sus implicancias identitarias". En *Estudios Criminológicos y Penitenciarios*, Gendarmería de Chile y Ministerio de Justicia de Chile. N° 2, pp. 25-40.
- (2000a): "La estructura argumentativa de un tipo particular de discurso jurídico". En *Lengua y Literatura Mapuche*, Universidad de La Frontera, Chile. N° 9, pp. 169-176.

- (2000b): "La producción de comunicación (medial) en contextos educativos interculturales". En *Educación y Humanidades*, Universidad de La Frontera, Chile. N° 9, pp. 27-37.
- (1998): "Reconstrucción de la historia en el discurso jurídico mapuche, a propósito de una demanda de reivindicación territorial". En *Lengua y Literatura Mapuche*, Universidad de La Frontera, Chile. N° 8, pp. 233-242.
- DERMOTA, Ken (2002): *Chile inédito. El periodismo bajo democracia*, Santiago de Chile, Ediciones B Chile S.A.
- DIRECCIÓN DE ESTUDIOS SOCIOLOGICOS, UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE (1996): *Estudio: usos y costumbres en la audiencia de radio*, Santiago de Chile, ARCHI.
- DONNER, Patricio (1989): *Periodismo y política. La prensa de derecha e izquierda*, Santiago de Chile, Editorial Andante.
- DRAGÓ, Tito (1993): *Chile, un doble secuestro*, Madrid, Editorial Complutense.
- DURÁN, Claudio (1995): *El Mercurio: ideología y propaganda 1954-1994*, Santiago de Chile, Academia de Humanismo Cristiano.
- EDWARDS, Sebastián y LEDERMAN, Daniel (1998): *The political economy of unilateral trade liberalization: the case of Chile*, Boston, National Bureau of Economic Research.
- ESCANDÓN, Arturo (2000): *Censura y liberalismo en Chile*, Santiago de Chile.
- ESPAÑA, Sergio (1997): *Rol de la comunicación social y modernización del estado*, Santiago de Chile, Agrupación de Periodistas Relacionadores Públicos de Chile.
- ESTEINOU, Javier (1993): *La comunicación y la cultura nacionales en los tiempos de libre comercio*, México, Fundación Manuel Buendía.
- (1990): *Economía política y medios de comunicación*, México, Trillas.
- FAZIO, Hugo (1997): *Mapa actual de la extrema riqueza en Chile*, Santiago de Chile, Ediciones LOM / ARCIS.
- FILIPPI, Emilio (1991): "Informe sobre la situación del periodismo en Chile", en *Sociedad Interamericana de la Prensa*, Miami.
- FONTAINE, Arturo (1998): *Los economistas y el Presidente Pinochet*, Santiago de Chile, Zig Zag.
- FREI, Eduardo (1999): *Mensaje Presidencial*, Santiago de Chile, Ministerio Secretaria General de Gobierno.
- (1998): *Mensaje Presidencial*, Santiago de Chile, Ministerio Secretaria General de Gobierno.
- (1997): *Mensaje Presidencial*, Santiago de Chile, Ministerio Secretaria General de Gobierno.
- (1996): *Mensaje Presidencial*, Santiago de Chile, Ministerio Secretaria General de Gobierno.
- (1995): *Mensaje Presidencial*, Santiago de Chile, Ministerio Secretaria General de Gobierno.
- (1994): *Mensaje Presidencial*, Santiago de Chile, Ministerio Secretaria General de Gobierno.

- FREIRE, Toño (2002): *Las (in) comunicaciones de Lagos*, Santiago de Chile, La Firme.
- FRIEDMAN, Milton (1975): *Milton Friedman en Chile, bases para un desarrollo económico*, Santiago de Chile, Fundación de Estudios Económicos/Banco Hipotecario de Chile/Editorial Universitaria.
- FUENTES, Luis (1997): *Grandes grupos económicos en Chile y los medios de propiedad en otros países*, Santiago de Chile, Dolmen Ediciones S.A.
- FUENZALIDA, Valerio (2000): *La televisión pública en América Latina. Reforma o privatización*, Santiago de Chile, Fondo de Cultura Económica S.A.
- (1991): *Televisión, pobreza y desarrollo*, Santiago de Chile, CPU.
- (1990): *La televisión en los '90*, Santiago de Chile, CPU.
- FUENZALIDA, Valerio y HERMOSILLA, María (1989): *Visiones y ambiciones del televidente*, Santiago de Chile, CENECA.
- GALLEGU, Luis (1999): "Reflexiones sobre comunicación global y local e identidad cultural en Chile", en *Diálogos de la Comunicación*, N° 56, FELAFACS.
- GERARLD, E. (1965): *La responsabilidad social de la prensa*, México D.F., Ed. Libreros Mexicanos Reunidos.
- GERMANI, Gino (1974): *Política y sociedad en una época de transición: de la sociedad tradicional a la sociedad de masas*, Buenos Aires, Editorial Paidós.
- GOBIERNO DE CHILE y CONVENIO ANDRÉS BELLO (2001): *Impacto de la cultura en la economía chilena. Participación de algunas actividades culturales en el PIB y evaluación de las fuentes estadísticas disponibles*, Santiago de Chile, División de Cultura, Ministerio de Educación de Chile.
- GÓNGORA, Mario (1994): *Ensayo histórico sobre la noción de Estado en Chile en los siglos XIX y XX*, Santiago de Chile, Editorial Universitaria.
- GROPPO, Luis (2002): "MPB e industria cultural nos anos 60", en *Impulso*, Vol. 13, N° 30, pp. 75-92, Sao Paulo, Universidade Metodista de Piracicaba.
- GUTIÉRREZ, Paulina y MUNIZAGA, Giselle (1983): "Radio y cultura popular de masas", en *Documento de trabajo*, Santiago de Chile, CENECA.
- HURTADO, María (1989): *Historia de la TV en Chile (1958-1973)*, Santiago de Chile, Ediciones Documentas.
- (1988): *La reforma de la televisión en Chile. 1967-1973*, Santiago de Chile, CENECA.
- IBÁÑEZ, José (1981): *El marxismo: visión crítica*, Santiago de Chile, Ediciones Universidad Católica de Chile.
- INGLEHART, Ronald (1997): *Modernization and postmodernization: cultural, economic and political change in 43 societies*, New Jersey, Princeton University Press.
- IOSIFIDES, Petros (1997): "Cómo medir la concentración medial", en *Cuadernos de Información*, N° 12, Santiago de Chile.

- JARAQUEMADA, Jorge (1998): "Concentración de la propiedad en los medios y su efecto en el pluralismo", en *Material de discusión* N° 25, Instituto de Ciencia Política, Santiago de Chile, Universidad de Chile.
- JOCELYN-HOLT, Alfredo (1996): "La idea de nación en el pensamiento liberal chileno del siglo XIX", en *Opciones*, N° 9, Santiago de Chile.
- LAGOS, Ricardo (2000): *Discurso Presidencial. 21 de Mayo del año 2000*, Santiago de Chile, Gobierno de Chile.
- (2001): *Discurso Presidencial. 21 de Mayo del año 2001*, Santiago de Chile, Gobierno de Chile.
- (2002): *Discurso Presidencial. 21 de Mayo del año 2002*, Santiago de Chile, Gobierno de Chile.
- (2003): *Discurso Presidencial. 21 de Mayo del año 2003*, Santiago de Chile, Gobierno de Chile.
- (1961): *La concentración del poder económico*, Santiago de Chile, Editorial del Pacífico. [Corresponde a la Tesis del autor, Escuela de Derecho, Universidad de Chile].
- LASAGNI, María; EDWARDS, Paula; BONNEFOY, Josiane (1988): *La radio en Chile (Historia, modelos, perspectivas)*, en CENECA, N° 64, Tercera Edición, serie Comunicación y Cultura para el Desarrollo, Santiago de Chile.
- LIMITS HUMAN RIGHTS WATCH (1998): *Limits of tolerance: freedom of expression and the public debate in Chile*, New York, Human Rights Watch.
- LIRA, Juan (1987): *Televisión en Chile: un desafío nacional*, Santiago de Chile, CED/CENECA.
- MAC BRIDE (1980): *Un solo mundo, Voces Múltiples. Comunicación e Información en Nuestro Tiempo*, México D.F., FCE.
- MARQUES DE MELO, José (2002): "Política, dimensión hegemónica en el pensamiento comunicacional latinoamericano", en *Reflexiones Académicas*, N° 14, pp. 115-139, Santiago de Chile, Universidad Diego Portales.
- MARSHALL, Jorge (1999): "Outlook for the chilean economy", en *Fifth Annual Latin American Conference*, New York, Salomon Smith Barney.
- MARTIN BARBERO, Jesús (1987): *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Barcelona, Gustavo Gili.
- MARX, Karl y ENGELS, Federico (1848): *Manifiesto del Partido Comunista*, Moscú, Editorial Progreso. [Versión digitalizada para el Marx-Engels Internet Archive por José F. Polanco en 1998; y retranscrito para el Marxists Internet Archive por Juan R. Fajardo en 1999].
- (1859a): *Prólogo a la Contribución a la Crítica de la Economía Política*, Moscú, Editorial Progreso. [Versión digitalizada para el Marx-Engels Internet Archive por Germán Zorba, en marzo de 2001; y retranscrito para el Marxists Internet Archive por Juan R. Fajardo en 1999].

- (1859b): *Contribución a la Crítica de la Economía Política*, Moscú, Editorial Progreso. [Versión digitalizada el 2001; y retranscrito para el Marxists Internet Archive por Juan R. Fajardo en 1999].
- MATTELART, Armand (2002): *Geopolítica de la cultura*, Santiago de Chile, LOM Ediciones.
- (1984): *¿La cultura contra la democracia?. Lo audiovisual en la época transnacional*, Barcelona, Editorial Mitre.
- MATTELART, Armand; CASTILLO, Carmen; CASTILLO, Leonardo (1970): *La ideología de la dominación en una sociedad dependiente: la respuesta ideológica de la clase dominante chilena al reformismo*, Buenos Aires: Ediciones Signos.
- MATTELART, Armand y DORFMAN, Ariel (1970): *Para leer al Pato Donald*, Valparaíso, Ediciones Universitarias de Valparaíso.
- MATTELART, Armand; PICCINI, Mabel; MATTELART, Michèle (1979): *Los medios de comunicación de masas. La ideología de la prensa liberal en Chile*.
- MEDINA, José (1981): *Bibliografía de la imprenta en Santiago de Chile, desde sus orígenes hasta febrero de 1817*, Santiago de Chile.
- MEDINA, Mercedes (2001): "Algunas claves de la expansión de los grupos de comunicación españoles en Latinoamérica", en *Comunicación y Sociedad*, Vol. XIV, N° 1, pp. 71-99, Pamplona, Universidad de Navarra.
- MEZA, M. (1995): "Concentración de los medios en Chile: aportes e insuficiencias del proyecto de Ley de Prensa" [Tesis de Grado, Unbiversidad Diego Portales].
- MILLAMÁN, Rosamel (2000): "Nacionalismo y eurocentrismo como fuerzas antagónicas y uniformes de Estado para el desarrollo mapuche", en *Pueblo Mapuche: desarrollo y autogestión. Análisis y perspectivas en una sociedad pluricultural*, Concepción-Chile, Escaparate Ediciones.
- MILLÁN, Luis (1993): *La economía de la información. Análisis teóricos*, Madrid, Editorial Trotta.
- (1992): *Naturaleza y Medición de los Flujos de Información en las Economías Modernas. Comprensión Crítica y Bases de Reformulación*, Málaga, Departamento de Economía Aplicada- Universidad de Málaga.
- MONCKEBERG, Maria (2001): *El saqueo de los grupos económicos al estado chileno*, Santiago de Chile, Editorial B.
- MOREL, Consuelo; ZEGERS, Isabel y VICUÑA, Ignacio (1975): *Historia de la radio en Chile*, Santiago de Chile, Centro de Comunicaciones Sociales.
- MOSCO, Vincent (1996): *The Political Economy of Communication. Rethinking and Renewal*, Londres, Sage.
- MOSCO, Vincent y WASKO, Janet (Eds.) (1988): *Political Economy of Information (Studies in Communication and Society)*, Madison, University of Wisconsin Press.

- MOULIAN, Tomás (1997): *Chile actual: anatomía de un mito*, Santiago de Chile, LOM/ARCIS.
- MUNIZAGA, Giselle y RIVERA, Anny (1983): *Investigación en comunicación social en Chile*, DESCO.
- NARVÁEZ, Ancizar (2000): "Industria cultural, empleo y región", en *Diálogos de la Comunicación*, Lima, FELAFACS.
- NOGUEIRA, Eduardo (1993): *Regímenes Políticos Contemporáneos*, Santiago de Chile, Editorial Jurídica de Chile.
- ORTÚZAR, Carmen (1972): "La prensa antes y después del '70", Santiago de Chile, Pontificia Universidad Católica de Santiago de Chile. [Paper inédito].
- OSSA, Carlos (Comp.): *La pantalla delirante. Los nuevos escenarios de la comunicación en Chile*, Santiago de Chile, LOM Ediciones.
- OSSANDÓN, Carlos; SANTA CRUZ, Eduardo (1995): *Entre las alas y el plomo. La gestación de la prensa moderna en Chile*, Santiago de Chile, Ediciones LOM.
- OTANO, Rafael (1995): *Crónica de la transición*, Santiago de Chile, Editorial Planeta.
- OTANO, Rafael y SUNKEL, Guillermo (1999): *Libertad de los periodistas en los medios*, Santiago de Chile, Centro de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Diego Portales.
- OTERO, Edison y LÓPEZ, Ricardo (1993): *Televisión y violencia*, Santiago de Chile, Ediciones Bravo y Allende.
- PALAST, Gregory (22/11/1998): "Tinker bell Pinochet and the fairy tale miracle of chile", en *The Observer*, London.
- PELLEGRINI, Silvia (1989): *Políticas de información*, Santiago de Chile, Pontificia Universidad Católica de Santiago de Chile.
- PETRAS, James and LEIVA, Fernando (1994): *Democracy and poverty in Chile. The limits to electoral politics*, Colorado, Westview Press.
- PINTO, Jorge (2000): *De la inclusión a la exclusión. La formación del Estado, la nación y el pueblo mapuche*, Santiago de Chile, Universidad de Santiago de Chile y Universidad de La Frontera.
- PIWONKA, Gonzalo (2000): *Orígenes de la libertad de prensa en Chile (1823-1830)*, Santiago de Chile, RIL Editores.
- POLLAK, Marcelo (1999): *The New Right in Chile, 1973-1997*, Nueva York, St. Martin's Press.
- PORTALES, Diego (1999): "La concentración de los medios y la libertad de expresión en Chile", en ESCUELA PERIODISMO UNIVERSIDAD DE CHILE (Coord.): *Los usos de la libertad de expresión*, Documento de trabajo.
- (1994): *Utopías en el mercado (Teoría y práctica de una contribución democrática de la televisión)*, Santiago de Chile, Producciones del Ornitorrinco.
- (1989): *La política en pantalla*, Santiago de Chile, ILET.
- (1987): *La dificultad de innovar, un estudio sobre las empresas de televisión en América Latina*, Santiago de Chile, ILET.
- (1981): *Poder económico y libertad de expresión*, Santiago de Chile, Editorial Nueva Imagen.

- PORTALES, Diego; HIRMAS, María; ALTAMIRANO, Juan; EGAÑA, Juan (1988): *Televisión chilena, censura o libertad*, Santiago de Chile, ILET.
- POTTER, Jonathan (1998): *La representación de la realidad*, Barcelona, Gedisa.
- PROGRAMA DE NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO (PNUD) (2002): *Desarrollo humano en Chile. Nosotros los chilenos: un desafío cultural*, Santiago de Chile, PNUD.
- QUIRÓS, Fernando (1998): *Estructura internacional de la información*, Madrid, Síntesis.
- QUIRÓS, Fernando y SIERRA, Francisco (Directores) (2001): *Comunicación, globalización y democracia: crítica de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura*, Sevilla, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- RAMONET, Ignacio (1998): *La Tiranía de la Comunicación*, Madrid, Debate.
- (1998): *Pensamiento Crítico vs. Pensamiento Único*, Madrid, Debate.
- (1997): *Un Mundo sin Rumbo. Crisis de Fin de Siglo*, Madrid, Debate.
- REYES, Fernando y RICHARDS, Jorge (1986): *Periodismo independiente: ¿mito o realidad?*, Santiago de Chile, ILET.
- REYES, Nira (11/2002): *La excepción latinoamericana. Mito y realidades del modelo chileno*, en *Le Monde Diplomatique*, Santiago de Chile.
- RICHARDS, Jorge (1986): "La prensa alternativa en Chile: el testimonio de sus protagonistas", en SIMPSON, Máximo (Comp.): *Comunicación alternativa y cambio social*, México D.F., Premiá Editora de Libros S.A.
- ROITMAN, Marcos (Ed.) (1990): *América Llatina: entre los mitos y la utopía*, Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- ROZAS, Patricio y MARTÍN, Gustavo (1989): *El mapa de la extrema riqueza: 10 años después*, Santiago de Chile, Ediciones Chile-América.
- SANTA CRUZ, Eduardo (1988): *Análisis del periodismo chileno*, Santiago de Chile, Nuestra América ediciones.
- SAVIELIS, Peter (2000): *The president and congress in postauthoritarian Chile*, Penn State University Press.
- SCHATAN, Jacobo (1998): *Deuda externa, neoliberalismo y globalización. El saqueo de América Latina*, Santiago de Chile, LOM Ediciones.
- SCHILLER, Herbert (1986): *Información y economía en tiempos de crisis*, Madrid, FUNDESCO / Tecnos.
- SECRETARÍA DE ESTADO PARA LA COMUNICACIÓN (1997): "Los servicios de televisión en Chile", en *Cuadernos para debate*, Madrid, Secretaría de Estado para la Comunicación.
- (1997): "El futuro de la televisión en Chile", en *Cuadernos para Debate*, Madrid.
- SIERRA, Francisco (1999): "Comunicación educativa y economía política. Apuntes sobre políticas culturales e innovación tecnológica" en *Ámbitos. Revista Andaluza de Comunicación*, número 2, Sevilla, Universidad de Sevilla, pp.87-108.
- SILVA, Eduardo (1996): *The State and capital in Chile*, Westview Press.

- SOLIS, Beatriz (2000): "Nuevos parámetros en la investigación de las políticas nacionales de comunicación", en ESTEINOU, Javier (Coord.): *Espacios de Comunicación*, Santa Fé, Universidad Iberoamericana. [También publicado en *Diálogos de la Comunicación*, Lima, FELAFACS, 1999].
- SQUELLA, Agustín (2002a): *Nuestra institucionalidad cultural. Preguntas y respuestas*, Santiago de Chile, Asesoría Presidencial de Cultura.
- (2002b): *Región y cultura. Por un desarrollo armónico y equitativo de las regiones del país en el campo cultural*, Santiago de Chile, Asesoría Presidencial de Cultura.
- SUNKEL, Guillermo y GEOFFROY, Esteban (2001): *La concentración económica de los medios de comunicación en Chile*, Santiago de Chile, Ediciones LOM.
- SUNKEL, Guillermo (2002): *La prensa sensacionalista y los sectores populares*, Bogotá, Editorial Norma.
- TORRES LÓPEZ, Juan (1985): *Economía de la comunicación de masas*, Madrid, Grupo Cultural Zero.
- (1980): *Economía política de la comunicación de masas: (Un intento de síntesis del proceso de comunicación de masas en la sociedad capitalista)*, Málaga, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- TOURAINE, Alain (1989): *América latina. Política y sociedad*, Madrid, Espasa Calpe, S.A.
- VACA, Ricardo (2000): "La empresa de comunicación en el nuevo contexto político y económico", en BENAVIDES, Juan, ALAMEDA, David y FERNÁNDEZ, Elena (Eds.): *Las convergencias de la comunicación. Problemas y perspectivas investigadoras*, Madrid, Fundación General de la Universidad de Madrid.
- VALDÉS, JUAN (1995): *Pinochet's economists: the Chicago School in Chile*, Cambridge University Press.
- VASSALO LOPES, María (1999): *Pesquisa em comunicacao*, Sao Paulo, Ediciones Loyola.
- VERA, Héctor (1998): *Desafíos Democráticos del Periodismo en Chile*, Santiago de Chile, Universidad de Santiago de Chile.
- WARNIER, Jean-Pierre (2000): *La mundialización de la cultura*, Barcelona, Gedisa.
- WILLIAMS, Raymond (1980): *Marxismo y literatura*, Barcelona, Península.
- ZALLO, Ramón (2000): "La crisis general de paradigmas. El caso de la economía y política de la comunicación y de la cultura", en BENAVIDES, Juan, ALAMEDA, David y FERNÁNDEZ, Elena (Eds.): *Las convergencias de la comunicación. Problemas y perspectivas investigadoras*, Madrid, Fundación General de la Universidad de Madrid.
- (1992): *El mercado de la cultura. Estructura económica y política de la comunicación*, Donostia (Guipúzcoa), Tercera Prensa-Hirugarren Prentsa, S.L.

-
- (1991): "Estructura Económica de la Publicidad", en BENITO, A. (Ed.) (1991): *Ciencias y Técnicas de la Comunicación*, Madrid, Ediciones Paulinas.
- (1990): "Industrias Culturales y Cultura Vasca", en *Cultura en Euskadi*. Euskal Kultura, Bilbao, IPES.
- (1989): "Las Formas Dominantes de Concentración, en *Telos* N° 18, Madrid, Fundación Telefónica.
- (1988): *Economía de la Comunicación y de la Cultura*, Madrid, Akal.
- (1987): *Fundamentos para una Economía Crítica de las Industrias Culturales*, País Vasco, Universidad del País Vasco [Tesis Doctoral].
- ZACHMANN, Patrick (2002): *Chili: les routes de la mémoire*, París, Marval.
- ZEGERS, Cristián (1988): *El diario considerado como institución*, Santiago de Chile, Editorial Universitaria.

Recursos Electrónicos Utilizados¹

- AGUIRRE, Estela; CHAMORRO, Sonia; CORREA, Carmen (Chile). [en línea]: LIBROS Y TESIS ESCRITOS POR CHILENOS DESDE EL EXILIO. BIBLIOGRAFÍA DESDE EL EXILIO 1973-1989
<<http://www.abacq.net/imaginaria/biblio.htm>> [Consulta: 20 de junio de 2003].
- AMÉRICA ECONÓMICA INTERNACIONAL (Chile). [en línea]: EL GRUPO PRISA OBTIENE OCHO LICENCIAS DE FRECUENCIA MODULADA EN CHILE
<<http://www.americaeconomica.com/numeros/64/noticias/mtchile/prisa.htm>> [Consulta: 25 marzo de 2003].
- ESCANDÓN, Arturo (Chile). [en línea]: CENSURA Y LIBERALISMO EN CHILE A PARTIR DE 1990
<<http://www.nakamachi.com/censura/censor4.htm>> [Consulta: 14 marzo de 2003].
- EUROPEAN UNION. EUROPEAN COMISIÓN. DIRECTORATE-GENERAL FOR THE INFORMATION SOCIETY (Comunidad Europea). [en línea]: Access to capital for the content industries: executive summary
<<ftp://ftp.cordis.lu/pub/econtent/docs/2000%5F1557%5Fen.pdf>> [Consulta: 14 marzo de 2003].
- FUNDACIÓN CHILE 21 (Chile). [en línea]: FUNDACIÓN CHILE 21
<<http://www.chile21.cl>> [Consulta 3 oct. de 2003].
- GATTI, Mario (Comunidad Europea). [en línea]: THE IMPACT OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES ON VOCATIONAL COMPETENCES AND TRAINING: CASE STUDIES IN ITALY, FRANCES AND SPAIN
<<http://trainingvillage.gr/etv/publication/download/panorama/5091%5Fen.pdf>> [Consulta: 14 marzo de 2003].
- INFORME ANUAL DE LA COMUNICACIÓN 2000-2001 (España). [en línea]: INFORME ANUAL DE LA COMUNICACIÓN 2000-2001
<<http://raulrejo.tripod.com/ensayosmedios/MediosenAmericaLatina2001.htm>> [Consulta: 28 nov. 2002]. [En DÍAZ NOSTY, B.: Informe Anual de la Comunicación 2000-2001, Madrid, Zeta, 2001, pp. 181-188.
- INSTITUTO LIBERTAD Y DESARROLLO (Chile). [en línea]: INSTITUTO LIBERTAD Y DESARROLLO
<<http://www.lyd.cl>> [Consulta: 3 oct. de 2003].
- MARXISTS INTERNET ARCHIVE (No precisado). [en línea]: MARXISTS INTERNET ARCHIVE
<<http://www.marxists.org/espanol/m-e/index.htm>> [Consulta: 6 nov. de 2002].
- ORELLANA, Carlos (Chile). [en línea]: 1973-1990: REVISTA A LAS REVISTAS CHILENAS DEL EXILIO

¹ Para las referencias a los recursos electrónicos, se utiliza la norma ISO 690-2.

- <<http://www.abacq.net/imaginaria/revistas.htm>> [Consulta: 20 de junio de 2003].
- PALACIOS, Rolando (España). [en línea]: "SISTEMA DE PROPIEDAD DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN CHILE: CONTEXTO Y VÍNCULOS INTERNACIONALES", EN GITTCUS, PUBLICACIÓN DIGITAL DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN EN TEORÍA Y TECNOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA, 2002 <<http://www.cica.es/aliens/gittcus/>> [Consulta: 20 de junio de 2003].
- REVISTA QUÉ PASA (Chile). [en línea]: REVISTA QUÉ PASA <<http://www.quepasa.cl/revista/1461/27.html>> [Consulta: 28 nov. 2002].
- UMPIERREZ (España) [En línea]:
<http://www.antroposmoderno.com/antro-articulo.php?id_articulo=441>;
<<http://www.imagine.com.ar/perspectivas/pdf/umpierrez.PDF>>. [Consulta: 3 de septiembre de 2003]
- URIBE, H. (Chile). [en línea]: PRENSA Y PERIODISMO POLÍTICO 1960/70 <<http://www.derechos.org/nizkor/chile/libros/reporter/capI02.htm>> [Consulta: 28 nov. 2002].

Bibliografía Complementaria Recomendada

El propósito de esta sección es proporcionar bibliografía complementaria para quienes trabajan en el campo de la investigación de la comunicación, particularmente desde la economía política de la información, la comunicación y la cultura, y las políticas de comunicación. Se incluye sólo la bibliografía más accesible y actual (posterior a 1995).

- AHCIET (1999): *La regulación de las telecomunicaciones en Iberoamérica*, Madrid, AHCIET.
- ALABAU, Antonio (1998): *La Unión Política y su política de telecomunicaciones. En el camino hacia la Sociedad de la Información*, Madrid, Fundación Airtel.
- ALBORNOZ, Luis et al. (2002): *La política a los pies del mercado: la comunicación en la Argentina de los '90*, Buenos Aires, Universidad de Buenos Aires.
- ANDERSSON, Ake y ANDERSSON, David (Eds.) (2001): *Gateways to the Global Economy*, Londres, Edward Elgar Pub.
- AUBEMAS, Florence y BENASAYAG, Miguel (2002): *Le fabrication de l'information*, París, Recouverte.
- AYUSTE, Ana et al. (1994): *Planeamientos de la pedagogía crítica: comunicar y transformar*, Barcelona, Grao Editorial.
- BABE, Robert E. (1996): *Communication and the Transformation of Economics: Essays in Information, Public Policy, and Political Economy (Critical Studies in Communication An)*, Boulder, Westview Press.
- (1995): *Communication and the Transformation of Economics*, Boulder, Westview Press.
- (Ed.) (1994): *Information and Communication in Economics*, Boston, Kluwer.
- BENHAMOU, F (1996): *L'économie de la culture*, Paris, La Decouverte.
- BETTIG, Ronald V. y SCHILLER, Herbert I. (Ed.) (1997): *Copyrighting Culture: The Political Economy of Intellectual Property (Critical Studies in Communication and in the Cultural Industries)*, Boulder, Westview Press.
- BOLAÑO, César y MASTRINI, Guillermo (Eds.) (1999a): *Globalización y monopolios en la Comunicación en América Latina*, Buenos Aires, Biblos.
- (1999b): *Globalização e Regionalização das Comunicações*, São Paulo, EDUEL Ed. UFS.
- (1996): *Economia de la Communication et de la Culture: Perspectives Francobresiliennes*, Aracaju, OBSCOM/DEE/UFF, 1996.
- (1995a): "Economía política, globalización y comunicación", en *Revista Nueva Sociedad*, N° 140, Caracas, Nueva Sociedad.
- (1995b): *Economía política das telecomunicações, da informação e da comunicação*, São Paulo, Intercom.
- BORDIEU, Pierre (1997): *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama.

- BUSTAMANTE, Enrique (1999b): *La televisión económica*, Barcelona, Gedisa.
- (1982): *Los años de la información en España*, Madrid, Akal.
- COMOR, Edward A. (1998): *Communication, Commerce and Power: The Political Economy of America and the Direct Broadcast Satellite, 1960-2000*, New York, Palgrave MacMillan.
- (1996): *The Global Political Economy of Communication: Hegemony, Telecommunication and the Information Economy (International Political Economy Series)*, New York, Palgrave MacMillan.
- CROUCH, Colin; STREEKS, Wolfgang (Ed.) (1997): *Political Economy of modern Capitalism. Mapping convergence and diversity*, Londres, Sage.
- DOWNEY, John y McGUIGAN, Jim (Ed.) (1999): *Technocities. The Culture and Political Economy of the Digital Revolution*, Londres, Sage.
- DUBIEL, Helmut (2000): *La Teoría Crítica: Ayer y Hoy*, Madrid, Plaza y Valdés.
- FERGUSON, M. y GOLDING, P. (Eds.) (1998): *Economía política y estudios culturales*, Barcelona, Bosch.
- GETINO, Octavio (1995): *Las industrias culturales en la Argentina. Dimensión económica y políticas públicas*, Buenos Aires, Colihue.
- GILPIN, Robert y GILPIN, Jean M. (2001): *Global Political Economy: Understanding the International Economic Order*, New Jersey, Princeton University Press.
- GIORDANO, Eduardo y ZELLER, Carlos (1999): *Políticas de televisión. La configuración del mercado audiovisual*, Barcelona, Icaria.
- (1988): *Europa en el juego de la comunicación global: monopolios y control de la información*, Madrid, Fundesco.
- GOLDING, Peter y MURDOCK, Graham (Eds.) (1997): *The Political Economy of the Media (International Library of Studies in Media and Culture Series, Vol 2)*, Londres, Edward Elgar Pub.
- GOLDING, Peter y HARRIS, Phil (Eds.) (1997): *Beyond Cultural Imperialism. Globalization, Communication and the New International Order*, Londres, Sage.
- HAHNEL, Robin (2002): *The ABCs of Political Economy. A Modern Approach*, Londres, Pluto Press.
- HELD, David (et al) (1999): *Global Transformations: Politics, Economics and Culture*, California, Stanford University Press.
- HERMAN, Edward (1999): *The myth of the liberal media*, Nueva York, Peter Lang.
- HERMAN, Edward S. y CHOMSKY, Noam (2002): *Manufacturing consent: the political economy of the mass media*, New York, Pantheon Books.
- LLOBET, Liliana (2002): "La necesidad de la existencia de políticas nacionales de comunicación en el MERCOSUR", Buenos Aires, Universidad de Buenos Aires.
- MASTRINNI, Guillermo; MESTAMN, M. (1996): "¿Desregulación o rerregulación?. De la derrota de las políticas a las políticas de la

- derrota", en *Cuadernos de Información y Cultura* N° 2, Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- MATTELART, Michele y MATTELART, Armand (2002): *Pensar sobre los medios. Comunicación y crítica social*, Madrid, Fundesco.
- (2000): *Historia de la utopía planetaria: de la ciudad profética a la sociedad global*, Barcelona, Paidós.
- (1998): *La mundialización de la comunicación*, Barcelona, Paidós.
- (1994a): *Los nuevos escenarios de la comunicación internacional*, Barcelona, Centre d'Investigació de la Comunicació.
- (1994b): *Mapping World Communication*, Minnesota, University of Minnesota Press.
- McCHESNEY, Robert W. (1999): *Rich Media, Poor Democracy*, Urbana, University of Illinois Press.
- (Ed.) (1997): *Capitalism and the Information Age: The Political Economy of the Global Communication Revolution*, Nueva York, Monthly Review Press.
- MOHAMMADI, Ali (Ed.) (1997): *International Communication and Globalisation*, Londres, Sage.
- MOSCO, V. y SCHILLER, D. (2001): *Continentyal Order? Integrating North America for Cybercapitalism*, Londres, Rowman & Littlefield Publishers.
- MOWLANA, Hamid (1997): *Global Information and World Communication. New Frontiers in International Relations*, Londres, Sage.
- (1996): *Global Communication in Transition. The End of Diversity?*, Londres, Sage.
- PATELIS, Korinna (1999): "The political Economy of the internet", en CURRAN, James (1999): *Media organizations in society*, Londres, Arnold.
- PROSS, Harry (1998): "¿Puede haber una política europea de medios?", en *II Simposium Internacional de la A.I.C. "El Estado de la Comunicación en España"*, Madrid, AIC.
- RONCAGLIOLO, Rafael (1995): "De las políticas de comunicación a la incomunicación de la política", en *Revista Nueva Sociedad*, N° 140, Caracas, Nueva Sociedad.
- SINGH, Katar (1999): *Rural development. Principles, policies and management*, Londres, Sage.
- STUBBS, Richard y UNDERHILL, Geoffrey R. D. (Eds.) (2000): *Political Economy and the Changing Global Order*, Oxford, Oxford University Press.
- VENTURELLI, Shalini (1998): *Liberalizing the European Media: Politics, Regulation and the Public Sphere*, Oxford, Oxford University Press.
- VV. AA. (1996): *Global Political Economy of Communication Hegemony*, Londres, MacMillan Press.
- VV. AA. (1994): *The Global Economy of Communication*, Nueva York, St. Martin's Press.

- WILKIN, Peter (2001): *The Political Economy of Global Communication: An Introduction (Human Security in the Global Economy)*, Londres, Pluto Press.
- WINSECK, Dwayne (1998): *Reconvergence: A Political Economy of Telecommunications in Canada (The Hampton Press Communication Series)*, Mount Waverly, Hampton Press.

Recursos Electrónicos Recomendados²

- AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES (Brasil). [en línea]:
AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES
<<http://www.anatel.gov.br>> [Consulta: 21 sept. 2002].
- ADMIN. NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES (Paraguay). [en línea]:
ADMIN. NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES
<<http://www.infonet.com.py/antelco/>> [Consulta: 21 sept. 2002].
- COMISIÓN DE REGULACIÓN DE TELECOMUNICACIONES (Colombia).
[en línea]: COMISIÓN DE REGULACIÓN DE
TELECOMUNICACIONES <<http://www.crt.gov.co/>> [Consulta:
21 sept. 2002].
- COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN (Colombia). [en línea]:
COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN
<<http://www.cntv.org.co>> [Consulta: 21 sept. 2002].
- COMISIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES (Honduras). [en
línea]: COMISIÓN NACIONAL DE
TELECOMUNICACIONES <<http://www.conatel.hn/>> [Consulta:
21 sept. 2002].
- COMISIÓN FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES (México). [en línea]:
COMISIÓN FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
<<http://www.cft.gob.mx>> [Consulta: 21 sept. 2002].
- COMISIÓN NACIONAL DE FILMACIONES MÉXICO (México). [en línea]:
COMISIÓN NACIONAL DE FILMACIONES MÉXICO
<<http://www.conafilm.org.mx/>> [Consulta: 21 sept. 2002].
- COMITÉ FEDERAL DE RADIODIFUSIÓN (Argentina). [en línea]: COMITÉ
FEDERAL DE RADIODIFUSIÓN <<http://www.comfer.gov.ar/>>
[Consulta: 21 sept. 2002].
- CONSEJO NACIONAL PARA LA CULTURA Y LAS ARTES (México). [en
línea]: CONSEJO NACIONAL PARA LA CULTURA Y LAS
ARTES <<http://www.cnca.gob.mx>> [Consulta: 21 sept. 2002].
- CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN (Chile). [en línea]: CONSEJO
NACIONAL DE TELEVISIÓN
<<http://CNTVNT1.CNTV.CL/CNTV/>> [Consulta: 21 sept. 2002].
- CONTROL NACIONAL DE RADIO (Costa Ricas). [en línea]: CONTROL
NACIONAL DE RADIO <<http://www.cnr.go.cr>> [Consulta: 21
sept. 2002].
- DIRECCIÓN GEN. DE RADIO, TELEVISIÓN Y CINEMATOGRAFÍA
(México). [en línea]: DIRECCIÓN GEN. DE RADIO,
TELEVISIÓN Y CINEMATOGRAFÍA <<http://www.rtc.gob.mx>>
[Consulta: 21 sept. 2002].
- DIRECCIÓN GEN. DE TELECOM. (Perú). [en línea]: DIRECCIÓN GEN. DE
TELECOM.
<<http://www.mtc.gob.pe/comunicaciones/dgt/telecom.htm>>
[Consulta: 21 sept. 2002].

² Para las referencias a los recursos electrónicos, se utiliza la norma ISO 690-2.

- DIRECCIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES (Venezuela). [en línea]: DIRECCIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES <<http://www.conatel.gov.ve>> [Consulta: 21 sept. 2002].
- ENTE REGULADOR DE SERVICIOS PÚBLICOS (Panamá). [en línea]: ENTE REGULADOR DE SERVICIOS PÚBLICOS <<http://www.enteregulador.gob.pa>> [Consulta: 21 sept. 2002].
- INSTITUTO MEXICANO DE CINEMATOGRAFÍA (México). [en línea]: INSTITUTO MEXICANO DE CINEMATOGRAFÍA <<http://www.imcine.gob.mx>> [Consulta: 21 sept. 2002].
- INTERNATIONAL COUNCIL FOR EDUCATIONAL MEDIA (Suiza). [en línea]: INTERNATIONAL COUNCIL FOR EDUCATIONAL MEDIA <<http://www.icem-cime.com/>> [Consulta: 27 sept. 2002].
- MINISTERIO DE INFORMACIÓN GUBERNAMENTAL (Bolivia). [en línea]: MINISTERIO DE INFORMACIÓN GUBERNAMENTAL <<http://www.comunica.gov.bo/>> [Consulta: 21 sept. 2002].
- MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES (Brasil). [en línea]: MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES <<http://www.mc.gov.br>> [Consulta: 21 sept. 2002].
- MINISTERIO DE TRANSPORTES Y TELECOMUNICACIONES (Chile). [en línea]: MINISTERIO DE TRANSPORTES Y TELECOMUNICACIONES <<http://www.mtt.cl>> [Consulta: 21 sept. 2002].
- MINISTERIO DE LAS COMUNICACIONES (Colombia). [en línea]: MINISTERIO DE LAS COMUNICACIONES <<http://www.mincomunicaciones.gov.co/>> [Consulta: 21 sept. 2002].
- ORGANISMO SUPERV. DE INVERSIÓN PRIVADA EN TELECOM. (Perú). [en línea]: ORGANISMO SUPERV. DE INVERSIÓN PRIVADA EN TELECOM. <<http://www.osiptel.gob.pe>> [Consulta: 21 sept. 2002].
- PUERTO RICO FILM COMISIÓN (Puerto Rico). [en línea]: PUERTO RICO FILM COMISIÓN <<http://www.prfilm.com>> [Consulta: 21 sept. 2002].
- SECRETARÍA DE COMUNICACIONES (Argentina). [en línea]: SECRETARÍA DE COMUNICACIONES <<http://www.secom.gov.ar/>> [Consulta: 21 sept. 2002].
- SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES (México). [en línea]: SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES <<http://www.sct.gob.mx>> [Consulta: 21 sept. 2002].
- SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA (México). [en línea]: SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA <<http://www.sep.gob.mx>> [Consulta: 21 sept. 2002].
- SERVICIO OFICIAL DE DIF., RADIOTELEV. Y ESPECTÁCULOS (Uruguay). [en línea]: SERVICIO OFICIAL DE DIF.,

RADIOTELEV. Y ESPECTÁCULOS

<<http://www.sodre.gub.uy/>> [Consulta: 21 sept. 2002].

SUPERINTENDENCIA GEN. DE ELECTRIC. Y TELECOM. (El Salvador).

[en línea]; SUPERINTENDENCIA GEN. DE ELECTRIC. Y

TELECOM. <<http://www.siget.gob.sv>> [Consulta: 21 sept. 2002].

SUPERINTENDENCIA DE TELECOMUNICACIONES (Guatemala). [en

línea]; SUPERINTENDENCIA DE TELECOMUNICACIONES

<<http://www.sit.gob.gt>> [Consulta: 21 sept. 2002].

TELECOMUNICACIONES DE MÉXICO (México). [en línea];

TELECOMUNICACIONES DE MÉXICO

<<http://www.telecomm.net.mx>> [Consulta: 21 sept. 2002].

TELCOR (Nicaragua). [en línea]; TELCOR

<<http://www.telcor.gob.ni/Index.html>> [Consulta: 21 sept. 2002].

La investigación de la comunicación en Chile, durante los últimos 30 años, considerando las variables sociopolíticas, económicas e ideológicas, se caracteriza por:

- i. El predominio de enfoques eclécticos.
- ii. La ausencia general de líneas de investigación sólidas y permanentes.
- iii. La escasa proporción de esta área en la investigación formal (FONDECYT), con menos de un 1 %.
- iv. La falta de políticas explícitas y de incentivo desde el Estado, para estas materias.
- v. La relación de las investigaciones con las entidades patrocinantes y auspiciadoras: Gobierno (1970 - 1973) ; ONG's (1973 - 1990) y Universidades, Instituciones o Centros Ideológicos de Producción de Investigación y Conocimiento (1990-2004).

El libro está escrito desde la perspectiva de la Economía Política Crítica de la Información, la Comunicación y la Cultura, cuya experiencia en Chile, durante los últimos 30 años, se centra en el análisis del proceso productivo cultural (1970-1973); la descripción de los grupos de poder político y económico (1973-1990) y el análisis desde modelos ideológicos de producción de conocimiento (1990-2003).

El autor es Académico del Departamento de Lenguas, Literatura y Comunicación, de la Facultad de Educación y Humanidades en la Universidad de La Frontera (Chile). Es periodista y tiene los grados de Licenciatura en Comunicación Social (1998), Magister en Ciencias de la Comunicación (2001) y es Candidato a Doctor por el Departamento de Periodismo 1 de la Facultad de Comunicación en la Universidad de Sevilla, España. En esta misma universidad obtuvo su Diploma de Estudios Avanzados (2004), en el área de Periodismo.

